

ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EQUIPAS MOTORSPORT

PAULO JOSÉ GOMES RAMALHO

novembro de 2017



DISSERTAÇÃO
ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EQUIPAS MOTORSPORT
MESTRADO ENGENHARIA MECÂNICA – GESTÃO INDUSTRIAL

Paulo Ramalho, N.º 1910052
ISEP, 4 de Setembro de 2017

Organização e Gestão de Equipas Motorsport

Dissertação de Mestrado

Agradecimentos

Prof. António Galvão Ramos – orientador

Prof. Fernando Ferreira – co-orientador

Eng.º Helder Leira – colega Curso

Eng.º Ricardo Sousa – colega Curso

Dr.ª Isabel Ramalho - esposa



O desporto automóvel está no nosso sangue. Nascemos com o sonho de um dia praticar este desporto e continuamos ao longo de mais de 18 anos de atividade, ano após ano, a fazê-lo com toda a dedicação e profissionalismo como se fosse o primeiro.

Algures nas nossas vidas deparamo-nos sempre com um obstáculo. Com humildade, dedicação e empenho, mais cedo ou mais tarde conseguiremos vencer. Este é o espírito que nos move.

Resumo

Esta Tese visa descrever a organização e gestão das diversas actividades de uma Equipa de Motorsport de índole Nacional real, bem como situar a mesma nos diferentes tipos de Equipas existentes em Portugal.

Pretende-se ainda descrever o modo como outras Equipas de Motorsport de dimensão mundial operam, em diferentes tipos de Campeonatos de maior dimensão.

Índice

I	Agradecimentos
V	Resumo
VII	Índice
01	1. Introdução
01	1.1. Enquadramento
03	1.2. Objetivo
03	1.3. Estrutura do documento
05	2. Revisão de literatura
05	2.1. Gestão de equipas Motorsport
09	2.2. O marketing no motosport
11	2.3. Classificação das equipas de motorsport
21	3. O processo de gestão de equipas motorsport
21	3.1. Seleção do campeonato e definição do objectivo desportivo
25	3.2. Seleção do veículo de competição
31	3.3. Orçamentação pré-época
33	3.4. A angariação de patrocínios
37	3.5. Constituição da equipa
41	3.5.1. Pilotos
41	3.6. Preparação da época de competição
43	3.7. Gestão da comunicação
47	4. Caso de estudo
47	4.1. Orçamento
49	4.2. A seleção do campeonato
49	4.3. Calendário
51	4.4. A organização da equipa
57	4.5. Seleção da Viatura
59	4.6. Retorno imagem campeonato montanha
61	4.7. Fases do campeonato
63	4.8. Ações publicitárias
63	4.9. Imagem dos pilotos, da equipa e dos carros
65	4.10. Ações em eventos promocionais
67	4.11. Imprensa/press office
69	4.12. Dossier de apresentação
71	5. Conclusões
73	Bibliografia e consulta WEB

Anexos

76	Anexo A - Viaturas admitidas no Campeonato Nacional de Montanha
78	Anexo B - Carros de Competição utilizados pelo Team PRMiniracing
81	Anexo C - Palmarés Pilotos
84	Anexo D - Dossier PRMiniracing

isep

Instituto Superior de
Engenharia do Porto



1. Introdução

1.1. Enquadramento

O desporto Automóvel desde a sua aparição no início do século 20 despertou paixões, competitividade entre fabricantes e com isso o desenvolvimento tecnológico entre os diversos construtores pioneiros, facto este que ainda hoje acontece e com isso, muitos dos veículos do nosso dia-a-dia, usufruem de tecnologias que provêm da competição automóvel.

Atualmente o expoente máximo da tecnologia na competição automóvel verifica-se nos carros de Fórmula 1 e nos carros LeMansPrototipe (LMP1) que competem nas provas de velocidade e de resistência, respetivamente. Estes automóveis são projetados e construídos inteiramente para o desporto automóvel e especificamente para as provas a que se destinam. Ambos possuem motores de combustão interna da última geração em que os consumos de combustível são geridos de forma extremamente criteriosa, aos quais se associam os sistemas híbridos de regeneração de energia, que têm um papel preponderante na redução dos consumos, bem como na performance do conjunto, com carros que hoje em dia têm performances competitivas muito acima da média dos tradicionais carros desportivos que poderemos encontrar num stand de alta gama.

Para além destas duas modalidades de referência, existem outras duas importantes modalidades a assinalar com expressão mundial e com custos de participação inferiores. É o caso do World Touring Car Championship (WTCC) e do World Rally Championship (WRC). Estas duas modalidades utilizam como base veículos de turismo que habitualmente encontramos nas estradas no nosso dia-a-dia. Nestas duas modalidades podemos encontrar equipas oficiais das marcas dos fabricantes automóveis, como por exemplo a Hyundai, Citroën, Toyota, Honda e Volvo, bem como equipas privadas como são os exemplos a SébastianLoeb Racing, a All-Inkl.comMunnich Motorsport e a Campos Racing.

Nestas duas modalidades, WTCC e WRC, quer as equipas de marcas oficiais, quer as equipas privadas, preparam veículos que podem ser adquiridos num concessionário da marca, alterando profundamente as mais variadas características técnicas (e.g. motor, caixa de velocidades, suspensões, sistemas elétricos e eletrónicos, chassi, aerodinâmica). Com o intuito de manter os custos de participação controlados, estas alterações são limitadas por regulamentos. Cada modalidade possui os seus regulamentos específicos e pode ainda estar dividida em categorias. A entidade que gere estes regulamentos técnicos é a Federation Internationale Automobile (FIA) (www.fia.com).

A realidade nacional é significativamente diferente da realidade mundial, onde os fatores dimensão, orçamento, marcas envolvidas, retorno de imagem são claramente inferiores. Isto deve-se à dimensão do país, à economia nacional e europeia que procuram recuperar de uma grave crise financeira e no nosso caso concreto, pela falta de espaço de imprensa que são absorvidos por outros desportos como o Futebol.



1. Introdução

Na realidade e infelizmente desconhecem-se estudos escritos sobre a gestão de equipas Motorsport, que nos possam ajudar a refletir sobre estes assuntos. Assim sendo, descreverei brevemente do histórico do Team PRMiniracing, o qual surgiu no ano de 2000, devido à vontade de concretizar um sonho pessoal em ser piloto de automóveis. Sonho esse que relembro desde os meus 4 anos em que os carros a pedais e capacetes abundavam pelo quintal de casa. Aos 17 anos e como presente de entrada no ISEP no Curso de Eng.^a Mecânica (ano 1991), o meu Avô ofereceu-me um Mini Cooper 1.3 novo a estrear, o qual rapidamente comecei a alterar mecanicamente e que passados alguns anos não me restou alternativa se não começar a utilizá-lo em provas de circuito e montanha em 2000, tais as alterações profundas introduzidas, criando para o efeito o Team PRMiniracing.

Com origens numa família de poucos recursos, rapidamente conclui que teria de destacar a minha recém equipa em termos de imagem, caso pretendesse obter apoios financeiros imprescindíveis para dar continuidade ao meu desejo. Se assim o pensei, melhor o fiz, com cartas de apresentação bem estruturadas, procurei dezenas de empresas que pudessem ter interesse em publicitar e uma atrás de outra, comecei a acumular pequenos apoios financeiros que me permitiram fazer as primeiras épocas com custos mesmo assim pessoais, mas controlados. Em 2005 com o apoio dos patrocinadores adquiri o primeiro protótipo – ADR Sport II – e a partir daí a Equipa devido ao seu minucioso trabalho de comunicação, imagem e resultados nunca mais parou de evoluir em meios técnicos e humanos, sagrando-se 3 vezes Campeã de Montanha, e 6 vezes vice Campeã no mesmo Campeonato.

1.2. Objectivo

Este documento tem como objetivo principal descrever a forma como se estrutura e organiza uma equipa semiprofissional de competição automóvel no contexto nacional (ou regional) com base no caso de estudo da PRMiniracing contribuindo desta forma para o desenvolvimento desta área de conhecimento. Pretende-se ainda apresentar um modelo de gestão e organização para equipas semiprofissionais de competição automóvel nacionais.

1.3. Estrutura do documento

O presente documento descreve o processo de gestão de uma equipa Motorsport semiprofissional nacional.

No capítulo 1 é realizada uma introdução ao tema e definido o objetivo do trabalho.

No capítulo 2 é apresentada literatura de referência do tema, descrita a importância do marketing nesta área e apresentada classificação dos diferentes tipos de equipas de Motorsport existentes.

No capítulo 3 é descrito o processo de gestão de equipas Motorsport. O capítulo 4 apresenta o caso de estudo e o capítulo 5 apresenta as conclusões do trabalho realizado.



2. Revisão de Literatura

2.1. Gestão de equipas de Motorsport

Na revisão da literatura realizada encontram-se documentos que referem sobretudo a importância do negócio e a importância do binómio público – patrocinadores, são muito escassos os documentos que referem a gestão da equipe propriamente dita. Ainda de referir que o melhor sinónimo para ‘equipa de Motorsport’ será ‘empresa de Motorsport’, isto por que, a partir de certo nível, digamos o semiprofissional, uma equipa de Motorsport deve ser gerida como uma empresa e pouco ou nada se relaciona com a clássica gestão de equipas da Gestão Industrial.

Atualmente o Motorsport assume no mercado profissional europeu uma grande importância [1], a título de exemplo, no Reino Unido o Motorsport é considerado como um negócio como outro qualquer, com empresas com grande fluxo de valores monetários geradoras de emprego e alavancadora de marcas de automóveis, algumas surgidas no mercado do automóvel desportivo de luxo recentemente como a McLaren.

A indústria do automobilismo é uma parte significativa da economia do Reino Unido. De acordo com estimativas da indústria, aproximadamente 4.500 empresas do Reino Unido estão envolvidas no Motorsport ou no aumento de performance dos veículos.

Com um volume de negócios anual de 6 biliões de libras, contribuindo com exportações 3,6 biliões de libras. A Associação da Indústria inglesa de Motorsport estima que a parte do setor “envolvendo gestão de eventos, relações públicas, marketing, patrocínio e uma série de outras funções de suporte” representa cerca de 1.7 biliões de libras do total anual da indústria. E em termos de emprego, a UK Motorsport suporta 38.500 empregos a tempo inteiro e a tempo parcial, incluindo 25 mil.

Recentemente o tema do turismo no desporto tem vindo a merecer uma boa atenção no mercado do turismo, há uma parte significativa do turismo que é motivado pelo desporto. Provas desportivas como Olimpíadas, Futebol ou desporto motorizado contribuem fortemente para o turismo global [2].

De acordo com seu site oficial, a Fórmula 1 é um desporto motorizado com uma estrutura de gestão complexa. A organização consiste numa grande rede de muitos interessados interligados entre si. Essas partes interessadas variam desde o órgão governamental mundial de automobilismo (Fédération Internationale d'Automobile - FIA) e seus representantes nacionais, as equipas (Associação de Equipas de Fórmula 1 - FOTA) e pilotos (Grand Prix Drivers Association - GPDA), patrocinadores, comerciantes, fornecedores, média e fãs.

Cada participante é relativamente independente e tem objetivos únicos. Por exemplo, a missão da Ferrari ao participar da F1 é aumentar a visibilidade e as vendas de seus automóveis de venda ao público, enquanto a participação



2. Revisão de Literatura

da RedBull Racing F1 é exigida pela inclusão da F1 no portfólio global de marketing de desportos radicais da RedBull, [4].

A gestão de equipas de Motorsport e a respetiva formação específica e superior nesta área tem vindo a ter uma evolução crescente notória, com o aumento do número de universidades em Inglaterra a desenvolverem cursos específicos em Motorsport, de modo a darem resposta aos alunos que procuram formação específica nesta área. Este crescente interesse está diretamente relacionado com o aumento exponencial do profissionalismo das equipas de Motorsport de média e grande dimensão na Europa, com exigências de conhecimentos de gestão e técnica cada vez mais elevadas, fazendo com que algumas universidades tenham desenvolvido nos últimos anos diversos cursos e mestrados específicos de modo a formarem engenheiros para esta área.

Estes cursos abordam áreas tão diversas como gestão, marketing, eletrónica, telemetria, softwares específicos, aerodinâmica, suspensões, chassis, etc, permitindo assim aos alunos adquirirem conhecimentos profundos nestas áreas, ficando assim preparados para desenvolverem funções específicas em equipas/empresas profissionais que ou preparam/desenvolvem veículos de competição ou colocam em competição essas mesmas viaturas. De seguida, indicam-se alguns exemplos de universidades inglesas que dispõem destes cursos:

- **University of Bolton, Deane Road, Bolton, BL3 5AB, Uk.**

Esta universidade oferece os seguintes cursos ligados ao Motorsport:

- Motorsport Technology with Foundation - BSc;
- Automotive Performance Eng. (Motorsport) with Foundation - BEng;
- Automotive Performance Engineering (Motorsport) - BEng;
- Motorsport Technology – BSc.[8]

- **Coventry University, Priory Street Coventry, CV1 5FB, UK.**

Esta universidade oferece o seguinte curso ligados ao Motorsport:

- Motorsport Engineering MEng/BEng. [9]

- **Cranfield University at Shrivenham, Shrivenham, Swindon, SN6 8LA, UK.**

Esta universidade oferece o seguinte curso ligado ao Motorsport:

- Advanced Motorsport Engineering - MSc. [10]

- **Kingston University, Kingston upon Thames, Surrey, KT1 1LQ, UK,** Esta

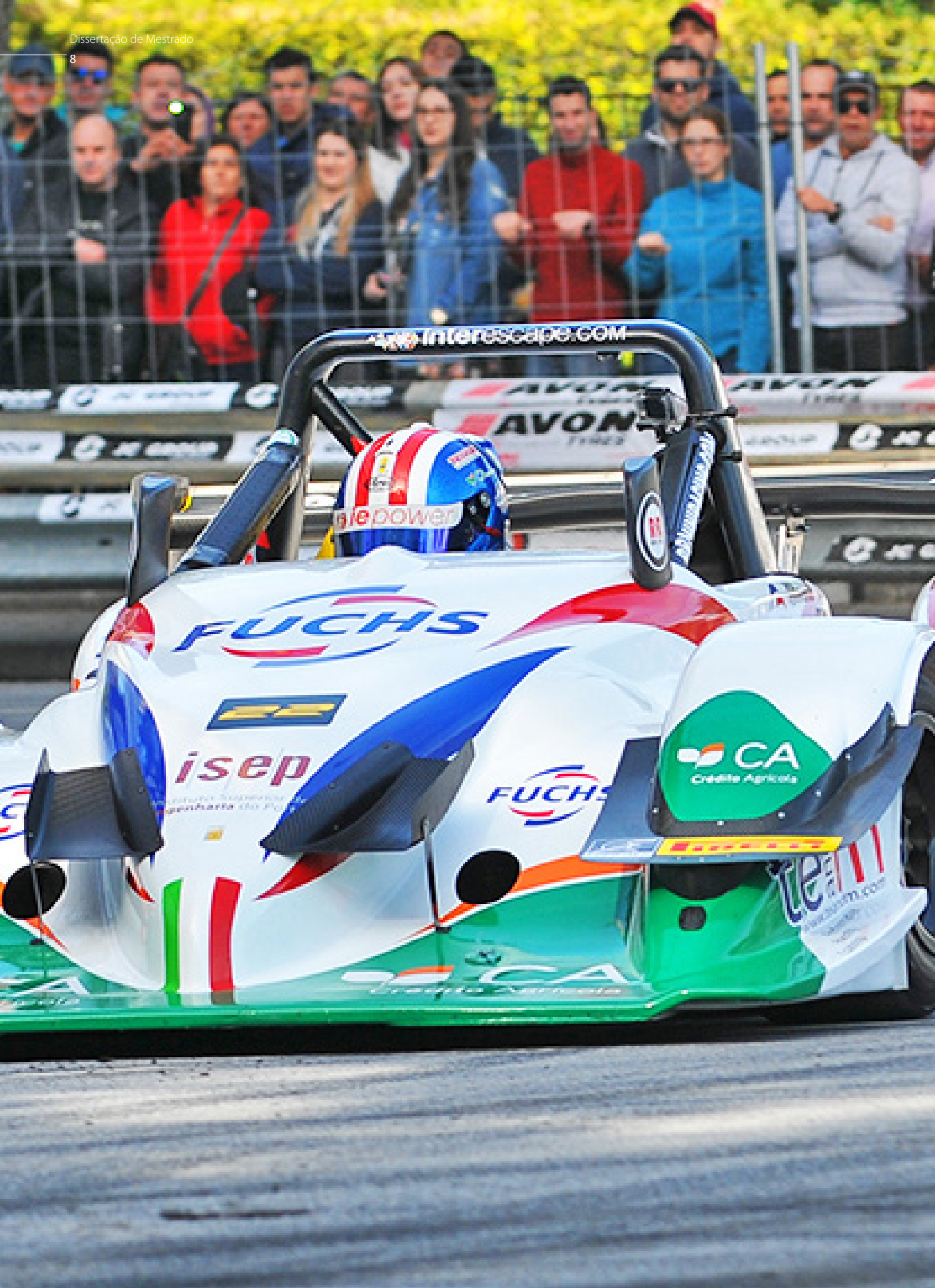
universidade oferece o seguinte curso ligado ao motorsport:

- Automotive Engineering (Motorsport) BEng and MEng. [11]

- **UCLAN - University of Central Lancashire, Lancashire, PR1 2HE, UK.**

Esta universidade oferece o seguinte curso ligado ao Motorsport:

- Motorsport Engineering – BEng and MEng [12]



2. Revisão de Literatura

Raras são as equipas de desportos motorizados que não necessitam de apoios financeiros para a sua subsistência e evolução enquanto equipas, à exceção destas, que são muito poucas, todas as outras necessitam de angariar apoio monetário. Para tal, a única forma de o obterem é através do imprescindível marketing desportivo específico desta área de atividade.

Apenas um marketing profissional e incisivo conseguirá contactar empresas relevantes, com possibilidade de obter uma fração de contratos de publicidade que permitirão a injeção de capital para a gestão da equipa. Caso não exista essa visão e aposta importante no departamento de marketing, mais cedo ou mais tarde, a equipa passará por dificuldades económicas, que no limite poderão levar ao seu encerramento.

2.2. O marketing no Motorsport

A importância em garantir apoios financeiros para a criação e subsistência de equipas de Motorsport, obriga a que os métodos e meios de marketing sejam do mais alto nível profissional, obrigando as equipas a terem internamente pessoas com formação específica para o efeito, ou então a subcontratarem empresas específicas para o efeito. A título exemplificativo, referenciam-se algumas empresas que prestam serviços nesta área:

- **Kiltads**, empresa de marketing, sediada na Escócia, vocacionada para a criação de pacotes de marketing personalizados para empresas, especificamente adaptados a todos os eventos de automobilismo, como o calendário F1 completo, GP2, GP3 e BTCC (www.kiltads.com);
- **The Motorsport Agency – Motorsport Marketing Consultants**, empresa sedida em Toronto, Canadá. Esta empresa oferece aos pilotos, equipas e corporações serviços de consultoria e parcerias estratégicas dentro do setor automobilístico. Trabalha exclusivamente com equipas profissionais de automobilismo e pilotos individuais para desenvolver oportunidades de patrocínio, gerir relacionamentos e manter a longevidade do patrocinador. Esta empresa de Motorsport oferece três áreas principais: 1 - Empresas (consultoria) 2 - Clientes (experiências) 3 - Pilotos / Equipas (representação e marketing);
- **SpotOn Marketing GmbH**, sediada na Austria, é uma empresa de Consultoria de Marketing vocacionada para a promoção de imagem dos pilotos e atletas em geral, uma das poucas empresas lideradas por mulheres. Sua gestora, Claudia Maur foi uma das poucas mulheres a competir no karting, oferece uma ligação forte a muitos protagonistas dos eventos de Motorsport. A SpotOn acompanha a carreira de muitos atletas e desenvolveram vários projetos bem sucedidos.



2. Revisão de Literatura

Também é possível encontrar neste mercado empresas que prestam um serviço mais abrangente, desde o marketing a gestão de corrida, oferecendo serviços de transporte e equipe de mecânicos.

EurointernationalGroup é uma empresa de gestão de Motorsport, com serviços específicos de marketing, entre outros com filiais em Itália (EurointernationalSrl) e Estados Unidos da América (EurointernationalInc.). As duas empresas têm diferentes sedes na Itália e nos EUA, oferecendo instalações de corrida de última geração, transporte, veículos de suporte, gerência, engenheiros e técnicos para fornecer serviços intensivos à sua diversificada frota de carros de corrida.

As pessoas de marketing devem sempre manter-se atualizadas em todas as direções, desde as tendências do marketing de redes sociais até às mais recentes tecnologias da indústria, do que uma pessoa-chave sussurrou sobre qualquer coisa relevante numa garagem para examinar o potencial de novos mercados e monitorizando o seu crescimento' [7]. Afirmação de Cláudia Maur num artigo publicado na revista Paddock em 2016, onde descreve as 5 regras fundamentais para o sucesso da sua empresa no marketing do Motorsport direcionado a carreira e imagem dos pilotos.

Este tema 'a importância do marketing no Motorsport' muito abrangente, estudando-se inclusivamente a localização das provas desportivas. Mesmo dentro de países onde o desporto motorizado é uma tradição há lugares que acolhem as provas desportivas com maior entusiasmo e com melhores resultados [6]. A localização dos eventos de automobilismo é parte integrante da comercialização do desporto automóvel de todos os seus interesses comerciais.

Estudos de caso dos principais eventos de automobilismo organizados em circuitos de rua na Austrália são usados para ilustrar como os locais têm um significado simbólico particular que acrescenta legitimidade ao desporto motorizado de automóveis e as mensagens e impactos associados a esses eventos. Paul J. Tranter examina o significado mais amplo de permitir que espaços públicos especiais nas cidades sejam utilizados para eventos de automobilismo e argumenta que a comercialização de eventos desportivos não deve ser considerada independentemente dos principais desafios que o mundo enfrenta, [6].

2.3. Classificação das equipas de Motorsport

Muitas vezes criadas de forma espontânea pelos entusiastas da competição automóvel, existem centenas, senão milhares de equipas espalhadas pelo mundo com diferentes dimensões e organização afetas às mais diversas formas de desporto automóvel. A diversidade de modalidades e tipologia de equipas de Motosport justifica que se faça uma classificação/caracterização das mesmas.

2. Revisão de Literatura

Os países com maior expressão no desporto automóvel são os países de origem das grandes marcas fabricantes de automóveis: EUA, Reino Unido, Japão, Alemanha, França e Itália, [5]. A maior indústria na área do Motorsport pertence aos EUA, a indústria nacional de veículos de turismo dos EUA desde cedo investiu nos campeonatos domésticos com o principal objetivo da evolução tecnológica.

Espalhadas pelo mundo existem dezenas de tipos distintos de modalidades de provas automobilísticas. A maior parte das provas têm expressão apenas numa zona geográfica, poucas são de expressão mundial como a Formula 1 e a LMP1.

Para perceber melhor a tipologia das equipas no atual panorama da F1 e de LMP1 poderemos apontar dois tipos de equipas: as que utilizam motorizações próprias; e as que se socorrem de fabricantes externos de motores. As principais equipas estão apresentadas na Tabela 1.

Fabricante de chassi e motor	Fabricante de chassi
Scuderia Ferrari (www.formula1.ferrari.com)	Redbull Racing F1 Team (www.redbullracing.com)
Mercedes – AMG Petronas Motorsport (www.mercedesamgf1.com)	Maclaren Formula 1 (www.mclaren.com/formula1/team)
Renault Sport F1 Team (www.renaultsport.com)	Williams F1 (www.williamsf1.com)
Porsche Motorsport (www.porsche.com/international/motorsportandevents/motorsport)	Scuderia Toro Rosso (www.scuderiatororosso.com)
Toyota Motorsport (www.toyota-motorsport.com)	HaasF1 Team (www.haasf1team.com)
	Sauber F1 Team (www.sauberf1team.com)
	Osella Engineering (www.osella.it)

Tabela 1 - Equipas de motorsport.

De referir ainda que existem fabricantes de motores que não fabricam veículos, alguns são generalistas como a PerkinsEngines [13], outros fabricam exclusivamente para o desporto automóvel, como por exemplo: JuddPower[14], OrecaTechnology[15], Cosworth[16].



2. Revisão de Literatura

Tendo por base a sua dimensão e campeonatos onde atuam, as equipas de competição automóvel podem ser classificadas de acordo com os seguintes critérios:

- **Pequenas / Médias / Grandes** – para esta diferenciação os principais indicadores são o valor do orçamento anual e o número de elementos da equipa. Será pequena se tiver até 10 elementos e € 200 000/ano, média com 10 a 50 elementos e € 1 000 000/ano e grande se superior a estes números.
- **Nacionais / Internacionais** – A equipa deve ser considerada internacional se realizar regularmente provas no estrangeiro.
- **Com financiamento externo / sem financiamento externo** – sempre que os custos de operação são obtidos de patrocínios ou de capitais próprios.
- **Oficial/ privada** – oficial se representa uma marca de um fabricante automóvel.
- **Negócio / Passatempo** – Uma das formas mais pragmática de classificar as equipas é quanto ao seu propósito. Muitas vezes uma equipa surge e organiza-se a volta de alguém com a forte motivação para desempenhar o papel de piloto.

Equipas onde o proprietário da equipa é normalmente e simultaneamente o seu gestor e piloto ou um seu familiar direto, onde os custos de operação são suportados na sua maioria por capitais próprios, são normalmente equipas pequenas, nacionais e privadas e podem ser designadas como amadoras.

Equipas onde o proprietário e gestor da equipa é o piloto ou um seu familiar direto, mas os custos de operação são suportados, na sua maior parte por patrocinadores, são normalmente equipas pequenas ou médias, possuem um forte patrocinador e disputam os lugares de pódio dum campeonato nacional. Estas podem ser designadas como semiprofissionais.

Equipas onde o proprietário da equipa é normalmente uma empresa ou marca com gestão profissional e o piloto é um profissional contratado apenas com a única função de pilotar ou um cliente a satisfazer através do aluguer de um ou mais carros que a própria equipa possua para o efeito. Normalmente é uma grande equipa que disputa provas de um campeonato internacional e/ou é oficial de uma marca. Estas equipas são classificadas como profissionais.

Toda a envolvente na competição automóvel segue uma lógica de imagem, imagem de marca, sobretudo na promoção de marcas de automóveis de turismo. Não seria sensato de ponto de vista do marketing que a Citroën corresse com motores Toyota ou vice-versa.



2. Revisão de Literatura

As equipas privadas são em geral muito pequenas, normalmente participam em provas nacionais de pouca relevância e baixo custo, onde é normal encontrarem-se pilotos que suportam todos os custos inerentes à sua participação. Nestes casos a venda de espaços publicitários do veículo a patrocinadores apenas representa uma parte dos custos associados. Quando o desporto motorizado é abordado de uma forma semiprofissional, os custos envolvidos elevam-se substancialmente e o recurso a patrocinadores que possam beneficiar do retorno publicitário dos seus produtos é essencial.

Em cada uma destas variantes, poderemos encontrar três tipos de patrocinadores: grande dimensão, média e pequena dimensão. Na atualidade, os grandes patrocinadores são normalmente empresas com marcas globais que pretendem promover um produto de grande consumo por uma larga fatia de população ou diretamente ligadas ao automóvel, como é o caso das petrolíferas (combustíveis / lubrificantes), bebidas energéticas (ex. Redbull e Monster), as próprias marcas automóveis que investem de modo a ganhar cotas de mercado em diversos países onde os seus carros utilitários são comercializados, etc.

Depois existe espaço para os médios e pequenos patrocinadores, que nestas duas categorias de topo, para terem um médio ou pequeno espaço publicitário têm de despende milhões de dólares para promoverem as suas marcas, não sendo fácil em qualquer um destes três casos quantificarem o seu respetivo retorno no que se refere ao incremento de vendas.

Será ainda de referir que existem grandes marcas reconhecidas mundialmente que devido ao tipo de produto de produzem têm decisões diametralmente opostas no que se refere a patrocinar ou não uma determinada equipa. Esta decisão é baseada na estimativa do retorno direto que um dado investimento em publicidade poderá ter. Como exemplos opostos, por exemplo uma marca de lubrificantes como a FUCHS tem todo o interesse e possibilidade em obter retorno direto de publicidade no desporto automóvel, contrariamente por exemplo à EFACEC que terá um público-alvo muito reduzido no desporto automóvel, pois os equipamentos que produz são extremamente específicos, não sendo alvo do conhecimento generalista dos aficionados do desporto automóvel.

Sobre este mesmo âmbito, poderemos ainda diferenciar a situação duma determinada empresa não ter interesse em promover o seu próprio nome mas sim uma determinada marca que represente. Exemplo Unicer Bebidas S.A. versus Superbock.

Nas modalidades nacionais, grande parte dos patrocinadores são empresas nacionais, que devido à sua atividade relacionada direta ou indiretamente com o setor automóvel promovem as suas empresas ou marcas e com isso custeiam parte das despesas das equipas nacionais e que têm como público-alvo o utilizador de determinada marca ou serviço que essa presta.



2. Revisão de Literatura

Portugal nos anos 60 e 70 viveu uma época dourada, com um excelente parque automóvel desportivo, em que grandes empresas nacionais promoviam os seus nomes, marcas e produtos, vivendo-se nessa altura um crescimento económico acentuado.

Este cenário inverteu-se no pós 25 de Abril de 1974 com o racionamento de combustível, cancelamento de provas, etc. Na tabela seguinte (Tabela 2) são apresentados alguns exemplos desde os anos 70 até aos dias de hoje, de equipas e seus principais patrocinadores no panorama nacional.

Team / Empresa / Marca	Sector de Actividade
Team Diabolique	Químicos / Perfumaria
Team Gianfranco	Têxtil
Team Gianone	Têxtil
Team Totta&Açores	Banca
Team Transfradelos	Floresta/transportes

Tabela 2 - Equipas de motorsport.

Atualmente Portugal recupera da crise económico-financeira Europeia, que afetou diversos países. Esse facto, ainda hoje causa muitas dificuldades na angariação de apoios e patrocínios para que jovens pilotos e suas equipas se desenvolvam neste dispendioso desporto, pois se queira quer não, o desporto automóvel acarreta sempre custos elevados quer na aquisição dos carros de competição, quer na sua manutenção e seus custos de participação nas provas.

Em Portugal existem atualmente poucas equipas profissionais em resultado da crise económica recente, contudo, como exemplo de resiliência e de catividade diversificada em diversas modalidades, poderemos indicar a Sports &You, que de uma forma profissional e a tempo inteiro, presta serviços de preparação, manutenção e assistência nas provas, quer sejam de Circuito ou Rally.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Neste capítulo pretende-se apresentar um modelo de gestão e organização de uma equipa de Motorsport semiprofissional na modalidade de campeonato de montanha. De seguida apresentam-se de forma cronológica as etapas que uma equipa deste tipo terá de concretizar com sucesso para levar a cabo os seus objetivos, definindo assim não só o seu processo de gestão, mas também a sua forma de subsistência orçamental:

1. Seleção do Campeonato e definição do objetivo desportivo
2. Seleção do veículo de competição
3. Orçamentação pré-época
4. Angariação de patrocinadores
5. Constituição da equipa
6. Preparação da época de competição
7. Gestão da comunicação

Nos subcapítulos seguintes será desenvolvido com pormenor algumas das etapas acima apresentadas, complementando com exemplos reais da equipa PRMiniracing que serve como referência nacional, bem como com outros exemplos de referência mundial de outras modalidades reconhecidas.

3.1. *Seleção do Campeonato e definição do objetivo desportivo*

Em Portugal existem atualmente os seguintes Campeonatos / Troféus para provas de velocidade:

- **Campeonato Nacional Montanha – CNM**
- **Campeonato Nacional de Velocidade de Turismos – CNVT**
- **Campeonato Nacional de Velocidade Clássicos /LCC – CNVC**
- **Single Seater Series - SSS**
- **Troféu Caterham**

São estas as alternativas de seleção de campeonatos nacionais de que uma equipa de Motorsport poderá atualmente selecionar para desenvolver a sua atividade em Portugal. Os critérios de seleção poderão ser: tipo de prova (circuitos ou montanha), tipo de carro, orçamento disponível, preferência do piloto ou ainda imposição do(s) patrocinador(es).

Qualquer das 3 primeiras opções, CNM/CNVT/CNVC, são as mais dispendiosas em termos de aquisição de carros de competição, dado que em qualquer uma delas poderemos encontrar atualmente exemplos de carros ganhadores com custos compreendidos entre os 60.000 euros e os 300.000 euros. Em contrapartida, tanto nos SSS como no Troféu Caterham, poderemos encontrar exemplos de carros ganhadores a rondar os 12.000 euros, o que é uma diferença significativa quando comparada com o grupo anterior.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Os valores de aquisição não são sempre sinónimo de proporcionalidade direta e correspondente de satisfação e competitividade, dado que em muitos casos destes campeonatos existem diferenças abismais de performance entre os diversos carros/pilotos, sendo a competitividade bastante prejudicada em prol do protagonismo de um determinado carro/piloto, que devido à sua capacidade financeira em adquirir um determinado carro mais competitivo, torna as provas monótonas, pois salvo alguma avaria técnica, o vencedor normalmente já está identificado ainda antes de se iniciar a prova.

Nos SSS e no Troféu Caterham o equilíbrio competitivo é a tónica principal, dado que os carros são tecnicamente semelhantes, os orçamentos de participação são igualmente semelhantes e acessíveis, possibilitando que um grande número de pilotos possa competir em igualdade de circunstâncias e com isso proporcionar fortes emoções da 1ª à última volta, quer para os espetadores e aficionados, quer para eles próprios.

O presente CNVT utiliza o Regulamento Internacional TCR que define as características técnicas dos carros utilizados – carros de Turismo equipados com motores 2 litros turbo comprimidos – dos quais se obtêm potências da ordem dos 340 cv e ainda uma subclasse para carros equipados com motorizações até 1.600cc que infelizmente até à presente data ainda não cativou a presença de algum Piloto/Equipa. Embora seja um campeonato no qual se pretende equilíbrio de performance entre os diversos pilotos/carros participantes, a verdade é que os elevados custos de aquisição (cerca de 120.000 euros) e de manutenção destes carros, faz com que atualmente existam apenas 6 a 8 destes carros a competir regularmente nesta competição em Portugal, o que é notoriamente muito pouco para um campeonato que se pretende que seja a referência nacional, pois o reduzido número de carros na grelha, algumas das vezes faz com que as corridas sejam monótonas para os espetadores.

Atualmente (época 2016) o Campeonato de Circuitos desenrola-se nos circuitos permanentes de Braga, Estoril, Portimão, Jerez e Jarama e no circuito cidadão de Vila Real. À exceção do circuito cidadão de Vila Real, regra geral e infelizmente os circuitos permanentes atraem poucos espetadores, que por falta de divulgação das provas, custo de deslocação ou preço dos bilhetes normalmente não se fazem deslocar às provas, o que faz com que grande parte das vezes o retorno de imagem para as partes envolvidas não seja a desejada, embora exista o esforço de transmitir televisivamente em diferido o resumo de algumas destas provas. Dada a forma como os circuitos estão organizados, o público em geral está afastado dos automóveis ou das suas boxes, por outro lado a cobertura televisiva nem sempre existe, ou o tempo dos resumos são muito reduzidos.

Um dos principais fatores que jogam contra a divulgação do desporto automóvel em geral é a modalidade futebol que absorve quase na plenitude o espaço desportivo televisivo, sufocando todas os outros desportos.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Este é um dos grandes motivos para que pilotos e suas equipas tenham atualmente tantas dificuldades em angariar patrocinadores, pois o retorno que lhes conseguem proporcionar é escasso e apenas com muito trabalho, resultados de excelência e persistência se consegue encontrar espaços em jornais da especialidade e/ou locais, estando também na voga a utilização das redes sociais (ex. Facebook, Instagram) como alternativas para se divulgar os resultados das equipas e com isso minorar esta dificuldade dos grande media, que apenas valorizam o futebol para aumentarem os seus índices de audiência.

O Campeonato de Montanha prima pela proximidade com as populações, uma vez que as provas realizam-se em troços de estrada em diversas cidades e vilas de Portugal que a caravana visita ao longo da época. Para além disso, antes do início de cada prova, os pilotos expõem os seus carros nos centros das cidades/vilas, despertando o interesse aos habitantes locais, fazendo com que os mesmos se desloquem uma curta distância ao troço de estrada onde a prova se vai realizar, sem terem que pagar qualquer bilhete.

Como resultado desta itinerância e proximidade, regra geral as provas de Montanha conseguem reunir milhares de espetadores (ex. aproximadamente 200.000 espetadores na Rampa da Falperra) potenciando o retorno de imagem dos patrocinadores, dos pilotos e da própria organização, tornando este campeonato bastante interessante em termos de equilíbrio de interesses entre todas as partes envolvidas.

3.2. Selecção do veículo de competição

A seleção e a configuração da viatura está diretamente relacionada com o orçamento financeiro que se dispõem para uma determinada época e cujo investimento nessa determinada viatura vai ser amortizado em mais do que 1 ano, normalmente a 3 anos.

Nesta altura será conveniente analisarmos cuidadosamente os regulamentos técnicos e a sua estabilidade temporal, pois seria inadequado seleccionarmos uma viatura que dentro de 1 ano ou 2 será substituída por uma nova evolução do fabricante ou impedida em termos de regulamentos técnicos (FIA ou FPAK) de participar.

O ponto de partida será analisar muito bem quais os principais fabricantes e ou preparadores que estão a ter sucesso a nível nacional no campeonato em que pretendemos participar, mas um olhar mais atento nos campeonatos europeus da mesma especialidade, permite-nos ter uma visão mais vasta e de maior amostragem.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Deverá identificar-se um ou mais fabricante/preparador e visitá-lo *in loco* para presencialmente avaliar as possíveis vantagens ou desvantagens em adquirir tal veículo. Caso as informações recolhidas sejam apetecíveis, como por exemplo:

- resultados obtidos relevantes (ex. títulos);
- custo de aquisição equilibrado;
- custos de manutenção equilibrados;
- existência de stock de peças para resposta rápida em caso de necessidade de realizar manutenções curativas urgentes entre provas;
- apoio técnico na definição de diversas afinações de base (traçados lentos, rápidos, seco, molhado, etc)

Seria ainda interessante poder classificar as viaturas disponíveis para aquisição de acordo com o seu custo, possibilidade de evolução e competitividade numa determinada modalidade. Sendo que uma determinada viatura pode ser adquirida nova, ou a determinada altura usada, o autor propõe a sua esquematização pelo gráfico da figura 1. Neste gráfico pode ainda estar representado todo o potencial de evolução da viatura por inclusão de melhorias diversas, quer de suspensões, motor, aerodinâmica ou mesmo inclusão de telemetria.

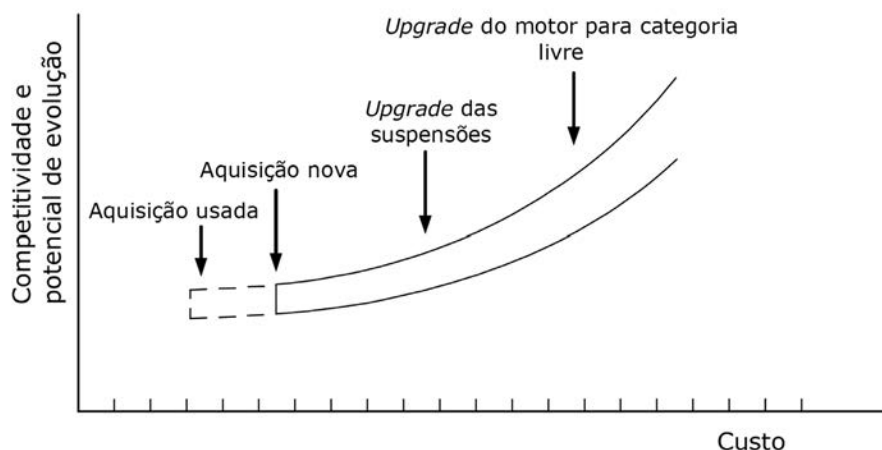


fig. 1 - Avaliação do potencial de uma viatura para competição

Dada a evolução constante das viaturas disponíveis no mercado, isto é, os diferentes fabricantes lançam com regularidade novos modelos e/ou evoluções dos modelos existentes, esta esquematização em gráfico deve estar em constante atualização e ser reportada a um período.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Da mesma forma seria interessante poder reunir essa informação de várias viaturas e compara-las em gráfico com se mostra na figura 2. Nesta figura o autor classifica as viaturas com as quais já competiu e as usadas pelos seus adversários diretos no campeonato de montanha.

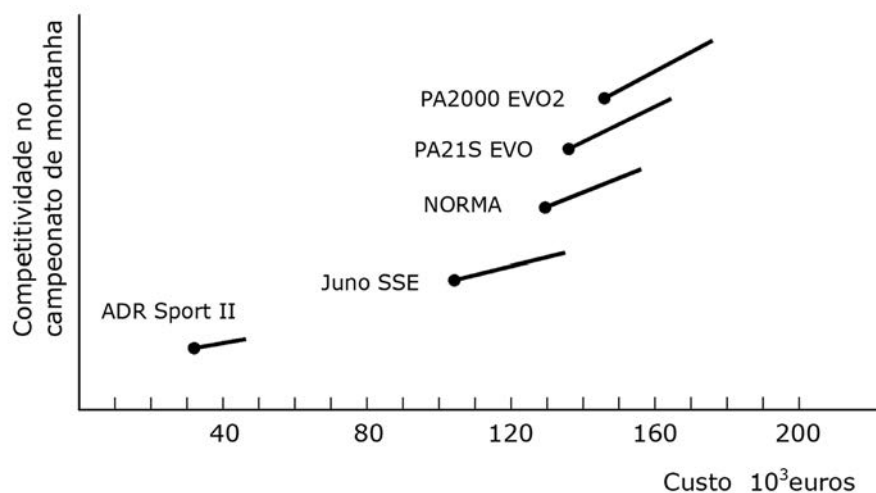


fig. 2 - Comparativo da competitividade de diferentes viaturas que competiram recentemente no campeonato de montanha

Poderemos assim através deste procedimento selecionar a viatura que gostaríamos de utilizar para um determinado triénio. Desta pesquisa resultará inequivocamente um orçamento de aquisição/investimento que terá de ser apresentado e aprovado pelos patrocinadores.

Uma vez mais, a forma como deveremos apresentar tal orçamento, deverá ser muito bem preparado, com a entrega de um dossier / orçamento embora não muito extenso, mas que resumidamente e com uma imagem extremamente cuidada, apresente o novo veículo que se pretende adquirir, com imagens cuidadas, relação de custos e o custo final. Caso exista a felicidade de ser aprovado e tendo em conta os valores financeiros em questão, deverá ser elaborado um contrato entre as duas partes que defina os deveres e as obrigações de cada uma das partes de uma forma inequívoca.

Assinado o contrato e disponibilizada a verba financeira respetiva, será agora a altura correta para adquirir a viatura de competição que selecionamos e apresentamos aos patrocinadores. Como em tudo na vida, nada é garantido em termos de sucesso, pois será necessário que equipa e piloto adaptem-se à nova viatura e em conjunto consigam extrair o máximo de potencial disponível, de modo a que os resultados de sucesso surjam, tal como se planejaram no início da época e foi prometido como contrapartida aos patrocinadores.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

Para que um determinado piloto augure lutar pela vitória de um determinado campeonato, terá de ter um bom suporte financeiro para adquirir ou alugar um veículo de competição competitivo que lhe permita lutar pelas vitórias em todas as provas, defrontando os seus diretos adversários que poderão ter ou não recursos superiores aos seus.

Existem duas formas de obter um bom suporte financeiro como anteriormente já foi descrito, via investimento pessoal do piloto ou através da angariação de patrocinadores. Na 1ª opção, o piloto tem de arcar por sua conta e risco com todas as despesas inerentes ao seu veículo e custos de participação. Na 2ª opção, caso o piloto consiga obter apoios de empresas externas, poderá de algum modo evoluir na sua carreira com maior facilidade e tranquilidade, uma vez que uma parte ou a totalidade das despesas poderão ser suportadas por terceiros.

No entanto, resultados elevados não são possíveis sem veículos competitivos e onerosos e de elevado índice técnico, quer a nível de motorização, caixa de velocidades e transmissões, chassis, suspensões e carroçaria com a sua respetiva aerodinâmica, caso esta seja regulamentarmente permitida.

Apenas depois de escolhido o campeonato antes de iniciar o época e depois de um criterioso orçamento, normalmente discutido e negociado com os patrocinadores, é que se deverá selecionar e adquirir o veículo de competição que melhores condições competitivas poderá proporcionar ao piloto e seus patrocinadores. Para o efeito a leitura e análise profunda do respetivo regulamento técnico do campeonato deverá ser tomado em consideração antes da realização da aquisição ou preparação do veículo, para que mais tarde não existam surpresas desagradáveis, que possam no limite impossibilitar a utilização do mesmo na competição selecionada.

Por exemplo, atualmente no Campeonato Nacional de Montanha, não são permitidos protótipos com motorizações superiores a 2 litros ou fórmulas, como tal a aquisição de um destes exemplos seria um tremendo erro de investimento.

3.3. Orçamentação pré-época

Como em qualquer atividade empresarial, também neste tipo de atividade desportiva profissionalizada é necessário rigor extremo no que respeita ao orçamento financeiro anual e o controlo periódico ao longo do mesmo período para observar a existência de qualquer desvio do orçamento previsto, sendo para tal de capital importância o respetivo controlo de custos.

Assim sendo, no início da época desportiva é apresentado o respetivo orçamento aos diversos patrocinadores, demonstrando em que meios ou despesas fixas serão gastos esses mesmos apoios.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

No final da época deverá ser igualmente apresentado o balanço final do exercício e o respetivo saldo, demonstrando total clareza a todos aqueles que investiram na atividade da Equipa.

O orçamento tem em conta os seguintes 4 tipos de custos:

- **Custos de participação** (ex. inscrições nas provas, dormidas, refeições, etc)
- **Custos de aquisição de meios** (carros, ferramentas, etc)
- **Custos de manutenção preventiva** (ex. revisão caixa velocidades)
- **Custos de manutenção curativa** (ex. reparação de rutura de unid. motora)

Do outro lado da “balança” deverá surgir o total do valor financeiro angariado dos diversos patrocinadores, sendo desejável que no final do exercício o resultado seja positivo e que os resultados desportivos sejam igualmente positivos para que a satisfação dos investidores seja elevada.

No que se refere aos valores de aquisição de veículos, regra geral, os apoios para aquisição dos mesmos são negociados com os patrocinadores mais representativos para serem amortizados em três anos, período durante o qual teoricamente o veículo será competitivo. Para tal, tudo tem de ser muito bem discutido, acordado e contratualizado, tendo em conta o valor de aquisição dos mesmos.

Regra geral é preparado um orçamento financeiro pré-época para ser apresentado aos patrocinadores para aprovação prévia ao início da época, aprovados e assinados os contratos, procede-se à aquisição dos carros de competição, sobresselentes, consumíveis, etc.

Durante o desenrolar da época, os custos são controlados rigorosamente, de modo a que o saldo final entre o deve e o haver seja tão próximo quanto possível.

3.4. A angariação de patrocinadores

A concretização da angariação de apoios não é mais do que o resultado final da adjudicação da prestação de serviços de publicidade que a equipa irá realizar através dos meios que dispõe (colocação de publicidade nos carros, equipamentos, etc.).

Este serviço prestado às empresas/entidades que pretendem ver as suas marcas ou empresas publicitadas será cobrado, resultando daí os meios financeiros que suportarão a atividade da equipa.

Para o efeito, o proprietário da equipa fará uma prospeção de mercado antes do início de cada época, identificando potenciais empresas/entidades interessadas, apresentando às mesmas propostas de patrocínio/propostas de publicidade, demonstrando para o efeito o palmarés da equipa, exemplos



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

de retorno de imagem concretizados no passado (ex. recortes de imprensa, reportagens TV), através de um dossier muito organizado e preparado para o efeito, tentando assim concretizar contratos de prestação de serviços. Esses contratos definem com rigor as obrigações e os direitos de ambas as partes, salvaguardando os interesses das partes intervenientes.

Um dossier deve conter os seguintes elementos:

- os **pilotos** que constituem a equipa;
- descrição do **campeonato** no qual pretende participar;
- apresentação de exemplos de **retorno** proporcionados em épocas anteriores;
- levantamento de **media report** do campeonato levado a cabo por entidade independente;
- **apresentação da época** na qual pretende participar;
- apresentação dos **carros** com que pretende participar na presente época;
- **plano de ação** para potenciar retorno de imagem aos patrocinadores;
- exemplos de **recortes de imprensa** de épocas anteriores;
- meios de **multimédia** utilizados pela equipa;
- identificação de diferentes zonas de **aplicação de publicidade**.

Exemplos: Capot frontal 70.000 euros, laterais 20.000 euros, fatos dos pilotos 10.000 euros, capacetes dos pilotos 5.000 euros, entre outros.

Infelizmente na realidade existem poucas empresas que ofereçam patrocínios de elevado valor, caso em contrapartida não tenham a certeza de obter um retorno de imagem, traduzido em retorno financeiro, que não seja no mínimo igual ao montante investido. Para que isso aconteça, os resultados obtidos pelo piloto têm de ser de excelência (pódios e até mesmo vitória no campeonato selecionado) para que justifique junto dos seus patrocinadores as possíveis verbas elevadas investidas pelos mesmos, caso contrário, essas empresas rapidamente suspenderão as verbas anuais destinadas ao efeito.

Os espaços publicitários que um piloto ou equipe que compete num determinado campeonato nacional pode oferecer como contrapartida a um patrocinador, podem ser regra geral os seguintes:

- espaços publicitários de variada dimensão no veículo de competição;
- espaço publicitário no seu capacete e fato de competição;
- espaço publicitário nos equipamentos dos elementos técnicos da sua equipa;
- espaço publicitário nas tendas ou camião de assistência que possa dispor;
- espaço publicitário nos Comunicados de imprensa que possa emitir e divulgar pelos mais diversos meios de comunicação (ex: revistas e jornais da especialidade, mailings, redes sociais, etc.)
- espaço publicitário em clips de vídeo das suas participações que possa produzir e publicar por exemplo no Youtube.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

3.5. Constituição da equipa

A constituição de uma equipa profissional deve ser baseada sobretudo no orçamento disponível e encontrar os melhores profissionais para os cargos que se querem atribuir. O fundamental nesta tarefa é ter bons contactos e profundo conhecimento do meio. Os bons profissionais não abundam e são caros.

Na presença de orçamentos elevados de grandes equipas é possível subdividir tarefas e ir ao mercado e contratar profissionais de reconhecida competência, para os cargos que se pretendem atribuir.

Por sua vez, a constituição de uma equipa de Motorsport privada, pequena e não profissional é muitas vezes fruto das boas relações pessoais e da capacidade do seu proprietário em motivar e aglutinar um conjunto de pessoas que toma a atividade pelo prazer e satisfação.

Em qualquer dos casos é fundamental determinar quais os cargos ou tarefas que se querem atribuir ou executar. Os cargos indispensáveis de serem assumidos são:

- **Coordenador / Chefe de equipa ou C.E.O.** – tem como função planear e coordenar todas as tarefas da equipa, atribuindo essas mesmas tarefas aos diversos elementos que constituem a equipa, podendo ele próprio assumir alguma(s) dela(s), como por exemplo a comunicação e o marketing. Poderá ser ou não o C.E.O. da equipa;
- **Mecânico** – tem como função executar as mais diversas tarefas de manutenção mecânica, sejam elas de índole preventiva ou curativa em tempo útil;
- **Eletricista** – tal como o mecânico, tem como função executar as mais diversas tarefas de manutenção elétrica, sejam elas de índole preventiva ou curativa em tempo útil;
- **Piloto** – assume a responsabilidade de percorrer o traçado de prova em questão no menor espaço de tempo, tirando o melhor partido possível do veículo de competição que dispõem no momento. Para além de pilotar, o piloto deverá ser também capaz de transmitir à sua equipa as reações do seu carro, se são ou não as desejáveis para ele ser rápido, pois caso não sejam, deverá ser capaz de utilizar vocabulário adequado para explicar à sua equipa as reações do seu carro e de que modo gostaria de as ver alteradas, para que a equipa possa realizar as alterações possíveis e necessárias para que ele próprio possa na tentativa seguinte ser mais rápido;



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

No entanto se o orçamento for limitado, alguns cargos técnicos podem ser acumulados e podem não merecer um colaborador em exclusividade nessa tarefa, tais como:

- **Fotografo** – tem como função registar momentos fotográficos dos carros em competição, momentos de introspeção dos pilotos, dos elementos da equipa a trabalharem nos carros, ambientes de público assistirem a esses mesmos trabalhos, assistirem à passagem dos carros em competição, etc, pois todos estes momentos obtidos, editados e organizados, são uma das peças fulcrais para a realização de apresentações de comunicação pré e pós prova a todos os patrocinadores;
- **Engenheiro de pista** – tem como função planear e definir todos os trabalhos a executar quando o carro se encontra no traçado, registar todos os dados resultantes da evolução do carro em treino ou prova, analisá-los e encontrar soluções de afinação fina que permitam evoluir o carro em termos de rapidez. Em Portugal e uma vez mais, devido aos orçamentos reduzidos das equipas, os bons engenheiros de pista devido aos seus honorários são substituídos pelos chefes de equipa, que em diálogo direto com o piloto, procuram em conjunto encontrar a melhor afinação fina que permita colocar o carro mais rápido nas presentes condições do traçado;
- **Telemetrista** – tem como função analisar os dados de telemetria, obtidos por diversos dispositivos instalado no chassis (suspensões) e/ou no motor e caixa de velocidades do carro de competição. Em equipas nacionais de pequena e média dimensão, devido aos elevados custos destes sistemas, não existem à data equipas que se conheçam que utilizem estes meios e como tal tenham necessidade de recorrer a telemetristas;

A condicionante mais importante para definir quais os cargos de uma equipa de Motorsport é a modalidade ou o tipo de prova selecionada, assim como a dimensão esperada para equipe e o orçamento disponível. Por exemplo, é impensável constituir uma equipa de NASCAR sem atribuir as tarefas de mudar os pneus ou reabastecer o veículo.

Numa equipa bem organizada um bom conjunto de mecânicos podem estar simultaneamente atribuídos a diferentes tarefas que desempenham em etapas diferentes da prova.

Nas modalidades os requisitos para os elementos da equipa são conhecimentos teóricos e práticos profundos em cada uma das áreas específicas com aplicação ao ramo automóvel e em particular ao Motorsport. O perfil mais procurado tem de apresentar capacidade para trabalhar sobre pressão, ambiente adverso, *timings* a cumprir, identificação e resolução de problemas em tempo útil, organização, metodologia, rigor, limpeza, ambição e objetivos/resultados.



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

No que se refere aos requisitos e ao perfil dos elementos de uma equipa de Motorsport uma das características mais importantes, senão mesmo a mais importante, é o espírito de equipa e de entre ajuda que deverá estar sempre presente, quer nas provas, como nos intervalos entre provas onde são realizadas as diversas manutenções planeadas, bem como na época de defeso (Outubro a Abril), período durante o qual os carros são desmontados para serem alvo de profundas revisões.

Significa por tanto, que regra geral, os elementos da equipa gozam um período de férias em agosto e duas semanas no início de outubro, à exceção destes períodos, possuem sempre tarefas a executar.

3.5.1. Pilotos

Existem dois processos distintos de selecionar pilotos, regra geral diferem consoante o tipo ou dimensão da equipa.

Se estivermos perante uma equipa profissional, com meios financeiros elevados e assegurados, poderá ir ao mercado de pilotos e contratar um ou mais pilotos que na teoria lhe possa garantir os tempos mais rápidos em treinos e nas provas que pretende participar.

Existem diversos exemplos de equipas de dimensão mundial que identificam ainda crianças com trajetos auspiciosos nas escolas de kart e investem neles durante alguns anos até os mesmos serem maiores de idade, para depois os integrarem nas suas equipas de Motorsport profissional (exemplo: Mercedes – AMG Petronas Motorsport e Luis Hamilton).

Do lado oposto, encontramos as equipas amadoras, normalmente idealizadas e criadas pelo próprio piloto que pretende iniciar-se nas lides automobilísticas e que com a boa vontade de amigos e alguns patrocínios, juntam-se, criando uma equipa para dar os primeiros passos no desporto automóvel. Este caso é precisamente aquele que deu origem ao Team PRMiniracing no ano 2000 e que passados 18 anos é uma das equipas de referência nacional ao nível do Campeonato de Montanha, semiprofissional, com uma evolução constante em meios técnicos ao longo dos anos, com 3 títulos de campeã e 6 vice campeonatos e com um 2º piloto formado – Rui Ramalho – com o título de campeão alcançado este ano nesta modalidade.

3.6. Preparação da época de competição

Uma época de competição é constituída regra geral pelas 4 diferentes e seguintes fases:

- **Final época / Pré-época** – período em que a equipa técnica procede aos diversos planos de manutenção preventiva e curativa (se existente) previstos para as viaturas de competição. O coordenador/CEO da equipa



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

prepara e divulga o balanço final da época, financeiramente e em termos de resultados desportivos e apresenta aos patrocinadores. Prepara um resumo da época em suporte digital e posters fotográficos alusivos à época para oferta aos patrocinadores de modo a que possam ficar com uma recordação do investimento realizado.

- **Pré prova** – no decorrer do campeonato existem diversas tarefas de manutenção preventiva/curativa a desenvolver nas viaturas de competição, tarefas essas que devem ser registadas exaustivamente numa folha de obra para que na oficina e antes da equipa se deslocar para a prova seguinte, todas essas tarefas sejam executadas. Em simultâneo o coordenador/CEO emitirá e divulgará um comunicado para os patrocinadores, imprensa generalizada e da especialidade e redes sociais indicando local e data da prova, horários, expectativa da equipa, comentários e objetivos do piloto para a prova que se avizinha.

- **Prova** – nas provas as expectativas e o nervosismo são sempre grandes, pois pretende-se que nada falhe em termos técnicos, a viatura de competição esteja de acordo com as expectativas do piloto ou muito perto disso. As previsões meteorológicas sejam as esperadas de modo a não ser necessário realizar tarefas que não estavam previstas (exemplo: a alteração da afinação da suspensão de seco para chuva). No final, que o resultado seja o desejado, indo de encontro aos objetivos traçados para essa mesma prova.

- **Pós Prova** – deverá realizar-se o quanto antes uma reunião geral com todos os elementos da equipa, se possível ainda no local da prova que terminou e registar todos os pontos que correram menos bem, elaborar a folha de obra da viatura de competição onde se identificam as tarefas a realizar na mesma, identificar e registar afinações técnicas a melhorar/corrigir, bem como possíveis comentários do piloto acerca da sua perceção da pilotagem da viatura nesse fim de semana. O coordenador/CEO emitirá e divulgará um comunicado para os patrocinadores, imprensa generalizada e da especialidade e redes sociais fazendo uma resenha da prova, indicando os resultados e as vicissitudes pela qual a equipa passou esse fim de semana. O comunicado deverá conter comentários na 1ª pessoa do piloto, ter uma imagem profissional, ilustrada com fotos e vídeos do fim de semana, para que os leitores mesmo que não tiveram presentes no local da prova, possam ter uma ideia precisa dos acontecimentos passados.

3.7. Gestão da comunicação

Tratando-se de um desporto já de si de custos elevados e em alguns casos, devido à dimensão das equipas, ao número de elementos constituintes, meios logísticos de transporte, equipamentos e ferramentas de trabalho específicas, aos encargos existentes e ao tipo e número de carros que dispõem, existem casos particulares que exigem a semiprofissionalização



3. Processo de Gestão de equipas Motorsport

ou profissionalização de determinadas equipas de modo a que possam ser economicamente viáveis.

Para tal, uma das formas correntes é a angariação de empresas ou marcas patrocinadoras que pagam determinados valores monetários por períodos de tempo contratados para verem os seus nomes ou marcas divulgadas nos carros de competição, equipamentos dos pilotos/elementos da equipa e outros meios de publicidade diversos que a equipa possa dispor para maximizar as áreas de exposição.

Assim sendo, a qualidade da imagem que todos estes meios de comunicação visual potenciam é fator importante e determinante para que a satisfação do patrocinador seja elevada, de modo a manter-se fidelizado ao serviço de publicidade prestado, pagando para o efeito na proporcionalidade do espaço publicitário e da sua satisfação no que respeita ao retorno de imagem.

A forma principal que uma equipa tem de promover a sua imagem e dos seus demais patrocinadores é através da comunicação da sua atividade, resultados nas provas, participação em eventos promocionais (ex. exposições temáticas, co-drive) nos diversos meios de comunicação, que podem ser: televisão, imprensa escrita genérica, imprensa escrita especializada e internet, que atualmente tem um poder de propagação de informação nunca antes visto com as redes sociais e o Youtube.

Não há assim qualquer dúvida de que a qualidade da “Comunicação” é fundamental para que a transmissão da “Imagem” que uma determinada Equipa pretende concretizar tenha o maior alcance possível, potenciando assim o retorno de “Imagem” que um determinado patrocinador ambiciona e para o qual paga esse mesmo serviço à Equipa, permitindo assim a esta angariar os meios financeiros para suportar os seus custos de participação e investimentos em meios técnicos, logísticos e novos carros.

O processo de medição do retorno de investimento em publicidade é extremamente complexo.

Em Portugal existe pelo menos uma empresa com competências para tal – Cision (www.cision.pt) – vocacionada para diversas áreas, mas também para a área desportiva, desconhecendo-se contudo, quais os seus métodos de cálculo e respetivas bases de dados que utiliza, sendo essa a sua maior valia e como tal, apenas e após a contratualização dos seus serviços (custo elevado) é que poderemos ter acesso aos resultados do retorno do investimento obtido, contudo, tal como referido, o segredo do método de cálculo e as bases de dados utilizadas não são fornecidas. Desconhece-se se alguma equipa de Motorsport nacional contratualize este serviço devido ao seu elevado custo.



f **PORT-PARTS**

ADMINIRACING.COM

4. Caso de Estudo

O presente caso de estudo descreve a gestão e organização da equipa PRMiniracing na temporada 2016 do Campeonato Nacional de Montanha.

4.1. Orçamento

O orçamento rigoroso da época é de capital importância pois permitirá ter uma previsão do valor financeiro que deveremos ter à partida para levar a bom porto e sem percalços os nossos objetivos desportivos.

Poderemos dividir o orçamento em dois grandes grupos - custos de representação e custos de manutenção - dos quais de seguida apresentamos alguns exemplos:

- **Exemplos de custos de representação** – licenças desportivas e seguros anuais, inscrições nas provas, alojamento, combustíveis, refeições, portagens, equipamentos equipa e pilotos, marketing, etc.

- **Exemplos de custos de manutenção** – carretos alternativos de caixa de velocidades, pneus, lubrificantes, gasolinas de competição, reparação de fibras, alternador, motor de arranque, bateria extra de motor, bateria extra caixa velocidades, serviços de torneiro, serviços de pintor, serviços de vinil, jogos de jantes extra, ferramentas oficinais, transmissões de reserva, etc.

No 1º ano de existência da equipa será mais difícil ter uma ideia de custos devido à inexistência de histórico, nomeadamente no que respeita aos custos de manutenção. Os custos de representação serão mais acessíveis de prever. Com o decorrer das épocas, será mais fácil a elaboração dos orçamentos da pré-época, pois a equipa já terá histórico de orçamentos anteriores que permitirá servir de guia e direcionar o novo orçamento para o objetivo desportivo pretendido para a nova época, que poderá passar por uma redução do orçamento, estabilidade ou investimento com objetivos desportivos mais ambiciosos.

O orçamento e os valores financeiros angariados em patrocínios estão intrinsecamente ligados, onde os patrocinadores possuem a decisão final em investirem em publicidade ou não, para tal e uma vez mais, a argumentação de quem apresenta a proposta de publicidade, tem um papel fulcral nessa mesma decisão. Deverá ter boa apresentação, excelente capacidade argumentativa verbal, apresentar um dossier de marketing extremamente bem elaborado e de excelente qualidade e se possível utilizar algum suporte áudio visual para completar a apresentação. Caso estas condições não estejam reunidas, dificilmente terá êxito a angariação de patrocinadores e como tal o orçamento de pré-época será limitado, podendo chegar no limite à inoperância da equipa por falta de meios financeiros.



4. Caso de Estudo

4.2. A seleção do campeonato

Depois de ter identificado os diversos Campeonatos de Velocidade existentes em Portugal e as suas principais diferenças/características, a Equipa – PRMiniracing Serviços de Engenharia selecionou o Campeonato de Portugal de Montanha, no qual participa à 18 anos de forma ininterrupta.

As próximas épocas do Campeonato de Portugal de Montanha adivinham-se bastante competitivas e interessantes dando sequência às temporadas anteriores.

Será de realçar que este campeonato tem como grande vantagem em termos de retorno de imagem ser itinerante, ou seja, vai de encontro ao público e suas cidades, como por exemplo: Guimarães, Braga, Covilhã, Régua, Caramulo, Mondim de Bastos, Murça e Boticas. O acesso gratuito do público às provas e o facto de terem lugar à porta de suas casas permite que em cada prova tenhamos milhares de espectadores a vibrarem com a passagem dos carros a escassos metros de si.

Por último e não menos importante, a cobertura televisiva com a transmissão dos resumos das provas maximiza tudo o que anteriormente foi descrito. A que se junta a imprensa escrita genérica e especializada.

Todos estes factos conjugados, contribuem para facilitar a árdua tarefa de angariação de patrocinadores para os pilotos e ou equipas, sem os quais seria extremamente difícil os pilotos suportarem na totalidade as despesas de participação e aquisição dos seus veículos de competição.

4.3. Calendário

O calendário do Campeonato de Montanha nos últimos anos tem sido constituído por 8 provas, desenrolando-se regra geral entre Abril e Setembro, com as 8 provas espaçadas de uma forma equidistante ao longo destes meses e com um interregno para férias em Agosto.

O intervalo mínimo entre duas provas é de 2 semanas, permitindo assim às equipas procederem aos diversos tipos de manutenção necessárias nos veículos de competição. Em casos limite, este espaçamento mínimo de 2 semanas permite levar a cabo com facilidade manutenções curativas como a recuperação de um motor ou uma caixa de velocidades danificada, permitindo assim manter os custos de manutenção e participação a um nível minimamente acessível.

Destas 8 provas será de destacar a Rampa da Falperra – Braga, que está integrada no Campeonato da Europa da especialidade, contando com mais de 150 pilotos oriundos dos mais diversos países.



4. Caso de Estudo

A Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting (FPAK) no início de cada ano, quando define os calendários das diversas modalidades, tenta desfazer as datas das provas de Montanha (ver Tabela 3) e Circuito, com o intuito de possibilitar aos pilotos interessados e com orçamento para o efeito em participar em simultâneo nos dois campeonatos, contudo e infelizmente, atualmente são muito poucos os que o fazem.

Prova	Local	Data
Rampa da Penha	Guimarães	Abril
Rampa da Falperra	Braga	Maio
Rampa da Serra Estrela	Covilhã	Maio
Rampa da Santa Marta	Penaguião	Junho
Rampa Caramulo	Caramulo	Julho
Rampa Porca Murça	Murça	Julho
Rampa Srª da Graça	Mondim Bastos	Setembro
Rampa de Boticas	Boticas	Setembro

Tabela 3 - Provas do Campeonato Nacional de Montanha

4.4. A organização da equipa

A organização de uma equipa de Motorsport, mesmo que de pequena dimensão inicialmente, amadora e de limitados objetivos desportivos, deverá ser sempre vista como a organização de uma empresa, pois só assim, caso dê os passos corretos, poderá ter uma evolução positiva e ambicionar por maiores objetivos desportivos.

Caso não exista organização, definição de hierarquia, definição de funções e responsabilidades, o insucesso será muito provável. Passarei a apresentar como exemplo a atual organização da minha equipa, que evoluiu obviamente bastante ao longo dos anos, ajustando-se aos orçamentos de cada época, aos seus objetivos desportivos e aos meios técnicos envolvidos.

- **Proprietário da equipa** – pessoa que assumiu a responsabilidade em criar a equipa, procurando e criando os meios para a sua existência e subsistência ao longo dos anos, assegurando o seu presente e planeando o seu futuro.
- **Piloto A** – piloto principal da equipa, que devido à sua maior rapidez, assume o direito de receber os melhores meios técnicos que permitam a si e à equipa que representa, alcançar os melhores resultados possíveis.
- **Piloto B** – piloto secundário da equipa, que utiliza os meios técnicos possíveis, para alcançar resultados que complementem os resultados do piloto principal e que em conjunto, possam contribuir para o maior retorno de imagem da equipa. Como referência, no Campeonato Nacional de



4. Caso de Estudo

Montanha, o Team PRMiniracing é atualmente a única equipa que faz alinhar dois protótipos semelhantes na categoria rainha, duplicando assim, as suas possibilidades de sucesso e de retorno de imagem.

- **Chefe de equipa e responsável pela manutenção dos carros** – pessoa responsável pela definição da estratégia aplicar em cada prova, dialogando em primeira linha com os pilotos e distribuindo as tarefas necessárias para o efeito a cada elemento da equipa. Acumula ainda a responsabilidade proceder a ajustes de afinação dos carros nas provas e de planear as suas respetivas manutenções, identificando e registando os diversos pontos a intervir (durante ou pós prova).
- **Fotógrafo** – embora não seja um elemento fulcral de uma equipa de pequena dimensão, no caso do Team PRMiniracing, desde a sua criação, que possui um fotógrafo interno, que capta imagens nos diferentes contextos da atividade da equipa, possibilitando a criação de material de marketing de valor acrescentado incalculado, permitindo ao proprietário da equipa angariar importantes patrocínios nos contactos e negociações que desenvolve com atuais e futuros patrocinadores.
- **Mecânica** – execução de todo o tipo de tarefa relacionada com a mecânica tradicional de uma viatura automóvel, com especial incidência nos diversos componentes específicos que uma viatura de competição do tipo protótipo implica. Dada a especificidade de alguns componentes (motor, caixa de velocidades, eletrónica, suspensões, etc), sempre que se justifica (exemplo: aquisição de novo protótipo), o elemento em questão desloca-se ao fornecedor para receber formação específica.
- **Eletricidade** – execução de todo o tipo de tarefa relacionada com a eletricidade tradicional de uma viatura automóvel, com especial incidência nos diversos componentes específicos que uma viatura de competição do tipo protótipo implica. Dada a especificidade de alguns componentes (instalação elétrica do motor e caixa de velocidades, centralinas eletrónicas do motor e caixa de velocidades, etc), sempre que se justifica (exemplo: aquisição de novo protótipo), o elemento em questão desloca-se ao fornecedor para receber formação específica.
- **Suspensão** – área sensível de uma viatura de competição do tipo protótipo, uma vez que devido ao seu peso reduzido, a mais pequena alteração pode traduzir-se numa vantagem significativa de performance ou pelo contrário, em dificuldades acrescidas para os pilotos. É uma das áreas em que a nossa equipa aposta bastante em formação dos seus elementos que atuam nesta área, de modo a maximizar as potencialidades dos protótipos que possui.
- **Eletrónica e telemetria** – com a crescente competitividade entre os construtores de protótipos e os preparadores externos das unidades propulsoras a serem levadas a limites nunca antes vistos (motor 2 litros atmosféricos a debitarem mais de 340 cv, ou seja, mais de 170 cv/l)



4. Caso de Estudo

as eletrónicas, geridas por centralinas eletrónicas do motor e caixa de velocidades passaram a ter um papel capital para o desempenho e performance da unidade motriz, por esse motivo, os preparadores dos motores selam exteriormente os motores de modo a protegerem os segredos internos, escudando-se em “garantias”, criando ainda passwords secretas de acesso às centralinas de gestão eletrónica, para que os segredos no seu interior não vá parar às mãos dos seus preparadores concorrentes.

- **Hidráulica** – a existência de alguns componentes hidráulicos de atuação, como é o caso dos “paddleshift” da atuação da caixa de velocidades, que permite ao piloto selecionar a relação de caixa de velocidades pretendida através da atuação de uma de duas patilhas existente no volante do seu protótipo, sugere-se a existência de pelo menos um elemento na equipa com conhecimentos técnicos nestes componentes auxiliares para acudir em tempo oportuno a alguma avaria que suceda.

- **Assistente/motorista** – a logística de deslocação para as provas e o regresso à sede da equipa, com dois protótipos transportados em atrelados específicos para o efeito, exige a existência de motoristas e assistentes com os requisitos necessários, os quais são complementarmente utilizados para a montagem das diversas tendas e meios de receção que a equipa possui para ter condições de trabalho ideais, receber os pilotos com meios de descanso e relaxamento, receber ainda diversos convidados com todas as condições, num determinado fim de semana de competição que pode distar mais de 400 km da sede da equipa.

Na figura 3 mostra-se o organograma da equipa PRMiniracing.

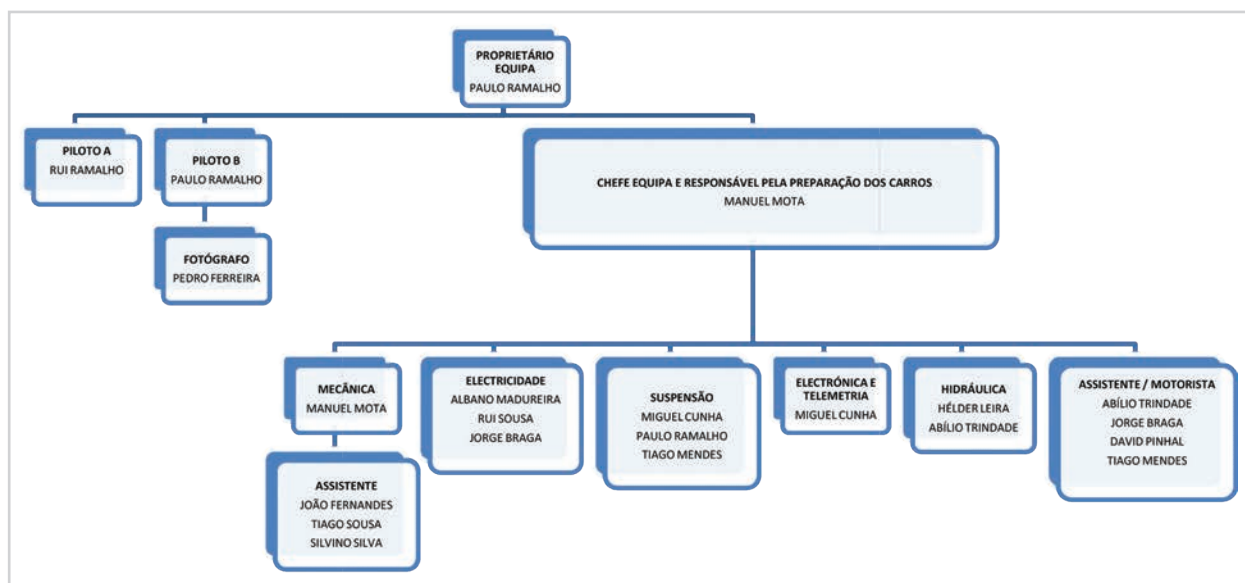


fig. 3 - Organograma Team PRMiniracing



4. Caso de Estudo

4.5. Seleção da Viatura

A equipa PRMiniracing depois de 9 anos a utilizar os chassis Juno de origem Inglesa, decidiu no ano passado iniciar a substituição da unidade Juno SSE pelo 1º protótipo da marca Italiana Osella, modelo PA21S EVO. O incremento de performance sentido por Rui Ramalho foi por demais notório, batendo todos os seus recordes pessoais nos diversos traçados por largos segundos de diferença.

Para 2017, a PRMiniracing substituiu o seu 2º e último chassis Juno CN09 por um novo e 2º protótipo Osella, desta vez modelo PA2000 EVO2 que se rege pelo Regulamento Técnico livre de motores 2 litros e que tem como peso mínimo regulamentar 470 kg, podendo a preparação do motor ficar no limite máximo que o preparador do mesmo consiga alcançar, com uma fiabilidade bastante reduzida, que se reflete nos poucos km de utilização que podem ser realizados entre revisões de manutenção (a cada 750 km). Isto significa portanto uma escalada de custos importante, para a qual o Gestor da Equipa tem de estar preparado.

Com esta opção a PRMiniracing realizou a Época de 2017 com dois recentes e fantásticos Osella, tendo todas as condições técnicas para lutar pelo Título do respetivo Campeonato neste mesmo ano.

Existem outras alternativas de renome de fabricantes deste tipo de Protótipos, nomeadamente de origem Francesa, que são igualmente muito competitivos, refiro-me em concreto à NORMA e à LIGIER. Estes dois fabricantes decidiram à cerca de 3 anos atrás apresentar como novidade o fabrico integral dos seus quadros em mono coque de carbono, o que por um lado reforça a rigidez do chassis e a segurança do piloto, mas que por oposição eleva significativamente o custo de produção, refletindo-se obviamente no preço de venda.

Duas outras desvantagens a ter em consideração neste tipo de quadro, é o facto de em caso de embate violento em que a coque fique ligeiramente danificada, a mesma não terá reparação, em oposição a um chassis tradicional de estrutura em tubo/perfil de aço, significando obrigatoriamente a necessidade de adquirir uma nova coque, caso justifique financeiramente, ou em caso de perda total, um novo protótipo.

A outra desvantagem para as provas de Montanha é que a elevada rigidez de um quadro de carbono regra geral tem dificuldade em “ceder” às irregularidades típicas que se encontram numa Rampa em oposição a um Circuito, sendo portanto, regra geral, difícil encontrar rapidamente um setup de chassis que dê confiança ao Piloto, contrariamente ao que os Pilotos sentem quando utilizam chassis convencionais em estrutura de aço.



4. Caso de Estudo

4.6. Retorno imagem do Campeonato de Montanha

A quantificação do retorno de imagem do Campeonato de Montanha é uma matéria complexa dada a dificuldade em quantificar nos diversos meios de Comunicação Social os tempos televisivos ou espaços escritos da imprensa tradicional em que o Campeonato foi alvo de notícia.

Para o efeito, existem empresas especializadas (ex. Manchete/Netpress) que se dedicam à identificação e quantificação dessas mesmas notícias e que no final de cada época elaboram e publicam um relatório detalhado com a identificação de todas as notícias, spotsTv, etc, atribuindo o respetivo valor financeiro em que somadas todas as parcelas se obtém o valor aproximado do retorno publicitário do respetivo campeonato nesse mesmo ano.

Entre Abril e Novembro de 2014, o Campeonato Nacional de Montanha obteve 404 notícias, atingindo 66 órgãos de comunicação social e dando origem a uma SVE no valor de €2.850.733. O meio com mais notícias foi o jornal "Correio do minho" com 61 notícias publicadas. O mês de Maio destaca-se pelo maior número de notícias (29%) e pelo SVE mais elevado (35%).

COUNT número total de notícias	413
SVE smart value equivalente	€ 2.850.733
MEIOS meios abrangidos	66

Do total de notícias, 49% foram publicadas em **meios de imprensa escrita**, 31% em online e 20% em audiovisuais. Por outro lado, e no que diz respeito à classe, destacam-se os **meios da classe informação geral** com 53% do total de notícias. No que diz respeito ao SVF, os meios da classe desporto foram os que atingiram valores mais significativos (63%), principalmente devido ao peso das **notícias de televisão**.

fig. 4 - Cont, SVE e Meios. Dados Manchete / Netpress. Período em análise: Abril a Novembro 2014

Meio	Notícias	Meio	Notícias	Autor
Correio do Minho	61	Supermotores.net	8	Ricardo Batista
Supermotores.net	45	Correio do Minho	8	Rui Serapicos
A Bola TV	44	Diário do Minho	7	Luís Filipe Silva
Autosport.aeiou.pt	34	Correio do Minho	6	Joana Russo Belo
Diário do Minho	22	Diário do Minho Online	5	Francisco de Assis
Localvisão TV	20	Lusomotores.com	4	Sérgio Mendonça
Auto Sport	19	Autofoco	3	António Catarino
Autofoco	18	Jornal Notícias	3	Delfim Machado
RTP2	12	RTP Online	2	Carlos Barros
Autoportal.pt	9	Auto Sport	2	Filipe Pinto Mesquita
A Voz de Trás-os-Montes	7	Auto Sport	2	Hélio Rodrigues
Correio Manhã	7	Topos & Clássicos	2	Pedro Ferreira
Jornal Notícias	7	Correio do Minho	2	Sílvio Gonçalves
GuimaraesDigital.com	6	A Voz de Trás-os-Montes	1	Almeida Cardoso
Auto Hoje	5	Diário Regional Viseu	1	Adré Filipe Pereira
Diário de Coimbra	5	Público	1	Andrea Cunha Freitas
Diário de Aveiro	5	A Bola	1	António Barroso
Ogaiense.pt	5	Jornal de Tondela	1	Arménio Pereira
A Bola	4	Correio do Minho	1	Carlos Costinha Sousa
Folha de Tondela	4	Jornal Notícias	1	Cristina Marques

fig. 5 - Meio e Notícias. Dados Manchete / Netpress. Período em análise: Abril a Novembro 2014



4. Caso de Estudo

4.7. Fases do campeonato

Pré época

A pré época tem normalmente lugar entre Novembro, imediatamente após o fim do Campeonato e Abril do ano seguinte, em que se iniciará o novo Campeonato. Durante esta fase é realizada a manutenção preventiva profunda dos veículos, seguindo exaustivamente a folha de obra elaborada pelo proprietário da equipa juntamente com o Chefe de Equipa, sendo os diversos trabalhos a realizar distribuídos pelos diferentes intervenientes.

Sempre que existam evoluções técnicas disponíveis e orçamentadas para o efeito são montadas nos protótipos e testadas em pista e/ou rampa. Para além destes trabalhos que decorrem em ambiente oficial, o proprietário da equipa desdobra-se em tarefas de escritório, preparando o balanço desportivo e financeiro da época que terminou para apresentar aos patrocinadores, conseguindo assim uma total clareza para onde foram despendidos os patrocínios angariados no início da época.

Prepara propostas e dossiers de patrocínio para potenciais novos patrocinadores, selecciona fotos para serem editadas como posters para oferta aos atuais patrocinadores como recordação da época terminada, prepara os diversos conteúdos a serem editados e compilados num suporte digital (exemplo PEN) igualmente para oferta aos patrocinadores, prepara e redige o conteúdo das cartas de renovação dos patrocínios atuais, podendo conter ou não propostas de alteração de condições.

Preparação pré prova

Antes de cada prova, normalmente 1 a 3 semanas antes da partida para o local da nova prova, as viaturas de competição são revistas no espaço oficial de acordo com a sua respetiva folha de serviço, que descreve exaustivamente as tarefas a realizar pelos elementos necessários para o efeito.

O proprietário da equipa redige o comunicado em que descreve quais as expectativas e objetivos da sua equipa para a prova que se aproxime, difundindo o mesmo através da imprensa, generalizada ou especializada, redes sociais, etc. Uma vez mais a qualidade de imagem destes comunicados tem importância capital, para potenciar o retorno elevado pretendido.

Preparação pós prova

Na semana seguinte à prova é elaborada uma folha de obra pelo Proprietário da equipa juntamente com o Chefe de Equipa para cada um dos protótipos, descrevendo as tarefas a realizar em termos de manutenções preventivas e curativas, bem como indicação de possíveis alterações de afinações (exemplo: setup de suspensão). O proprietário da equipa uma vez mais redige novo comunicado, em que descreve quais os acontecimentos que tiveram lugar na prova que teve lugar recentemente, difundindo o mesmo



ES
AUTOMÓVEIS

INS
CENTRO

X
RATES
inforlux
513 788

CAR DOCTOR
Mecânica Geral
www.cardoctor.pt
CAR DOCTOR
Mecânica Geral

Ir. Sanbo
253 006 727
www.larciesunitor.pt

maivas

LUMINARCOS
ASSOCIAÇÕES POSITIVAS

te and m
www.teandm.com
Performance Racing Coatings
FUCHS
ATLANTIDA
1951
WWW.METAR.PT
TEGIWA
www.tegiwaimports.com
iep
TURBOLE
PIRELLI RUIPEL

4. Caso de Estudo

através da imprensa, generalizada ou especializada, redes sociais, etc. Uma vez mais a qualidade de imagem destes comunicados tem importância capital, para potenciar o retorno elevado pretendido. Regra geral, são incluídos vídeos da equipa, onboards dos pilotos da equipa a pilotarem, clips de imprensa, clips de reportagens da prova que passaram nos diversos canais TV, etc.

Manutenção curativa

Felizmente, nem sempre existem situações de manutenção curativa, sinal de que os investimentos levados a cabo nas viaturas de competição foram acertados, pois a fiabilidade das mesmas estão a corresponder às expectativas. Contudo, no desporto automóvel como em muitas outras coisas de índole técnica, que é levada ao seu limite, acarreta riscos de falha e respetiva rutura. Para tal a reparação de componentes que cederam de forma inesperada e que obrigam a ações específicas e individualizadas (exemplo: rutura de uma transmissão devido a um pico de rotação numa partida).

4.8. Ações publicitárias

4.9. Imagem dos pilotos, da equipa e dos carros

A imagem dos pilotos através dos fatos e capacetes de competição que utilizam, com a aplicação das publicidades definidas estrategicamente e idealizadas por profissionais da área, os equipamentos dos elementos da equipa com a aplicação dos logos dos patrocinadores principais, a decoração dos carros de competição através da seleção de cores dos principais patrocinadores e o design gráfico desenvolvido igualmente por profissionais da área potenciando a exposição dos logos de todos os patrocinadores, reveste-se no conjunto global de uma importância capital, pois reflete o profissionalismo da equipa no seu todo, potenciando o retorno de imagem elevado pretendido por todas as partes envolvidas.



fig. 6 - Decoração dos suportes de imagem Team PRMiniracing



CA Crédito Agrícola

PR
MINIRACING
SERVIÇOS ENGENHARIA

Instituto Superior de
Engenharia do Porto

FUCHS

CA

Crédito Agrícola



ie pov

FUCHS

www.df-lda.pt

PIRELLI

TEGIU

Crédito Agrícola

CA Crédito Agrícola

isep Instituto Superior de
Engenharia do Porto

FUCHS

CA

Crédito Agrícola

4. Caso de Estudo

4.10. Ações em eventos promocionais

Os eventos promocionais são de extrema relevância, dado que permitem a promoção contínua dos nossos patrocinadores fora do ambiente desportivo, em locais designados por eles para o efeito, no caso concreto da nossa equipa poderemos indicar alguns exemplos levados a cabo com o intuito de promover os nossos patrocinadores e com isso proporcionar-lhes retorno de imagem concreto e específico:

- **Apresentação anual do início da época desportiva** e respectivos carros de competição expostos num evento dedicado para o efeito, onde convidados e imprensa podem usufruir de um momento mais relaxado do que em ambiente desportivo, para apreciarem o trabalho de imagem que foi preparado para a época em questão;



fig. 7 - Convite para Evento Promocional

- **Exposição do Osella PA21S EVO** no Stand Interescape na Motortec #Madrid;
 - **Exposição do Juno SSE CN** no Autoclássico na Exponor #Matosinhos;
 - **Exposição do Juno SSE CN** no Centro Comercial DolceVita #Porto;
- Entre outras acções.



fig. 8 - Osella PA21S em exposição



4. Caso de Estudo

4.11. Imprensa / Pressoffice

Muitos dos Jornais desportivos não têm meios humanos suficientes para estarem presentes pessoalmente em todas as provas, assim, torna-se fundamental auxiliar o trabalho dos mesmos através do envio de regular (pré e pós prova) de Comunicados informativos sobre a presença em provas, assim como dos resultados obtidos.

Estas Comunicações são enviadas directamente para a imprensa especializada, como também podem ser enviadas via e-mail para uma vasta base de dados de contactos, que difundem e uma vez mais contribuem para o retorno da imagem de marca.

No caso do Team PRMiniracing este trabalho de informação e difusão de imagem é realizado sistematicamente antes e depois de cada prova.

Campeonato de Portugal de Montanha 2016

PR MINIRACING
www.prminiracing.com

FUCHS CA ISEP INTERSCAPE TEM TURBOLENAS

Campeonato Nacional de Montanha / Valvoline

A FPAK e o PROMOTOR, tem o prazer de convidar V. Exas para a cerimónia de apresentação do Campeonato Nacional de Montanha / Valvoline 2016, que se realiza Quinta, dia 31 de Março, pelas 18h30 no Auditório do "Instituto Superior de Engenharia do Porto" (ISEP).

Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 431, 4200-072 Porto

(agradecemos confirmação para os telemóveis 919411763 ou 937830898)

Apoios: Foto GT/P. Ferreira RaceSpirit

Patrocínios: Valvoline pdauto

CARTAZ RAMPA DA FEIHA

Juntamos em anexo o Cartaz da Rampa da Feiha da responsabilidade do Clube Organizador - Demo Porto, no qual curiosamente foi utilizada uma fotografia obtida no ano passado de Junho 2015 pilotado por Paulo Ramalho nesta mesma Rampa. Este cartaz é afixado em diversos outdoors na Cidade de Guimarães, para além da afixação de posters no comércio local.

Atenciosamente,
Team PRMiniracing
www.prminiracing.com

fig. 9 - Exemplo de comunicado informativo



interescape

interescape.com

102



SAZKA
RODRICA
MURCA
RIFICADO

PADMINIA RACING

TEGIWA
www.tegiwaimports.com

CA
Crédito Agrícola

FUCHS

ROTH
RACING

OLENIA

4. Caso de Estudo

4.12. Dossier de apresentação

Na angariação de patrocinadores é fundamental apresentar uma imagem de excelência, assim, como resultados anteriores que comprovem o trabalho já efectuado. Normalmente, essa informação está minuciosamente compilada no chamado “Dossier de Apresentação”.

Hoje em dia a agressividade do mercado não se compadece com a apresentação minimalista de uma ou duas fotos do carro em competição em épocas anteriores, é importante integrar nesse dossier quais são as acções e benefícios do investimento, definindo um conceito para acção publicitária, que inclui um Plano de Acção e os seus respectivos objectivos a alcançar.

Um dossier de apresentação bem elaborado deve também conter informação relevante sobre os Pilotos, sobre a forma de um Currículo resumido e seu palmarés. Deve ainda conter de forma clara qual o Campeonato e provas se pretendem participar, bem como os veículos a utilizar. Também é fundamental que neste dossier sejam apresentados exemplos de todo o tipo de possíveis retornos de imagem, como notícias publicadas, sites/web, vídeos/canal Youtube.

O actual Dossier de Apresentação do Team PRMiniracing que se inclui neste trabalho, pode ser consultado em anexo.



5. Conclusões

Um dos principais fatores a ter em conta na gestão de uma equipa de Motorsport é sem dúvida a projeção da sua imagem e a promoção do retorno aos investidores e promotores.

As equipas de Motorsport foram classificadas quanto a sua dimensão, âmbito de atuação e objetivos: pequenas, médias ou grandes; nacionais ou internacionais; oficial ou privadas; amadora, semiprivadas e profissionais. Da revisão da literatura efetuada sobre os processos internos de gestão e organização de equipas de Motorsport pode-se concluir que esta é muito escassa ou mesmo inexistente.

Na ausência de outras condicionantes, o processo de escolha de um campeonato deve ser regido maximizando a relação entre o retorno de imagem aos patrocinados e custo envolvido nessa participação. Provas desportivas onerosas e com pouca adesão do público ou com fraca cobertura mediática são de evitar.

É muito importante a análise cuidadosa dos regulamentos técnicos vigentes e a sua estabilidade temporal para uma categoria ou campeonato, de forma a poder rentabilizar o investimento numa determinada viatura durante pelo menos 3 anos.

Na angariação de patrocínios deve ser dada preferência as empresas com produtos com nomes próprios e que possam ter elevada penetração no mercado.

A forma de abordar os potenciais patrocinadores deverá ser muito bem preparado, com a entrega de um dossier/orçamento completo e com uma imagem extremamente cuidada.

O trabalho de divulgação de resultados e a participação em eventos promocionais com possibilidade de retorno aos patrocinadores não pode ser descurado.

Do que foi descrito anteriormente poderemos concluir que a atividade de Organização e Gestão de Equipas Motorsport é uma atividade que implica uma metodologia organizacional de elevada exigência nos diversos âmbitos da sua atividade, como são exemplos fulcrais a imagem que a Equipa transmite para o exterior, nos orçamentos pré-época apresentados aos patrocinadores para aprovação e seu respetivo acompanhamento ao longo do ano, corrigindo eventuais desvios, planos de manutenção e preparação dos carros de competição bem elaborados, obtenção de resultados desportivos relevantes que satisfaçam os patrocinadores e consequentemente proporcionem retorno de imagem nos diversos meios de comunicação.

Bibliografia e Consulta Web

- [1] - Playing to Win: The Success of UK Motorsport Engineering, Beverly Aston, Mark Williams, 1996, ISBN 1 860 30 031 6, IPPR Institute for Public Policy Research
- [2] - Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues, Brent W. Ritchie, Daryl Adair, 2004, ISBN 1-873150-65-2, Channel View Publications.
- [3] - Racing For Radical Innovation - How motorsport companies harness network diversity, Rick Delbridge, Francesca Mariotti, 2002, ISBN 978-1-906087-18-0, Advanced Institute of Management Research (AIM).
- [4] - Organizational Succession in F1: An Analysis of Bernie Ecclestone's Roles as CEO of Formula One Management, Jennifer L. Cioffi, Stephen Stuart Dr, 2013, International Journal of Motorsport Management: Vol. 2: Iss. 1, Article 1. <http://scholar.wssu.edu/ijmm/vol2/iss1/1>
- [5] - Motorsport Going Global, The Challenges Facing the World's Motorsport Industry, Henry, N., Angus, T., Jenkins, M., Aylett, C., 2007, ISBN 978-0-230-59338-1, Palgrave Macmillan UK.
- [6] - The crucial 'where' of motorsport marketing: is motorsport now "a race out of place"?, Paul J. Tranter, 2009, ISSN: 1464-6668, International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Emerald Group Publishing Limited.
- [7] - Five Ways To... succeed in motorsport marketing. Stephanie Bürgler, Paddock Magazine, December, 2016.
- [8] - www.bolton.ac.uk/
- [9] - www.coventry.ac.uk/
- [10] - www.cranfield.ac.uk/
- [11] - www.kingston.ac.uk/
- [12] - www.uclan.ac.uk/
- [13] - www.perkins.com
- [14] - www.juddpower.com
- [15] - www.oreca.com
- [16] - www.cosworth.com
- Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting – www.fpak.pt
- Federation Internationale de L'Automobile – www.fia.com

Anexos

ANEXO A

Viaturas admitidas no Campeonato Nacional de Montanha

Categoria 1

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)
CN	Viaturas de Sport-Produção com dois lugares, aberta ou fechada com uma cilindrada inferior ou igual a 2000 cm ³	Classe 1 - Até 1300 cm ³ Classe 2 - 1301 até 1500 cm ³ Classe 3 - 1501 até 2000 cm ³ Classe 4 - mais de 2000 cm ³	Art. 259 - Anexo J	Art. 259 - 4.1 Anexo J
E2-SC (Sportscar)	Viaturas de Competição com dois lugares, aberta ou fechada com uma cilindrada inferior ou igual a 2000 cm ³		Art.277 - Anexo J	Art.277 - 3 Anexo J
E2-SH (Silhueta)	Viaturas com a aparência de uma viatura de estrada de grande série com pelo menos 2 lugares e com pára-brisas idêntico ao original. Cilindrada inferior ou igual a 6500 cm ³		Art.277 - Anexo J	Art.277 - 3 Anexo J
C3	Viatura de competição com motor de moto até 1.500 cm ³		Regulamentação própria FPAK	Art.13.1 do Regulamento C3
CM	Viatura de competição com motor de moto até 1.300 cm ³		Regulamentação própria FPAK	Art.4.1 do Regulamento CM

Categoria 2

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)
GT	GT2 (até 2011)	Classe 5 - Única	Art.257 - Anexo J	1200
	GT3 FIA		Art.257A - Anexo J	Ficha de Homologação
	R - GT (FIA)		Art.256 - Anexo J	Passaporte técnico FIA
	GT - Rali		Regulamentação FPAK	Regulamento RGT
	GT4		Reg. GT 4 ADN's	1000
	GT Cup		Regulamentação FPAK	Reg.GT Cup

Categoria 3

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)	
N 1	Gr N (atmosférico) 4 x 2	Classe 6 - de 1301 a 1600 cm ³ Classe 7 - de 1601 a 2500 cm ³ Classe 8 - mais de 2500 cm ³	Art.254 - Anexo J	Segundo FH	
	Gr N (VCHC atmosférico) 4 x 2		Art.260 - Anexo J	980 / 1030	
	R1 (VR1A/VR1B)				
N2	Gr N (4x4) Turbo		Art.254 - Anexo J	Art.260 - Anexo J	Segundo FH
	Gr N (VCHC 4x4) Turbo				
	Gr N (4x2T+2000 cm³ nominal)				
	Gr N (VCHC 4x2T+2000 cm³ nominal)				
	R4				
A 1	Gr A (atmosférico) 4 x 2		Art.255 - Anexo J	Art.255-4.1	
	Gr A (VCHC atmosférico) 4 x 2		255-6 Anexo J	1000	
	S1600 e KitCars (até 1600 cm³)				
	KitCars (2000 cm³)	Art.255A - Anexo J 2013	1200		
	R2 (VR2B/VR2C)	Art.260 - Anexo J	1030 / 1080		
	R3 (VR3C)	Art.260D - Anexo J	1080		
	R3 (VR3T/VR3D)			1080/1150	
A 2	Gr A (4x4) Turbo	Art.255 - Anexo J	Art.255-4.1		
	Gr A (VCHC 4x4) Turbo	Art.254A - Anexo J 2013	1200		
	S2000 (2.0 Atmosférico) Rali	Art.263 - Anexo J 2013	Art.263 - 5		
	S2000 (Circuitos)	Art.255A - Anexo J	1200		
	WRC	Art.261 - Anexo J	1230		

Categoria 4

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)
E 1 - FIA	Viaturas de Produção, de Turismo ou de grande Produção de série que tenham pelo menos 4 lugares (excluindo os 2+2) tal com definidos no Art. 277 do Anexo J, Categoria 1	Classe 9 - de 1301 a 2000 cm ³ Classe 10 - de 2001 a 3500 cm ³ Classe 11 - mais de 3500 cm ³	Art. 277 do Anexo J	Art. 277 - 3
E 1 - B	Grupo VSH (Viaturas com homologação caducada, que nunca tenham tido qualquer homologação ou que embora homologadas estejam alteradas em relação à F.H.)		Regulamentação FPAK	Art. 255 - 4.1

ANEXO A
Viaturas admitidas no
Campeonato Nacional
de Montanha

Categoria 5

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)
TRF	Viaturas provenientes de troféus monomarca até 2016	Classe 12 - de 1301 a 1600 cm ³ Classe 13 - de 1601 a 2000 cm ³ Classe 14 - de 2001 a 3500 cm ³ Classe 15 - mais de 3500 cm ³	De acordo com o regulamento de cada troféu	De acordo com o regulamento técnico de cada troféu

Categoria 6

Grupo	Descritivo	Classes	Regulamento	Peso Min (Kg)
F - H 65	Viaturas de Turismo e Grande Turismo homologadas até 31/12/1965	Classe 16 - de 1301 a 2000 cm ³ Classe 17 - de 2001 a 3500 cm ³ Classe 18 - mais de 3500 cm ³	FH e Anexo J 1965	FH + Peso Arco Segurança *
G - H71	Viaturas de Turismo e Grande Turismo homologadas entre 1/1/1966 até 31/12/1971		FH e Anexo J 1971	FH + Peso Arco Segurança *
H - H75	Viaturas de Turismo e Grande Turismo homologadas entre 1/1/1972 até 31/12/1975		FH e Anexo J 1975	FH + Peso Arco Segurança *
I - H81	Viaturas de Turismo e Grande Turismo homologadas entre 1/1/1976 até 31/12/1981		FH e Anexo J 1981	Conforme grupo Arts. 261 ou 267 do Anexo J
J1 - H85	Viaturas de Turismo de grande produção de Grande Turismo homologadas entre 1/1/1982 e 31/12/1985		FH e Anexo J 1985	Conforme grupo Arts. 255-4 ou 256-4 do Anexo J
J2 - H90	Viaturas de Turismo de grande produção de Grande Turismo homologadas entre 1/1/1986 e 31/12/1990		FH e Anexo J 1990	Conforme grupo Arts. 255-4 ou 256-4 do Anexo J

ANEXO B
Carros de Competição
utilizados pelo Team
PRMiniracing

Marca: *Mini Cooper GP5* (na posse da equipa, adquirido em 1991)
Peso: 500 kg
Transmissão: Caixa *DOG BOX JACK KNIGHT* de 5 velocidades – comando com quick shift
Motor: 1.380cc, 138 cv, preparador *SWIFTUNE* (Inglaterra)
Relação peso-potência: 3,62 kg/cv
Travões: frente - pinças *MINISPARES* de 4 pistões, trás - pinças *KAD* de 2 pistões.
Jantes e pneus: *MB Racing 10"*,
pneus frente - *Dunlop*,
pneus trás - *Dunlop*.
Preço aquisição e preparação: 45.000 Euros
- Duas vezes vencedor da Taça Nacional Clássicos Montanha (B3) (2001 e 2004)

Marca: *ADR Sport II* (vendido, utilizado entre 2005 e 2007)
Peso: 500 kg
Transmissão: caixa original do propulsor de 5 velocidades – comando por alavanca sequencial
Motor: *BMW K1200*, 137 cv
Relação peso-potência: 3,65 kg/cv
Travões: frente - Pinças *ADR* de 4 pistões, trás - Pinças *ADR* de 2 pistões
Jantes e pneus: *ADR 13"*,
pneus frente - *AVON*,
pneus trás - *AVON*.
Preço aquisição e preparação: 35.000 Euros
- 3º lugar na Taça Nacional de Montanha (2006)

Marca: *JUNO SSE CN* (Categoria 1, Grupo CN) (vendido, utilizado entre 2007 e 2015)
Peso: 650 kg
Chassis: Chassis tubular em aço, revestido com painéis rebitados de ninho de alumínio, com carenagens exteriores em material compósito – fibra de vidro com resina poliéster
Transmissão: caixa sequencial de 6 velocidades *HEWLAND* – comando por alavanca sequencial
Motor: *HONDA K20A* com mais de 260 cv, equipado com centralina *EFI EURO 1*.
Relação peso-potência: 2,5 kg/cv
Travões: frente - pinças *BREMBO* de 4 pistões, trás - pinças *BREMBO* de 2 pistões.
Jantes e pneus: *ATS* liga magnésio,
pneus frente - *AVON 190/550-13*,

ANEXO B
Carros de Competição
utilizados pelo Team
PRMiniracing

pneus trás - AVON 250/600-13

Preço aquisição: 55.000 Euros

- Campeão Nacional de Montanha em 2010 e 2011

Marca: JUNO CN09 CN (Categoria 1, grupo CN)
 (vendido, utilizado entre 2010 e 2016)

Peso: 650 kg

Chassis: chassis tubular em aço, revestido com painéis rebitados de ninho de alumínio, com carenagens exteriores em material compósito – fibra de vidro com resina poliéster.

Transmissão: caixa sequencial de 6 velocidades HEWLAND – comando por paddle shift no volante

Motor: HONDA K20A com mais de 260 cv, equipado com centralina PECTEL

Relação peso-potência: 2,5 kg/cv

Travões: frente - pinças PERFORMANCE FRICTION de 4 pistões,
 trás - pinças PERFORMANCE FRICTION de 2 pistões.

Jantes e pneus: SPEEDLINE liga magnésio,
 pneus frente - AVON 190/550-13,
 pneus trás - AVON 250/600-13.

Preço aquisição: 50.000 Euros

- 3º lugar Campeonato Nacional de Montanha em 2012 e 2013

Marca: OSELLA modelo PA2000 EVO 2 (Categoria 1, Grupo E2-SC)
 (Carro actual do Piloto **Rui Ramalho**)

Peso: 512 Kg

Chassis: Chassis tubular em aço, revestido com painéis rebitados de fibra de carbono, com carenagens exteriores em material compósito – fibra de vidro com resina poliéster

Transmissão: Caixa sequencial de 6 velocidades SADEV – comandos no volante tipo “paddle shift” TEKNOGEAR

Motor: HONDA K20A com aprox. 340cv equipado com centralina MAGNETI MARELLI, preparador LRM (Itália)

Relação Peso-Potência: 1,50 kg/cv

Travões: frente - pinças BREMBO de 4 pistões,
 trás - pinças BREMBO de 2 pistões

Jantes e Pneus: OZ RACING liga Magnésio,
 pneus frente - PIRELLI 210/550-13,
 pneus trás - PIRELLI 300/600-13

Preço aquisição: 120.000 Euros

- 1º lugar Campeonato Nacional de Montanha em 2017

Custos de manutenção exemplo:

- Jogo pneus slick - 1.300 Euros +IVA

- Jogo pneus chuva - 1.300 Euros +IVA

ANEXO B
Carros de Competição
utilizados pelo Team
PRMiniracing

- Custo litro gasolina - 7,5 euros +IVA
- Custo par carretos caixa velocidades *SADEV* adicional - 350 euros +IVA
- Jogo 4 amortecedores *OHLLINS* - 15.000 Euros +IVA
- Revisão geral ao motor no final da época - 15.000 Euros +IVA
- Jogo completo pastilhas travão - 500 Euros +IVA
- Custo motor *HONDA K20A* suplente - 40.000 Euros +IVA

Marca: *OSELLA* modelo *PA21 S EVO* (Categoria 1, Grupo CN)
(Carro actual do Piloto **Paulo Ramalho**)

Peso: 535 Kg

Chassis: Chassis tubular em aço, revestido com painéis rebitados de fibra de carbono, com carenagens exteriores em material compósito – fibra de vidro com resina poliéster

Transmissão: Caixa sequencial de 6 velocidades *SADEV* – comandos no volante tipo “padle shift” *TEKNOGEAR*

Motor: *HONDA K20A* com mais de 260 cv equipado com centralina *MECTRONIC*, preparador *LRM* (Itália)

Relação Peso-Potência: 2,06 kg / CV

Travões: frente - pinças *BREMBO* de 4 pistões,
trás - pinças *AP RACING* de 2 pistões

Jantes e Pneus: *OZ RACING* liga Magnésio,
pneus frente - *PIRELLI* 210/550-13,
pneus atrás - *PIRELLI* 300/600-13

Preço aquisição: 65.000 euros

Vice-campeão do Campeonato Nacional de Montanha 2016

Custos de manutenção exemplo:

- Jogo pneus slick - 1.300 Euros +IVA
- Jogo pneus chuva - 1.300 Euros +IVA
- Custo litro gasolina - 5,5 Euros +IVA
- Custo par carretos caixa velocidades *SADEV* adicional - 350 Euros +IVA
- Jogo 4 amortecedores *OHLLINS* - 10.000 Euros +IVA
- Revisão geral ao motor no final da época - 3.000 Euros +IVA
- Jogo completo pastilhas travão - 500 Euros +IVA
- Custo motor *HONDA K20A* suplente - 15.000 Euros +IVA

ANEXO C
Palmarés Pilotos
PRMiniracing

Rui Ramalho

Época 2006

Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2007

Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo – desistência acidente

Época 2008

Circuito do Estoril – Campeonato Sport Protótipos – 2º e 1º lugar – Juno SSE CN
2º Classificado do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2009

Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2010

Campeonato Sport Protótipos - Circuito Braga 1 – Juno SSE CN – avaria
4º Classificado do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2011

Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2012

Rampa da Falperra – Juno SSE – 7º lugar da geral
Rampa da Paços Ferreira – Juno SSE – 5º lugar da geral

Época 2013

Rampa da Falperra – Juno SSE – 4º lugar da geral
Rampa da Paços Ferreira – Juno SSE – 5º lugar da geral

Época 2014

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno CN09

Época 2015

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE

Época 2016

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha – Osella PA21S
EVO

Acerca do Piloto:

Rui Ramalho nasceu a 4 de Dezembro de 1983 no Porto e como irmão mais novo de Paulo Ramalho, desde sempre as 4 rodas fizeram parte da sua vida e provavelmente toda a envolvimento e influência determinaria que um dia também ele seria piloto. A sua paixão automóvel transcende ainda o âmbito desportivo, tendo também contornos técnico profissionais, que cruzam os seus conhecimentos e juntamente se complementam de uma forma global e única. Embora mais jovem e com menos anos de experiência, já possui três vice-campeonatos na Montanha, demonstrando rapidez e capacidade de rápida adaptação aos diferentes carros que a Equipa possui.

ANEXO C
Palmarés Pilotos
PRMiniracing

Paulo Ramalho

Época 2000

4º Lugar Campeonato Nacional Clássicos (B1) - Velocidade
Circuito Estoril – Mini Cooper GP5
Circuito Vila do Conde – Mini Cooper GP5

Época 2001

1º Lugar Troféu Nacional Montanha (B1) – Mini Cooper GP5

Época 2002

2º Taça Nacional Clássicos Montanha – Mini Cooper GP5

Época 2003

3º Taça Nacional Clássicos Montanha – Mini Cooper GP5

Época 2004

1º Taça Nacional Clássicos Montanha (B3) – Mini Cooper GP5
3º Lugar Taça 1300 Circuito Braga III – Austin Mini Cooper 1300
2º Lugar Taça 1300 Circuito Braga IV – Austin Mini Cooper 1300

Época 2005

4º Lugar Campeonato Nacional de Montanha (cat. 4) – ADR Sport II

Época 2006

3º Lugar Taça Nacional de Montanha
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2007

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN
Campeão Nacional Categoria 2 - Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN
Circuito da Boavista – Campeonato Clássicos Velocidade – 4º e 3º (Classe 22) – Mini Cooper
Circuito Vila Real – Corrida “Tributo Manuel Fernandes” – 7º lugar – Mini Cooper GP5

Época 2008

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN
Circuito do Estoril – Campeonato Sport Protótipos – 2º e 1º lugar – Juno SSE CN
2º Classificado do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2009

Vice - Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN
Circuito da Boavista – Campeonato Sport Protótipos – 3º e 2º lugar – Juno SSE CN
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2010

Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN
Campeonato Sport Protótipos - Circuito Braga 1 – Juno SSE CN – avaria
4º Classificado do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

ANEXO C
Palmarés Pilotos
PRMiniracing

Paulo Ramalho (continuação)

Época 2011

Campeão Nacional Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE CN

Vencedor do Troféu Ibérico de Montanha

Circuito da Boavista – Campeonato Clássicos Velocidade - Mini Cooper GP5 - 5º e 4º lugar (GP5)

Vencedor do Troféu de Inverno de Kart – Kartódromo Viana Castelo

Época 2012

3º Lugar Troféu Ibérico de Montanha

3º Classificado Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno CN09

Época 2013

3º Classificado Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno CN09

Época 2014

7º Classificado Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno SSE (não participou na totalidade das provas)

Época 2015

4º Classificado Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno CN09 (3º Classificado Categoria 1)

Época 2016

3º Classificado Absoluto – Campeonato Portugal Montanha - Juno CN09 (3º Classificado Categoria 1)

Acerca do Piloto:

Paulo Ramalho nasceu a 3 de Dezembro de 1973 no Porto e desde criança demonstrou logo uma paixão muito especial por automóveis. Aos 10 anos já guiava os carros da família e os karts que seu Avô lhe construiu para se divertir no terreno de casa. A sua formação em Engenharia Mecânica foi mais uma ferramenta que potenciou o seu sonho de ser Piloto. Paulo Ramalho é actualmente um dos pilotos mais experientes no Campeonato de Montanha, com dois títulos de Campeão e três vice-campeonatos.

ANEXO D
Dossier
PRMiniracing

Contra-capa, capa, pág. 2 e 3



ANEXO D

Dossier

PRMiniracing

pág. 4 a 7

PILOTOS



Paulo Ramalho

nasceu a 3 de Dezembro de 1973 no Porto e desde criança demonstrou logo uma paixão muito especial por automóveis. Aos 10 anos já guiava os carros da família e os karts que seu Avô lhe construiu para se divertir no terreno de casa. A sua formação em Engenharia Mecânica foi mais uma ferramenta que potenciou o seu sonho de ser Piloto. Paulo Ramalho é actualmente um dos pilotos mais experientes no Campeonato de Montanha, com dois títulos de Campeão e três vice-campeonatos.

4



Rui Ramalho

nasceu a 4 de Dezembro de 1983 no Porto e como irmão mais novo de Paulo Ramalho, desde sempre as 4 rodas fizeram parte da sua vida e provavelmente toda a envolvimento e influência determinaria que um dia também ele seria piloto. A sua paixão automóvel transcende ainda o âmbito desportivo, tendo também contornos técnico profissionais, que cruzam os seus conhecimentos e juntamente se complementam de uma forma global e única. Embora mais jovem e com menos anos de experiência, já possui três vice-campeonatos na Montanha, demonstrando rapidez e capacidade de rápida adaptação aos diferentes carros que a Equipa possui.

5

/pilotos

PAULO RAMALHO

EPOCA 2000

4º Lugar Campeonato Nacional Clássicos (B1) - Velocidade
Circuito Estoril - Mini Cooper GPS
Circuito Vila do Conde - Mini Cooper GPS

EPOCA 2001

1º Lugar Troféu Nacional Montanha (B1) - Mini Cooper GPS

EPOCA 2002

2ª Taça Nacional Clássicos Montanha - Mini Cooper GPS

EPOCA 2003

3ª Taça Nacional Clássicos Montanha - Mini Cooper GPS

EPOCA 2004

1ª Taça Nacional Clássicos Montanha (B3) - Mini Cooper GPS
3º Lugar Taça 1300 Circuito Braga III - Austin Mini Cooper 1300
2º Lugar Taça 1300 Circuito Braga IV - Austin Mini Cooper 1300

EPOCA 2005

4º Lugar Campeonato Nacional de Montanha (cat. 4) - ADR Sport II

EPOCA 2006

3º Lugar Taça Nacional de Montanha
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

EPOCA 2007

Vice - Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Campeão Nacional Categoria 2 - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Circuito da Boavista - Campeonato Clássicos Velocidade - 4º e 3º (Classe 22) - Mini Cooper
Circuito Vila Real - Corrida "Tributo Manuel Fernandes" - 7º lugar - Mini Cooper GPS

EPOCA 2008

Vice - Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Circuito do Estoril - Campeonato Sport Protótipos - 2º e 1º lugar - Junho SSE CN
2º Classificado do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

EPOCA 2009

Vice - Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Circuito da Boavista - Campeonato Sport Protótipos -



3º e 2º lugar - Junho SSE CN

Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

EPOCA 2010

Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Campeonato Sport Protótipos - Circuito Braga I - Junho SSE CN - avaria
4º Classificado do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

EPOCA 2011

Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE CN
Vencedor do Troféu Ibérico de Montanha
Circuito da Boavista - Campeonato Clássicos Velocidade - Mini Cooper GPS - 5º e 4º lugar (GPS)
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

EPOCA 2012

3º Lugar Troféu Ibérico de Montanha
3º Classificado Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho CNO9

EPOCA 2013

3º Classificado Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho CNO9

EPOCA 2014

7º Classificado Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE (não participou na totalidade das provas)

EPOCA 2015

4º Classificado Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho CNO9

EPOCA 2016

3º Classificado Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho CNO9

6

7

ANEXO D
Dossier
PRMiniracing

pág. 8 a 11



ÉPOCA 2006
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

ÉPOCA 2007
Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo - desistência acidente

ÉPOCA 2008
Circuito do Estoril - Campeonato Sport Protótipos - 2º e 1º lugar - Junho SSE DN
2º Classificado do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

ÉPOCA 2009
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

ÉPOCA 2010
Campeonato Sport Protótipos - Circuito Braga 1 - Junho SSE CN - avaria
4º Classificado do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

ÉPOCA 2011
Vencedor do Troféu de Inverno de Kart - Kartódromo Viana Castelo

ÉPOCA 2012
Rampa da Falperra - Junho SSE - 7º lugar da geral
Rampa da Paços Ferreira - Junho SSE - 5º lugar da geral

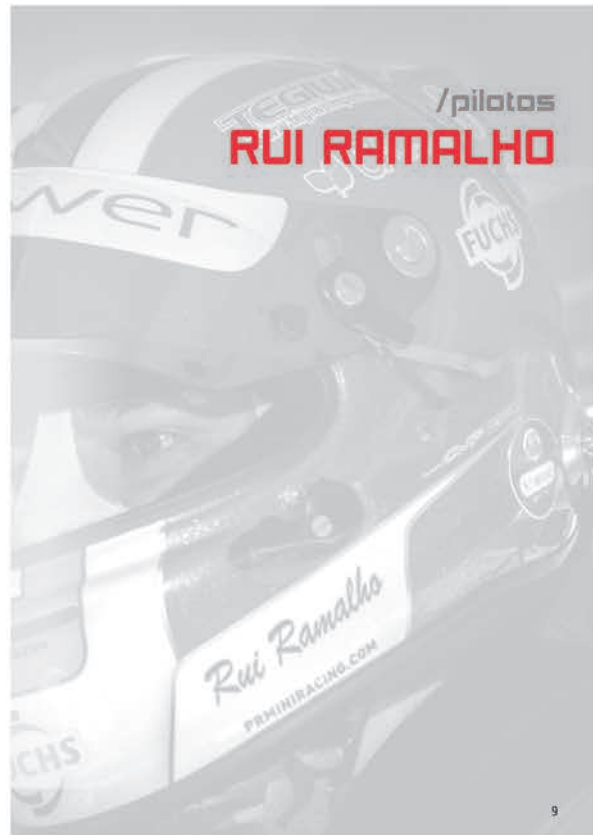
ÉPOCA 2013
Rampa da Falperra - Junho SSE - 4º lugar da geral
Rampa da Paços Ferreira - Junho SSE - 5º lugar da geral

ÉPOCA 2014
Vice - Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho CNO9

ÉPOCA 2015
Vice Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Junho SSE

ÉPOCA 2016
Vice Campeão Nacional Absoluto - Campeonato Portugal Montanha - Osella PA215 EVO

8



/pilotos
RUI RAMALHO

9

CAMPEONATO
DE PORTUGAL
DE MONTANHA



As próximas épocas do Campeonato de Portugal de Montanha adivinham-se bastante competitivas e interessantes dando sequência às temporadas anteriores.

Será de realçar que este Campeonato tem como grande vantagem em termos de retorno de imagem ser itinerante, ou seja, vai de encontro ao público e suas cidades, como por exemplo: Guimarães, Braga, Covilhã, Régua, Caramulo, Mondim de Basto, Murça e Boticas. O acesso gratuito do público às provas e o facto de terem lugar à porta de suas casas permite que em cada prova tenhamos milhares de espectadores a vibrarem com a passagem dos carros a escassos metros de si.

Por último e não menos importante, a cobertura televisiva com a transmissão dos resumos das provas maximiza tudo o que anteriormente foi descrito. A que se junta a imprensa escrita genérica e especializada.

10

/rampas
CALENDRÁRIO

O calendário do Campeonato é constituído por 8 provas, sendo de destacar a Rampa da Falperra - Braga, que está integrada no Campeonato da Europa da especialidade, contando com mais de 150 pilotos oriundos dos mais diversos países.

- 16 a 17 ABRIL RAMPA PENHA / GUIMARÃES
- 7 a 8 MAIO RAMPA FALPERRA / BRAGA
- 28 a 29 MAIO RAMPA SERRA DA ESTRELA / COVILHÃ
- 11 a 12 JUNHO RAMPA SANTA MARTA PENAGUIÃO / REGUA
- 2 a 3 JULHO RAMPA CARAMULO / CARAMULO
- 23 a 24 JULHO RAMPA SENHORA DA GRAÇA / MONDIM DE BASTO
- 10 a 11 SETEMBRO RAMPA PORCA DE MURÇA / MURÇA
- 1 a 2 OUTUBRO RAMPA BOTICAS / BOTICAS



11

ANEXO D

Dossier

PRMiniracing

pág. 12 a 15

/campeonato

RETORNO

Entre Abril e Novembro de 2014, o Campeonato Nacional de Montanha obteve 404 notícias, atingindo 66 órgãos de comunicação social e dando origem a uma SVE no valor de €2.850.733. O meio com mais notícias foi o jornal "Correio do minho" com 61 notícias publicadas. O mês de Maio destaca-se pelo maior número de notícias (29%) e pelo SVE mais elevado (35%).

Do total de notícias, 49% foram publicadas em meios de imprensa escrita, 31% em online e 20% em audiovisuais. Por outro lado, e no que diz respeito à classe, destacam-se os meios da classe Informação geral com 53% do total de notícias. No que diz respeito ao SVE, os meios da classe desporto foram os que atingiram valores mais significativos (63%), principalmente devido ao peso das notícias de televisão.

COUNT número total de notícias	413
SVE smart value equivalente	€ 2.850.733
MEIOS meios abrangidos	66

12

/campeonato

MEDIA REPORT

Meio	Notícias	Meio	Notícias	Autor
Correio do Minho	61	Supermotores.net	8	Ricardo Batista
Supermotores.net	45	Correio do Minho	8	Rui Serapicos
A Bola TV	44	Diário do Minho	7	Luís Filipe Silva
Autosport.aoeu.pt	34	Correio do Minho	6	Joana Russo Belo
Diário do Minho	22	Diário do Minho Online	5	Francisco de Assis
Localvisão TV	20	Lusomotores.com	4	Sérgio Mendonça
Auto Sport	19	Autofoco	3	António Catalão
Autofoco	18	Jornal Notícias	3	Dieffim Maciádo
RTP2	12	RTP Online	2	Carlos Barros
Autoportal.pt	9	Auto Sport	2	Filipe Pinto Mesquita
A Voz de Trás-os-Montes	7	Hélio Rodrigues	2	Hélio Rodrigues
Correio Manhã	7	Topos 6 Clássicos	2	Pedro Ferreira
Jornal Notícias	7	Correio do Minho	2	Silvio Gonçalves
GuimaraesDigital.com	6	A Voz de Trás-os-Montes	1	Almeida Cardoso
Auto Hoje	5	Diário Regional Viseu	1	Adre Filipe Pereira
Diário de Coimbra	5	Publico	1	Andrea Cunha Freitas
Diário de Aveiro	5	A Bola	1	António Barros
Ogaense.pt	5	Jornal de Tondela	1	Arménio Pereira
A Bola	4	Correio do Minho	1	Carlos Costinha Sousa
Folha de Tondela	4	Jornal Notícias	1	Erstina Marques

Dados: Macthite / Netpress
Período em análise: Abril a Novembro 2014

13

/época 2017

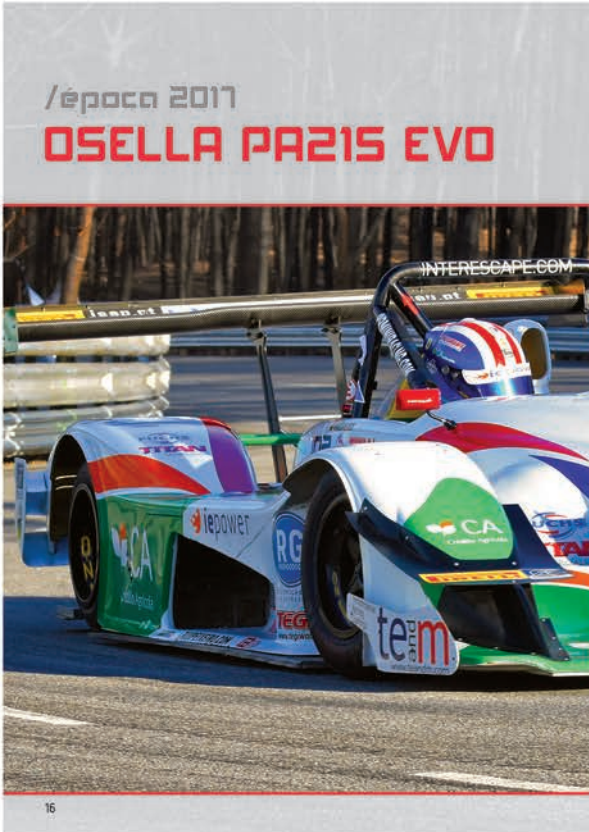
JUNO CN 09



14

PAULO RAMALHO

ANEXO D
Dossier
PRMiniracing pág. 16 a 19



PILOTO - PAULO RAMALHO
MARCA - JUNO
MODELO - T1009
CHASSIS - CHASSIS AÇO TUBULAR COM CARENAGENS EM FIBRA
TRANSMISSÃO - CAIXA SEQUENCIAL DE 6 VELOCIDADES HEWLAND
- COMANDOS NO VOLANTE
MOTOR - HONDA K20A COM MAIS DE 260 CV
TRAVÕES - PERFORMANCE FRICTION

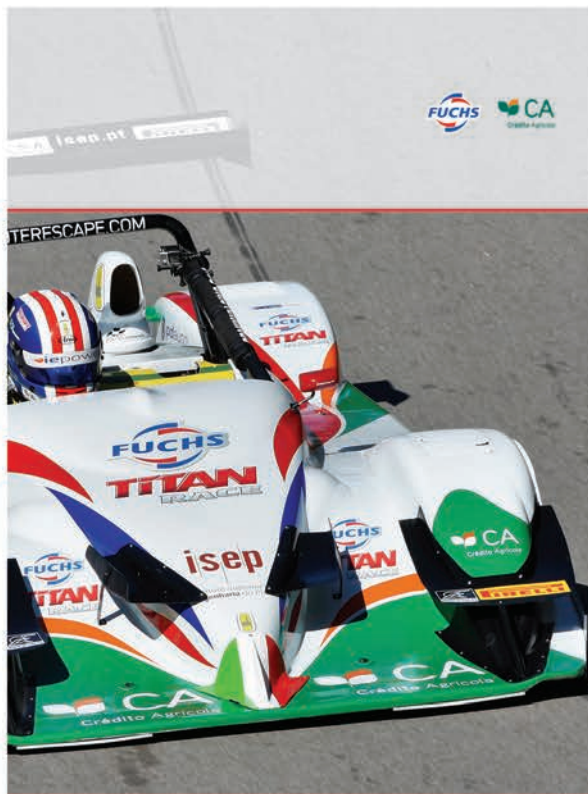


ANEXO D
 Dossier
 PRMiniracing

pág. 20 a 23

/2017.2018 - CARROS
RUI RAMALHO

PILOTO - RUI RAMALHO
 MARCA - OSELLA
 MODELO - PAZI S EVO
 CHASSIS - CHASSIS AÇO TUBULAR COM CARENAGENS EM FIBRA
 TRANSMISSÃO - CAIXA SEQUENCIAL DE 6 VELOCIDADES SADEV
 COMANDOS NO VOLANTE
 MOTOR - HONDA K20A, COM MAIS DE 260 CV
 TRAVÕES - BREMBO



/2017.2018 - EQUIPAMENTO
FATOS e CAPACETES



EQUIPAMENTO



ANEXO D
Dossier
PRMiniracing pág. 24 a 27

/2017.2018 GUIA ESTRATÉGICO

AÇÃO

- IMAGEM DOS PILOTOS, DA EQUIPA E DOS CARROS
- ACÇÕES EM EVENTOS PROMOCIONAIS
- IMPRENSA/PRESS OFFICE
- RELAÇÕES PÚBLICAS
- PILOTOS/CARROS – IMAGEM & CONTACTO
- CORPORATE E ENTERTAINMENT
- BUSINESS TO BUSINESS
- MARKETING

CONCEITO

- CRIAR UMA IMAGEM NA MENTE DO PÚBLICO
- CONQUISTAR UM PÚBLICO LEAL
- AMPLIFICAR A MENSAGEM A PASSAR AOS MEDIA
- AUMENTO DA EXPOSIÇÃO DURANTE AS DIVERSAS ACÇÕES COORDENADAS
- AUMENTO DO CONTACTO PESSOAL ENTRE OS PILOTOS E O PÚBLICO
- CONVITE DE CLIENTES & CONVIDADOS PARA VIVER A "EMOÇÃO POR DENTRO"
- REFORÇAR AS RELAÇÕES COM PARCEIROS COMERCIAIS E INSTITUCIONAIS, BEM COMO COM INVESTIDORES

24

ACTION PLAN

OBJECTIVO

- ALTA VISIBILIDADE – REFORÇO DA IMAGEM DE MARCA – LEALDADE DO PÚBLICO ALVO
- EXCELENTE PLATAFORMA DE PROMOÇÃO PARA O GRANDE PÚBLICO
- PASSAR A MENSAGEM PARA O PÚBLICO ALVO
- AUMENTO DE VISIBILIDADE
- TRANSMISSÃO DE MENSAGEM PELOS DIVERSOS "MEDIA"
- FAZER COM QUE A MENSAGEM NÃO SEJA ESQUECIDA
- LIGAR O CONTEÚDO DA MENSAGEM AO PÚBLICO ALVO
- PERSONIFICAÇÃO DA MENSAGEM, TRANSMITIDA NA 1ª PESSOA
- OS PILOTOS COMO EMBAXADORES
- DESENVOLVIMENTO E CRIAÇÃO DE LAÇOS PROFISSIONAIS/PESSOAIS
- CONVIDADO SENTIR-SE PARTE DO TEAM, PARTILHA DO ESPÍRITO DO PROJECTO
- MELHORAR OS RESULTADOS DE MARKETING
- REFORÇAR A LIGAÇÃO ENTRE AS ACÇÕES DE MARKETING EM RAMPA E AS ACTIVIDADES COMERCIAIS
- REFORÇAR A EMPATIA E AS RELAÇÕES PESSOAIS COM CLIENTES

FUCHS CA
Castrol Agip

25

/épocas passadas CLIPPING

A HORA DE RUI RAMALHO

CNVI

RUI RAMALHO VENCE E LIDERA CAMPEONATO

R

26

NASCIDO PARA A MONTANHA S FUCHS CA Castrol Agip 27

ANEXO D
 Dossier
 PRMiniracing pág. 28 a 31

