



v. 21, n. 8, agosto 2026

Uma Canetada no Mercado de Alimentos

A elevação nos preços dos alimentos, rotineiramente, tem liderado a inflação na economia brasileira. Tomando o caso da cidade de São Paulo, por exemplo, a variação da cesta de mercado contabilizada pelo Instituto de Economia Agrícola (IEA), entre março de 2011 a junho de 2025¹, somou 50,78%, frente ao IPCA amplo de 30,07% para o mesmo período.

Pressões sobre a oferta de alimentos, exercidas por fatores bióticos (pragas e doenças) e abióticos (especialmente as mudanças climáticas em curso), têm produzido elevação dos preços, assim como a diminuição da taxa de desemprego e evolução favorável da renda das famílias (subindo acima da inflação)², e produzem alavancagem da taxa de inflação setorial (mercado de alimentos).

O desmantelamento das políticas públicas orientadas para o abastecimento alimentar, ocorrido entre 2015 e 2022 (sequência de governos de matriz neoconservadora), causou ainda maior dificuldade de exercer qualquer gestão sobre a inflação de alimentos. Justamente nesse período o Brasil retorna ao Mapa da Fome³, com parcela significativa de sua população em situação de insegurança alimentar sob diferentes níveis de gravidade: leve, moderada e grave.

Entretanto, o preço dos alimentos, atualmente, exhibe momento distinto daquele observado no passado, quando as cotações seguiam, mês a mês, pressionadas. Surge um fator disruptor no âmbito do mercado de alimentos, constituído pelos medicamentos supressores de apetite⁴. Para além da balança, há o efeito do emprego das popularmente chamadas “canetas emagrecedoras” sobre o preço dos alimentos.

Em 2025, as despesas cambiais com a importação dos moderadores de apetite totalizaram US\$1,69 bilhão (aproximadamente R\$8,5 bilhões ao câmbio de R\$5,05/US\$), representando salto de 88% frente ao ano anterior⁵. Esse montante, caso somado às estimativas tanto de contrabando como de descaminho, pode acrescentar outros R\$4,6 bilhões à demanda pelos fármacos⁶.

Diante da magnitude desses números, o reflexo imediato consiste em amplo alcance obtido dessa terapia pela população brasileira, especialmente naquelas capitais de maior renda *per capita*, uma vez que as canetas são comercializadas a preços ainda elevados.

Reiley⁷ noticiou resultado de estudo estadunidense que constatou, após seis meses que com a utilização dos medicamentos moderadores de apetite, as famílias reduziram seu gasto nos supermercados em 5,3% em média. Nas famílias de mais elevada renda, essa redução alcança até 8,0%. Esse mesmo percentual foi obtido para os gastos com alimentação fora do lar, incluindo as cafeterias e fast-food. Os autores concluem então que “compreender essas mudanças na demanda é, portanto, importante para avaliar os mercados de alimentos e os gastos do consumidor”.

A mesma pesquisa indicou que os alimentos que sofreram maiores reduções no consumo das famílias foram os ultraprocessados. Em contrapartida, houve gêneros que registraram elevação na demanda como iogurtes, frutas frescas e barras de proteína. Outros itens básicos, como pães, carnes e ovos, também exibiram queda na demanda por parte das famílias em que há uso dos medicamentos moderadores de apetite em pelo menos um de seus membros.

Os autores da pesquisa ressaltam que a adoção generalizada dos moderadores de apetite implicará em mudanças na indústria de alimentos, nos restaurantes e nos varejistas. Ademais, entendem que as embalagens também passarão por ajustes, assim como a formulação dos produtos.

Diante das repercussões do uso dos moderadores de apetite, a indústria de alimentos se reinventa. Ultraprocessados com maiores teores proteico, vitamínico e de fibras, chamados de amigáveis para os GLP-1 (hormônio natural produzido pelo intestino após a ingestão de alimentos), passam a compor a segmentação dos produtos oferecidos^{8, 9}.

No Brasil, convive-se com o paradoxo: enquanto são desenhadas políticas para enfrentar a prevalência da fome e desnutrição de parcela de sua população, assiste-se, paralelamente, a crescente expansão da obesidade¹⁰. Reflexo dessa situação: houve uma corrida aos moderadores de apetite, como evidenciam os gastos cambiais com a importação desses medicamentos.

Pesquisa conduzida por empresa de monitoramento do varejo concluiu que 2,4% dos domicílios brasileiros declararam que ao menos um de seus membros é usuário das canetas. Quando se consideram as classes A e B, a penetração chega a 4,3%¹¹.

A capacidade dos medicamentos GLP-1 em promover o emagrecimento, consiste em produzir uma espécie de aversão ao consumo de alimentos. Segundo Tonon, essa característica faz com que os consumidores cheguem a se esquecer de comer¹².

O setor gastronômico constatou a necessidade de promover atualizações nos cardápios dos restaurantes, para fazer frente a esse novo comportamento. Menus menores, com predominância de proteínas, grãos integrais e fibras, destinados aos usuários dos moderadores de apetite, introduzem a categoria “GLP-1 friendly”.

Os moderadores de apetite são comercializados a preços inacessíveis à considerável faixa da população. Todavia, com a queda das patentes e o início da produção local desses fármacos, haverá maior acesso da população aos medicamentos, incrementando-se substancialmente o número de usuários. O mercado de alimentos e as empresas nele atuantes, ainda que redesenhem suas linhas de segmentação de produtos, será impactado devido a menor ida aos supermercados para a aquisição de gêneros alimentícios.

As proteínas (carnes, ovos, lácteos), frutas frescas e grãos integrais tendem a ser beneficiados pelo aumento da preferência do conjunto de usuários das canetas emagrecedoras. Alimentos comercializados em embalagens terão ofertas menores, trazendo inclusive para esse grupo beneficiado sobre a demanda total.

Análise quantitativa junto a 2 mil adultos, conduzida pela empresa de inteligência de mercado Scanntech em 2026, apontou que no varejo de alimentos espera-se uma redução de 0,49% no volume total comercializado, como as bebidas açucaradas e cervejas, as com maior redução (próximas de 1,0%), enquanto a mercearia básica teria uma queda estimada de 0,43%. No mesmo estudo, os alimentos com previsão de expansão da demanda foram os produtos frescos, suplementos proteicos, água e vitaminas¹³.

O mercado de alimentos será impactado como progressivo incremento no número de usuários das canetas emagrecedoras. A diminuição da ida aos supermercados comprometerá o desempenho desses equipamentos comerciais, com prováveis efeitos na formação dos preços dos alimentos, sobretudo os mais impactados pela mudança de hábito propiciada pelo uso dos moderadores de apetite.

¹INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA. **Portal do Varejo**. São Paulo: IEA, [2026?]. Disponível em: <https://iea.agricultura.sp.gov.br/out/varejo.php>. Acesso em: 20 ago. 2026.

²O rendimento médio, em 2025, alcançou R\$3.367,00, representando crescimento de 5,4% frente a 2024 já descontada a inflação do período. CAMPITELI, D. Rendimento médio do brasileiro bate recorde e chega a R\$ 3.367. **Poder360**, São Paulo, 8 maio 2026. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-economia/rendimento-medio-do-brasileiro-bate-recorde-e-chega-a-r-3-367/>. Acesso em: 20 ago. 2026.

³G1. Brasil volta ao Mapa da Fome das Nações Unidas. **Jornal Nacional**, 6 jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/07/06/brasil-volta-ao-mapa-da-fome-das-nacoes-unidas.ghtml>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁴Os medicamente simulam a ação do hormônio GLP-1, promovendo a saciedade e retardando o esvaziamento gástrico “não fazem apenas com que o usuário sinta menos fome e perca uma significativa de peso corporal. Eles alteram a relação da nossa sociedade com o alimento”. TONON, R. Tchau, prazer: “canetas emagrecedoras” devem mudar como enxergamos a comida. **UOL**, 23 jul. 2026. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/colunas/rafael-tonon/2026/07/23/como-os-glp-1-estao-mudando-como-gostamos-e-nos-relacionamos-com-a-comida.htm>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁵NAKAGAWA, F. Demanda explode e Brasil já importa mais caneta emagrecedora que celular. **CNN Brasil**, 12 jan. 2026. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/blogs/fernando-nakagawa/economia/money/macroeconomia/demanda-explode-e-brasil-ja-importa-mais-caneta-emagrecedora-que-celular/>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁶CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. Mercado ilegal de canetas emagrecedoras movimenta bilhões e acende alerta no Brasil. Brasília, DF: CFF, 2026. Disponível em: <https://site.cff.org.br/noticia/Noticias-gerais/28/05/2026/mercado-ilegal-de-canetas-emagrecedoras-movimenta-bilhoes-e-acende-alerta-no-brasil>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁷REILEY, L. Ozempic is changing the foods Americans buy. **Cornell Chronicle**, Ithaca, 19 Dec. 2025. Disponível em: <https://news.cornell.edu/stories/2025/12/ozempic-changing-foods-americans-buy>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁸A Nestlé lançou a linha Vital Pursuit. Um dos produtos incluídos nessa marca é uma pizza de couve-flor que contém 32% da quantidade recomendada de proteína. Curiosamente, segundo a companhia houve maior aceitação do produto entre não usuários das canetas. CASTRO, B. A teoria dizia que o Ozempic acabaria com os alimentos ultraprocessados, mas a realidade é que ele os reinventou. **Xataka Brasil**, 21 jul. 2026. Disponível em: <https://www.xataka.com.br/ciencia/a-teoria-dizia-que-ozempic-acabaria-com-os-alimentos-ultraprocessados-a-realidade-e-que-ele-os-reinventou>. Acesso em: 20 ago. 2026.

⁹No Brasil a Cooperativa Frimesa lançará, em 2027, barra de proteína elaborada com pernil suíno a ser disponibilizada nas academias e lojas de conveniência. COUTO, C. Frimesa eleva aposta em ‘processado inovador’: cooperativa dobrará investimentos e ampliará portfólio de itens derivados de carne suína. **Globo Rural**, 7 ago. 2026. Disponível em: <https://globorural.globo.com/cooperativas/noticia/2026/08/frimesa-eleva-aposta-em-processado-inovador.ghtml>. Acesso em: 20 ago. 2026.

¹⁰SILVA, J. G.; MARTINS, J. O avanço da obesidade nas Amazônias. **Valor Econômico**, 6 jul. 2026. Disponível em: <https://valor.globo.com/opiniao/coluna/o-avanco-da-obesidade-nas-amazonias.ghtml>. Acesso em: 20 ago. 2026.

¹¹KINA, L. GLP-1 avança no radar dos brasileiros e pode impactar o varejo. **E-Commerce Brasil**, 22 jun. 2026. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/glp-1-avanca-no-radar-dos-brasileiros-e-pode-impactar-o-varejo>. Acesso em: 20 ago. 2026.

¹²TONON, R. Tchau, prazer: “canetas emagrecedoras” devem mudar como enxergamos a comida. **UOL**, 23 jul. 2026. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/colunas/rafael-tonon/2026/07/23/como-os-glp-1-estao-mudando-como-gostamos-e-nos-relacionamos-com-a-comida.htm>. Acesso em: 20 ago. 2026.

¹³Canetas emagrecedoras crescem 239% no Brasil e já transformam o carrinho do consumidor. Super Varejo. REDAÇÃO. Canetas emagrecedoras crescem 239% no Brasil e já transformam o carrinho do consumidor. **Super-Varejo**, 25 jun. 2026. Disponível em: <https://www.supervarejo.com.br/varejo/canetas-emagrecedoras-crescem-239-no-brasil-e-ja-transformam-o-carrinho-do-consumidor>. Acesso em: 20 ago. 2026.

Palavras-chave: mercado de alimentos, preços de alimentos, canetas emagrecedoras.

Celso Luis Rodrigues Vegro
Pesquisador do IEA
celvegro@sp.gov.br

Liberado para publicação em: 19/08/2026

COMO CITAR ESTE ARTIGO

VEGRO, C. L. R. Uma Canetada no Mercado de Alimentos. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 21, n. 8, p. 1-5, ago. 2026. Disponível em: **colocar o link do artigo**. Acesso em: **dd mmm. aaaa**.