

A (R)evolução do Consumo.

Como uma molécula está reescrevendo
o comportamento, o consumo e o
futuro de indústrias no Brasil.



GLP-1

Mais que ciência
Uma transformação humana.



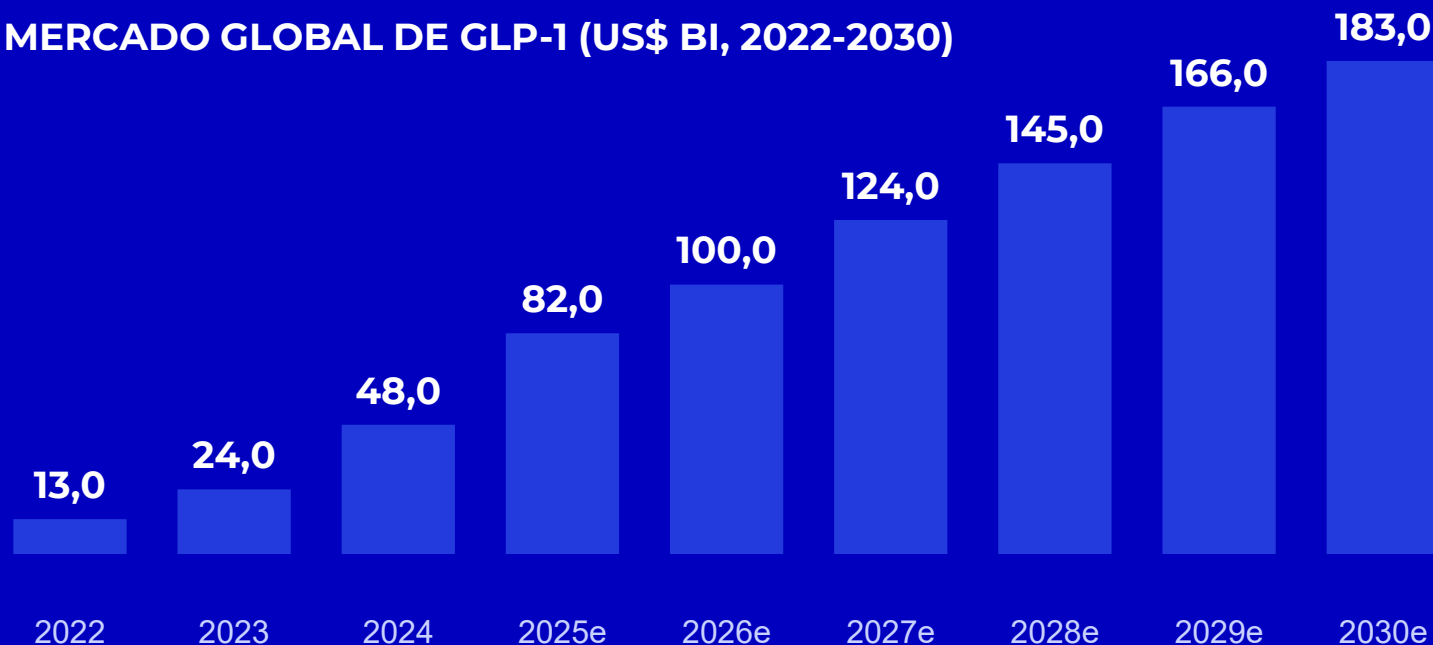
GLP-1: O elo que conecta ciência, saúde e propósito.

Não é um remédio. É a reescrita do desejo.

Quando isso acontece em escala de milhões, **deixa de ser saúde e vira economia.**

O mercado global já está numa curva de crescimento que poucas categorias da história tiveram.

MERCADO GLOBAL DE GLP-1 (US\$ BI, 2022-2030)



≈ 4x

o mercado quase quadruplica de 2024 a 2030.



O mercado formal de canetas emagredoras já movimentava cerca de **R\$ 10 bilhões** no Brasil.



E deve crescer de forma acelerada nos próximos anos, com potencial de atingir ao menos **R\$ 50 bilhões** até 2030.



Cerca de **12%** dos lares dos EUA usam GLP-1. Até 2030 esse percentual pode **dobrar**.



4,6% dos lares brasileiros usam GLP-1. Outros 26% são potenciais consumidores, pois não usam ainda devido ao custo ou receio com o tratamento.



Em 2025 **15%** do Canadá estava usando GLP-1.

Mercado Brasileiro



Fonte: NielsenIQ- The GLP1 Saga Continues – September 2024
Fonte: NielsenIQ- From Impulse to Intention: The Consumer Shift in a GLP-1 Era - September 2025
Fonte: Talk About | Homescan | Pesquisa em Lares sobre medicamentos injetáveis à base de GLP-1 | 2026

O Brasil não é coadjuvante. É o epicentro da próxima onda.

68%

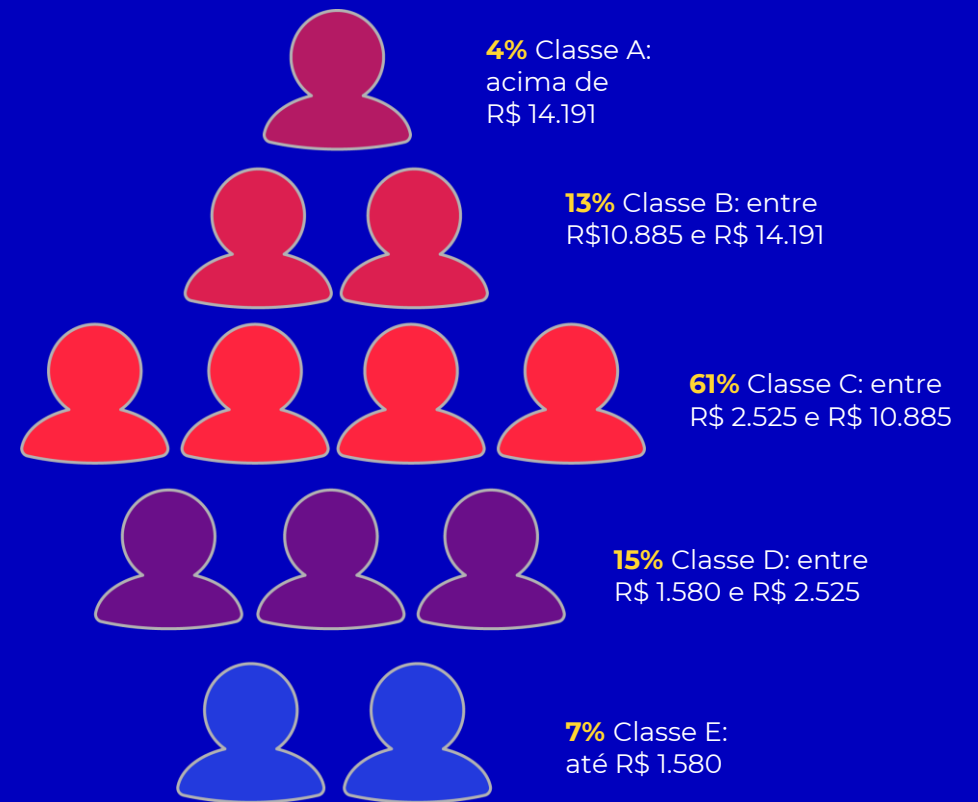
dos brasileiros adultos têm sobrepeso ou obesidade: base potencial de 120 milhões de pessoas.

A → C

o produto desce da Classe A para a Classe C: 110 milhões de brasileiros no próximo mercado.

69%

dos usuários atualmente de GLP-1 no Brasil pertencem à Classe A.





Saúde com amor alcançando 22 milhões de brasileiros, anualmente.

+153%

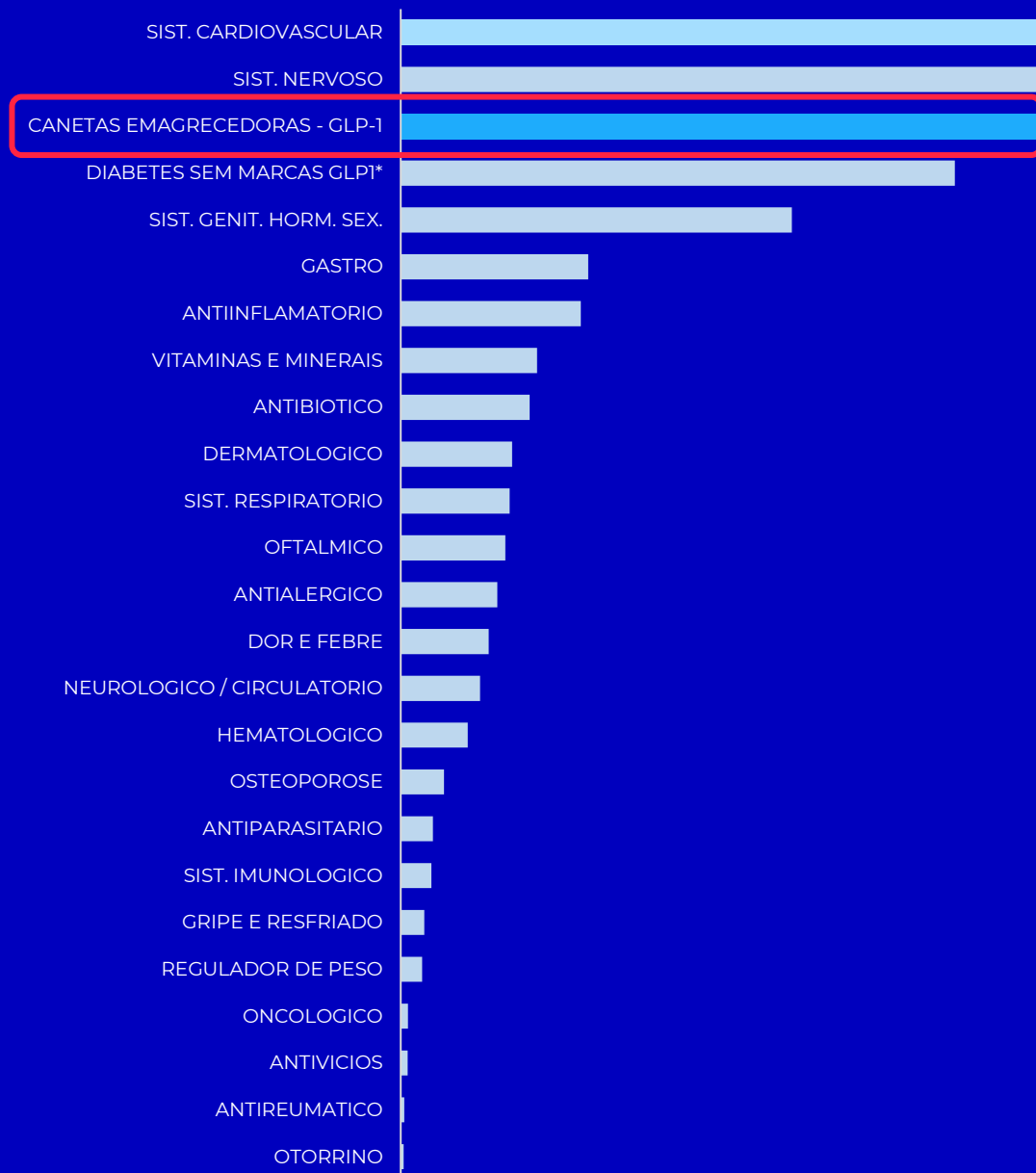
crescimento do GLP-1 em faturamento na rede (1T26 x 1T25, 9,1% do faturamento).

~11%

de market share (IQVIA, área total, Jan/25 a Abr/26).

Fonte: Symphony – Dados Farmácias Pague Menos | Ano móvel até 29 de março de 2026.

VENDAS EM VALOR DAS CATEGORIAS DE MEDICAMENTOS PRESCRITOS:



Bônus: desenvolvimento de novas cestas e o off label.

(-) COMPULSÃO



Tabagismo

11,6% da população adulta é fumante e representa expressivo mercado.



Alcoolismo

18,3% da população adulta afirma ter o hábito de consumir bebida alcoólica de forma abusiva.

(+) SAUDABILIDADE



Suplementação Alimentar

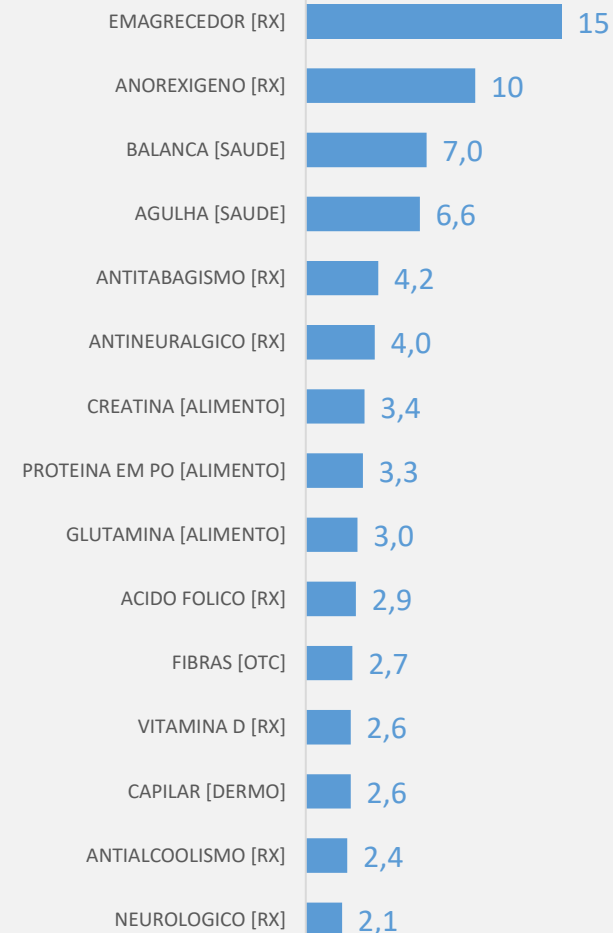
Mercado brasileiro de suplementos é o 3º que mais cresce no mundo.

Fonte: Ministério da Saúde, Vigitel Brasil 2025

Fonte: Ministério da Saúde, Vigitel Brasil 2021

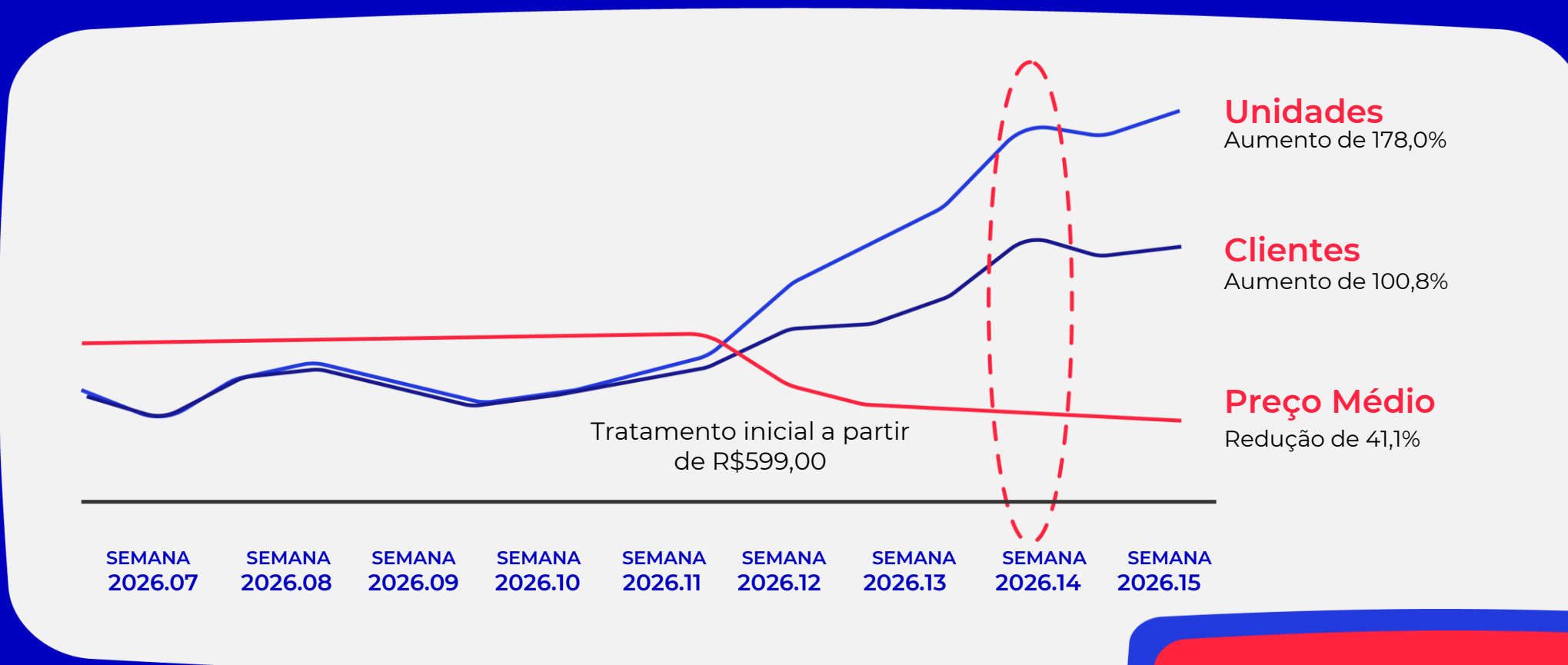
Fonte: Future Markets Insights 2026

SCORE DE INCLINAÇÃO ≥ 1: CATEGORIAS QUE APARECEM MAIS DO QUE O ESPERADO QUANDO O SHOPPER COMPRA GLP-1.



O Case Poviztra:

Preço mais acessível acelera a expansão do mercado endereçável.



84% clientes novos
 Apenas 9,9% de canibalização (Semaglutida + Tirzepatida).

Com tratamento iniciando
em **R\$287,00** mensais,
qual o potencial de mercado?



A terceira grande onda: **Internet → smartphone → GLP-1.**

Uma única variável tocando todos os setores ao mesmo tempo — criando vencedores e perdedores.



Alimentos

Menos impulso, mais proteína e função. Quem migrar primeiro ganha mercado novo.



Bebidas

Até -40% no álcool. O Brasil já é o 2º maior mercado de cerveja sem álcool.



Moda & Varejo

Renovação compulsória de guarda-roupa, com renda preservada.



Aviação

Passageiro mais leve e mais ativo: tese de custo e tese de demanda juntas.



Saúde & Longevidade

Menos eventos cardíacos e sinistralidade: a maior alavanca de eficiência da década.



Bem-estar

Exercício, performance e longevidade nascem junto com o tratamento.

A (R)evolução do Consumo.

