

ATLAS DO CONSUMO ALIMENTAR

Estado de São Paulo — Estimativas, Tendências e
Oportunidades de Mercado

A circular inset image showing a person's hand holding a black plastic shopping basket filled with various items, including a green bag. The background is blurred, showing a grocery store aisle.

20
26

INTRODUÇÃO

São Paulo é o maior mercado consumidor do Brasil. Seus 45,9 milhões de habitantes geram um fluxo mensal de R\$ 19,2 bilhões exclusivamente em alimentação, o equivalente a R\$ 230,5 bilhões por ano.

Esse volume não é uniformemente distribuído: ele se fragmenta por classe social, localidade, categoria de produto e canal de consumo.

Empresas que não mapeiam essa distribuição operam com uma visão agregada de um mercado que é, na prática, profundamente granular.

Este material apresenta as estimativas de consumo alimentar do estado de São Paulo produzidas pela Nology por meio da plataforma Economapas.

Os dados cobrem 45,9 milhões de habitantes, 18 milhões de domicílios e mais de 30 categorias de alimentos e bebidas, segmentados por classe social (A1 a E).

São informações que permitem identificar oportunidades reais, calibrar posicionamento de produto e priorizar territórios com base em potencial de mercado demonstrável.



INTRODUÇÃO

→ O QUE VOCÊ ENCONTRARÁ NESTE GUIA

Panorama socioeconômico completo do estado •
Distribuição de renda por classe • Estimativas de consumo alimentar total, no domicílio e fora • Ranking das principais categorias de gasto • Análise discursiva por categoria e por setor • Insights e tendências acionáveis • Guia de como usar esses dados no seu negócio • Metodologia Nology

→ FONTE DOS DADOS

Todos os números deste material foram gerados pela plataforma Economapas (Nology), com base em modelagem territorial aplicada ao estado de São Paulo. Geração em março de 2026.



PANORAMA SOCIOECONÔMICO DO ESTADO DE SP

Antes de qualquer análise de consumo, é preciso compreender a estrutura da população que sustenta esse mercado. Os dados do Economapas revelam um estado economicamente maduro, com alto grau de urbanização, concentração significativa de renda nas classes A e B, e uma classe C numericamente dominante que representa o maior volume de consumo em valor absoluto.

População e Perfil Demográfico:

População total -
45.973.054



Estrutura de Domicílios

Total de domicílios
18.053.383



\$

Distribuição de Classes Sociais

A1, A2, B1, B2, C1,
C2, D e E



01) POPULAÇÃO E PERFIL DEMOGRÁFICO



Indicador	Valor	Observação
População total	45.973.054	22,9 M homens 23,1 M mulheres
PIB do estado	R\$ 2,72 trilhões	Maior PIB estadual do Brasil
PIB per capita	R\$ 58.302/ano	R\$ 4.858/mês por habitante
IDH médio	0.78	Alto desenvolvimento humano
Pop. econ. ativa	25.707.027	55,9% da população total
Pop. empregada	24.125.380	93,8% da PEA com ocupação
Alfabetizados	41.754.262	90,8% da população
Ensino superior	9.174.756	20,0% da população

→ TENDÊNCIA DEMOGRÁFICA RELEVANTE

A população adulta (30—49 anos) soma 14,8 milhões de pessoas — a faixa com maior capacidade de gasto e menor elasticidade de substituição de marca. A população idosa (60+) totaliza 8,2 milhões, um segmento em crescimento acelerado com preferências alimentares próprias e menor sensibilidade a preço em categorias de saúde e qualidade.

02) ESTRUTURA DE DOMICÍLIOS

Indicador	Valor	% do Total
Total de domicílios	18.053.383	100.0%
Casas	14.528.613	80.5%
Apartamentos	3.524.770	19.5%
Domicílios próprios	13.190.725	73.1%
Domicílios alugados	4.862.658	26.9%
Domicílios em favela	775.651	4.3%
Dom. com automóvel	12.359.188	68.5%
Dom. com internet	17.371.962	96.2%
Dom. com celular	17.752.166	98.3%
Média pessoas/dom.	255	—

→ INSIGHT: DOMICÍLIOS COMO UNIDADE DE COMPRA

Com 18 milhões de domicílios e média de 2,55 pessoas por unidade, o estado de SP apresenta um mercado consolidado em torno do formato de família pequena — o que favorece embalagens menores, formatos single-serve e operações de proximity convenience. 3,5 milhões de domicílios unipessoais reforçam essa tendência.

03) DISTRIBUIÇÃO DE CLASSES SOCIAIS

Classe	Domicílios	% Dom.	Renda média dom./mês	Renda total (R\$ M/mês)
A1	618.277	3.4%	R\$ 61.711	R\$ 38.155 M
A2	937.741	5.2%	R\$ 27.431	R\$ 25.723 M
B1	2.011.378	11.1%	R\$ 14.480	R\$ 29.124 M
B2	3.317.248	18.4%	R\$ 9.078	R\$ 30.115 M
C1	7.462.474	41.3%	R\$ 5.930	R\$ 44.251 M
C2	2.510.059	13.9%	R\$ 3.749	R\$ 9.411 M
D	892.346	4.9%	R\$ 2.497	R\$ 2.228 M
E	303.86	1.7%	R\$ 1.052	R\$ 320 M

→ CLASSE C LIDERA CONSUMO EM SP

A renda de um domicílio A1 em SP é 16,5x maior que a de um C2, mostrando que o potencial de consumo varia conforme o território e público-alvo. Ainda assim, a classe C é o maior mercado do estado: reúne 55,2% dos domicílios e concentra R\$ 53,7 bilhões em renda mensal.

CONSUMO ALIMENTAR: PANORAMA GERAL

O consumo alimentar do estado de São Paulo soma R\$ 19,21 bilhões por mês, ou R\$ 230,5 bilhões por ano. Esse número se distribui entre alimentação no domicílio (62,0%) e fora do domicílio (38,0%) — uma proporção que reflete o avanço da cultura de alimentação fora de casa e é determinante para a estratégia de qualquer operador do setor alimentar.

01) INDICADORES GERAIS DE CONSUMO

Indicador	Valor
Consumo alimentar total (mensal)	R\$ 19,21 bilhões
Consumo alimentar total (anual)	R\$ 230,5 bilhões
Consumo no domicílio (mensal)	R\$ 11,91 bilhões (62,0%)
Consumo fora do domicílio (mensal)	R\$ 7,30 bilhões (38,0%)
Consumo por habitante/mês	R\$ 417,85
Consumo por domicílio/mês	R\$ 1.064,05
Alimentação como % da renda total	10.7%

→ 38% FORA DE CASA: O QUE ESSE NÚMERO MOSTRA

R\$ 87,6 bilhões/ano são gastos com alimentação fora do lar. Para food service, é mercado potencial; para indústria e varejo, concorrência pelo orçamento familiar.

02) TOP 10 CATEGORIAS DE CONSUMO NO DOMICÍLIO

Categoria	Consumo mensal (R\$)	% do consumo no dom.
Carnes, vísceras e pescados	R\$ 2.072 milhões	17.4%
Bebidas e infusões	R\$ 1.432 milhões	12.0%
Leites e derivados	R\$ 1.375 milhões	11.5%
Panificados	R\$ 1.177 milhões	9.9%
Outros alimentos	R\$ 1.077 milhões	9.0%
Açúcares e derivados	R\$ 684 milhões	5.7%
Alimentos preparados	R\$ 674 milhões	5.7%
Frutas	R\$ 736 milhões	62.0%
Aves e ovos	R\$ 620 milhões	52.0%
Legumes e verduras	R\$ 515 milhões	43.0%

→ INSIGHT: CARNES LIDERAM COM FOLGA

Carnes, vísceras e pescados movimentam R\$ 2,07 bilhões/mês (17,4% dos gastos no lar), com destaque para a carne bovina de 1ª (69,5% do total) e o frango, que soma R\$ 416 milhões.



03) CONSUMO FORA DO DOMICÍLIO POR CATEGORIA

Categoria	Consumo mensal (R\$)	% do consumo fora
Almoço e jantar	R\$ 5.393 milhões	73.9%
Sanduíches e salgados	R\$ 611 milhões	8.4%
Lanches	R\$ 365 milhões	5.0%
Outras	R\$ 376 milhões	5.2%
Cervejas e beb. alcoólicas	R\$ 230 milhões	3.1%
Refrigerantes e beb. ND	R\$ 187 milhões	2.6%
Café, leite e chocolate	R\$ 126 milhões	1.7%

→ ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR: ONDE ESTÁ O MAIOR MERCADO

Almoço e jantar lideram o consumo fora de casa em SP, com R\$ 64,7 bilhões/ano (73,9% do total). Já sanduíches e lanches movimentam mais R\$ 11,7 bilhões/ano, consolidando um mercado bilionário para restaurantes, fast food e redes de snacking.



CONSUMO ALIMENTAR POR CLASSE SOCIAL

A análise por classe social revela as assimetrias mais relevantes do mercado alimentar paulista. Volume não é sinônimo de ticket: a classe C concentra o maior número de domicílios e um volume total expressivo, mas com gasto per capita muito inferior ao das classes A e B. Entender essa distribuição é condição necessária para decisões de posicionamento e expansão

01) CONSUMO FORA DO DOMICÍLIO POR CLASSE

Classe	Dom.	Consumo fora (R\$ M/mês)	% do total fora	Por domicílio/mês
A1	618.277	R\$ 1.471 M	202%	R\$ 2.380
A2	937.741	R\$ 992 M	136%	R\$ 1.058
B1	2.011.378	R\$ 1.223 M	168%	R\$ 608
B2	3.317.248	R\$ 1.264 M	173%	R\$ 381
C1	7.462.474	R\$ 1.865 M	256%	R\$ 250
C2	2.510.059	R\$ 397 M	54%	R\$ 158
D	892.346	R\$ 77 M	10%	R\$ 86
E	303.86	R\$ 9 M	1%	R\$ 30

O PARADOXO C1: MAIOR VOLUME TOTAL, MENOR TICKET UNITÁRIO

A classe C1 é a maior contribuinte em valor absoluto para o consumo fora de casa (R\$ 1,865 bi/mês, 25,6% do total) — mas gasta apenas R\$ 250 por domicílio/mês, contra R\$ 2.380 da A1.

Isso significa que redes com ticket médio baixo a médio, quando bem localizadas em áreas de densidade C1, acessam um volume de mercado superior ao de operações premium mal posicionadas.

CLASSES A+B: 38% DOS DOMICÍLIOS, 67,8% DO CONSUMO FORA DE CASA

As classes A e B reúnem 6,9 milhões de domicílios (38,1% do total) e respondem por R\$ 4,95 bilhões/mês em alimentação fora — 67,8% do segmento.

Para operações com posicionamento premium ou médio-alto, identificar a concentração geográfica dessas classes é o primeiro passo da estratégia territorial.



ALMOÇO E JANTAR: DESIGUALDADE DE GASTO POR DOM.

O dado de gasto com almoço e jantar fora do domicílio é um dos mais reveladores do material.

A classe A1 gasta R\$ 1.897 por domicílio/mês nessa categoria.

A classe C1, R\$ 166.

Uma diferença de 11,4 vezes entre classes que coexistem no mesmo estado e, frequentemente, no mesmo município

IMPLICAÇÃO ESTRATÉGICA

Dois restaurantes a 2 km de distância em bairros de perfis socioeconômicos distintos podem ter potenciais de receita absolutamente diferentes, mesmo com o mesmo tamanho físico e capacidade de atendimento.

Essa assimetria só é capturável com dados territoriais de setor censitário, o nível de granularidade que o Economapas opera.



CATEGORIAS EM DESTAQUE: DADOS E TENDÊNCIAS

Além do panorama geral, os dados do Economapas permitem mergulhar em categorias específicas — com implicações diretas para a estratégia de produtos, mix de lojas e posicionamento de redes.

01) PROTEÍNAS: CARNE BOVINA VS. ALTERNATIVAS

Categoria	Consumo mensal	Observação
Carne bov. de 1ª	R\$ 756 milhões	69,5% do total bovino
Carne bov. de 2ª	R\$ 332 milhões	30,5% do total bovino
Carnes industrializadas	R\$ 550 milhões	Embutidos, conservas e processados
Frango	R\$ 416 milhões	38,2% do gasto bovino
Pescados frescos	R\$ 100 milhões	Baixa penetração relativa
Outros pescados/vísceras	R\$ 194 milhões	Inclui miúdos e peixe processado

INSIGHT: CARNE INDUSTRIALIZADA SUPERA PESCADO E FRANGO DE SEGUNDA

Com R\$ 550 M/mês, carnes e peixes industrializados superaram significativamente pescados frescos (R\$ 100 M).

Esse dado sinaliza preferência por conveniência e preço previsível em proteínas — um driver relevantíssimo para formatos de varejo e food service que operam com longa escala.

02) BEBIDAS: CERVEJA, CAFÉ E REFRIGERANTES

Bebida	Consumo mensal	Consumo anual
Cerveja (dentro + fora)	R\$ 562 milhões	R\$ 6,7 bilhões/ano
Refrigerantes (dentro + fora)	R\$ 575 milhões	R\$ 6,9 bilhões/ano
Café moído	R\$ 219 milhões	R\$ 2,6 bilhões/ano
Outras beb. alcoólicas (fora)	R\$ 153 milhões	R\$ 1,8 bilhões/ano
Beb. não alcoólicas light/diet	R\$ 21 milhões	Nicho premium crescente

→ CAFÉ: R\$ 2,6 BILHÕES/ANO E TENDÊNCIA DE PREMIUMIZAÇÃO

O café consumido em casa movimentava R\$ 2,6 bilhões/ano, sem contar cafeterias e padarias. Classes A e B puxam a premiumização, pagando mais por qualidade e origem.

03) LÁCTEOS: O DADO QUE SURPREENDE

Categoria	Consumo mensal
Queijos	R\$ 501 milhões
Leite de vaca	R\$ 386 milhões
Outros (iogurte, etc.)	R\$ 385 milhões
Leite em pó	R\$ 60 milhões
Light e diet	R\$ 33 milhões
Orgânicos (lácteos)	R\$ 11 milhões

→ QUEIJO SUPERA LEITE DE VACA EM VALOR: R\$ 501M VS. R\$ 386M/MÊS

O consumo de queijos (R\$ 501 M/mês) já supera o de leite de vaca (R\$ 386 M) em termos de desembolso financeiro. Isso reflete a premiumização do segmento lácteo e indica oportunidade para redes de varejo que expandem catálogo em queijos finos, e para food service que trabalha charcutaria e aperitivos.

04) ÓLEOS E GORDURAS: AZEITE VS. SOJA

O consumo de azeite de oliva (R\$ 95 M/mês) já supera o de óleo de soja (R\$ 79 M/mês) em valor — uma inversão relevante que sinaliza avanço no perfil de consumo no estado. A diferença é de 1,2x em favor do azeite, concentrada nas classes A e B, mas com penetração crescente na C1.

TENDÊNCIA: PREMIUMIZAÇÃO DO ÓLEO

A substituição do óleo de soja por azeite de oliva é uma tendência crescente que reforça a demanda por produtos premium no varejo, no food service e na indústria.

05) ORGÂNICOS: NICHOS DE ALTO VALOR

Subcategoria orgânica	Consumo mensal	Subcategoria orgânica
Lácteos orgânicos	R\$ 10,6 milhões	Lácteos orgânicos
Aves e ovos orgânicos	R\$ 9,3 milhões	Aves e ovos orgânicos
Cereais orgânicos	R\$ 1,9 milhões	Cereais orgânicos
Total orgânicos (categorias mapeadas)	R\$ 21,8 milhões	Total orgânicos (categorias mapeadas)

→ ORGÂNICOS: CONCENTRADO NAS CLASSES A1 E A2

O consumo de orgânicos em SP está fortemente concentrado nos estratos A1 e A2, refletindo a correlação entre renda alta e disposição para pagar prêmio por produto.

Para varejistas e franquias com posicionamento premium, mapear a concentração geográfica da classe A é o passo que transforma esse nicho em uma linha de produto viável comercialmente.

COMO LER ESSES DADOS: APLICAÇÕES POR SETOR

01) FOOD SERVICE E RESTAURANTES

O mercado de almoço e jantar fora do domicílio em SP totaliza R\$ 5,39 bi/mês — R\$ 64,7 bi/ano. A este valor, somam-se R\$ 11,7 bi/ano em sanduíches e lanches.

Esse é o tamanho do mercado. A questão não é se o mercado existe, é onde dentro dele sua operação se posiciona.

- Gasto A1 em almoço/jantar fora: R\$ 1.897/dom./mês — 11,4x superior ao da C1 (R\$ 166)
- Classes A+B: 67,8% do consumo fora de casa com 38% dos domicílios
- Classe C1: maior volume absoluto fora (R\$ 1,865 bi) por ser o maior grupo demográfico
- Cerveja fora de casa: R\$ 230 M/mês — dado relevante para bares e operadores noturnos

→ APLICAÇÃO PRÁTICA PARA FOOD SERVICE E RESTAURANTES

Antes de escolher o ponto de uma nova unidade, mapeie a concentração das classes que fazem parte do seu ticket médio alvo. Um restaurante de R\$ 80 de ticket médio posicionado em área de dom. predominantemente C2 terá dificuldade estrutural de atingir ocupação.

O mesmo restaurante em área A2/B1 parte de uma base de demanda natural compatível com seu posicionamento.

02) FRANQUIAS DO SETOR ALIMENTÍCIO

Redes de franquia enfrentam o desafio duplo de crescer sem canibalizar e sem desperdiçar praças com potencial insuficiente. Os dados do Economapas permitem resolver essa equação com precisão, não com intuição.

- Classe C1: 41,3% dos domicílios — a classe que define o mercado de massa das franquias alimentícias
- Classes B1+B2: 29,5% dos domicílios, R\$ 2,46 bi/mês em consumo fora de casa — mercado ideal para franquias de médio posicionamento
- 96,2% dos domicílios com internet: infra para delivery e operadores híbridos
- 68,5% dos domicílios com automóvel: indica mobilidade e potencial de drive-thru

→ APLICAÇÃO PRÁTICA PARA FRANQUIAS

O tamanho do mercado de sanduíches e lanches (R\$ 11,7 bi/ano) justifica qualquer investimento de rede em expansão territorial rigorosa.

A pergunta não é se o mercado aguenta novas unidades, é quais territórios ainda têm demanda reprimida e cobertura insuficiente. Esse mapeamento só é feito com dados de setor censitário.

03) VAREJO ALIMENTAR

Para supermercados e atacarejos, os dados revelam um mercado segmentado por renda com preferências de formato distintas.

Classe A concentra gasto em queijos, azeites e orgânicos. Classe C lidera em volume absoluto de cereais, frango e bebidas. Classe B é o equilíbrio entre volume e ticket.

- Panificados: R\$ 1,18 bi/mês — ancoragem de tráfego em qualquer formato de varejo
- Bebidas e infusões: R\$ 1,43 bi/mês — segunda maior categoria do domicílio
- Alimentos preparados: R\$ 674 M/mês — tendência de conveniência em crescimento
- Azeite supera óleo de soja em valor: sinal de premiumização no corredor de gorduras
- Domicílios unipessoais: 3,5 milhões — demanda por embalagens menores e formatos express

→ APLICAÇÃO PRÁTICA PARA VAREJO

Com 55,2% dos domicílios na classe C e renda média de R\$ 5.381/mês, o varejo que acerta o formato e o mix para esse público tem acesso ao maior bloco de consumo do estado.

Mas a classe C não é uniforme: C1 (R\$ 5.930/dom.) e C2 (R\$ 3.749/dom.) têm comportamentos distintos — e exigem posicionamento diferente.

04) INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Para a indústria, os dados de consumo por categoria e classe social funcionam como mapa de prioridade de distribuição e desenvolvimento de produto. O estado de SP concentra quase um quarto da população brasileira, e os dados revelam onde dentro de SP está o potencial de cada segmento.

- Carne bov. 1ª: R\$ 756 M/mês — concentrado nas classes A e B: mercado de cortes premium
- Carne industrializada: R\$ 550 M/mês — forte penetração na classe C: mercado de vol.
- Refrigerantes: R\$ 575 M/mês (dentro + fora) — categoria com pressão crescente de substitutos
- Queijo: R\$ 501 M/mês — maior subcategoria de lácteos em valor, em crescimento
- Orgânicos: R\$ 21,8 M/mês em 3 subcategorias mapeadas — nicho de alto crescimento

→ APLICAÇÃO PRÁTICA PARA INDÚSTRIA

A análise de consumo por classe revela onde concentrar esforço comercial por SKU. Lácteos premium e orgânicos têm demanda concentrada geograficamente nas regiões de maior preseça de classe A.

Embutidos e industrializados têm mercado distribuído na classe C. Mapear essa distribuição por setor censitário transforma a estratégia de distribuição de uma operação reativa para uma proativa.

NOLOGY: INTELIGÊNCIA QUE GERA DECISÃO

Todos os dados deste material foram produzidos pela plataforma Economapas, desenvolvida pela Nology, empresa brasileira especializada em inteligência territorial para expansão e estratégia comercial.

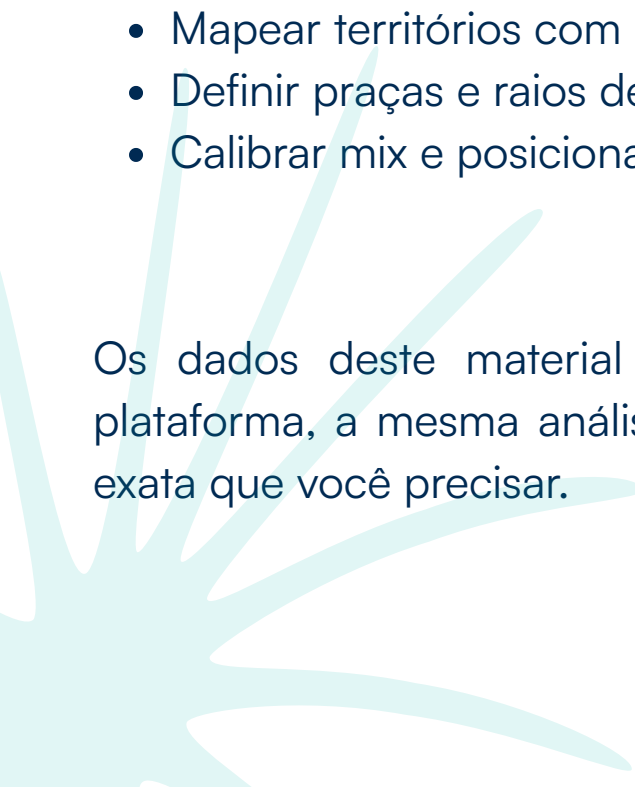
O Economapas consolida fontes públicas de referência e aplica sobre elas uma camada de modelagem e tratamento proprietários.

O resultado não é uma reprodução de dados brutos: é inteligência calibrada para refletir o potencial real de consumo por área geográfica, com precisão de setor censitário.

O que você pode fazer com a plataforma:

- Avaliar o potencial de mercado de um ponto antes de qualquer compromisso
- Mapear territórios com demanda reprimida e baixa concorrência
- Definir praças e raios de exclusividade com base em dados reais
- Calibrar mix e posicionamento pelo perfil socioeconômico da área

Os dados deste material mostram SP em escala estadual. Na plataforma, a mesma análise é feita pelo bairro, município ou área exata que você precisar.



O QUE VOCÊ APRENDEU ATÉ AQUI COM A **Nology**



SP movimenta R\$ 230,5 bilhões em alimentação por ano



38% do consumo alimentar acontece fora de casa



Ticket médio varia 11x entre classe A1 e C1



Esse mercado não é uniforme, ele tem endereço

Próximos Passos

Os dados que você viu aqui são o retrato do estado. O próximo passo é simples: traga a sua pergunta e veja os dados da sua região na prática com a Nology



ESSES DADOS SÃO SÓ O COMEÇO.

*O que você viu aqui é SP inteiro, agregado, em escala estadual.
Imagine ver isso pelo seu bairro. Pelo raio exato do ponto que você está avaliando.*

O Economapas faz isso.

E quem decide com dado na mão chega antes.

Solicite sua demonstração. contato@nology.com.br • www.nology.com.br