

Um
mundo de
oportunidades

V.3 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADDEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe Técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Marcelo Cláudio Pereira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

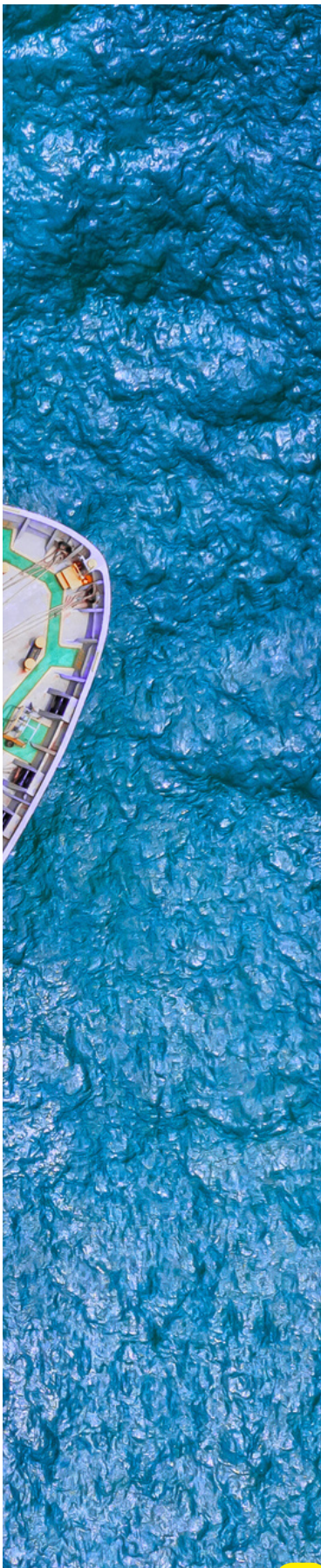


O Agrolnsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o Agrolnsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





AZEITE DE OLIVA – MERCADO PERUANO

Data: 10/03/2026

Posto: Lima/Peru

Palavras-chave:

Responsável: Warley Efrem Campos e María Victoria Borja Lozano

SUMÁRIO:

O mercado de azeite de oliva no Peru apresenta dinâmica de crescimento, sustentada pela maior incorporação do produto à dieta cotidiana e pela valorização de atributos associados à saúde e qualidade. Apesar da produção concentrada no sul do país, a forte vulnerabilidade climática mantém a dependência de importações, com predominância da Espanha no fornecimento. Para o exportador brasileiro, o Peru configura-se como oportunidade estratégica, especialmente em nichos de maior valor agregado, exigindo atenção aos requisitos sanitários e ao posicionamento competitivo frente a fornecedores consolidados.

O mercado global de azeites comestíveis constitui um segmento estratégico da indústria agroalimentar, impulsionado por tendências associadas à saúde, naturalidade e bem-estar. Em 2024, esse mercado foi estimado em aproximadamente USD 101 bilhões, com projeção de alcançar USD 114 bilhões até 2028, refletindo um crescimento anual composto de 3,1%.

Dentro desse universo, os segmentos de maior valor agregado apresentam desempenho superior à média do setor. O nicho de azeites comestíveis orgânicos foi avaliado em cerca de USD 5,9 bilhões em 2024, com expectativa de atingir USD 9,4 bilhões até 2028. Especificamente no caso do azeite de oliva orgânico, projeta-se crescimento anual composto de 12,5% no período, consolidando-se como produto premium associado a atributos de saudabilidade, qualidade e sustentabilidade.

Nesse contexto, a olivicultura peruana apresenta consolidação produtiva com forte concentração geográfica no sul do país. Na campanha 2021/2022, a produção nacional de oliva alcançou aproximadamente 229.638 toneladas. Tacna destacou-se como principal polo produtivo, respondendo por cerca de 76% do volume total e concentrando aproximadamente 81% da área cultivada (cerca de 35 mil hectares), enquanto Arequipa e Ica participam com volumes significativamente menores.

Entretanto, o setor evidencia vulnerabilidade climática relevante. Em 2024, fenômenos associados ao El Niño impactaram severamente a produção de azeite, com estimativas de redução de até 90% nos volumes, passando de cerca de 7.000 toneladas para entre 700 e 1.000 toneladas. As altas temperaturas e as chuvas durante o período de florada comprometeram a frutificação, reforçando a necessidade de diversificação varietal e adoção de tecnologias que aumentem a resiliência produtiva.

Apesar da relevância regional, a produção interna de azeite de oliva não supre integralmente a demanda doméstica, mantendo o Peru como importador líquido no comércio internacional do produto. Essa dependência tornou-se ainda mais evidente diante da forte contração produtiva observada em 2024.

No âmbito do consumo, observa-se mudança geracional e comportamental consistente: nos últimos dez anos, as famílias passaram a preferir embalagens de 500 ml em detrimento das de 250 ml, indicando maior incorporação do azeite à dieta cotidiana. Projeções do setor apontam crescimento adicional de aproximadamente 34% no consumo nos próximos cinco anos, sustentado pela maior conscientização quanto aos benefícios do produto para a saúde e o bem-estar.

O consumo interno é suprido por combinação entre produção nacional — marcada por elevada variabilidade anual — e importações, cujo volume tende a aumentar em anos de menor safra, como observado no ciclo 2024/2025.

No plano comercial e aduaneiro, no âmbito da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), o azeite de oliva classifica-se no Capítulo 15, especificamente na posição 1509, que compreende azeite de oliva e suas frações.

Destacam-se as seguintes subposições: 1509.20.00.00 (azeite de oliva virgem extra), 1509.30.00.00 (azeite de oliva virgem), 1509.40.00.00 (outros azeites de oliva virgens) e 1509.90.00.00 (demais azeites de oliva e frações).

No que se refere ao volume importado, no período de janeiro a julho de 2025 o Peru adquiriu aproximadamente 508 toneladas de azeite de oliva, totalizando US\$ 2.3 milhões (CIF). Considerando o acumulado do ano de 2025, as importações atingiram US\$ 10.3 milhões (CIF), sendo que 65% desse montante corresponderam ao azeite de oliva extra virgem, principal categoria da pauta importadora. Observa-se que o volume importado apresenta comportamento inversamente correlacionado à produção nacional, aumentando em anos de menor safra — como verificado em 2024 — e reduzindo-se em períodos de maior oferta local.

A estrutura de fornecimento é altamente concentrada. A Espanha mantém posição dominante, respondendo por cerca de 80% das importações no período 2019-2025 e por 88% do volume registrado entre janeiro e julho de 2025. Itália (9,5%) e Turquia (8%) aparecem como fornecedores secundários, além de participações marginais de outros países, como China. O Brasil, embora seja tradicionalmente importador líquido de azeite, dispõe de produção nacional e capacidade de oferta em segmentos específicos, podendo explorar nichos de maior valor agregado no mercado peruano, especialmente em contextos de menor disponibilidade local.

As operações de importação concentram-se majoritariamente em grandes redes varejistas e distribuidoras nacionais, como Cencosud Retail Perú S.A., Supermercados Peruanos S.A., Hipermercados Tottus S.A., entre outras empresas do setor alimentício. Os preços médios de importação situaram-se entre US\$ 3,95 e US\$ 8,25 por kg, refletindo diferenças de categoria, qualidade e origem do produto.

Apesar de ser um país importador, o Peru também atua como fornecedor externo, ainda que em escala moderada. Em 2024, os embarques foram fortemente afetados pela quebra de safra, totalizando apenas US\$ 5,6 milhões FOB, com queda de cerca de 75% em volume e 62% em valor. Em 2025, contudo, observou-se recuperação significativa. As exportações alcançaram aproximadamente US\$ 16,6 milhões FOB, superando os níveis de 2023 e 2024. Os principais destinos foram Espanha, Chile, Estados Unidos e Austrália, indicando retomada do dinamismo exportador e maior diversificação de mercados, ainda condicionada à estabilidade da produção interna.

No que tange às barreiras tarifárias, os produtos classificados nos códigos 1509.20.00.00 (azeite de oliva virgem extra), 1509.30.00.00 (azeite de oliva virgem), 1509.40.00.00 (outros azeites de oliva virgens) e 1509.90.00.00 (demais azeites de oliva e frações) estão sujeitos, segundo a tabela da SUNAT, a alíquota Ad Valorem de 0%. Não obstante, incidem tributos internos aplicáveis às importações, especificamente o Impuesto General a las Ventas (IGV) de 16% e o Impuesto de Promoción Municipal (IPM) de 2%, resultando em carga tributária interna de 18% sobre a base de cálculo correspondente. Não se verificam, atualmente, quotas tarifárias ou restrições quantitativas específicas para esses códigos.

No mercado interno, conforme observado nos quadros apresentados, verifica-se clara segmentação por origem e posicionamento de marca. Produtos de entrada, como determinadas marcas espanholas comercializadas em redes de grande distribuição, apresentam preços inferiores em comparação com marcas premium ou de produção nacional com maior valor agregado.

Loja: ORGANA	Loja: ORGANA
 RAPA RAPACEITE DE OLIVA X 1L S/ 57,90	 OLIVAM OLIVAMACEITE DE OLIVA X 1L S/ 68,90
Marca: RAPA Origem: Espanha Preço: US\$ 17,17 – R\$ 90,40	Marca: OLIVAM Origem: Peru (Arequipa) Preço: US\$ 20,47 – R\$ 107,65

Observa-se, ainda, que alguns azeites peruanos — especialmente os extravirgem de origem identificada (Arequipa e Tacna) — posicionam-se em faixa de preço semelhante ou superior a marcas importadas tradicionais.

Loja: Plaza Vea	Loja: Plaza Vea	Loja: Plaza Vea
 BELL'S Aceite de Oliva BELL'S Extra Virgen Botella 1L Botella 1L S/ 32,90 x Und	 EL CORTE INGLÉS Aceite de Oliva EL CORTE INGLÉS Extra Virgen B... Botella 1L S/ 55 x Und	 EL OLIVAR Aceite de Oliva EL OLIVAR Extra Virgen Botella... Botella 1L S/ 67,90 x Und
Marca: Bells Origem: Espanha Preço: US\$ 9,78 – R\$ 51,41	Marca: El Corte Inglés Origem: Espanha Preço: US\$ 16,34 - R\$ 85,95	Marca: El Olivar Origem: Peru (Tacna) Preço: US\$ 20,17- R\$ 106,14

De modo geral, o mercado evidencia diferenciação entre categorias (puro, virgem e extravirgem) e entre canais de venda, com lojas especializadas apresentando preços mais elevados que supermercados de grande porte.

Azeite de oliva - puro	Azeite de oliva virgem	Azeite de oliva extravirgem
		
Aceite de Oliva 1 L Botella pet S/57,00	Aceite de Oliva Virgen 1 L Botella pet S/55,86	Aceite de Oliva Extra Virge.. Botella pet S/57,00
Marca: Olivos del Sur – Origen: Perú		
Preço: US\$ 16,93 - R\$ 89,10	Preço: US\$ 16,59 - R\$ 87,22	Preço: US\$ 16,93 - R\$ 89,10

O azeite de oliva consolidou-se como ingrediente recorrente na gastronomia peruana, tanto no consumo cotidiano — especialmente no tempero de saladas (“ensaladas”) — quanto na preparação de pratos emblemáticos das cozinhas crioula e Nikkei. Um dos exemplos mais representativos é o “Pulpo al Olivo”, no qual o azeite e a azeitona negra desempenham papel central na elaboração do molho característico. A crescente valorização da culinária peruana, aliada à maior conscientização sobre hábitos alimentares saudáveis, tem impulsionado a demanda por azeites de melhor qualidade, particularmente da categoria Extra Virgem.

Do ponto de vista regulatório, o azeite de oliva comercializado no Peru deve cumprir a Norma Técnica Peruana NTP 209.013:2025, aprovada pelo Instituto Nacional de Calidad (INACAL), que estabelece os requisitos específicos de qualidade para “Aceites y grasas comestibles. Aceite de oliva”. A norma define critérios técnicos relacionados à qualidade, pureza e rastreabilidade, aplicáveis tanto à produção nacional quanto aos produtos importados, alinhando o mercado peruano a padrões internacionais de comercialização.

Em matéria de rotulagem, aplicam-se as disposições da NTP 209.038 e da Lei de Alimentação Saudável, que prevê a obrigatoriedade de advertências frontais (“octógonos”) caso o produto exceda os limites estabelecidos de gorduras saturadas, açúcares ou sódio, conforme aplicável. O rótulo deve conter, no mínimo, denominação do produto, conteúdo líquido, lista de ingredientes, identificação de lote, data de validade e dados do importador e do registro sanitário correspondente.

Adicionalmente, exige-se a implementação de mecanismos de rastreabilidade, com controle de lote que permita acompanhar o produto desde sua origem até o consumidor final, garantindo transparência e segurança na cadeia de comercialização.

O produto deve obrigatoriamente possuir Registro Sanitário emitido pela DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria). O importador peruano é quem geralmente tramita este registro, mas necessita de documentação técnica do exportador brasileiro (Certificado de Livre Venda, ficha técnica, etc.).

À luz dos elementos analisados, observa-se que o mercado peruano de azeite de oliva apresenta uma oportunidade estratégica sustentada por dois vetores complementares: a quebra recente da safra nacional, que ampliou a dependência de importações no curto prazo, e o crescimento estrutural do consumo, impulsionado por mudanças nos hábitos alimentares e maior valorização de produtos saudáveis e de maior qualidade.

Adicionalmente, a estrutura de distribuição concentrada em grandes redes varejistas facilita negociações estratégicas com importadores de alcance nacional, ainda que exija regularidade de fornecimento e posicionamento claro de mercado. Nesse contexto, a proximidade logística e os acordos comerciais vigentes conferem ao Brasil condições favoráveis para explorar nichos de maior valor agregado, especialmente associados à gastronomia e ao apelo de alimentos saudáveis, consolidando presença gradual no mercado peruano.