

Metodologia: Foi conduzido um estudo com 506 respondentes em todas as regiões do Brasil. O questionário foi aplicado através de formulário online no dia 07 de outubro de 2025. A pesquisa contou com 113 respondentes da 'Geração Z' (entre 18 e 28 anos), 206 respondentes da 'Geração Millennial' (entre 29 e 44 anos), 143 respondentes da 'Geração X' (entre 45 e 60 anos) e 44 respondentes da 'Geração Baby Boomer' (entre 61 e 79 anos). Dentre os respondentes 262 eram do gênero feminino e 244 do gênero masculino.

1. As recentes notícias sobre bebidas alcoólicas contaminadas com metanol influenciaram seu consumo?

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Sim, reduzi meu consumo de álcool	28%	37%	29%	23%	18%	28%	28%
Sim, mudei o tipo de bebida que consumo	18%	16%	17%	17%	23%	17%	18%
Não mudei meus hábitos e não acho necessário	9%	5%	8%	13%	7%	7%	10%
Não mudei meus hábitos de consumo mas fiquei mais atento ao local que compro	15%	9%	16%	19%	13%	13%	17%
Parei de beber	6%	7%	5%	6%	7%	5%	7%
Eu não bebo bebidas alcoólicas	23%	24%	24%	20%	32%	28%	19%
Não tenho opinião formada sobre o assunto	1%	2%	1%	2%	0%	2%	1%

2. Qual é sua maior preocupação sobre o risco de ingerir uma bebida contaminada com metanol?

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Estou muito preocupado sobre a possibilidade de um parente ou amigo ser contaminado	44%	37%	45%	49%	39%	48%	39%
Estou preocupado em beber algo contaminado	33%	37%	35%	28%	30%	32%	33%
Não estou preocupado, porque sei identificar se uma bebida é falsa	3%	4%	3%	3%	5%	2%	6%
Não estou preocupado, pois parei de beber na rua	2%	4%	2%	1%	0%	2%	2%
Não estou preocupado, porque não bebo destilados	7%	5%	4%	10%	11%	4%	10%
Eu não bebo álcool, então não corro risco de ser contaminado	9%	11%	8%	7%	11%	10%	7%
Não estou nem um pouco preocupado	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
Acho esta situação um grande exagero da mídia	1%	1%	1%	1%	2%	0%	2%

3. Quais dos fatores a seguir aumentaria sua confiança em bebidas destiladas?
Selecione os três mais importantes.

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Ter um QR Code para que eu possa rastrear a origem da bebida	38%	30%	42%	41%	34%	41%	35%
Se os produtos com rastreabilidade tivesse um preço mais acessível	12%	9%	11%	11%	23%	9%	14%
Se houvessem campanhas mostrando como identificar bebidas falsificadas	42%	44%	44%	38%	32%	45%	38%
Selo de fiscalização da fábrica	45%	50%	48%	39%	39%	44%	47%
Opinião de família / amigos	6%	12%	5%	2%	7%	4%	9%
Reputação da marca	26%	30%	24%	27%	27%	25%	28%
Informações no site da empresa	16%	15%	17%	17%	9%	16%	16%
Comunicações da marca nas redes sociais / na mídia	17%	13%	19%	17%	14%	19%	15%
Não sei dizer / Não aplica a mim	9%	11%	8%	11%	7%	11%	7%
Nada me faria sentir mais confiante em bebida vendidas no Brasil	6%	5%	5%	8%	9%	6%	7%

4. O que faria você se sentir mais confortável na escolha de um bar ou restaurante?

Selecione os três mais importantes.

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Saber exatamente o que aconteceu nestes casos de contaminação recentes	25%	27%	29%	21%	14%	28%	21%
Se os bares e restaurantes tiverem selo de fiscalização dos insumos e produtos	51%	49%	50%	55%	48%	50%	51%
Se as autoridades sanitárias fiscalizasse o local com frequência e informasse que a regulação está em dia	54%	56%	56%	52%	43%	57%	50%
Se houvesse uma lista oficial e atualizada de bares e restaurantes com infrações	37%	35%	44%	31%	34%	37%	37%
Dicas de família / amigos	9%	10%	11%	6%	14%	8%	11%
Comunicações do local nas redes sociais / na mídia	15%	17%	14%	15%	9%	13%	17%
Informações no site da empresa	15%	12%	16%	18%	14%	11%	20%
Nada me faria sentir confortável	7%	6%	5%	7%	18%	7%	7%
Não sei, nunca pensei sobre isso	6%	4%	5%	10%	5%	7%	6%

5. Você confia nos anúncios e notas de confiabilidade que os estabelecimentos estão publicando em suas redes sociais?

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Sim, confio nas informações das redes sociais, pois acredito que sejam autênticas e atualizadas	12%	10%	12%	15%	7%	10%	15%
Não, não confio em postagens de redes sociais, pois vejo como conteúdo promocional, não verificado	30%	30%	29%	28%	34%	27%	32%
Confio nas informações exibidas no Google (como avaliações e selos)	10%	11%	9%	10%	4%	11%	8%
Confio apenas no site oficial do estabelecimento, onde as informações costumam ser mais formais e rastreáveis.	15%	18%	15%	15%	16%	16%	15%
Depende do local e da fonte, pois só confio se houver uma forma clara de verificação (ex.: link oficial ou certificado)	25%	24%	27%	22%	32%	29%	21%
Nunca vi esse tipo de informação	8%	7%	8%	10%	7%	7%	9%

6. Quem é o principal responsável pela rastreabilidade de bebidas alcoólicas?

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
O governo, eles tem que fiscalizar tudo que tem a ver com a produção e a venda de bebidas	55%	61%	52%	59%	46%	52%	59%
A destilatória, eles tem a obrigação de rastrear todo a linha de produção e os insumos utilizados	22%	19%	25%	19%	20%	24%	20%
Os bares, é responsabilidade deles saber o origem e a rastreabilidade das bebidas vendidas	18%	18%	19%	16%	16%	19%	16%
O consumidor, cada um precisa tomar responsabilidade pelos bebidas que consome	5%	2%	4%	6%	18%	5%	5%

7. Você confia na informação de rastreabilidade que existe nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas?

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Confio totalmente, pois os dados do rótulo são fáceis de entender	8%	5%	9%	9%	5%	6%	10%
Confio quando houver uma forma de comprovar (tipo site oficial do governo)	37%	43%	40%	30%	30%	34%	40%
Não sei dizer, porque não sei verificar	22%	24%	17%	25%	27%	23%	20%
Desconfio, pois acredito ser fácil de falsificar	27%	24%	30%	27%	18%	32%	22%
Não confio, pois considero impossível ter rastreabilidade	6%	4%	4%	9%	20%	5%	8%

8. Qual tipo de informação você gostaria de saber sobre as bebidas alcoólicas que consome, se tivesse acesso digital? Selecione as cinco principais.

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
O endereço de onde foi produzido	26%	27%	24%	25%	39%	24%	29%
O nome do produtor	21%	19%	20%	20%	34%	18%	25%
A reputação do produtor	33%	32%	26%	40%	45%	27%	39%
Os ingredientes usados e onde foram adquiridos	47%	48%	47%	44%	59%	51%	43%
Data de produção e de validade do produto	34%	35%	33%	33%	36%	34%	34%
Como o produto foi transportado até o local de venda	29%	27%	27%	34%	25%	28%	30%
Se foram usados materiais reciclados na produção	15%	15%	15%	15%	14%	14%	16%
Como o produtor seleciona os insumos das bebidas	27%	24%	27%	34%	18%	26%	29%
Como o produtor trata os rejeitos do processo	17%	16%	18%	17%	9%	15%	19%
Reclamações de consumidores referente o produto	27%	28%	28%	29%	18%	27%	28%
O uso de água e de energia na produção	14%	17%	13%	14%	14%	12%	16%
Alertas de contaminação	40%	44%	41%	36%	32%	43%	36%
Nada disso me interessa	8%	9%	9%	9%	5%	11%	6%

9. Quais indústrias devem ter rastreamento de produtos na sua opinião? Selecione todas as que se aplicam.

	Total (506 resp.)	Geração Z (113 resp.)	Millennials (206 resp.)	Geração X (143 resp.)	Baby Boomers (44 resp.)	Gênero	
						Feminino (262 resp.)	Masculino (244 resp.)
Bebidas	92%	92%	90%	93%	95%	93%	91%
Alimentos	89%	89%	87%	90%	89%	92%	86%
Roupas	28%	26%	27%	32%	30%	28%	29%
Brinquedos	32%	23%	32%	38%	34%	36%	27%
Cosméticos	65%	63%	67%	63%	68%	76%	54%
Medicamentos	88%	81%	91%	91%	84%	93%	83%

