

Relatório do mercado
de eventos no Brasil:

TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES PARA 2025

zig The global
funtech

O mercado de eventos está em constante evolução, impulsionado por tecnologia e mudanças no comportamento do público.

A Zig, além de facilitar operações em eventos, gera inteligência de mercado por meio da análise de dados proprietários.

Este relatório oferece um panorama detalhado do setor, trazendo insights estratégicos para apoiar a tomada de decisão, impulsionar a inovação e contribuir para a profissionalização do segmento.



OS MAIORES EVENTOS CONFIAM NA ZIG!

Da inteligência de dados à operação, conectamos milhões de pessoas a experiências incríveis.



MERCADO DE
EVENTOS NO BRASIL

COMPARAÇÃO ENTRE 2023 E 2024



Panorama do mercado de eventos



Estrutura dos eventos



Perfil do público



Destaque de bebidas



Formas de pagamento

PANORAMA DO MERCADO DE EVENTOS

PANORAMA DO MERCADO DE EVENTOS

CONCENTRAÇÃO TOTAL DE EVENTOS POR REGIÃO

TENDÊNCIA

A expansão do mercado para o **Nordeste** e **Centro-Oeste** indica uma descentralização dos eventos, criando oportunidades para novas ativações e investimentos nessas regiões.





ESTRUTURA DOS EVENTOS

A NOVA CARA DOS EVENTOS:

MENORES, MAIS DIVERSOS, MAIS ESTRATÉGICOS

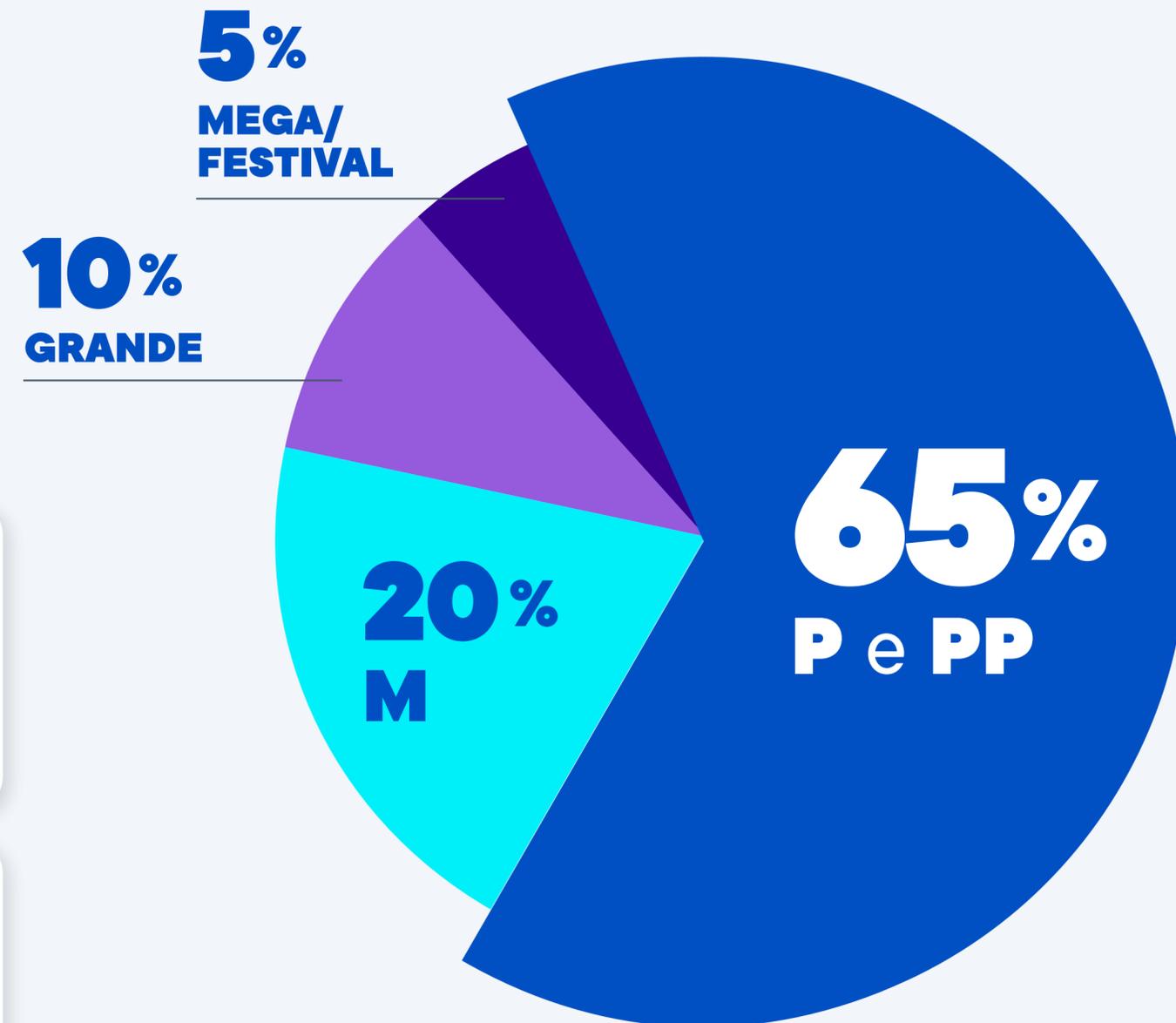
Distribuição de eventos por porte:

O setor está ativo e descentralizado, com **crescimento de eventos menores**, como turnês solos, e mais diversos, como corridas e experiências que misturam esporte, lazer e diversão.

Os consumidores não deixaram de sair, beber ou se divertir, mas estão **distribuindo suas experiências em mais eventos**.

Artistas internacionais agora conseguem fazer **grandes turnês solo**, o que antes era exclusivo de grandes eventos e festivais.

Eventos diurnos, em formatos híbridos e com foco em bem-estar, estão surgindo como tendências globais e locais.



EVENTOS MENORES TÊM SE DESTACADO POR UM TICKET MÉDIO MAIOR

Eventos grandes: o público tende a frequentar pelo artista, havendo menos consumo de A&B.

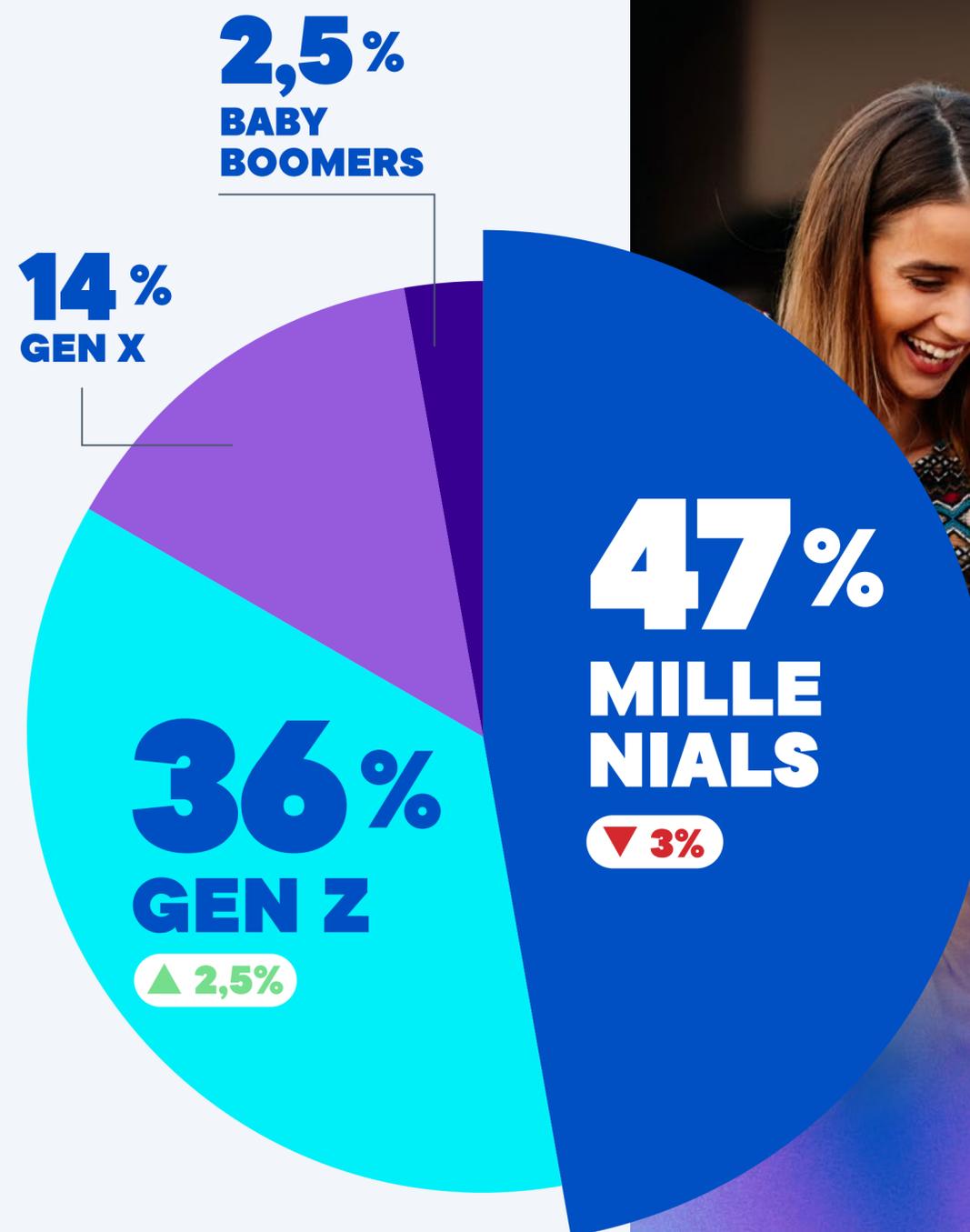
Eventos menores: o foco está na experiência e no consumo.



PERFIL DO PÚBLICO

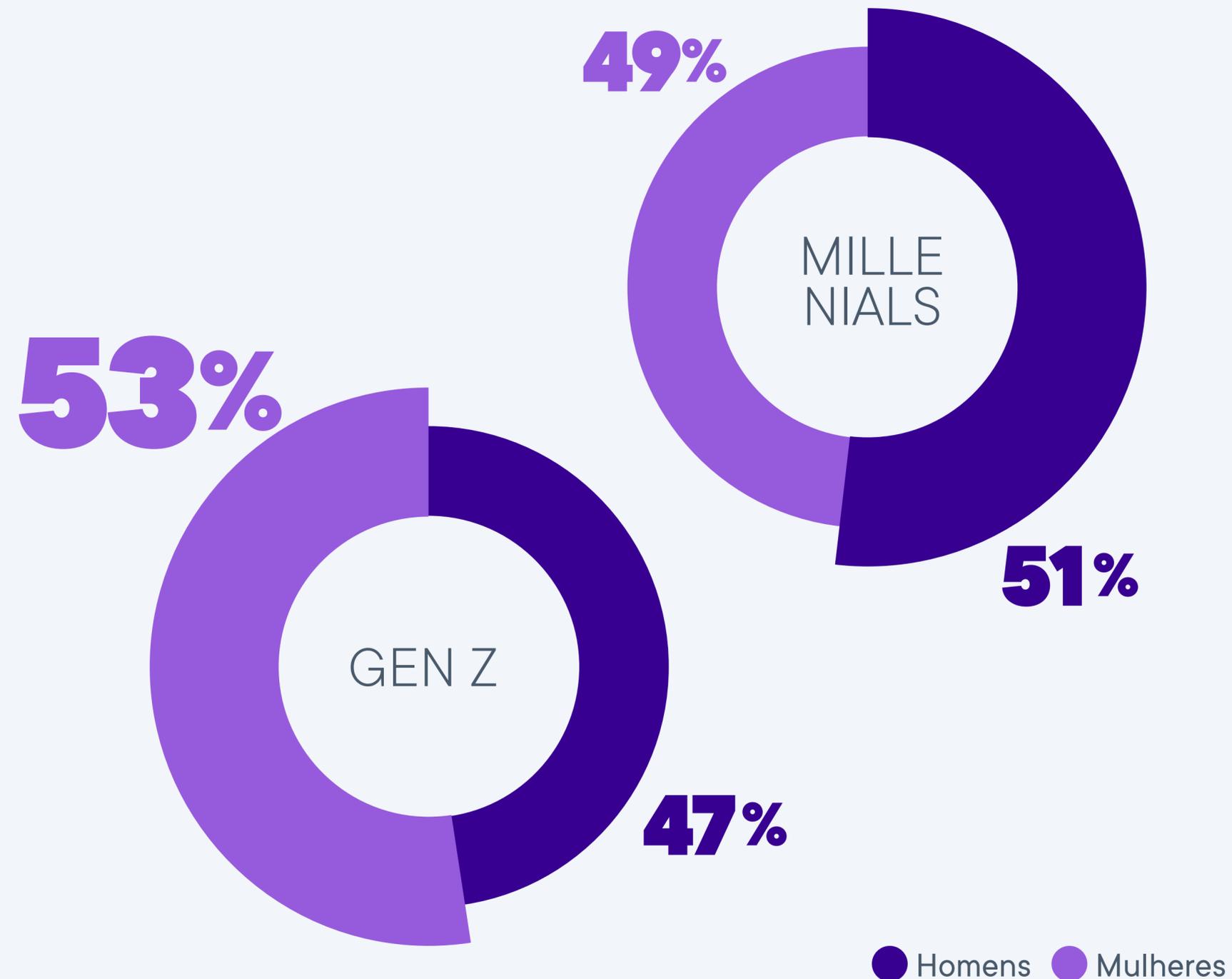
DISTRIBUIÇÃO POR GERAÇÃO

O crescimento da **Geração Z** está influenciando novas tendências de consumo, especialmente no segmento de bebidas.



DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO

A leve predominância do público feminino na **Geração Z** pode impactar a forma como marcas e patrocinadores estruturam suas campanhas.



DESTAQUES DE BEBIDAS

ALCOÓLICOS X NÃO ALCOÓLICOS

A proporção entre bebidas alcoólicas e não alcoólicas permaneceu estável em 2024, com **65% de bebidas alcoólicas** e **35% de não alcoólicas**, inclusive na Geração Z.

Apesar do crescimento da Geração Z, não houve uma migração expressiva para bebidas não alcoólicas.



GERAÇÃO Z: MENOS ÁLCOOL? NEM TANTO.

Apesar da ideia comum de que a Geração Z consome menos álcool, **os dados não mostram uma queda significativa** no consumo quando comparado a outras gerações.

	TICKET MÉDIO 2024	TICKET MÉDIO 2025	VAR 24 X 25
Geração Z	R\$ 107,21	R\$ 110,85	3,40%
Geração X	R\$ 117,92	R\$ 119,50	1,34%
Millennials	R\$ 123,49	R\$ 127,95	3,61%

Considerando somente bebidas alcoólicas no primeiro trimestre de cada ano

Os dados da Zig mostram que a **Geração Z continua consumindo álcool** em eventos em níveis similares a outras gerações — com preferência por RTDs e menor consumo de cerveja.

O comportamento não é de rejeição ao consumo, mas sim de **adaptação ao estilo de vida** e às novas formas de experiência.

O **valor gasto entre a Geração Z é menor**, fator mais relacionado à idade e poder aquisitivo, não necessariamente a uma mudança comportamental profunda.

A MAIOR CATEGORIA

CERVEJA

representa quase

77%

do total de bebidas vendidas,
mantendo a mesma participação
de 2023, mesmo não sendo a
preferência da Geração Z..

Fonte: *Time de Dados Zig*

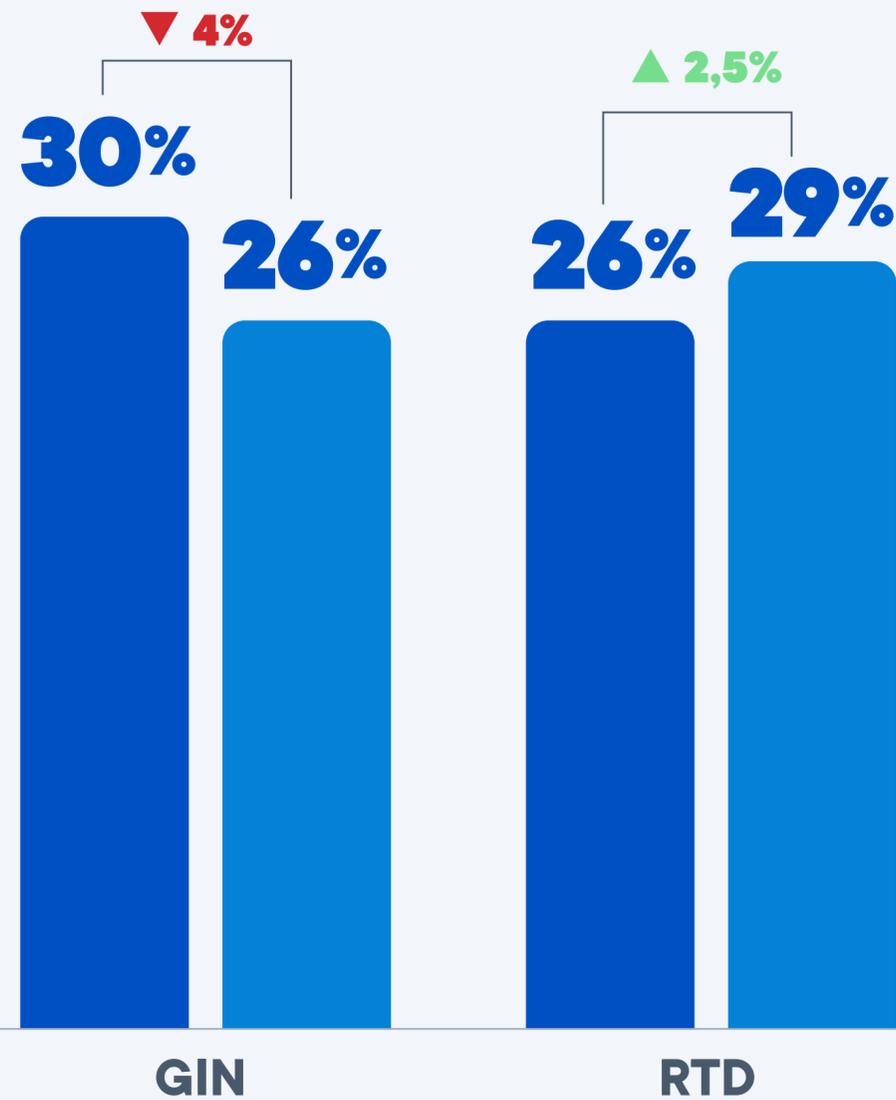


CRESCIMENTO

Quando excluimos cerveja, RTD assume a vice-liderança - sendo a preferência da Geração Z dentre as bebidas alcoólicas.

O Gin caiu da vice-liderança para a terceira posição, reduzindo sua participação de 30% para 26% (queda de 4%), também excluindo cerveja.

● 2023 ● 2024

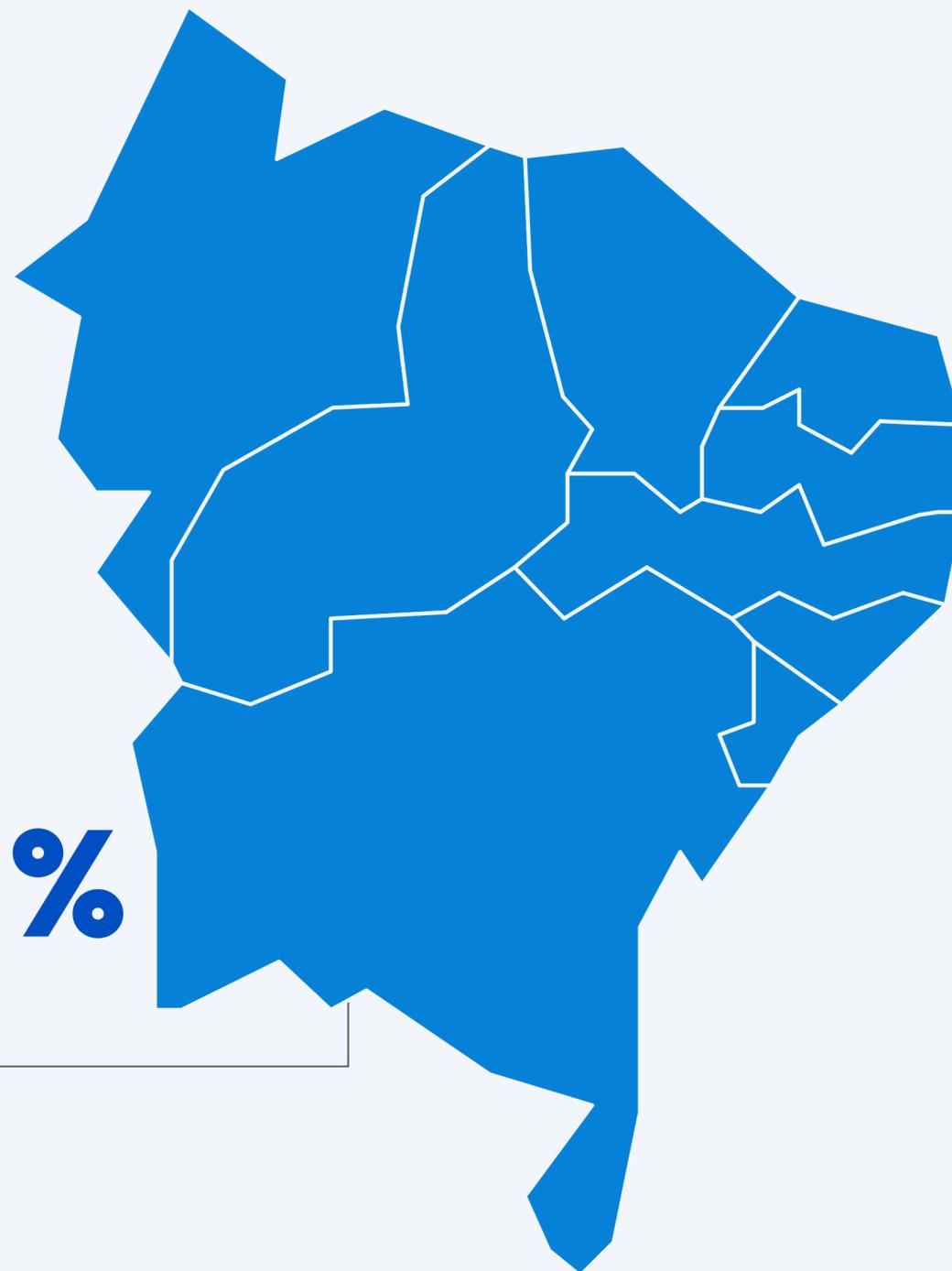


DESTAQUE

NORDESTE | RTD

Região com maior crescimento do consumo de bebidas prontas, Ready-to-Drink

29%
▲ 6%



O crescimento do RTD no Nordeste foi **impulsionado pela Geração Z**, que aumentou seu consumo da bebida na região em

8,5%

FORMAS DE PAGAMENTO

CARTÃO DE CRÉDITO

CONTINUA DOMINANDO



61%

volume total
entre os usuários

MILLENNIALS

Os **Millennials** são a geração com maior proporção em volume de transações, dentro desse grupo,

51% DAS COMPRAS

são realizadas com cartão de crédito.

GERAÇÃO Z

A **Geração Z** tem menor proporção em volume total de transações e apresenta estagnação em relação a 2023. Nesta geração,

44% DAS COMPRAS

são feitas com esta forma de pagamento.

VOLUME DE TRANSAÇÕES

▲ 3%

PIX

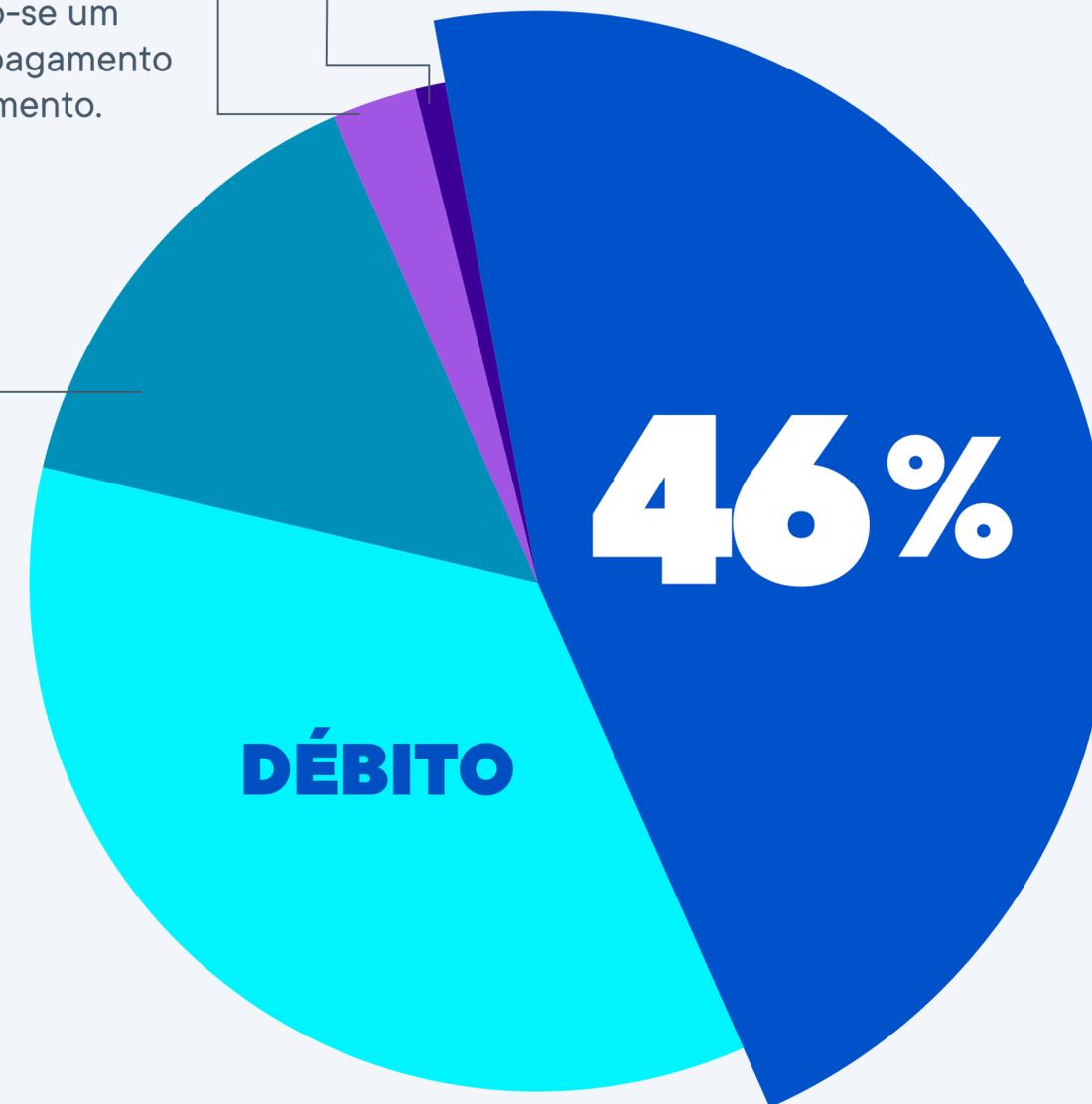
Continua ganhando espaço, tornando-se um dos métodos de pagamento com maior crescimento.

APP

▼ 4%

DINHEIRO

Segue em declínio, reforçando a tendência de eventos cashless.



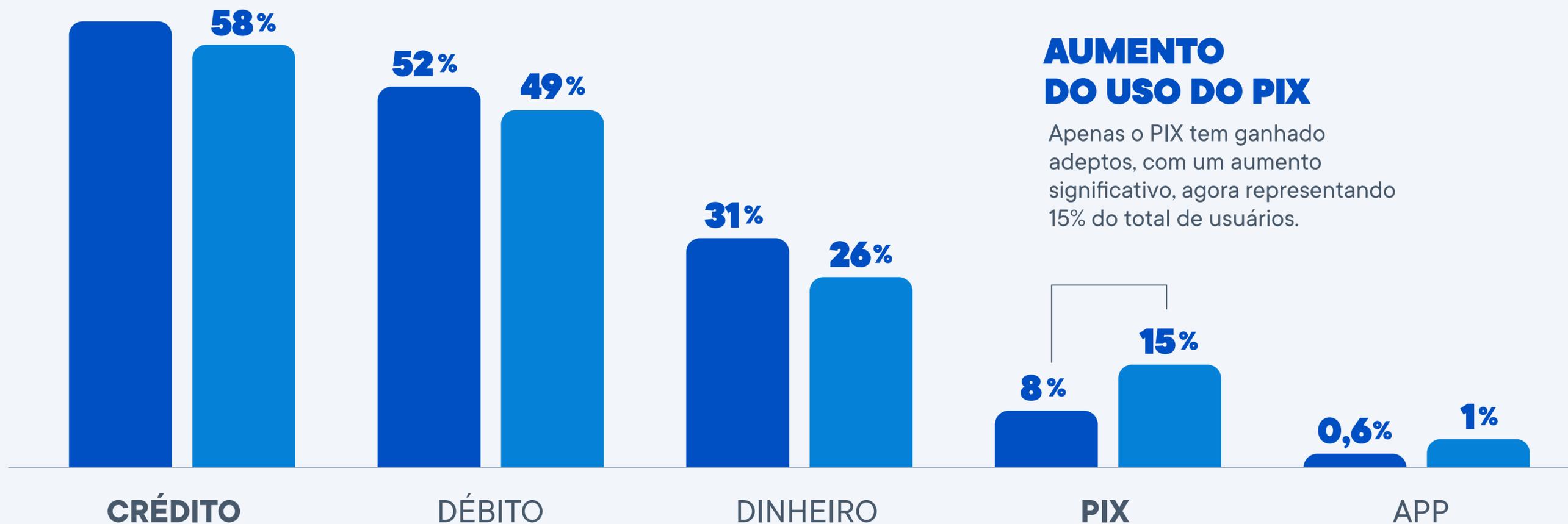
CRÉDITO

Se mantém como maior parte do volume total de transações

● 2023 ● 2024

61%

do público utiliza cartão de crédito como forma de pagamento.



VOLUME DE USUÁRIOS

AUMENTO DO USO DO PIX

Apenas o PIX tem ganhado adeptos, com um aumento significativo, agora representando 15% do total de usuários.

KEY POINTS

TENDÊNCIAS PARA 2025

OPORTUNIDADES NORDESTE E CENTRO-OESTE

Regiões em crescimento e com potencial de novos investimentos.

GERAÇÃO Z E RTD

O aumento expressivo do consumo de RTD indica uma tendência de crescimento contínuo dessa categoria.

PAGAMENTOS DIGITAIS

O PIX e carteiras digitais estão ganhando força, exigindo adaptação dos eventos.

**Consolidação da
Geração Z como o
principal influenciador
de consumo nos eventos.**



A Zig não está negando tendências, mas os dados que coletamos mostram que o comportamento do consumidor ainda não mudou da forma como muitos acreditam.

Estamos focados em oferecer insights precisos e atualizados para o mercado, ajudando os empreendedores a tomar decisões melhores. O nosso objetivo é sempre contribuir para o crescimento do setor e a prosperidade de todos os envolvidos, fornecendo dados reais para que as decisões estratégicas sejam baseadas em informações confiáveis.”

David Pires

CIO DA ZIG



EQUIPE

IDEALIZAÇÃO E INSIGHTS

Felipe Keller

DIRETOR DE DIGITAL

Diogo Kamikoga

HEAD DE DADOS

Leonardo Tenorio

COORDENADOR DE INSIGHTS

Andrew Passaretti

PRODUCT DESIGNER

Vagner Amaral

PRODUCT MANAGER

Somos o **FUTURO DO ROLÊ!**

A Zig é referência em tecnologia para o mercado de entretenimento ao vivo, oferecendo soluções inovadoras em consumo, gestão e pagamentos. Nosso compromisso é impulsionar a eficiência operacional e aprimorar a experiência de todos os envolvidos, de produtores a consumidores.



+ 10 anos
de expertise



+ 600
funcionários



4 países
pelo mundo



+271 milhões
de transações



+13.000
eventos
realizados



+3 milhões
de ingressos
vendidos



+600 mil
usuários do
nosso app





TUDO O QUE PRECISA em um único lugar!

A Zig é uma solução One Stop Shop, oferecendo tudo o que seu evento precisa para operar com eficiência. Da gestão ao pagamento à venda de ingressos, simplificamos processos para que você foque no que realmente importa: a experiência do seu público.

EVENTOS MAIS ESTRATÉGICOS COMEÇAM AQUI.

SOLUÇÕES INTELIGENTES QUE
GERAM RESULTADOS REAIS.

[FALE COM A ZIG](#)

