

Estudo estratégico multissetorial

Canetas Emagrecedoras no Brasil, a nova economia do corpo

Como os Canetas Emagrecedoras estão redirecionando consumo, valor e competição entre alimentos, suplementos, estética, fitness, dermocosméticos e varejo farmacêutico.

Ver leitura visual

Conhecer a UIN

Estratégia

Leitura de migração de consumo entre setores

Risco

Mapeamento de erosão de aderência competitiva

Oportunidade

Captura de valor em categorias receptoras

Leitura executiva

O dinheiro não desaparece, ele troca de destino.

O avanço das GLP-1 não deve ser visto apenas como fenômeno de saúde. O que está em curso é uma requalificação de consumo, capaz de deslocar valor entre setores com velocidades e mecanismos diferentes.

Leitura multissetorial, mostra quem perde aderência e quem captura valor.

Arquitetura causal, separa evidência, inferência plausível e projeção.

Aplicação comercial, empresas precisam ter informações sobre as próximas fases dessas mudanças.

Os números que mudam o jogo

Estes marcos ajudam a explicar por que o tema saiu do debate médico e entrou no campo da decisão estratégica.

88%

crescimento no uso das canetas em 2025 no Brasil

20/03/2026

expiração da patente da semaglutida no Brasil

57%

share da tirzepatida no 4º trimestre de 2025

62,6%

brasileiros com excesso de peso em 2024

Tese central

As Canetas não reduz apenas consumo, ele requalifica consumo.

O mercado não está simplesmente encolhendo em algumas categorias. Ele está redistribuindo valor entre categorias emissoras e receptoras de gasto. Parte do orçamento perde aderência em indulgência alimentar e consumo passivo. Outra parte ganha força em suplementos, treino de força, estética, dermocosméticos e monitoramento contínuo.

Essa é a leitura que interessa para diretoria, indústria, varejo, investidores e operadores que precisam entender não apenas o tamanho do fenômeno, mas a direção do dinheiro.

Mensagem comercial

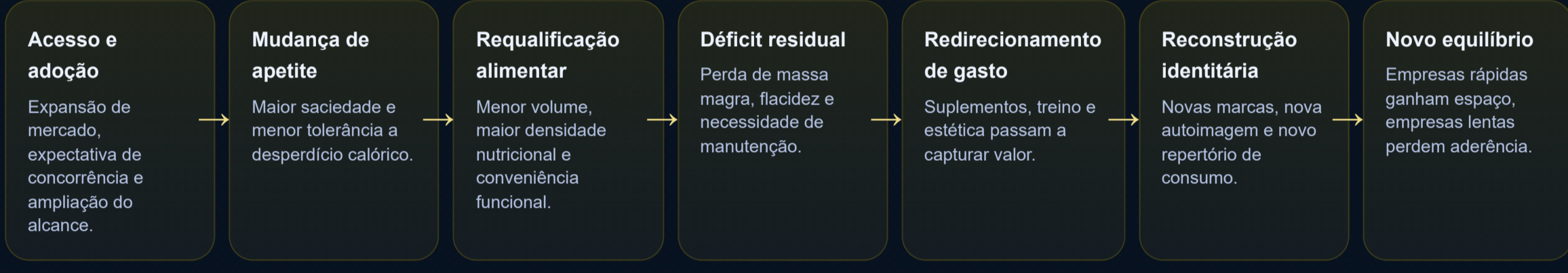
A maior oportunidade está no pós emagrecimento.

A venda do medicamento é apenas o primeiro elo. O valor maior aparece na cascata subsequente, proteína, manutenção de massa magra, academia, reparação estética, nova autoimagem e reposicionamento de marcas.

- Farmácia
- Suplementos
- Academias
- Estética
- Dermocosméticos
- Jornadas digitais

Cadeia de Consumo - Causa e Efeito

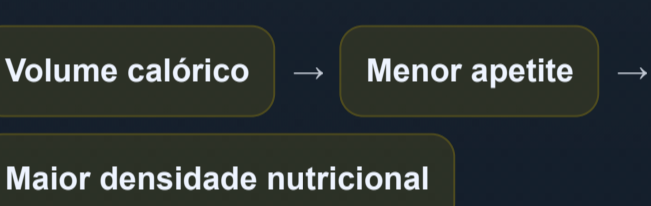
O tema ganha força quando a lógica aparece como cadeia econômica.



Hipóteses das mudanças

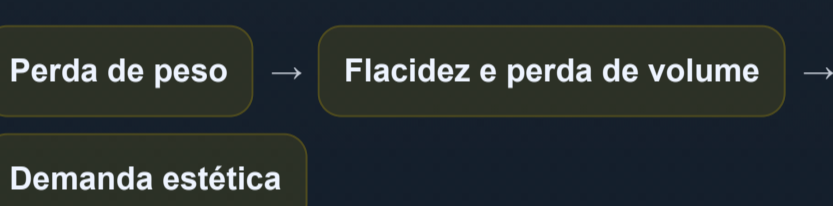
Cruzamento de setores para entender a consequência no mercado.

H1, Migração alimentar



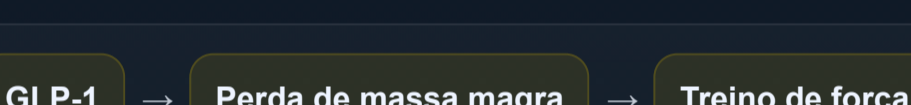
O que medir, participação de proteína, whey, iogurtes proteicos e meal prep no carrinho.

H2, Efeito cascata na estética



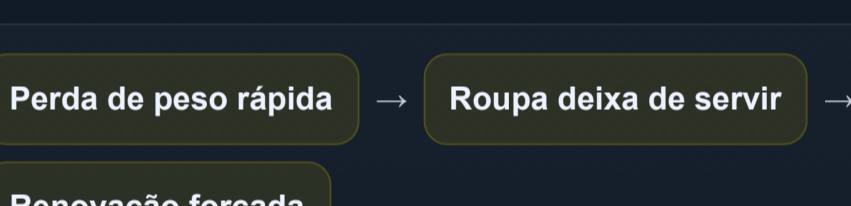
O que medir, buscas por flacidez, bioestimulador, ultrassom microfocado e protocolos pós emagrecimento.

H3, Fitness como necessidade



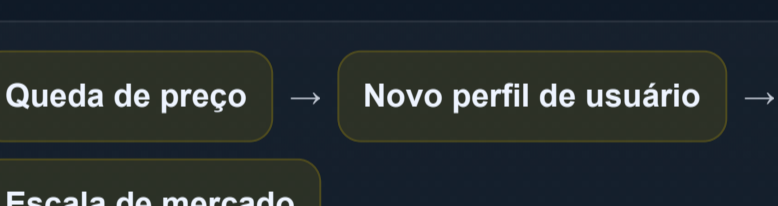
O que medir, matrículas, frequência, bioimpedância, personal trainer e protocolos de força.

H4, Disrupção de moda



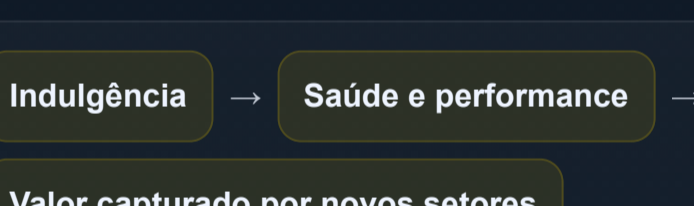
O que medir, reposição de guarda roupa, revenda, ajuste de grade e novas marcas escolhidas.

H5, Expansão para nova faixa de renda



O que medir, preço médio por caneta, distribuição por renda e difusão geográfica.

H6, Redirecionamento de gasto



O que medir, ticket cruzado entre farmácia, suplementos, fitness, estética e dermocosméticos.

Quem ganha em quem perde

A mudança do mercado.

Categorias receptoras e emissoras de gasto

| | |
|-----------------------|---------|
| Whey protein | 117,1% |
| Creatina | 84,1% |
| Iogurtes proteicos | 22,5% |
| Cereais proteicos | 18,4% |
| Indulgência alimentar | pressão |

Leitura sugerida, o mercado não desaparece, ele muda de composição.

Cronologia do efeito

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|
| MÊS 1 Farmácia início do tratamento e captura do ticket inicial | MÊS 2 Alimentação revisão da cesta e menor apetite | MÊS 3 Suplementos proteína, fibras e apoio funcional | MÊS 4 Academia treino de força e composição corporal | MÊS 5 Estética reparação e manutenção da imagem | MÊS 6+ Identidade novas marcas, novo estilo de vida |
|--|---|---|---|--|--|

Matriz de redirecionamento

| | |
|------------------------|---|
| Snacks e biscoitos | ↓ |
| Proteína e whey | ↑ |
| Refrigerantes e álcool | ↓ |
| Estética médica | ↑ |
| Consumo passivo | ↓ |
| Fitness e manutenção | ↑ |

Geografia de oportunidade

| | | |
|---|--|---|
| Alta maturidade São Paulo, Rio de Janeiro e Sul urbano. Maior renda, maior densidade médica e varejo farmacêutico mais forte. | Expansão acelerável Nordeste urbano e capitais intermediárias. Boa tese para difusão futura e captura comercial. | Oportunidade estrutural Interior e regiões subatendidas, mais dependentes de preço, telemedicina e capilaridade de canal. |
|---|--|---|

Aplicação comercial UIN

SUA EMPRESA ESTÁ PRONTA PARA ESSAS OPORTUNIDADES OU VAI DESAPARECER DO MERCADO

A força comercial não está apenas no relatório. Está no monitoramento contínuo da migração de valor entre setores.

Radar competitivo contínuo

Monitoramento de novos entrantes, narrativas, preços, produtos e sinais de deslocamento de consumo.

Análise geográfica de oportunidade

Leitura regional por renda, densidade de canal, comportamento urbano e bolsões de expansão.

Mapeamento de risco setorial

Identificação de categorias expostas à erosão de aderência e categorias receptoras de valor.

Leitura de sentimento e comportamento

Mudança narrativa, desejos não atendidos, sinais de manutenção, estética e performance.

Contato

Quero levar essa análise para a minha empresa

Nome

Empresa

E-mail

Setor de interesse

Mensagem

[Ir para o site da UIN](#)

Esta versão pública direciona o visitante ao site institucional da UIN. Se desejar, o botão pode ser trocado depois por formulário integrado ao CRM.