

RELATÓRIO

O EFEITO METANOL NOS EVENTOS

Como a mudança de cenário reconfigurou o mix de consumo, reduziu o tíquete médio e acelerou a migração para novas categorias de bebidas.

zig

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas semanas, o termo *metanol* ganhou espaço na mídia, e não de forma positiva. O aumento de casos de intoxicação **impactou diretamente a categoria de destilados**, alterando os hábitos da noite paulistana. Além dos bares e restaurantes, o comportamento de consumo em eventos também foi afetado, sendo o foco desta análise.

Para apoiar o mercado de entretenimento com informação estratégica, **a Zig analisou 970 mil pedidos** realizados em eventos entre setembro e outubro de 2024 e 2025. Os dados mostram que o episódio reconfigurou o mix de consumo e provocou uma **queda de 9,55% no tíquete médio**, puxada sobretudo pela retração de destilados.

TÍQUETE MÉDIO CAIU
DE R\$ 182,01 PARA R\$ 164,63
(R\$ -17,38)

QUEDA MAIS ACENTUADA
EM CONSUMIDORES COM
MAIS DE 65 ANOS (- 34%)

2. CONTEXTO DA ANÁLISE E ESCOPO



Região:

Estado de São Paulo



Período:

Setembro e Outubro de 2024 e 2025



Eventos:

135



Porte dos eventos:

Mega, P e M



Quantidade de pedidos analisados:

970.000



Público:

139.000 consumidores únicos*

**que ativaram um cartão Zig.*



COMO FOI FEITA A ANÁLISE

Os eventos foram classificados por porte, de acordo com a quantidade de terminais Zig ativos. A análise também considerou eventos de mesmo porte para a comparação entre 2024 e 2025, permitindo comparar padrões de consumo em diferentes contextos de evento.

Classificação de porte de eventos:

PP: até 10 terminais

P e M: 10 a 300 terminais

Mega: 300 a 1.000 terminais

Super Mega: mais de 1.000 terminais

**"Terminais" referem-se aos pontos de venda ou dispositivos de transação Zig, utilizados para consumo e pagamentos durante o evento.*

3. O IMPACTO DO EFEITO METANOL

3.1 DESTILADOS PERDEM ESPAÇO, BEBIDAS PRONTAS LIDERAM O AVANÇO

Entre 2024 e 2025, o consumo nos eventos passou por uma transformação estrutural:

Bebidas prontas (RTD):
18,53% → 26,36% (+7,83 p.p.)

Fermentadas (cerveja e vinho):
58,21% → 62,65% (+4,44 p.p.)

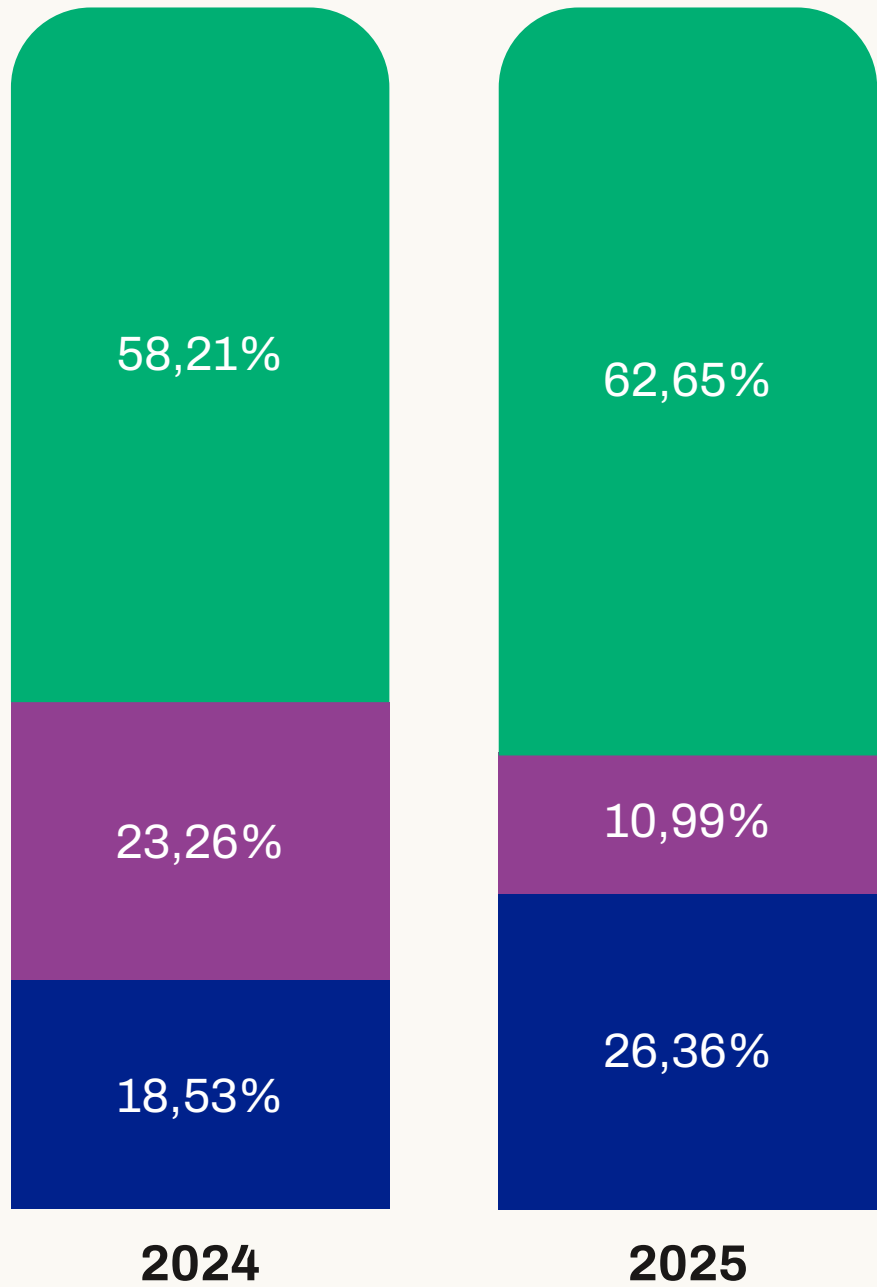
Destilados (gin, whisky e vodka):
23,26% → 10,99% (−12,27 p.p.)

O público dos eventos substituiu coquetéis por opções industrializadas e lacradas, vistas como mais seguras e práticas.

Variação

POR SHARE

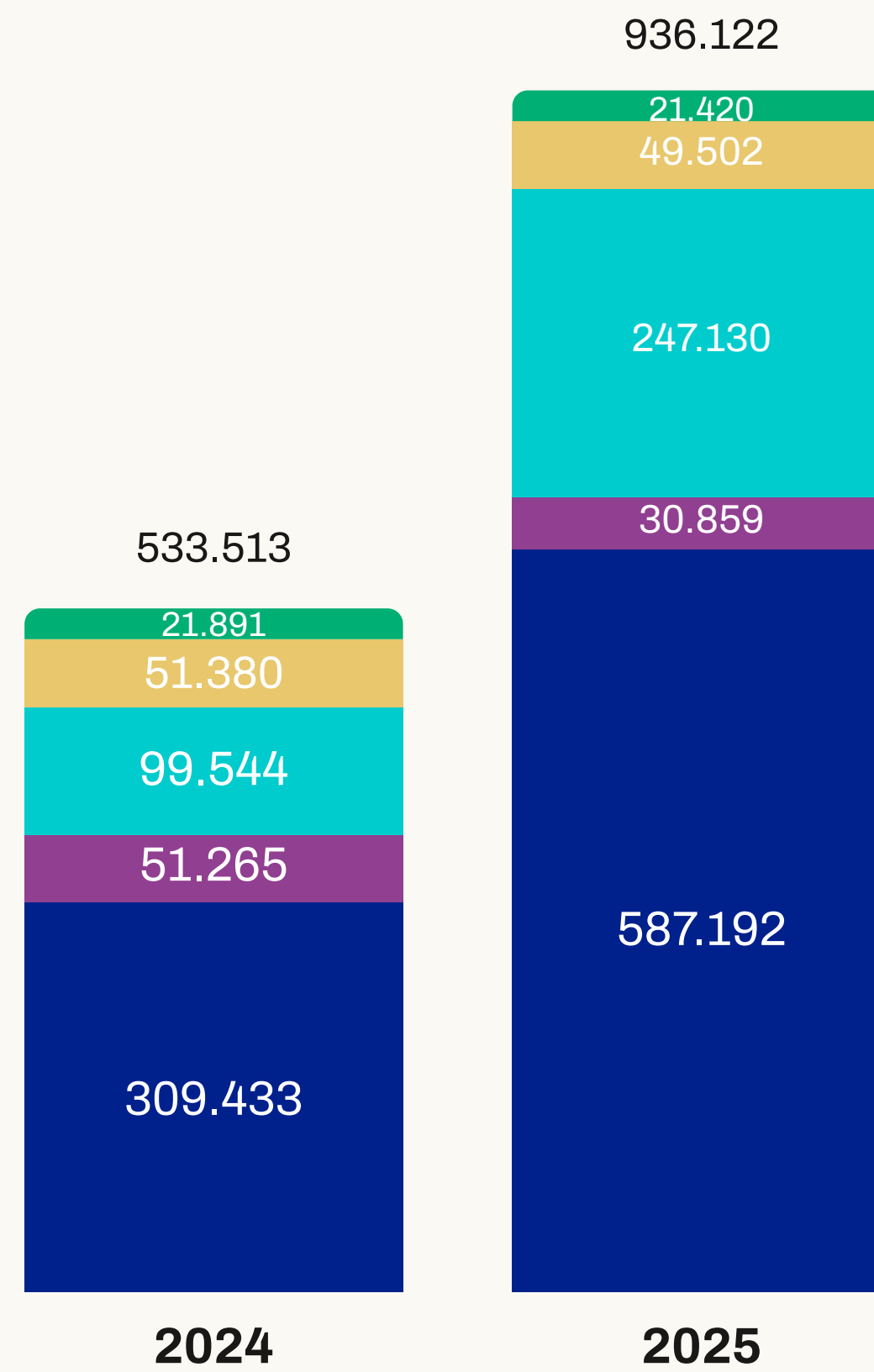
- Bebida Fermentada (*Cerveja e Vinho*)
- Bebida Destilada (*Whisky, Gin e Vodka*)
- Bebida pronta (*RTD*)



Variação

POR ANO E CATEGORIA

● Cerveja ● Gin ● RTD ● Vodka ● Whisky



O EFEITO METANOL

3. O IMPACTO DO EFEITO METANOL

3.2 O AVANÇO DOS RTDS

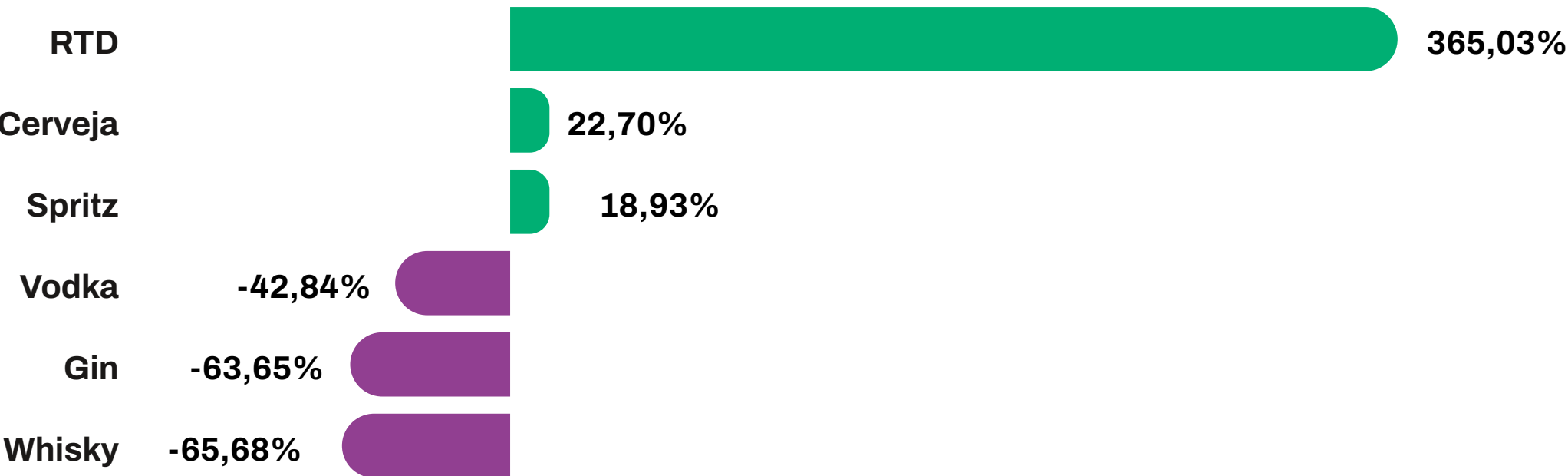
O crescimento dos RTDs (ready-to-drink) foi expressivo:

Eventos P e M: + 365%

Eventos Mega: + 79,4%

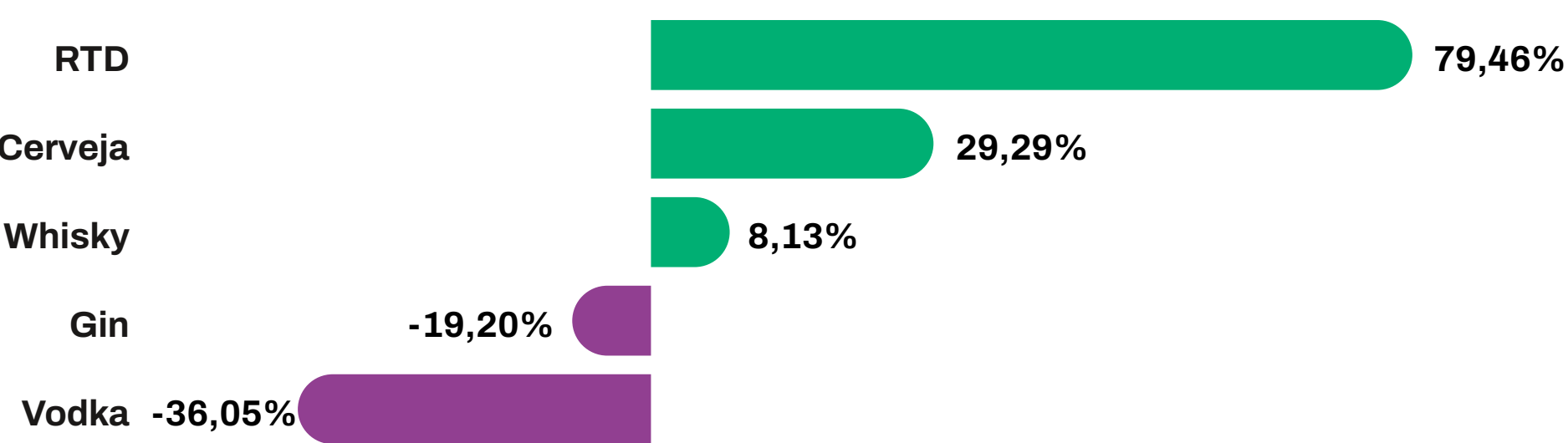
Variação P e M

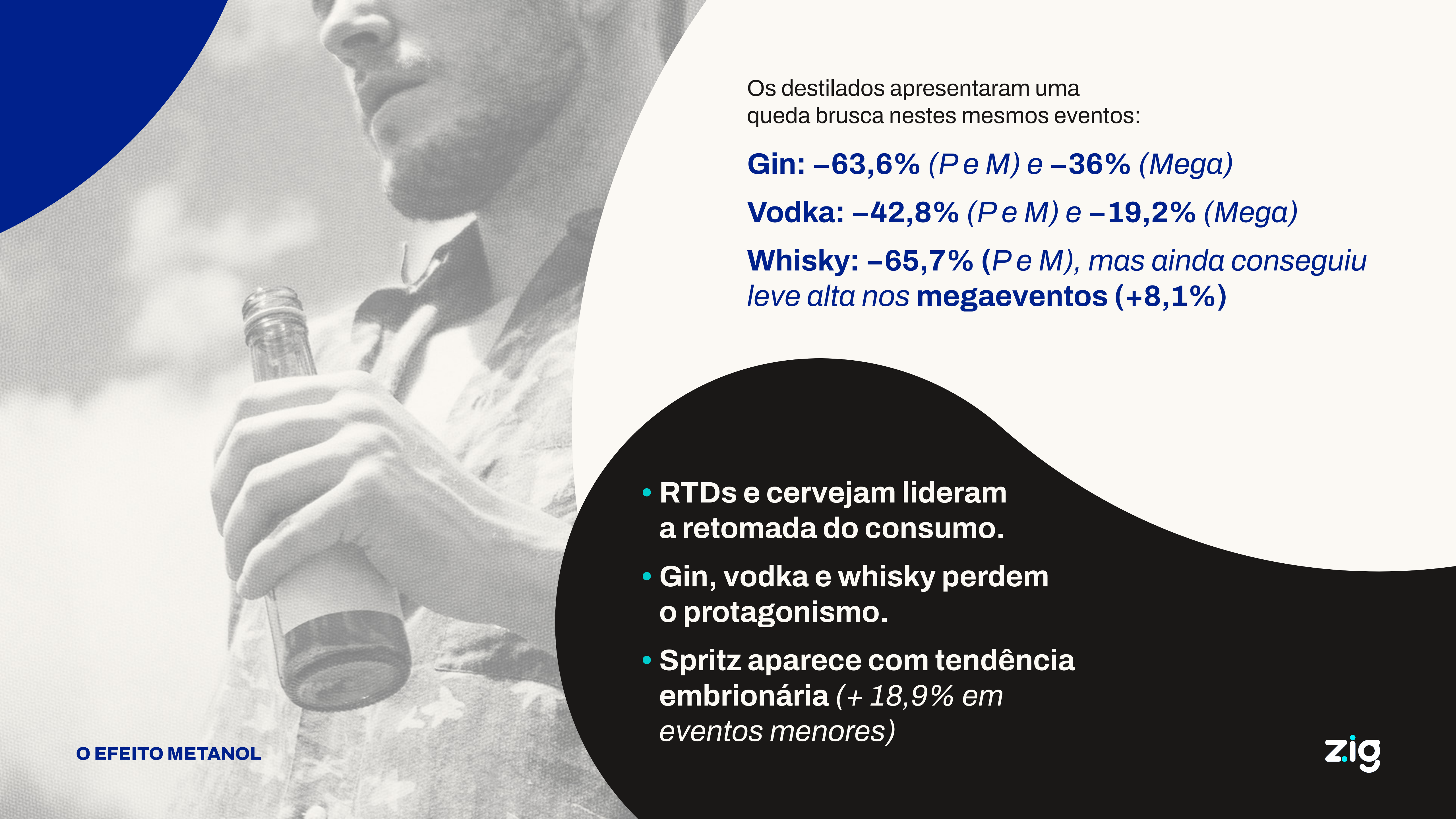
POR CATEGORIA



Variação Mega Eventos

POR CATEGORIA





Os destilados apresentaram uma queda brusca nestes mesmos eventos:

Gin: -63,6% (P e M) e -36% (Mega)

Vodka: -42,8% (P e M) e -19,2% (Mega)

Whisky: -65,7% (P e M), mas ainda conseguiu leve alta nos megaeventos (+8,1%)

- **RTDs e cervejas lideram a retomada do consumo.**
- **Gin, vodka e whisky perdem o protagonismo.**
- **Spritz aparece com tendência embrionária (+ 18,9% em eventos menores)**

4. PÚBLICO E TÍQUETE

4.1 CONSUMO MAIS RACIONAL, BOLSO MAIS CONTIDO

O tíquete médio caiu de **R\$ 182,01** para **R\$ 164,63**:

Redução de **R\$ 17,38 por pedido**

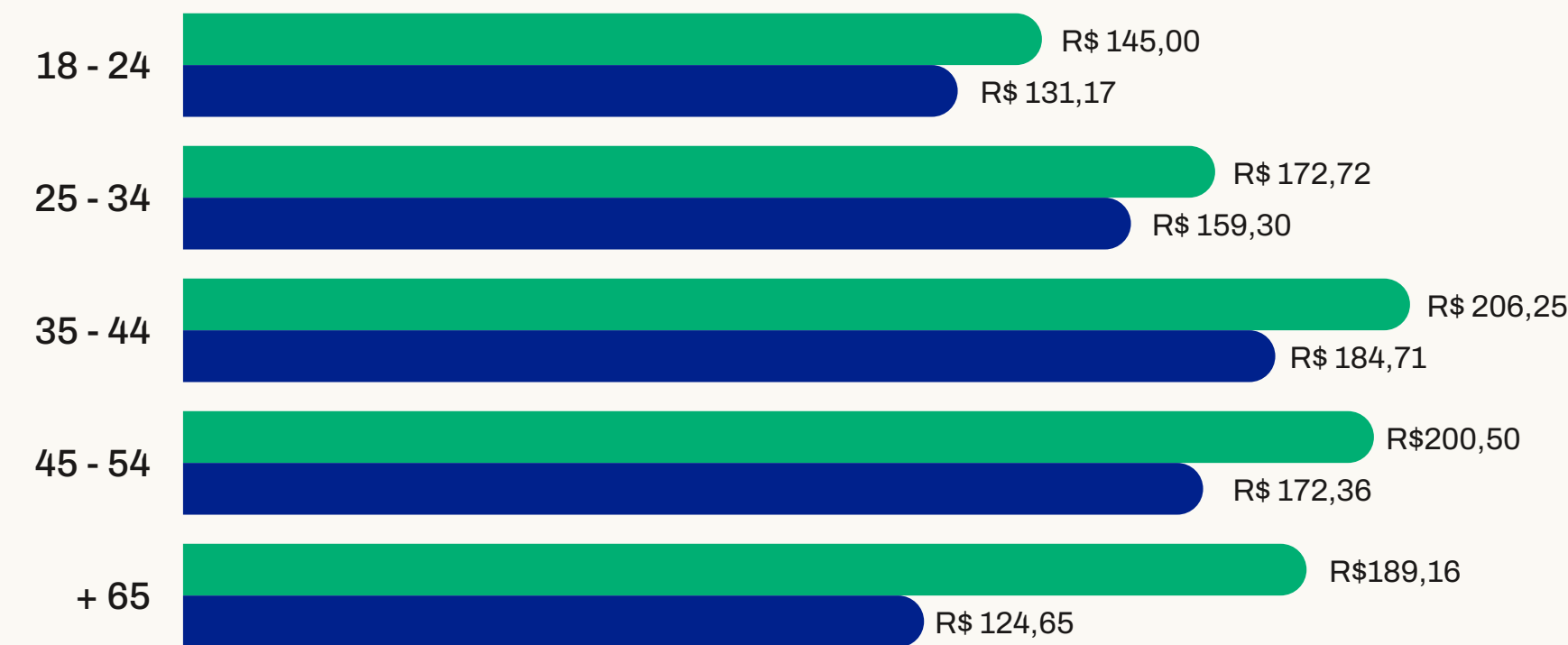
Tíquete Médio

● 2024 ● 2025



Tíquete Médio

POR FAIXA ETÁRIA



A queda foi desigual entre as faixas etárias:

- 18–24 anos: **–9,5%**
- 25–34 anos: **–7,7%**
- 35–44 anos: **–10,4%**
- 45–64 anos: **–14,0%**

65+: –34,1% - Maior queda

4. PÚBLICO E TÍQUETE

4.2 JOVENS SUSTENTAM A RETOMADA

Os jovens mantiveram o consumo ativo, mesmo gastando menos por transação. Este público ajustou as escolhas e valores, mas não abriu mão do consumo nos eventos.

**18–24 anos: +11,6%
no volume consumido**

25–34 anos: +4,9%

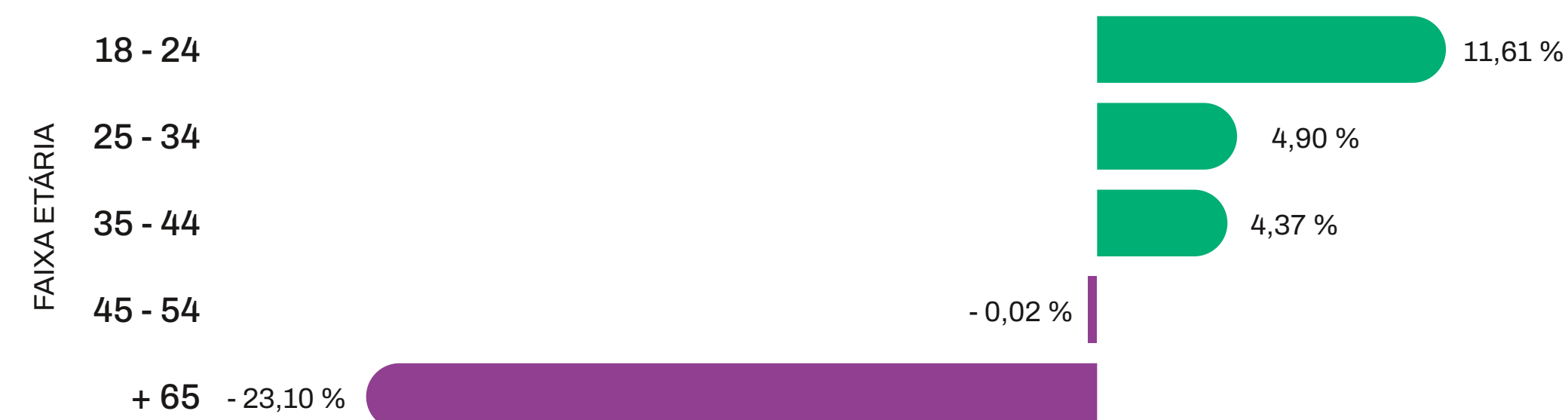
35–44 anos: +4,3%

45–64 anos: –0,02%

65+: –23,1%

Variação consumo

POR FAIXA ETÁRIA



5. COMPARATIVO POR PORTE DE EVENTO

Mega vs P e M

O impacto do efeito metanol refletiu de forma distinta conforme o porte do evento:

EVENTOS MEGA:

Apresentaram maior resiliência.

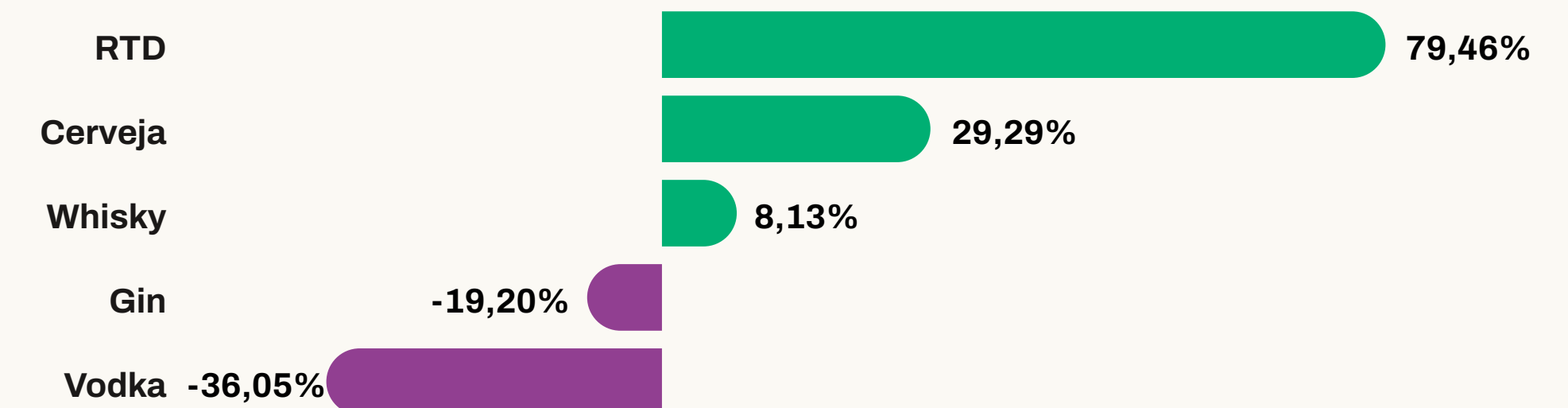
RTDs +79,4%

Cerveja +29,3%

Whisky +8,1%

Variação Mega Eventos

POR CATEGORIA



5. COMPARATIVO POR PORTE DE EVENTO

EVENTOS P E M:

Foram mais sensíveis à situação e apresentaram uma migração radical.

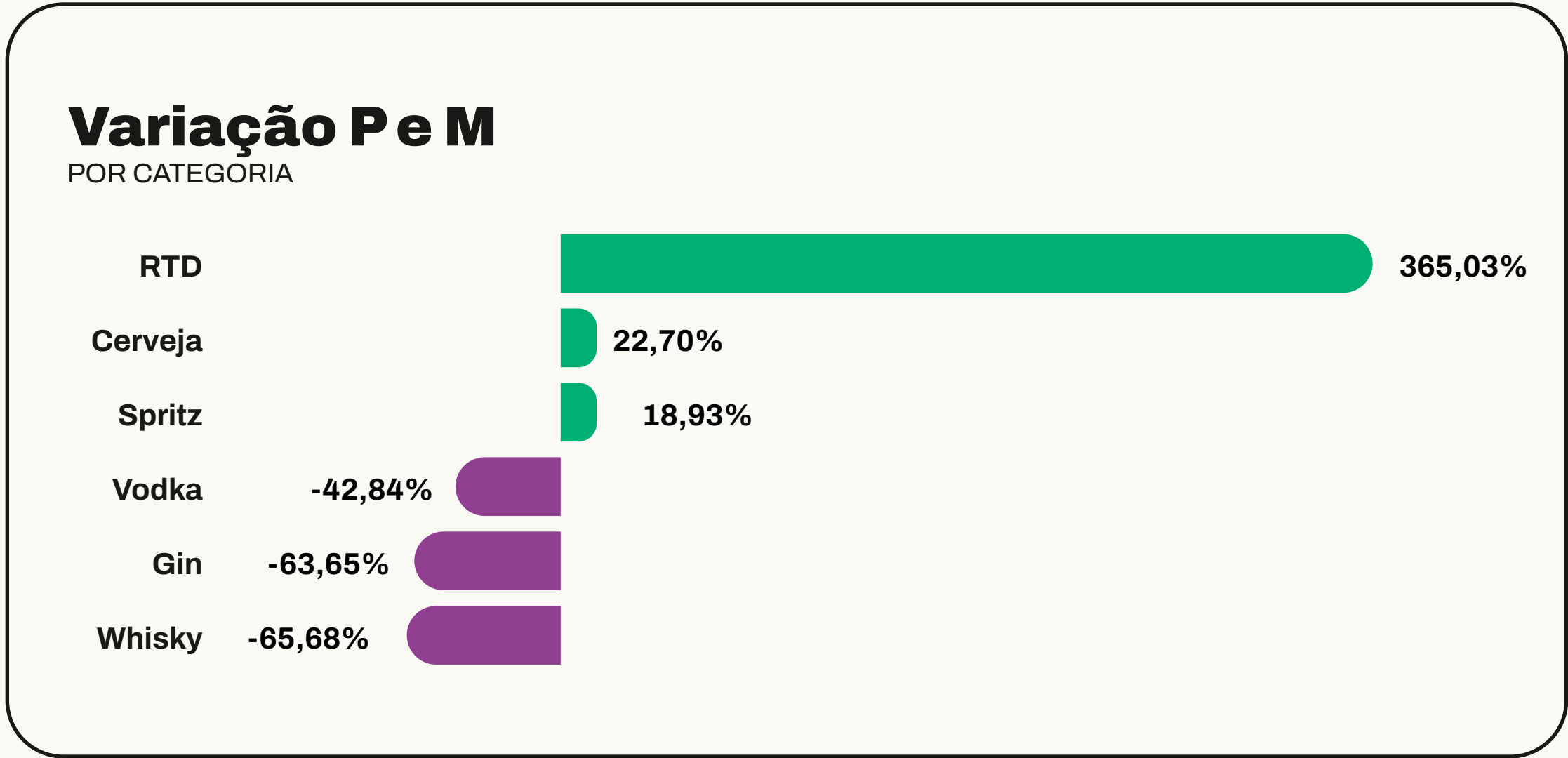
RTDs +365%

Cerveja +22,7%

Gin -63,6%

Vodka -42,8%

Whisky -65,7%



A hand is shown pouring a clear liquid from a bottle into a glass filled with ice cubes. The background is dark and moody, with a blue circular graphic element on the right side.

6. CONCLUSÕES

Assim como em bares e restaurantes, os eventos também apresentaram uma reconfiguração no consumo, mostrando que o efeito metanol impactou diretamente os hábitos do público. Porém, a intensidade variou de acordo com o porte: enquanto eventos Mega mostraram maior resiliência, os eventos menores (P e M) sofreram uma substituição acelerada dos destilados.

PRINCIPAIS APRENDIZADOS:

- RTDs e cerveja se consolidam como **pilares de faturamento**.
- Destilados **perderam protagonismo**, especialmente em eventos menores.
- O **tíquete médio recuou 9,5%**, puxado pela retração dos públicos mais velhos.
- Jovens (18–34 anos) sustentam o movimento e **mantêm o consumo ativo**.

6. CONCLUSÕES

O CONSUMO NÃO DESAPARECEU: **ELE MUDOU DE FORMA.**

CONFIANÇA E CONVENIÊNCIA GUIAM AS ESCOLHAS.

O MERCADO DE EVENTOS ENTRA EM UMA FASE DE
PORTFÓLIO MAIS DIVERSIFICADO E CRITERIOSO.

7. ENCERRAMENTO

A análise reforçou que a confiança é determinante no consumo em eventos. O público respondeu rápido à insegurança em torno dos destilados, migrando para categorias industrializadas e lacradas, mas sem abrir mão da experiência nos eventos.

DAVID PIRES, CIO DA ZIG, RESUME:

“Nos eventos, vimos a mesma lógica dos bares: a cautela derrubou os destilados, mas abriu espaço para categorias percebidas como mais seguras. Os jovens mantiveram a presença e sustentaram o ritmo, mas o caixa ainda sente a retração dos tickets mais altos.”

Seguiremos monitorando os próximos movimentos para entender quando e como o consumo volta a ganhar intensidade e quais categorias devem consolidar esse novo padrão de mix.



S O B R E A Z I G

A Zig The Global Funttech é referência em tecnologia para o entretenimento ao vivo, oferecendo soluções completas que conectam pagamentos, gestão de consumo e ticketing em uma única plataforma.

Presente em oito países, a empresa é parceira de centenas de bares, restaurantes e casas noturnas em todo o Brasil, entre eles, Vibra São Paulo, Layback, Bar dos Arcos, Bar Brahma, Tokyo e Fazenda Churrascada, ajudando seus clientes a aumentar a receita, reduzir custos e operar com mais inteligência e previsibilidade.

A Zig também está por trás da operação de grandes eventos e festivais, como Fórmula 1 GP do Brasil, Rock in Rio (Brasil e Lisboa), Lollapalooza, Festa do Peão de Barretos, UFC, Tomorrowland Brasil e Bélgica, entre outros, além de atuar no ticketing de festivais como Universo Spanta, Mainstreet Festival e STU. Com um ecossistema 360°, a Zig se posiciona como protagonista da transformação digital no entretenimento ao vivo, unindo dados, conveniência e inovação para impulsionar a experiência de consumo em todo o setor.

zig