

Um mercado que também muda de tamanho



Há estudos que indicam que canetas emagrecedoras podem reduzir os efeitos do botox

As transformações individuais começam a produzir reflexos em setores que vão além da saúde. Na moda, a discussão sobre a redução dos tamanhos disponíveis ganhou força em meio à popularização dos medicamentos GLP-1.

Nos Estados Unidos, uma análise da Edited, citada pelo *The Guardian*, comparou a oferta de novos vestidos femininos da H&M entre janeiro e maio de 2025 e o mesmo período de 2026. No ano passado, os tamanhos 3XL e 4XL representavam 2% do novo estoque; em 2026, desapareceram da amostra, e o XXL também perdeu espaço. A H&M confirmou ao jornal a descontinuação das duas numerações, atribuindo a decisão à queda de demanda.

A redução, porém, não significa que a necessidade por roupas maiores tenha desaparecido. Como observa a especialista Lilian Lemos, “um tamanho menor não deveria estar associado a beleza, sucesso ou saúde, assim como um tamanho maior não deveria ser visto como algo que precisa ser escondido ou corrigido”.

Do estoque à balança

No Brasil, o fenômeno já é sentido na ponta que abastece o pequeno comércio. Segundo Alaor Gomes, presidente do Sindiatacadista-DF, o impacto começou pelo bolso. “No atacado de alimentos e bebidas, nós já sentimos no faturamento: o consumidor come menos e muda o que compra menos”, diz. Ele cita uma projeção de queda de cerca de 0,49% ao ano no volume total vendido nos supermercados, com as categorias de indulgência — doces, salgadinhos, refrigerantes, sorvetes, bebida alcoólica — perdendo espaço para frescos, proteínas, iogurte e fibras.

Fotos: Magnific



O impacto das canetas emagrecedoras chegou aos mercados

O movimento também chegou às araras. “Isso já é perceptível. As grandes redes observam uma redução de consumo nos tamanhos XXL e XL e uma migração para o consumo de roupas esportivas”, afirma Gomes. Para ele, o risco é operacional e financeiro. “Se as confecções não alinharem a essas projeções, correm o risco de bilhões em prejuízo por estoque errado. A indústria de confecção e o varejo de moda terão de refazer suas curvas de tamanho.”

O problema, segundo o presidente do sindicato, está na antecedência com que o varejo de moda trabalha. “As compras são feitas com seis a nove meses de antecedência, usando ‘curvas de tamanho’ que definem quantas peças de cada numeração comprar. Um erro ou a não previsão dessas alterações de tamanho pode afetar a rentabilidade do setor de moda”, ressalta. No setor alimentar, o ajuste é outro. “É preciso recalibrar o mix — mais proteína e porções menores. Quem não ajustar sortimento e estoque vai carregar produto que não gira”, acrescenta.

Gomes lista, ainda, outros setores sob pressão: “No alimentar, perdem força as bebidas açucaradas, o álcool, além de doces, salgadinhos, sorvetes, fast food e foodservice, e cresce proteínas, iogurte, frutas frescas e congeladas”, destaca.

Para Gomes, não há dúvida sobre a natureza do movimento: “É tendência estrutural, não moda passageira. Hoje, o impacto sobre o volume total ainda é de um dígito, mas a curva é ascendente e rápida. Quem tratar isso como ponto fora da curva vai ser pego despreparado; quem se antecipar, ajustando mix, estoque e sortimento, sai na frente. No comércio, quem não se antecipa contabiliza prejuízo.”

Os efeitos indiretos dos medicamentos também aparecem em setores menos óbvios, como a aviação comercial, já que o peso transportado interfere em cálculos de equilíbrio, desempenho e consumo de combustível. Estimativas citadas em reportagens americanas apontam que uma redução de 10% no peso médio dos passageiros poderia diminuir em até 1,5% os gastos com combustível das quatro maiores companhias aéreas dos Estados Unidos — United, Delta, American e Southwest —, o equivalente a até US\$ 580 milhões por ano.