



## HEINEKEN: PATROCINADORA E FOMENTADORA DO TURISMO DE EVENTOS DE ESPORTES

*HEINEKEN: SPONSOR AND PROMOTER OF SPORTS EVENT TOURISM*

*HEINEKEN: PATROCINADOR Y PROMOTOR DEL TURISMO DE EVENTOS DEPORTIVOS*

**Carlos Augusto Barbosa da Silva<sup>1</sup>, Julia Pereira Gonçalves<sup>2</sup>, Kauã Dias Ferreira Campos<sup>3\*</sup>, & Rodrigo Ribeiro de Oliveira<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão.

<sup>2 3 4</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus São Paulo.

<sup>1</sup> [carlos.augusto@ifma.edu.br](mailto:carlos.augusto@ifma.edu.br) <sup>2</sup> [gongalves.julia@aluno.ifsp.edu.br](mailto:gongalves.julia@aluno.ifsp.edu.br) <sup>3</sup> [kaua.dias@aluno.ifsp.edu.br](mailto:kaua.dias@aluno.ifsp.edu.br)

<sup>4</sup> [rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br](mailto:rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br)

### RESUMO INFO.

Recebido: 18.08.2022

Aprovado: 22.08.2022

Disponibilizado: 22.08.2022

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo; Esportes; Eventos; Patrocínio; Heineken.

**KEYWORDS:** Tourism; Sports; Events; Sponsorship; Heineken.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo; Deportes; Eventos; Patrocinio; Heineken.

**\*Autor Correspondente: Campos, K. D. F.**

### RESUMO

O patrocínio de eventos esportivos consiste em um auxílio ou amparo, de modo que ocorra uma contribuição, seja em dinheiro ou serviço, com ou sem contrapartidas publicitárias. Nos eventos esportivos, eles podem ser feitos por meio dos próprios atletas ou nos eventos, proporciona um valor financeiro que será trocado pela representação da marca do patrocinador, e tendo como objetivo alcançar determinado público. Neste contexto, o objetivo central deste trabalho é analisar a contribuição do patrocínio esportivo da Heineken para o turismo de eventos de esportes. Os resultados referentes aos eventos patrocinados pela Heineken indicaram que a marca é patrocinadora de quatro eventos esportivos: UEFA Champions League, Formula 1 e Fórmula E, além de ser patrocinadora central na Liga dos Campeões de Rugby. Os resultados relativos aos impactos dos eventos esportivos para o turismo demonstraram que esses eventos estimulam a economia e o turismo nos locais nos quais ocorrem, atraindo turistas e fomentando o turismo a partir de voos, hospedagens, alimentação e lazer. O trabalho propõe uma análise dos impactos do patrocínio da Heineken e sua posição como fomentadora do turismo de eventos de esporte.

### ABSTRACT

*Sponsorship of sporting events consists of an aid or support, so that a contribution is made, whether in money or service, with or without advertising compensation. In sporting events, they can be done through the athletes themselves or in the events, it provides a financial value that will be exchanged for the representation of the sponsor's brand, and*

*aiming to reach a certain audience. In this context, the main objective of this work is to analyze the contribution of Heineken's sports sponsorship to the tourism of sports events. The results for the events sponsored by Heineken indicated that the brand is a sponsor of four sporting events: UEFA Champions League, Formula 1 and Formula E, in addition to being a central sponsor of the Rugby Champions League. The results related to the impacts of sporting events on tourism showed that these events stimulate the economy and tourism in the places where they occur, attracting tourists and promoting tourism through flights, accommodation, food and leisure. The work proposes an analysis of the impacts of Heineken's sponsorship and its position as a promoter of sport events tourism.*

### RESUMEN

*El patrocinio de eventos deportivos consiste en una ayuda o apoyo, de forma que se realiza una aportación, ya sea en dinero o en servicios, con o sin compensación publicitaria. En los eventos deportivos, se pueden realizar a través de los propios atletas o en los eventos, aporta un valor económico que se canjeará por la representación de la marca del patrocinador, y con el objetivo de llegar a un determinado público. En este contexto, el objetivo principal de este trabajo es analizar la contribución del patrocinio deportivo de Heineken al turismo de eventos deportivos. Los resultados de los eventos patrocinados por Heineken indicaron que la marca es patrocinadora de cuatro eventos deportivos: UEFA Champions League, Fórmula 1 y Fórmula E, además de ser patrocinador central de la Rugby Champions League. Los resultados relacionados con los impactos de los eventos deportivos en el turismo mostraron que estos eventos dinamizan la economía y el turismo en los lugares donde ocurren, atrayendo turistas y promoviendo el turismo a través de vuelos, alojamiento, comida y ocio. El trabajo propone un análisis de los impactos del patrocinio de Heineken y su posicionamiento como promotor del turismo de eventos deportivos.*



## INTRODUÇÃO

A Heineken surgiu da compra da cervejaria 'De Hooiberg' (O Palheiro), no ano de 1864, por Gerard Adriaan Heineken. No ano de 1873, Gerard Heineken abriu uma pequena cervejaria familiar no centro de Amsterdã, onde a nomeou como Heineken (Heineken, 2022).

A pesquisa Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (Merco), realizada em 2020 no Brasil, apresentou que a reputação da Heineken teve uma queda no ranking de empresas com melhor reputação no país, onde em 2019 a empresa estava na posição 37ª e em 2020 caiu para 49ª (Filippe, 2021). No ano de 2021, a Heineken obteve um lucro líquido de 3,32 bilhões de euros, recuperando o prejuízo de 204 milhões de euros durante o ano de 2020 (Marinho, 2022).

A Heineken se faz presente em eventos de esporte através de seus patrocínios e eventos, indo desde o patrocínio da Fórmula 1, Fórmula E, e a UEFA *Champions League*, até o evento Heineken *Champions Cup*, dedicado a Liga dos Campeões de Rugby (Heineken, 2022).

A UEFA *Champions League* consiste no campeonato de futebol mais importante da Europa, sendo equivalente a CONMEBOL Libertadores da América, dando ao time campeão o acesso para disputar o campeonato mundial de clubes da FIFA (Netshoes, 2019). A *TransferMarkt*, instituição alemã dedicada ao futebol e a avaliação de valores de mercado dos jogadores, apresenta que o *Stade de France*, estádio usado durante a final da UEFA de 2022, cuja capacidade é de 81.338, teve uma ocupação de 92,2% com uma média de 75.000 espectadores (*Transfermarkt*, 2022).

A *Champions* gera um impacto turístico de € 237 milhões, injetando na economia da cidade que recebe a final cerca de € 50 milhões de euros. Ao todo, os impactos econômicos totais da *Champions* chegam a superar os €3,6 bilhões, tendo um faturamento de € 2,1 bilhões por ano em direitos de TV e patrocínios (Sports Value, 2018).

## OBJETIVOS

O presente trabalho visa responder a seguinte pergunta: “Qual a contribuição do patrocínio esportivo da Heineken para o turismo de eventos de esportes?”. Com base nessa questão foi elaborado o objetivo geral de “identificar os impactos do patrocínio da Heineken para os eventos esportivos”, e com base nele os objetivos específicos de: pesquisar os principais patrocínios da Heineken em eventos de esportes; identificar os impactos que esse patrocínio pode ter no turismo; e identificar como ocorre esse patrocínio.

## METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos neste estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, de natureza qualitativa, com método do tipo exploratório descritivo (Lakatos & Marconi, 2009). A fonte dos dados é oriunda das instituições Heineken, da UEFA *Champions League*, Exame, Folha de São Paulo, entre outras – por meio de pesquisas online nos sites oficiais.



## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este trabalho consiste em analisar “qual a contribuição do patrocínio esportivo da Heineken para o turismo de eventos de esportes”, além de identificar os impactos que o patrocínio desta empresa tem no turismo.

Ao final da temporada de 2020 e 2021, a *Champions Leagues* gerou cerca de US\$ 14,7 bi em valor de mídia para os patrocinadores, sendo esse valor baseado na análise dos ativos de patrocínio em 1.624 exposições durante a cobertura britânica da BT Sports e da norte-americana CBS (Matos, 2022). Em 2018 e 2019, a *Champions League* teve a venda de 34 mil ingressos para a partida, e contribuiu na movimentação de 100 mil britânicos para a capital espanhola. A Confederação Empresarial de Matri e a União Empresarial Turística estimaram que a cidade teria uma retenção de receita no valor de 62,5 e 66 milhões de euros. A Associação Empresarial Hoteleira de Madri afirmou que durante o período do jogo a cidade teve uma ocupação de 95% das instalações disponíveis e com a captação de 18 milhões de euros no setor hoteleiro. O período de jogos gerou empregos, no qual a UEFA realizou a contratação de 400 pessoas para serviços dentro e fora do Estádio (Almeida, 2019).

A Fórmula 1 é um evento automobilístico de categoria mundial, de categoria mais avançada e sendo regulamentada pela Federação Internacional de Automobilismo (FIA). Os patrocínios do evento ocorrem por meio de parcerias globais, parcerias oficiais, parcerias regionais e provedores oficiais. Em 2019, durante o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1, o turismo teve uma receita de 361 milhões de reais, sendo esse um crescimento de 8% em comparação a 2018, no qual o impacto no segmento foi de 334 milhões. O evento teve duração de três dias e contou com 158 mil telespectadores (Brasil, 2019). No ano de 2021, o governo estadual de São Paulo realizou uma pesquisa no qual demonstrou que a Fórmula 1 arrecadou cerca de 550 milhões de reais para empresas do segmento de viagens, o público no período do evento impactou diretamente o turismo com seus gastos no qual R\$157 milhões foram em lazer e cultura, R\$79 milhões em hospedagem, R\$ 146 milhões em restaurantes, R\$ 54 milhões em aéreas, R\$ 68 milhões em transporte local e R\$ 45 milhões em compras. Também foi constatado que o número total de residentes do interior do Estado de São Paulo, outros Estados e do Exterior, totalizando 57,7%, sendo superior ao de moradores da capital e Grande SP, de 42,3%, gerando um crescimento no gasto médio dos turistas na cidade para R\$ 4.545,57 (Calixto, 2021).

Os investimentos permitem ganhos além dos econômicos, permitindo também a promoção da socialização, criação de laços e vínculos entre os torcedores, além de promover a rede de infraestrutura da cidade sede, aproveitada tanto por locais como turistas, e podendo também, em eventos internacionais, promover a troca cultural e a inspiração para a prática de esportes (Ápice, 2020).

Para que esses eventos ocorram é necessário o patrocínio de empresas que acreditem neles e em seus potenciais, de modo a tornar o patrocínio da Heineken, e demais patrocinadores, fundamental para a realização desses eventos de esportes.



## CONCLUSÃO

O trabalho abordou a cervejaria Heineken como fomentadora do turismo de eventos de esportes através do seu patrocínio a esses eventos, demonstrando que esse patrocínio é uma peça-chave para que esses eventos ocorram. Este trabalho foi importante para o aprofundamento da temática patrocínio de eventos esportivos, visto que permitiu um melhor entendimento da atual relevância, para com o turismo, dos patrocínios esportivos feitos pela Heineken.

Ao realizar a pesquisa, verificaram-se dados acerca dos impactos econômicos e turísticos dos eventos da Fórmula 1 e da UEFA *Champions League*, demonstrando o potencial turístico na realização desses eventos. Como visto nos dados apresentados, os eventos sob o patrocínio da Heineken são estimuladores da economia e do turismo nos locais em que ocorrem. A ocorrência desses eventos atrai turistas dentro ou de fora do local/país de ocorrência do evento, de modo a fomentar o turismo através dos voos, hospedagens, alimentação e serviços de lazer que são utilizados por esses turistas.

O patrocínio desses eventos trás visibilidade e ganhos econômicos para a marca promotora, possibilitando também a promoção da socialização entre os torcedores, promovendo também a infraestrutura das cidades sede. Outra vantagem do patrocínio é o estímulo à prática de esportes junto ao público que o assiste.

Outro ponto a ser levado em consideração é o impacto do retorno dos investimentos para a própria marca, pois através deles a marca obtém reconhecimento, relacionamento, geração de Leads e fechamento de vendas com o público.

Dada a importância do assunto, torna-se necessário o desenvolvimento de um trabalho voltado à análise dos impactos turísticos dos eventos de esportes, de modo a facilitar a identificação dos aspectos positivos e negativos desses eventos e de que modo melhorá-los. Neste sentido, este trabalho contribui para a identificação dos impactos econômicos no segmento do turismo, nos eventos patrocinados pela Heineken e a criação de percepções objetivas sobre os resultados positivos para a hotelaria, restaurantes, aéreo, entretenimento entre outros. Ademais, este trabalho permite observar a importância desses patrocínios para que a marca Heineken permaneça tendo alto valor para o público do segmento.

## REFERÊNCIAS

Almeida, N. (2021). *Turismo, arrecadação e pessoas: Madri e a final da Champions League* em números. 90MIN. Recuperado em <https://www.90min.com/pt-BR/posts/6380281-turismo-arrecadacao-e-pessoas-madri-e-a-final-da-champions-league-em-numeros>

*Associação Brasileira de Normas Técnicas*. (2014). ABNT NBR ISO 21101:2014: Turismo de aventura - Sistemas de gestão da segurança - Requisitos. Brasil.

Brasil. Secretaria Especial de Comunicação. (2021). Fórmula 1 movimentou R\$ 361 milhões com turismo na cidade de São Paulo. *Cidade de São Paulo*. Recuperado de <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/formula-1-movimentou-r-361-milhoes-com-turismo-na-cidade-de-sao-paulo>

Calixto, F. (2021). F1 em São Paulo rende quase R\$ 550 milhões ao Turismo. *PANROTAS*. Recuperado de [https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2021/11/f1-em-sao-paulo-rende-quase-r-550-milhoes-ao-turismo\\_185677.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2021/11/f1-em-sao-paulo-rende-quase-r-550-milhoes-ao-turismo_185677.html)



**Citação (APA):** Silva, C. A. B., da., Gonçalves, J. P., Campos, K. D. F., & Oliveira, R. R., de. (2022). Heineken: patrocinadora e fomentadora do turismo de eventos de esportes. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(5), Edição Especial "Turismo para além de viagens, 13-17.

---

Filippe, M. (2021). *As 100 empresas com melhor reputação no país*. EXAME. Texto recuperado FDS <https://exame.com/marketing/as-100-empresas-com-melhor-reputacao-no-pais/>

Heineken. (2022). *Conheça a história da Heineken*. Recuperado de <https://www.heineken.com/br/pt/history>

Heineken. (2022). *Patrocínios e eventos da Heineken*. Recuperado de <https://www.heineken.com/br/pt/patrocínios>

Lakatos, E. M. & Marconi, M. D. A. (2009). *Fundamentos de metodologia científica* (6th ed.). Atlas.

Marinho, A. (2022). *Heineken reverte prejuízo e apura lucro de 3,32 bilhões de euros em 2021*. CNN BRASIL. Recuperado de <https://www.cnnbrasil.com.br/business/heineken-reverte-prejuizo-e-apura-lucro-de-332-bilhoes-de-euros-em-2021/>

Matos, L. (2022, 28 de maio). *Champions League: Conheça patrocinadores e valores envolvidos e saiba onde acompanhar a final*. MoneyTimes. Recuperado de [moneytimes.com.br/champions-league-conheca-patrocínadores-e-valores-envolvidos-e-saiba-onde-acompanhar-a-final/](https://moneytimes.com.br/champions-league-conheca-patrocínadores-e-valores-envolvidos-e-saiba-onde-acompanhar-a-final/)

Ápice Brasil. (2020). *Muito além do entretenimento: descubra como os eventos esportivos movem diversos setores da economia*. Recuperado de <https://www.apicebrasil.org.br/muito-alem-do-entretenimento-descubra-como-os-eventos-esportivos-movem-diversos-setores-da-economia>

Sports Value. (2018). *Impacto econômico da Champions League*. Recuperado de <https://www.sportsvalue.com.br/estudos/impacto-economico-da-champions-league>

TransferMarkt. (2022). *UEFA Champions League - Número de Espectadores*. Recuperado de [https://www.transfermarkt.pt/uefa-champions-league/besucherzahlen/pokalwettbewerb/CL/saison\\_id/2021/plus/1](https://www.transfermarkt.pt/uefa-champions-league/besucherzahlen/pokalwettbewerb/CL/saison_id/2021/plus/1)

*Você Sabe O Que É A UEFA Champions League?* (2019). Netshoes. Recuperado de <https://www.netshoes.com.br/blog/esportes/post/voce-sabe-o-que-ea-uefa-champions-league>

---

