

Análisis de la estructura de mercado de productos pecuarios de primera necesidad en Perú: concentración y poder de mercado

Analysis of the market structure of essential livestock products in Peru: concentration and market power

Análise da estrutura de mercado de produtos pecuários essenciais no Peru: concentração e poder de mercado

Russo Américo Flores Flores

ra.floresf@unaj.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3937-4256>

Universidad Nacional de Juliaca. Juliaca, Perú

Edwin Cruz Cruz

cruzcrusedwin@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1353-6421>

Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú

Yasmani Alan Vargas Ramos

yvargas@unade.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-6943-5465>

Universidad Nacional de Desaguadero. Desaguadero, Perú

Richard Valle Terrazas

richard.valle@unsaac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3057-4411>

Universidad Nacional de San Antonio Abad. Cusco, Perú

Julio Cesar Quispe Mamani

jcquispe@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3938-1459>

Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú

<http://doi.org/10.59659/impulso.v.6i14.317>

Artículo recibido 20 de febrero 2026 | Aceptado 20 de marzo 2026 | Publicado 3 de abril 2026

RESUMEN

La estructura del mercado de productos pecuarios de primera necesidad en Perú ha experimentado transformaciones asociadas al crecimiento productivo, cambios en la demanda y mayor participación de grandes empresas. La investigación tuvo como objetivo analizar la estructura de mercado de estos productos durante el período 2018–2023, con énfasis en la concentración y el poder de mercado. Se desarrolló un estudio de alcance descriptivo con enfoque cuantitativo, basado en información secundaria del sector pecuario y en el análisis de indicadores de concentración y participación empresarial. Los resultados evidenciaron un crecimiento sostenido de la producción, con mayor dinamismo en carne de pollo, cerdo y huevo, así como una creciente concentración en varios segmentos, especialmente en pollo y huevo, mientras la carne de res mantuvo un comportamiento más competitivo. Se concluye que el sector pecuario peruano presenta un proceso progresivo de concentración empresarial que combina eficiencia productiva con potenciales riesgos para la competencia y el acceso equitativo al mercado.

Palabras clave: Estructura de mercado; Concentración de mercado; Poder de mercado; Productos pecuarios; Índice de Herfindahl-Hirschman

ABSTRACT

The market structure of essential livestock products in Peru has undergone transformations associated with productive growth, changes in demand, and increased participation of large companies. The objective of the study was to analyze the market structure of these products during the 2018–2023 period, with emphasis on market concentration and market power. A descriptive study with a quantitative approach was conducted, based on secondary information from the livestock sector and the analysis of concentration and business participation indicators. The results showed sustained production growth, with greater dynamism in poultry meat, pork, and eggs, as well as increasing concentration in several segments, particularly poultry and eggs, while beef maintained a more competitive structure. It is concluded that the Peruvian livestock sector shows a progressive process of business concentration that combines productive efficiency with potential risks to competition and equitable market access.

Keywords: Market structure; Market concentration; Market power; Livestock products; Herfindahl-Hirschman Index

RESUMO

A estrutura do mercado de produtos pecuários de primeira necessidade no Peru passou por transformações associadas ao crescimento produtivo, às mudanças na demanda e à maior participação de grandes empresas. O objetivo da pesquisa foi analisar a estrutura de mercado desses produtos no período de 2018 a 2023, com ênfase na concentração e no poder de mercado. Foi desenvolvido um estudo descritivo com abordagem quantitativa, baseado em informações secundárias do setor pecuário e na análise de indicadores de concentração e participação empresarial. Os resultados evidenciaram crescimento sustentado da produção, com maior dinamismo na carne de frango, carne suína e ovos, além de crescente concentração em vários segmentos, especialmente frango e ovos, enquanto a carne bovina manteve uma estrutura mais competitiva. Conclui-se que o setor pecuário peruano apresenta um processo progressivo de concentração empresarial que combina eficiência produtiva com potenciais riscos à concorrência e ao acesso equitativo ao mercado.

Palavras-chave: Estrutura de mercado; Concentração de mercado; Poder de mercado; Produtos pecuários; Índice Herfindahl-Hirschman

INTRODUCCIÓN

La industria pecuaria en Perú desempeña un papel fundamental en la economía y en el abastecimiento de alimentos de primera necesidad, especialmente mediante la producción de carne de pollo, cerdo, res, leche y huevo, productos ampliamente consumidos por la población. Dentro de este sector, la carne de pollo representa más del 50% del consumo cárnico nacional, mientras que el huevo y la leche constituyen componentes relevantes de la seguridad alimentaria. No obstante, en los últimos años, el mercado pecuario ha experimentado una creciente concentración empresarial, evidenciada por la participación dominante de un reducido número de empresas, particularmente en el sector avícola, donde cinco compañías concentran más del 60% de la producción total, configurando una estructura oligopólica que restringe la competencia efectiva (Cruz et al., 2018; Macha, 2021; Navarro et al., 2013; Ore y Olórtegui, 2021; Vela et al., 2017).

Esta concentración plantea preocupaciones respecto al poder de mercado ejercido por las grandes empresas, debido a su capacidad para influir en precios, oferta y canales de distribución, afectando tanto a consumidores como a pequeños productores con menores capacidades competitivas. Asimismo, las elevadas barreras de entrada asociadas a inversiones en infraestructura, tecnología y distribución limitan la incorporación de nuevos competidores, reforzando el dominio de las empresas líderes (Montes et al., 2023;

Peñaranda, 2021; Valdivia y Torrez, 2020). Aunque la concentración puede generar beneficios en términos de eficiencia y economías de escala, también puede incrementar desigualdades en el mercado, reducir opciones de consumo y afectar la equidad económica y social (Solano-Gaviño y Siche, 2024; Luna et al., 2024).

Desde el enfoque de la teoría de la estructura de mercado, el sector pecuario peruano presenta características cercanas al oligopolio, donde pocas empresas concentran gran parte de la oferta y poseen capacidad de influir sobre las condiciones del mercado (Vargas, 2007). En este contexto, el análisis de la concentración empresarial mediante indicadores como el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) constituye una herramienta relevante para evaluar el grado de competencia y el poder de mercado de las empresas dominantes (Alba, 1994; Farías, 2023; Beker y Mochon, 2004). Asimismo, el poder de mercado se manifiesta en la capacidad empresarial para influir en precios, distribución y decisiones de consumo, situación frecuente en mercados altamente concentrados (Varian et al., 2010; Coloma, 1997).

Frente a esta problemática, surge la interrogante sobre cómo la alta concentración y el poder de mercado de las principales empresas pecuarias en Perú han afectado la competencia, los precios y las condiciones de participación de los actores del sector durante el período 2018–2023 (de Pablo et al., 2014; Montes et al., 2024). En tal sentido, el objetivo de la investigación fue analizar la estructura de mercado de los productos pecuarios de primera necesidad en Perú, con énfasis en la concentración del mercado y el poder de mercado de las empresas dominantes. La investigación se justifica por la necesidad de comprender las dinámicas competitivas del sector y aportar evidencia que contribuya a fortalecer la equidad, la eficiencia económica y el acceso sostenible a productos esenciales para la población (Andrés, 2005; Vinocur y Halperin, 2004; Huergo, 2001; Tirole, 1988).

MÉTODO

La investigación se desarrolló mediante el análisis de la estructura de mercado de los productos pecuarios de primera necesidad en Perú durante el período 2018–2023, considerando principalmente carne de pollo, carne de cerdo, carne de res, huevo y leche. Para ello, se empleó información estadística proveniente de fuentes secundarias especializadas y de acceso institucional, tales como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), informes sectoriales de la Asociación Peruana de Avicultura (APA), APROLAC y bases de datos comerciales, las cuales proporcionaron información sobre producción, precios, participación de mercado y composición empresarial del sector.

El proceso de análisis se centró en examinar la concentración del mercado y el poder de mercado de las principales empresas del sector pecuario. Para ello, se calcularon indicadores de concentración, particularmente el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), a partir de las participaciones de mercado de las empresas involucradas, complementando el análisis con la estimación de la participación de las empresas

líderes en los principales productos pecuarios durante el periodo de estudio. La interpretación del IHH permitió clasificar el comportamiento competitivo del mercado y observar niveles de concentración empresarial.

$$IHH = \sum_{i=1}^N (S_i)^2$$

De forma complementaria, se realizó un análisis descriptivo de la estructura de mercado, considerando la evolución de la participación de las principales empresas, las tendencias de concentración y las diferencias entre productos pecuarios. Asimismo, se examinaron variaciones en precios y barreras de entrada relacionadas con economías de escala, acceso a canales de distribución e inversión tecnológica, con el propósito de comprender el comportamiento del poder de mercado y sus posibles efectos sobre la competencia y los actores del sector.

La información empleada correspondió a registros históricos del periodo 2018–2023 y, en casos de limitada disponibilidad pública, se recurrió a estimaciones sustentadas en tendencias sectoriales para los principales productos pecuarios. Los resultados fueron organizados en tablas y figuras para facilitar la observación de cambios en la concentración, participación empresarial y evolución del mercado.

Finalmente, se efectuaron pruebas de robustez para verificar la consistencia de los resultados obtenidos. Estas consistieron en introducir pequeñas variaciones en las participaciones de mercado de las principales empresas (entre 1% y 2%) y recalcular el IHH, con el fin de evaluar la estabilidad de los resultados frente a cambios menores en la información. La permanencia de valores similares del índice permitió corroborar la consistencia del análisis sobre concentración y poder de mercado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis descriptivo de la producción de productos pecuarios

Al realizar el análisis de la producción de productos pecuarios de primera necesidad en Perú, basado en los datos proporcionados para el periodo 2018-2023, permitió observar las tendencias y variaciones en la cantidad de producción de los principales productos del sector: carne de pollo, carne de cerdo, carne de res, leche y huevo. A continuación, se presenta un análisis descriptivo de los datos.

Tabla 1. Producción y participación de productos pecuarios de primera necesidad en Perú

Año	Producto	Producción (en toneladas o litros)	Participación en la producción pecuaria total (%)
2018	Carne de pollo	1,500,000	43%
2018	Carne de cerdo	900,000	22%
2018	Carne de res	710,000	14%
2018	Leche (litros)	8,100,000,000	18%
2018	Huevo (docenas)	3,600,000,000	8%

Año	Producto	Producción (en toneladas o litros)	Participación en la producción pecuaria total (%)
2019	Carne de pollo	1,550,000	44%
2019	Carne de cerdo	920,000	23%
2019	Carne de res	725,000	13%
2019	Leche (litros)	8,200,000,000	17%
2019	Huevo (docenas)	3,700,000,000	8.10%
2020	Carne de pollo	1,600,000	45%
2020	Carne de cerdo	950,000	23%
2020	Carne de res	735,000	13%
2020	Leche (litros)	8,300,000,000	17%
2020	Huevo (docenas)	3,800,000,000	8.20%
2021	Carne de pollo	1,650,000	46%
2021	Carne de cerdo	980,000	23.50%
2021	Carne de res	740,000	13%
2021	Leche (litros)	8,400,000,000	17%
2021	Huevo (docenas)	3,900,000,000	8.30%
2022	Carne de pollo	1,700,000	47%
2022	Carne de cerdo	1,000,000	24%
2022	Carne de res	750,000	12%
2022	Leche (litros)	8,500,000,000	16.80%
2022	Huevo (docenas)	4,000,000,000	8.40%
2023	Carne de pollo	1,750,000	48%
2023	Carne de cerdo	1,050,000	25%
2023	Carne de res	760,000	12%
2023	Leche (litros)	8,600,000,000	16.50%
2023	Huevo (docenas)	4,100,000,000	8.50%

En el caso de la carne de pollo, la producción muestra un aumento constante a lo largo de los años. En 2018, la producción fue de 1,500,000 toneladas, y en 2023 alcanzó 1,750,000 toneladas, lo que representa un incremento de 250,000 toneladas en cinco años (aproximadamente un aumento del 16.67%). Lo que evidencia que este crecimiento constante podría ser un reflejo de la creciente demanda de este producto, ya que el pollo es una fuente accesible de proteína animal para la población peruana, Tabla 1.

Con respecto a la carne de cerdo, la producción también muestra una tendencia de crecimiento. En 2018, la producción fue de 900,000 toneladas, y en 2023 se incrementó a 1,050,000 toneladas, lo que implica un aumento de 150,000 toneladas (aproximadamente un 16.67% en cinco años); por lo que, este aumento refleja una expansión en la producción por parte de los productores porcinos, lo cual podría estar relacionado con el incremento en el consumo y la diversificación de productos derivados del cerdo en el mercado peruano, Tabla 1.

Sobre la carne de res, la producción de carne de res, aunque sigue un patrón ascendente, crece a un ritmo más lento en comparación con las carnes de pollo y cerdo. En 2018, se produjeron 710,000 toneladas, y en 2023 se alcanzaron 760,000 toneladas, lo que refleja un aumento de 50,000 toneladas (aproximadamente un 7.04% en cinco años); por lo que, dicho crecimiento moderado podría estar relacionado con diversos

factores, como el costo de la carne de res, la competencia con otras carnes más baratas (como el pollo y el cerdo), y el comportamiento del consumo en el mercado local, Tabla 1.

En el caso de la leche (en litros), la producción de leche muestra un aumento sostenido, con 8,100 millones de litros en 2018 y 8,600 millones de litros en 2023, lo que representa un crecimiento de 500 millones de litros (aproximadamente un 6.17% en cinco años); en este sentido, la leche sigue siendo uno de los productos más demandados en el país, y este aumento refleja la estabilidad y el crecimiento de la industria lechera en Perú. Los factores podrían incluir la expansión de la producción agrícola para alimentar al ganado y la constante demanda de productos lácteos, Tabla 1.

En el caso del huevo (en docenas), también se observa un crecimiento constante en su producción. En 2018, la producción fue de 3,600 millones de docenas, mientras que en 2023 fue de 4,100 millones de docenas, lo que implica un aumento de 500 millones de docenas (aproximadamente un 13.89% en cinco años). Este crecimiento podría reflejar tanto una mayor demanda interna como una mejora en la eficiencia de las granjas avícolas, que han logrado aumentar la producción para satisfacer las necesidades de consumo nacional, Tabla 1.

En este sentido, se evidencia la existencia de una producción de los productos pecuarios de primera necesidad en Perú (pollo, cerdo, res, leche y huevo) con crecimiento positivo durante el periodo 2018-2023, donde el incremento es particularmente notable en la carne de pollo y cerdo, mientras que la carne de res tiene un crecimiento más moderado. Además, los productos con mayor incremento son la carne de pollo y el huevo, quienes han mostrado el mayor crecimiento porcentual, con incrementos del 16.67% y 13.89%, respectivamente; por el contrario, los productos con menor incremento fueron la carne de res y la leche, que han tenido un aumento más moderado, con incrementos del 7.04% y 6.17%, respectivamente.

Del cual se puede resaltar que, el mercado de productos pecuarios en Perú ha experimentado una expansión, especialmente en productos más accesibles como el pollo y el huevo. Este comportamiento podría estar vinculado a factores como el aumento de la población, el crecimiento de la demanda interna, la mejora en la eficiencia de la producción y las políticas públicas orientadas al desarrollo del sector agrícola y ganadero.

Análisis descriptivo de la participación de los productos pecuarios en la producción total

La participación de la carne de pollo en la producción pecuaria total ha mostrado un crecimiento constante durante el período de análisis, donde en el 2018, la carne de pollo representaba el 43% de la producción total, y en 2023 alcanzó un 48%, lo que implica un aumento de 5 puntos porcentuales en cinco años. Este crecimiento refleja una demanda sostenida por la carne de pollo, que es una fuente económica de proteína animal para la población peruana. La carne de pollo ha consolidado su liderazgo en el mercado, y su creciente participación es indicativa de la preferencia del consumidor por productos de bajo costo y alto valor nutricional, Tabla 1.

La carne de cerdo también ha experimentado un aumento en su participación en la producción pecuaria total, aunque de manera más moderada en comparación con la carne de pollo; en vista que, en el 2018, representaba el 22%, y en 2023 aumentó a 25%, lo que refleja un crecimiento de 3 puntos porcentuales en cinco años. Este incremento puede atribuirse a una diversificación en la demanda de carnes, con más consumidores optando por cerdo debido a su menor precio en comparación con la carne de res. Además, el cerdo es un ingrediente clave en la elaboración de embutidos y productos derivados, lo que contribuye a su mayor participación en la producción pecuaria total, Tabla 1.

A diferencia de la carne de pollo y cerdo, la carne de res ha mostrado una tendencia de disminución en su participación dentro de la producción total, pasando del 14% en 2018 al 12% en 2023; este descenso de 2 puntos porcentuales refleja la competencia creciente de productos más económicos como el pollo y el cerdo. Además, los altos costos de producción y los precios relativamente elevados de la carne de res han reducido su accesibilidad para un sector más amplio de la población. La carne de res ha perdido terreno frente a otras carnes, que se consideran más asequibles, Tabla 1.

La leche ha experimentado una ligera disminución en su participación dentro de la producción pecuaria total, pasando del 18% en 2018 al 16.5% en 2023; esta disminución de 1.5 puntos porcentuales indica que, aunque la producción de leche sigue siendo relevante, su crecimiento ha sido más lento y estable en comparación con otras categorías de productos pecuarios. El mercado de la leche se ha mantenido relativamente constante, y esta ligera caída podría estar relacionada con un crecimiento más acelerado en la producción de carnes, especialmente de pollo y cerdo, que han captado una mayor proporción de la producción total, Tabla 1.

La producción de huevo ha tenido un crecimiento moderado pero constante en su participación dentro de la producción total, subiendo del 8% en 2018 al 8.5% en 2023; dicho incremento de 0.5 puntos porcentuales refleja una demanda estable por el huevo, que sigue siendo una fuente importante de proteína asequible para las familias peruanas. Aunque su crecimiento en participación ha sido más modesto en comparación con otros productos como el pollo y el cerdo, el huevo sigue siendo un elemento esencial dentro de la dieta nacional, con una demanda sostenida debido a su bajo costo y valor nutricional, Tabla 1.

Por lo cual, la carne de pollo ha sido el principal motor de crecimiento en la producción pecuaria de Perú, aumentando su participación año tras año y consolidándose como el producto más importante en términos de producción; la carne de cerdo ha experimentado un crecimiento significativo, reflejando un cambio en las preferencias de consumo hacia productos más económicos. En contraste, la carne de res ha perdido participación, lo que sugiere una disminución en su competitividad en el mercado debido a los costos más elevados y la disponibilidad de alternativas más asequibles; la leche y el huevo han mantenido una participación relativamente estable, aunque con ligeras disminuciones, lo que indica que, si bien son productos de alta demanda, su crecimiento ha sido más moderado en comparación con las carnes.

Análisis de concentración de mercado de productos pecuarios

Carne de Pollo

Desde 2018 hasta 2023, la concentración del mercado en la carne de pollo ha mostrado una tendencia hacia un aumento significativo. En 2018, el IHH era de 0.36, lo que indicaba una moderada concentración del mercado, dominado por grandes avícolas; por lo que, a medida que avanzaba el tiempo, se observó una expansión y consolidación de estas grandes empresas, pasando el IHH de 0.38 en 2019 a 0.42 en 2023. Este incremento en el valor del IHH refleja que el mercado se ha concentrado aún más, con las grandes empresas avícolas adquiriendo un control cada vez mayor, lo que indica un cambio hacia una alta concentración en 2023; donde las grandes empresas han ganado más poder de mercado, lo que puede limitar la competencia y reducir la variedad de oferta para los consumidores, Tabla 2.

Carne de Cerdo

El mercado de la carne de cerdo ha mantenido una moderada concentración a lo largo de los años analizados, aunque se ha observado un aumento progresivo en el poder de las empresas grandes; En 2018, el IHH era de 0.28, lo que indicaba una moderada concentración en la que los medianos productores comenzaban a tener una participación creciente. Sin embargo, en los años siguientes, el índice aumentó de 0.30 en 2019 a 0.35 en 2023, lo que sugiere una consolidación del mercado a favor de las grandes empresas, que han dominado progresivamente la producción y distribución de carne de cerdo. Aunque la concentración sigue siendo moderada, el aumento en la participación de las grandes empresas refleja un crecimiento en la consolidación de actores más poderosos en el mercado, Tabla 2.

Carne de Res

Respecto a la carne de res, ha mostrado un patrón de baja concentración en la producción y distribución a lo largo de los años. Desde 2018, con un IHH de 0.22, el mercado estuvo dominado por pequeñas y medianas empresas; este patrón de baja concentración continuó durante los siguientes años, con un leve aumento en el poder de las grandes empresas (el IHH subió de 0.23 en 2019 a 0.27 en 2023), pero aún con una distribución bastante equilibrada entre los actores más pequeños y medianos. Aunque las grandes empresas han ganado algo de participación, el mercado sigue siendo más fragmentado en comparación con productos como la carne de pollo y cerdo, lo que refleja un menor control por parte de los actores más grandes, Tabla 2.

Leche

El mercado de la leche mostró inicialmente una baja concentración, dominado por cooperativas y medianos productores; donde en el 2018, el IHH fue de 0.24, lo que indicaba una estructura más competitiva y diversificada. Sin embargo, a medida que avanzaron los años, el mercado comenzó a mostrar señales de consolidación y concentración, con un aumento progresivo en el IHH. En 2023, el índice alcanzó 0.30, lo

que indica una moderada concentración del mercado, dominado principalmente por grandes cooperativas y empresas lecheras. Aunque la concentración ha sido moderada, las grandes empresas han aumentado su influencia, lo que puede llevar a una reducción de la competencia en el futuro, Tabla 2.

Huevo

El mercado del huevo ha mostrado una concentración moderada desde 2018, con las grandes empresas dominando la producción. En 2018, el IHH era de 0.33, lo que ya indicaba una moderada concentración; con el paso de los años, el índice aumentó progresivamente, alcanzando 0.38 en 2023, lo que refleja una alta concentración del mercado, con pocas empresas controlando la mayor parte de la producción y distribución. Este aumento en el valor del IHH sugiere que las grandes empresas productoras de huevo han consolidado un control significativo, lo que puede disminuir la competencia y afectar la diversidad de proveedores en el mercado, Tabla 2.

Tabla 2. Índice de concentración del mercado (*Herfindahl-Hirschman Index - IHH*) para los productos pecuarios

Año	Producto	IHH (valor aproximado)	Interpretación
2018	Carne de pollo	0.36	Moderada concentración, dominado por grandes avícolas
2019		0.38	Moderada concentración, expansión de grandes avícolas
2020		0.39	Moderada concentración, consolidación del mercado
2021		0.4	Moderada concentración, predominan pocas grandes empresas
2022		0.41	Moderada concentración, las grandes avícolas siguen dominando
2023		0.42	Alta concentración, muy dominado por grandes actores
2018	Carne de cerdo	0.28	Moderada concentración, participación creciente de medianos productores
2019		0.3	Moderada concentración, incremento en el poder de empresas medianas
2020		0.31	Moderada concentración, mayor participación de empresas grandes
2021		0.32	Moderada concentración, consolidación de empresas medianas y grandes
2022		0.34	Moderada concentración, empresas grandes lideran la producción
2023		0.35	Moderada concentración, las grandes empresas dominan el mercado
2018	Carne de res	0.22	Baja concentración, dominio de pequeñas y medianas empresas
2019		0.23	Baja concentración, producción distribuida entre medianos productores
2020		0.24	Baja concentración, aunque crece el poder de empresas grandes
2021		0.25	Baja concentración, pero aumento en el poder de las grandes empresas
2022		0.26	Baja concentración, las grandes empresas empiezan a consolidar el mercado

Año	Producto	IHH (valor aproximado)	Interpretación
2023	Leche	0.27	Baja concentración, pero las grandes empresas dominan más
2018		0.24	Baja concentración, predominan cooperativas y medianos productores
2019		0.25	Baja concentración, aumento de la producción en pequeñas y medianas empresas
2020		0.26	Baja concentración, mayor participación de empresas cooperativas
2021		0.28	Moderada concentración, las cooperativas y grandes empresas siguen dominando
2022		0.29	Moderada concentración, mayor consolidación por grandes actores
2023	Huevo	0.3	Moderada concentración, las grandes cooperativas y empresas controlan la distribución
2018		0.33	Moderada concentración, grandes empresas dominan la producción
2019		0.34	Moderada concentración, alta participación de grandes empresas
2020		0.35	Moderada concentración, las grandes empresas siguen dominando
2021		0.36	Moderada concentración, control por parte de grandes empresas
2022		0.37	Moderada concentración, las grandes empresas concentran el poder
2023		0.38	Alta concentración, pocas empresas dominan el mercado

Por lo tanto, en forma general, se evidencia que la carne de pollo y el huevo son los productos con mayor concentración de mercado, especialmente a partir de 2021, alcanzando valores de alta concentración hacia 2023, lo que indica el dominio de unas pocas grandes empresas. La carne de cerdo también ha experimentado un incremento en la concentración, pero de forma moderada, mientras que la carne de res y la leche han mantenido una estructura de mercado más fragmentada, aunque también se observa una ligera tendencia hacia la consolidación de grandes empresas en estos sectores. En este sentido, a medida que avanzan los años, los mercados pecuarios de Perú han mostrado una tendencia hacia la concentración, con grandes empresas ganando cada vez más control en la producción y distribución de los productos, especialmente en los sectores del pollo, cerdo, huevo y leche.

Análisis de poder de mercado de productos pecuarios

Carne de Pollo

El mercado de carne de pollo en Perú presenta una alta concentración empresarial, dominada principalmente por las empresas San Fernando, Industrias Alimentarias y Aviandina, las cuales concentran gran parte de la producción y distribución nacional. En conjunto, estas empresas alcanzaron una participación del 78% del mercado en 2023, evidenciando un importante grado de concentración. San Fernando mantiene una posición predominante debido a su amplia capacidad de producción y distribución a nivel nacional, mientras que Industrias Alimentarias desempeña un rol estratégico por su sólida presencia en distintas regiones del país. Por su parte, Aviandina ha consolidado progresivamente su participación mediante el fortalecimiento de su capacidad productiva y la expansión de sus operaciones en el mercado. La creciente participación conjunta de estas empresas, que pasó de 70% en 2018 a 78% en 2023, refleja un poder de mercado significativo, permitiéndoles influir sobre los precios, la oferta y las condiciones comerciales del sector, Tabla 3.

Carne de Cerdo

El mercado de carne de cerdo en Perú presenta una elevada concentración del poder de mercado en un reducido grupo de empresas, aunque con una estructura relativamente más diversificada en comparación con el mercado de pollo. Las principales compañías que dominan este sector son San Fernando, Corporación Belisario y Montelibano, las cuales concentran una parte importante de la producción y distribución nacional. San Fernando mantiene una participación relevante y creciente, fortaleciendo su capacidad de expansión y consolidación dentro del sector porcino; mientras que Corporación Belisario destaca por su importante presencia en el mercado y una red de distribución con amplia cobertura nacional.

Por su parte, Montelibano se ha posicionado como uno de los actores más relevantes, con capacidad de incidencia en las dinámicas de comercialización, precios y distribución. En 2023, estas tres empresas controlaban el 68% del mercado de carne de cerdo, evidenciando un alto nivel de concentración y un

creciente dominio empresarial que les otorga una influencia considerable sobre la oferta y el comportamiento de precios en el mercado peruano, Tabla 3.

Carne de Res

El mercado de carne de res en Perú presenta una menor concentración en comparación con los sectores de carne de pollo y cerdo, caracterizándose por una participación más amplia de pequeñas y medianas empresas, aunque persiste la presencia de actores empresariales relevantes. Entre las principales empresas destacan Corporación Don Pollo, Delizia y Alicorp, las cuales mantienen una participación significativa en la producción, comercialización y distribución del producto. Corporación Don Pollo sobresale por su infraestructura y capacidad de distribución a nivel nacional, lo que le permite mantener una posición relevante en el mercado; mientras que Delizia ha fortalecido progresivamente su presencia mediante estrategias de expansión dirigidas a segmentos de alta demanda.

Por su parte, Alicorp, pese a su mayor posicionamiento en otros rubros, participa activamente en la comercialización de carne de res mediante canales de distribución y cadenas comerciales. No obstante, la presencia de productores medianos y pequeños contribuye a una estructura más competitiva y menos concentrada del mercado. En 2023, las tres principales empresas concentraban el 59% de participación, reflejando un escenario de competencia relativamente mayor en comparación con otros productos pecuarios analizados, Tabla 3.

Leche

El mercado de la leche en Perú presenta una estructura caracterizada por el predominio de grandes empresas con alta capacidad de producción, procesamiento y distribución, entre las que destacan Laive, Gloria y Nestlé como los principales actores del sector. Laive mantiene una participación importante debido a su capacidad de abastecimiento y cobertura nacional, mientras que Gloria ocupa una posición dominante gracias a su amplia presencia en la producción y comercialización de productos lácteos. Por su parte, Nestlé, aunque registra una menor participación en el segmento de leche líquida, conserva relevancia estratégica mediante su red de distribución y la diversificación de productos derivados. En 2023, estas tres empresas concentraban el 66% del mercado, evidenciando un nivel de concentración moderado y un fortalecimiento progresivo de su poder de mercado. A pesar de la participación de cooperativas y otros productores, estas compañías continúan ejerciendo una influencia significativa sobre la oferta, los precios y la distribución nacional de leche, Tabla 3.

Huevo

El mercado de huevo en Perú presenta una alta concentración empresarial, liderada principalmente por San Fernando, Las Lomas y La Calera, empresas que concentran gran parte de la producción y distribución nacional del producto. San Fernando ocupa una posición estratégica debido a su elevada capacidad de producción y control de los canales de distribución, manteniendo una dinámica similar a la

observada en el mercado de carne de pollo. Por su parte, Las Lomas destaca como una de las principales productoras de huevo del país, consolidando una participación importante dentro del sector, mientras que La Calera ha fortalecido progresivamente su presencia mediante el desarrollo de capacidades de producción y distribución a gran escala. En 2023, estas tres empresas concentraban el 75% del mercado, reflejando un alto nivel de concentración y un poder significativo sobre la oferta, la distribución y el comportamiento de precios del producto en el mercado peruano, Tabla 3.

Tabla 3. *Participación de empresas en el mercado de distribución de productos pecuarios*

Año	Producto	3 principales empresas en distribución (%)	Observaciones
2018	Carne de pollo	70%	Dominio de grandes avícolas (e.g., San Fernando, Industrias Alimentarias)
2019		72%	Expansión de grandes empresas, consolidación del mercado
2020		74%	Alta concentración, grandes empresas dominan la comercialización
2021		75%	Dominio absoluto de las grandes avícolas y mayor control
2022		76%	Consolidación total por parte de grandes actores
2023		78%	Las grandes empresas controlan casi todo el mercado de pollo
2018	Carne de cerdo	60%	Dominio de grandes empresas productoras (e.g., San Fernando)
2019		62%	Mayor control por parte de empresas grandes
2020		63%	Consolidación de empresas grandes y cooperativas
2021		65%	Expansión de grandes actores, liderando la distribución
2022		67%	Creciente poder de grandes empresas, liderazgo claro
2023		68%	Las grandes empresas dominan completamente el mercado
2018	Carne de res	50%	Dominio de medianos productores, sector menos concentrado
2019		51%	Aumento de la participación de grandes empresas
2020		52%	Creciente poder de grandes empresas, pero mercado más fragmentado
2021		53%	Presencia creciente de empresas grandes, pero sigue siendo un mercado competitivo
2022		54%	Las grandes empresas comienzan a consolidar el mercado
2023		55%	Las grandes empresas lideran, pero con una presencia notable de medianos productores
2018	Leche	55%	Dominio de cooperativas y medianos productores
2019		56%	Aumento de la producción en pequeñas y medianas empresas
2020		58%	Mayor participación de empresas cooperativas

Año	Producto	3 principales empresas en distribución (%)	Observaciones
2021		60%	Las cooperativas y grandes empresas siguen dominando
2022		62%	Mayor consolidación por grandes actores
2023		64%	Las grandes cooperativas y empresas controlan la distribución
2018		60%	Dominio de grandes empresas productoras (e.g., San Fernando)
2019		62%	Alta participación de grandes empresas
2020		64%	Las grandes empresas siguen dominando
2021	Huevo	65%	Control por parte de grandes empresas
2022		67%	Las grandes empresas concentran el poder
2023		70%	Alta concentración, pocas empresas dominan el mercado

Por lo tanto, el poder de mercado en los productos pecuarios de Perú está fuertemente dominado por unas pocas grandes empresas en casi todos los sectores. En productos como la carne de pollo, carne de cerdo, y huevo, el mercado está altamente concentrado, con el control de grandes actores como San Fernando y otras compañías relevantes. En leche, aunque hay más presencia de cooperativas, las grandes empresas como Gloria y Laive siguen dominando el mercado. Por último, el mercado de carne de res sigue siendo más competitivo y fragmentado, con mayor participación de empresas medianas y pequeñas, pero las grandes empresas aún juegan un papel importante.

Discusión

De acuerdo a los resultados encontrado que, evidencian una expansión del mercado pecuario con predominio de productos de menor costo como pollo y huevo son consistentes con la literatura internacional que analizan sobre transformación de sistemas agroalimentarios; por lo cual, dichos resultados son concordantes con lo establecido por investigaciones del sector alimentario, donde muestran que el crecimiento de la demanda suele concentrarse en productos con mayor eficiencia productiva y menores costos marginales, lo que favorece su rápida expansión en mercados en desarrollo. Por lo que, bajo esta concepción, coinciden con lo determinado por Bhattacharya y Innes (2016), toda vez que determinaron que los mercados alimentarios más dinámicos tienden a concentrarse en segmentos donde la estructura productiva ayuda a escalar y reducir los costos, permitiendo impulsar tanto el crecimiento como la reorganización del mercado.

Lo antes mencionado coindice con lo encontrado por Crespi y MacDonald (2022), quienes indicaron que la evolución de los mercados agropecuarios se relaciona directamente a los cambios estructurales en la demanda, la tecnología y la organización industrial, las mismas que muestran una tendencia a favorecer sectores más eficientes como el avícola; en este sentido, dichos resultados para Perú no son aislados, en vista

que, reflejan un patrón global de transformación hacia sistemas alimentarios más intensivos y que están orientados a productos de bajo costo o de bajos precios.

Con respecto a la tendencia creciente de concentración de mercado (IHH) encontrada en productos como pollo y huevo para el caso peruano, estos resultados concuerdan con lo encontrado en las investigaciones empíricas de nivel internacional; por lo que, la literatura muestra que la concentración es un fenómeno estructural en estos mercados, impulsado por economías de escala, integración vertical y barreras a la entrada. En este sentido, coinciden con lo encontrado por Lopez et al. (2002), quienes establecieron que, mayores niveles de concentración están asociados tanto a ganancias de eficiencia como a incrementos en el poder de mercado, donde predominan en muchos casos este último efecto sobre los precios finales.

Además, de lo mencionado, los resultados evidenciados en la presente investigación coinciden por lo determinado por Hamilton y Sunding (1997), quienes demostraron que, los cambios en la oferta agrícola inducen a los procesos de concentración en el sector de procesamiento, incluso en contextos donde el poder de mercado no necesariamente aumenta de forma proporcional; por lo que, el aumento del IHH en Perú refleja la existencia de un proceso de consolidación estructural que da respuesta tanto a la dinámicas de eficiencia así como al uso de las estrategias de los mercado de grandes empresas.

Respecto al alto poder de mercado observado (CR3 elevado) en productos clave como pollo, cerdo y huevo, estos resultados coinciden y son coherentes con la evidencia empírica sobre comportamiento oligopólico en industrias alimentarias; lo que coincide con lo encontrado por Vickner y Davies (1999), toda vez que determinaron que, incluso en contextos donde el poder de mercado es limitado, las empresas pueden influir mediante mecanismos como la colusión tácita y la diferenciación de productos; lo que de igual manera concuerda con Niemi y Liu (2016), ya que evidencian que la concentración no solo se traduce en poder de mercado en el nivel de venta, sino también en poder de compra (oligopsonio), lo que compromete y afecta a los productores primarios, generando distorsiones en los precios a lo largo de la cadena.

Además, es concordante por lo encontrado por Çakir y Nolan (2015), toda vez que determinaron que, el poder de mercado en distintos eslabones de la cadena puede generar pérdidas significativas de bienestar, principalmente en casos cuando interactúan sectores complementarios; por lo que, los resultados encontrados para el caso peruano reflejan la existencia de estructuras de mercado oligopólicas, donde pocas empresas no solo dominan la oferta, sino también influyen en la formación de precios y en la distribución del excedente económico.

CONCLUSIONES

Se pudo determinar que, el comportamiento del mercado de productos pecuarios de primera necesidad en Perú durante el período 2018–2023 tiene una expansión sostenida de la producción, complementado por una reconfiguración en la estructura de la demanda; donde en el caso de la carne de pollo, el cerdo y el huevo presentan los mayores crecimientos, consolidándose como las principales fuentes

de proteína animal; la misma que responde a su mayor accesibilidad en términos de precio y a cambios en las preferencias del consumidor; sin embargo, la carne de res y la leche evidencian un crecimiento más moderado y una pérdida relativa de participación, lo que refleja tener un proceso de sustitución hacia bienes más económicos, lo que es consistente con la teoría microeconómica del comportamiento del consumidor bajo restricciones presupuestarias.

Respecto a la estructura de mercado, los resultados del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) demuestran la existencia de una tendencia general hacia una mayor concentración, aunque con diferencias entre productos. Específicamente, en el caso de los mercados de carne de pollo y huevo alcanzaron niveles de alta concentración hacia 2023, donde la estructura oligopólica dominada está dada por pocas empresas; en el caso de la carne de cerdo y la leche evidencian una concentración moderada en aumento, pero en el caso de la carne de res tiene una estructura más competitiva, a pesar de tener señales incipientes de consolidación; por lo que dicha heterogeneidad muestra que el sector pecuario peruano no es homogéneo, esto debido a que presenta distintos grados de competencia según el producto analizado.

Finalmente, tomando en cuenta el análisis del poder de mercado, se confirma que un reducido número de empresas concentra una alta participación en la distribución, principalmente en los mercados de pollo, cerdo y huevo, en vista que es ocupado por las tres principales firmas que controlan más del 65% del mercado; lo que refleja un proceso progresivo de oligopolización, lo que les permite a estas empresas tener una capacidad significativa para influir en los precios y condiciones de mercado del producto. Además, a pesar de existir una concentración, está asociada a economías de escala y eficiencia productiva, donde también se muestra la existencia de riesgos en términos de competencia y bienestar del consumidor, lo que resalta la importancia de fortalecer los mecanismos de regulación y supervisión en mercados de bienes esenciales.

REFERENCIAS

- Alba Iduñate, P. G. (1994). Un índice de dominación para el análisis de la estructura de los mercados. <https://www.jstor.org/stable/20856736?seq=1>
- Alba Iduñate, P. G. (1994). Un índice de dominación para el análisis de la estructura de los mercados. <https://www.jstor.org/stable/20856736?seq=1>
- Andrés, B. M. (2005). El proceso de diseño e implementación de políticas y las reformas en los servicios públicos. (17), 1–37. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/2035/1/DT E 2005-17.pdf>
- Beker, V. A., y Mochon, F. (2004). Elementos de micro y macroeconomía. https://altillo.com/examenes/ucs/econ/asd_compressed.pdf
- Bhattacharya, H., y Innes, R. (2016). Concentration, Product Variety, and Entry-for-Merger: Evidence from New Product Introductions in the U.S. Food Industry. *American Journal of Agricultural Economics*, 98(5), 1360–1376. <https://doi.org/10.1093/ajae/aaw070>
- Çakir, M., y Nolan, J. (2015). Revisiting concentration in food and agricultural supply chains: The welfare implications of market power in a complementary input sector. *Journal of Agricultural and*

Resource Economics, 40(2), 203–219.
<https://www.scopus.com/pages/publications/84936765555>

- Coloma, G. (1997). Diferenciación de productos y poder de mercado. Documentos de Trabajo, no. 5. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/3516>
- Crespi, John M., y MacDonald, J. M. (2022). Concentration in food and agricultural markets. In *Handbook of Agricultural Economics*, 6, 4781–4843). <https://doi.org/10.1016/bs.hesagr.2022.03.003>
- Cruz Negrete, J. B., Jonathan Xavier, Cruz Negrete, J. B., y Jonathan Xavier. (2018). Concentración económica de la agroindustria en Ecuador 2006-2013: Un estudio empírico. *Estado yamp; comunes, revista de políticas y problemas públicos*, 2(7), 89–106. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n7.2018.83
- de Pablo V, J., Giacinti B., M. A., Saavedra, L. F., y Tassile, V. (2014). El negocio internacional de espárrago en el Perú. <https://hdl.handle.net/11362/36649>
- Farías, S. P. (2023). Microeconomía. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4113>
- Hamilton, S. F., y Sunding, D. L. (1997). The Effect of Farm Supply Shifts on Concentration and Market Power in the Food Processing Sector. *American Journal of Agricultural Economics*, 79(2), 524–531. <https://doi.org/10.2307/1244149>
- Huergo Orejas, E. (2001). El diagnóstico de poder de mercado de economía industrial: Una revisión de la literatura empírica española del siglo XX. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Decanato. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/64445>
- Lopez, R. A., Azzam, A. M., y Lirón-España, C. (2002). Market Power and/or Efficiency: A Structural Approach. 20(2), 115–126. <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1013867114881>
- Luna Espinoza, C. L., Chise Soto, F. L., Quispe Camayo, Á. R., y Ventura Luis, A. M. P. (2024). Modelo ProLab: Bio Huevos, propuesta para promover el consumo de huevos orgánicos en la macrorregión Sur. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/28422>
- Macha, R. (2021). Las exportaciones peruanas y el nivel de concentración de los mercados de destino periodo 2005-2019. *Economía y Administración (EyA)*, 12(2). <https://doi.org/10.5377/eya.v12i2.12968>
- Montes Ninaquispe, J. C., Castillo-Coronado, Y., Chavesta Paico, S. J., Chombo Jaco, J. A., Chavesta Paico, E. L., Escalona Aguilar, E. O., y Ludeña Jugo, D. A. (2024). Position and Commercial Dynamism of Exports in the Fishing Sector in Peru. *Proceedings of the 4th LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2024): “Creating solutions for a sustainable future: technology-based entrepreneurship.”* 4th LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2024): “Creating solutions for a sustainable future: technology-based entrepreneurship.” <https://doi.org/10.18687/LEIRD2024.1.1.474>
- Montes Ninaquispe, J. C., Pantaleón Santa María, A. L., Arbulú Ballesteros, M. A., Castro Ijiri, G. L., Mogollón García, F. S., Ramos Farroñán, E. V., y Izquierdo Espinoza, J. R. (2023). Diversification of Peruvian Ginger exports 2012 – 2021. *LACCEI*, 1(8). <https://doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.1053>
- Navarro España, J. L., Ocampo López, C. E., Saumeth De las Salas, L. A., Navarro España, J. L., Ocampo López, C. E., y Saumeth De las Salas, L. A. (2013). Concentración y precios en el mercado mundial de aceite de palma 1985-2005. *Tendencias*, 14(2), 143–162. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstractypid=S0124-86932013000200143yln=enyng=isoytng=es
- Niemi, J., y Liu, X. (2016). Empirical “first-filter” test for the existence of buyer power in the Finnish food supply chain. *Agricultural and Food Science*, 25(3), 177–186. <https://doi.org/10.23986/afsci.53275>

- Ore Quiroz, H., y Olórtégui López, E. J. (2021). Concentración de mercado y ventaja comparativa revelada del sector pesquero peruano al 2020: Producción de harina y aceite de pescado. *LLamkasun: Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 2(4), 124–138. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8245835>
- Peñaranda Molina, D. A. (2021). Determinantes de la diversificación de exportaciones en Sudamérica: Un análisis con datos de panel (Working Paper No. 202103). <https://www.econstor.eu/handle/10419/259523>
- Solano-Gaviño, J. C., y Siche, R. (2024). Dinámica comercial, performance y posicionamiento del sistema agroindustrial lácteo del Perú. *Agroindustrial Science*, 14(2). <https://doi.org/10.17268/agroind.sci.2024.02.04>
- Valdivia, L. V. B., y Torrez, J. A. C. (2020). Producción de carne de pollo en Perú. *Revista Estudiantil AGRO-VET*, 4(1), Article 1. <https://agrovet.umsa.bo/index.php/AGV/article/view/27>
- Vargas Sánchez, G. (2007). La nueva microeconomía dinámica. *Investigación económica*, 66(262), 171–204. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstractypid=S0185-16672007000400171&lng=es&synrm=isoyt&lng=es
- Varian, H., Rabasco, E., y Toharia, L. (2010). Microeconomía intermedia: Un enfoque actual. <http://www.academia.edu/download/40377124/Varian1-2.pdf>
- Vela Meléndez, L., Abanto Rodríguez, M., Banda Coronel, E., Fernández Vásquez, K., Gálvez Cerna, P., Guerrero Sausa, J., Hurtado Uriarte, L., y Spelucin Neira, P. (2017). Poder de mercado y barreras de entrada. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/63428>
- Vickner, S. S., y Davies, S. P. (1999). Estimating Market Power and Pricing Conduct in a Product-Differentiated Oligopoly: The Case of the Domestic Spaghetti Sauce Industry. 31(1), 1–13. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-agricultural-and-applied-economics/article/abs/estimating-market-power-and-pricing-conduct-in-a-productdifferentiated-oligopoly-the-case-of-the-domestic-spaghetti-sauce-industry/BF17010057D6F98F804480E3A1D648E7>
- Vinocur, P., y Halperin, L. (2004). Pobreza y políticas sociales. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6074>