

Concentración y poder de mercado en los productos pecuarios de primera necesidad

Concentration and Market Power in Staple Livestock Products

Recibido: 23/03/2026 - Aceptado: 11/06/2026

Russo Américo Flores Flores

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

ra.floresf@unaj.edu.pe

Universidad Nacional de Juliaca. Juliaca, Perú

Yasmani Alan Vargas Ramos

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

yvargas@unade.edu.pe

Universidad Nacional de Desaguadero. Desaguadero, Perú

Edwin Cruz Cruz

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

cruzcruzedwin@gmail.com

Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú

Richard Valle Terrazas

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

richard.valle@unsaac.edu.pe

Universidad Nacional de San Antonio Abad. Cusco, Perú

Julio Cesar Quispe Mamani

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

jcquispe@unap.edu.pe

Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú

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. En este contexto, 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. Para ello, 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, productos pecuarios

Abstract

The market structure of essential livestock products in Peru has undergone significant transformations associated with production growth, changes in demand, and the increasing participation of large firms. In

this context, the objective of this study was to analyze the market structure of these products during the 2018–2023 period, with particular emphasis on market concentration and market power. To this end, a descriptive study with a quantitative approach was conducted, based on secondary data from the livestock sector and the analysis of concentration and firm participation indicators. The results revealed sustained growth in production, with greater dynamism observed in poultry meat, pork, and egg production, as well as increasing market concentration in several segments, particularly poultry and eggs, while the beef market maintained a more competitive structure. It is concluded that the Peruvian livestock sector is experiencing a progressive process of business concentration that combines productive efficiency with potential risks for competition and equitable market access.

Keywords: Market structure, market concentration, livestock products.

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 & Olórtegu, 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 & 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 & 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 Iduñate, 1994; Farías, 2023; Beker & 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 siguiente interrogante: ¿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 allí que, 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 (Bergara & Pereyra, 2005; Vinocur & Halperin, 2004; Huergo, 2001; Tirole, 1988).

Metodología

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 la carne de pollo, la carne de cerdo, la 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

Análisis descriptivo de la producción de productos pecuarios

El análisis de la producción de productos pecuarios de primera necesidad en Perú durante el período 2018–2023 permitió identificar las principales tendencias y variaciones en los niveles de producción de los productos más representativos del sector: carne de pollo, carne de cerdo, carne de res, leche y huevo. A partir de los datos disponibles, fue posible examinar la evolución de cada rubro, así como

los cambios registrados a lo largo del período de estudio. A continuación, se presenta un análisis descriptivo de los resultados obtenidos.

La evolución de la producción de productos pecuarios en Perú, presentada en la **Tabla 1**, muestra una tendencia general de crecimiento entre 2018 y 2023. La carne de pollo y la carne de cerdo registraron los mayores incrementos relativos, ambas con un crecimiento aproximado del 16.67%, lo que refleja una expansión sostenida de su producción y una posible respuesta al aumento de la demanda de proteínas animales accesibles en el mercado peruano. Asimismo, la producción de huevo creció 13.89%, pasando de 3,600 a 4,100 millones de docenas, posiblemente asociada a una mayor demanda interna y a mejoras en la eficiencia productiva de las granjas avícolas.

En contraste, la carne de res y la leche presentaron crecimientos más moderados. La carne de res aumentó de 710,000 a 760,000 toneladas, equivalente a 7.04%, lo que podría relacionarse con su mayor costo y la competencia de carnes más económicas como el pollo y el cerdo. Por su parte, la leche pasó de 8,100 a 8,600 millones de litros, con un incremento de 6.17%, evidenciando estabilidad en la industria lechera y una demanda sostenida de productos lácteos, según la **Tabla 1**.

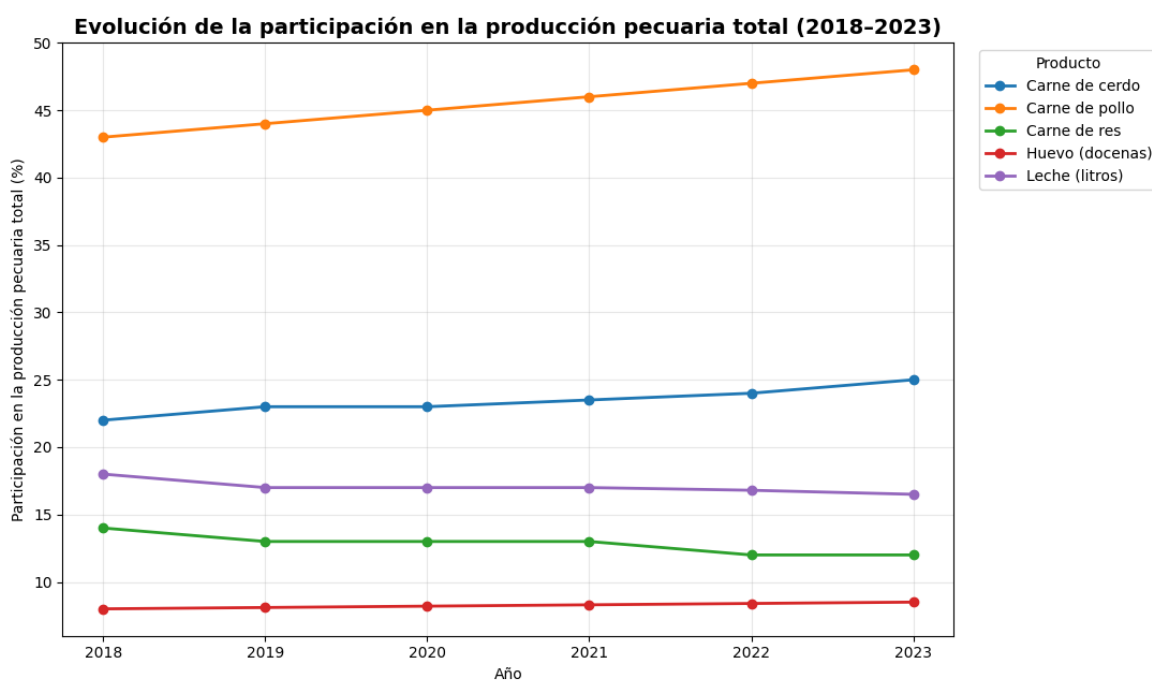
Tabla 1. *Producción y participación de productos pecuarios de primera necesidad en Perú.*

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%
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%

Año	Producto	Producción (en toneladas o litros)	Participación en la producción pecuaria total (%)
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 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 (Figura1).

Figura 1. Evolución de la participación en la producción pecuaria.



De esto, 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

El análisis evidencia que la carne de pollo ha sido el principal motor de crecimiento del sector, pasando de 43% en 2018 a 48% en 2023. De igual manera, la carne de cerdo incrementó su participación de 22% a 25%, reflejando una mayor preferencia por productos cárnicos más accesibles y con creciente demanda en el mercado peruano. Por su parte, el huevo presentó un crecimiento moderado, al pasar de 8% a 8.5%, manteniéndose como una fuente importante de proteína de bajo costo.

En contraste, la carne de res redujo su participación de 14% a 12%, posiblemente debido a sus mayores costos y a la competencia de carnes más económicas como el pollo y el cerdo. Asimismo, la leche disminuyó ligeramente de 18% a 16.5%, aunque continúa siendo un producto relevante dentro de la producción pecuaria nacional. En conjunto, la Tabla 1 muestra una reconfiguración del sector pecuario peruano, con mayor predominio de la carne de pollo y cerdo, frente a una pérdida relativa de participación de la carne de res y la leche.

Análisis de concentración de mercado de productos pecuarios

La Tabla 2 evidencia una tendencia general hacia el aumento del IHH entre 2018 y 2023. La carne de pollo pasó de 0.36 a 0.42, consolidándose como un mercado altamente concentrado, mientras que el huevo aumentó de 0.33 a 0.38, reflejando también un mayor dominio de pocas empresas sobre la producción y distribución.

En la carne de cerdo y la leche, la concentración se mantiene en niveles moderados, aunque con una tendencia creciente: el IHH subió de 0.28 a 0.35 en cerdo y de 0.24 a 0.30 en leche. En contraste, la carne de res presenta la menor concentración, con un IHH que aumentó levemente de 0.22 a 0.27, manteniendo una estructura más fragmentada y competitiva frente a los demás productos analizados.

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

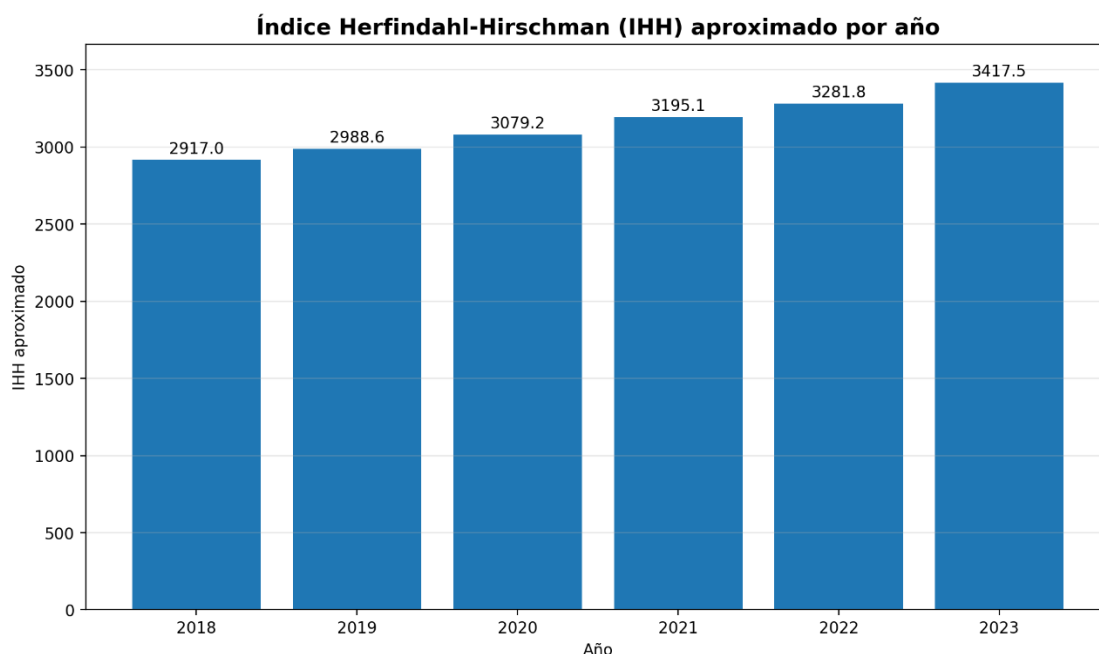
Año	Producto	IHH (valor aproximado)	Interpretación
2018	Carne de res	0.22	Baja concentración, dominio de pequeñas y medianas empresas
2019		0.23	Baja concentración, producción distribuida entre medianos productores
2020		0.24	Baja concentración, aunque crece el poder de empresas grandes
2021		0.25	Baja concentración, pero aumento en el poder de las grandes empresas
2022		0.26	Baja concentración, las grandes empresas empiezan a consolidar el mercado
2023		0.27	Baja concentración, pero las grandes empresas dominan más
2018	Leche	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		0.3	Moderada concentración, las grandes cooperativas y empresas controlan la distribución
2018	Huevo	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 líneas generales, 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: grandes empresas ganan cada vez más control sobre la producción y distribución de los productos, especialmente en los sectores del pollo, cerdo, huevo y leche.

La Figura 2 del IHH aproximado muestra una tendencia creciente entre 2018 y 2023, pasando de 2917,0 a 3417,5. Esto indica que la producción pecuaria presenta una alta concentración, ya que el valor supera los 2500 puntos durante todo el período analizado. El aumento progresivo del índice sugiere que la participación productiva se concentra cada vez más en pocos rubros, especialmente en la carne de

pollo, que mantiene el mayor peso dentro del sector. En consecuencia, aunque existen varios productos pecuarios, el mercado muestra una dependencia creciente de los productos con mayor participación.

Figura 2. Índice Herfindahl-Hirschman aproximado



Análisis de poder de mercado de productos pecuarios

El mercado peruano de productos pecuarios muestra distintos niveles de concentración empresarial, según se evidencia en la Tabla 3. La carne de pollo y el huevo presentan los mayores niveles de concentración, con participaciones conjuntas de 78% y 75% en 2023, respectivamente, lideradas por empresas como San Fernando, Industrias Alimentarias, Aviandina, Las Lomas y La Calera. Esta situación refleja un poder de mercado significativo, con capacidad de influir en los precios, la oferta y las condiciones comerciales del sector.

Asimismo, la Tabla 3 muestra que la carne de cerdo y la leche mantienen una concentración importante, aunque moderada, con participaciones de 68% y 66% en 2023. En contraste, la carne de res presenta una estructura relativamente más competitiva, con 59% de participación concentrada en las tres principales empresas. En conjunto, los resultados evidencian que los mercados pecuarios peruanos están dominados por actores empresariales con alta capacidad productiva y distributiva, aunque con diferencias según el tipo de producto

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

Año	Producto	3 principales empresas en distribución (%)	Observaciones
2022		76%	Consolidación total por parte de grandes actores
2023		78%	Las grandes empresas controlan casi todo el mercado de pollo
2018		60%	Dominio de grandes empresas productoras (e.g., San Fernando)
2019		62%	Mayor control por parte de empresas grandes
2020	Carne de cerdo	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		50%	Dominio de medianos productores, sector menos concentrado
2019		51%	Aumento de la participación de grandes empresas
2020	Carne de res	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		55%	Dominio de cooperativas y medianos productores
2019		56%	Aumento de la producción en pequeñas y medianas empresas
2020	Leche	58%	Mayor participación de empresas cooperativas
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	Huevo	64%	Las grandes empresas siguen dominando
2021		65%	Control por parte de grandes empresas
2022		67%	Las grandes empresas concentran el poder

Año	Producto	3 principales empresas en distribución (%)	Observaciones
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

Los resultados encontrados, los cuales evidencian una expansión del mercado pecuario con predominio de productos de menor costo como pollo y huevo, son consistentes con la literatura internacional que analiza la transformación del sistema agroalimentario; es decir, dichos resultados son concordantes con investigaciones del sector alimentario que evidencian 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. Bajo esta concepción, los resultados coinciden con los planteamientos de Bhattacharya e Innes (2016), quienes 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 coincide con lo señalado por Crespi y MacDonald (2022), quienes indicaron que la evolución de los mercados agropecuarios se relacionan 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, los resultados para Perú no son aislados, pues reflejan un patrón global de transformación hacia sistemas alimentarios más intensivos y orientados a productos de bajo costo.

Con respecto a la tendencia creciente de concentración de mercado (IHH), encontrada en productos como pollo y huevo para el caso peruano, los resultados concuerdan con lo encontrado en las investigaciones empíricas de nivel internacional. 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 con los planteamientos de 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; coincidiendo con los planteamientos de Vickner y Davies (1999), quienes 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. De igual manera concuerdan con los señalamientos de Niemi y Liu (2016), quienes evidenciaron 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 con los señalamientos de Çakir y Nolan (2015), quienes 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; puesto 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.

Conclusión

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 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 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. *El Trimestre Económico*, 499-524. <https://www.jstor.org/stable/20856736?seq=1>
- Bergara, M., & Pereyra, A. (2005). *El proceso de diseño e implementación de políticas y las reformas en los servicios públicos* [Documento de Trabajo / FCS-DE, 17/05]. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/2035/1/DT_E_2005-17.pdf
- Beker, V. A., & Mochon, F. (2004). *Elementos de micro y macroeconomía*. https://alttillo.com/examenes/ucs/econ/asd_compressed.pdf

- Bhattacharya, H., & 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., & 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*, (5). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/3516>
- Crespi, John M., y MacDonald, J. M. (2022). Concentration in food and agricultural markets. En *Handbook of Agricultural Economics*, 6, (pp. 4781–4843). <https://doi.org/10.1016/bs.hesagr.2022.03.003>
- Cruz Negrete, J. B., & Báez Valencia, J. X. (2018). Concentración económica de la agroindustria en Ecuador 2006-2013: un estudio empírico. *Estado & Comunes, Revista de Políticas y Problemas Públicos*, 2(7). https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n7.2018.83
- Farías, S. P. (2023). *Microeconomía* [Programa de la asignatura]. Universidad Nacional de Quilmes. <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/4113/Programa%20Regular%20-Microeconom%c3%ada%20Farias%20S-2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hamilton, S. F., & 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., & Lirón-España, C. (2002). Market Power and/or Efficiency: A Structural Approach. *Review of Industrial Organization*, 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*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <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 (E&A)*, 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. *Sustainable Engineering for a Diverse, Equitable, and Inclusive Future at the Service of Education, Research, and Industry for a Society 5.0*. <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. *Leadership in Education and Innovation in Engineering in the Framework of Global Transformations: Integration and Alliances for Integral Development*. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2023.1.1.1053>

- Navarro España, J. L., Ocampo López, C. E., 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?pid=S0124-86932013000200143&script=sci_arttext
- Niemi, J., & 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., & 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* [Documentos de Trabajo, Instituto de Investigaciones Socio-Económicas (IISEC), Universidad Católica Boliviana]. <https://www.econstor.eu/handle/10419/259523>
- Solano-Gaviño, J. C., & Siche, R. (2024). Dinámica comercial, performance y posicionamiento del sistema agroindustrial lácteo del Perú. *Agroindustrial Science*, 14(2), 115-129. <https://doi.org/10.17268/agroind.sci.2024.02.04>
- Valdivia, L. V. B., & Torrez, J. A. C. (2020). Producción de carne de pollo en Perú. *Revista Estudiantil AGRO-VET*, 4(1), Artículo 1. <https://agrovvet.umsa.bo/index.php/AGV/article/view/27>
- Vargas Sánchez, G. (2007). La nueva microeconomía dinámica. *Investigación económica*, 66(262), 171–204. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-16672007000400171&script=sci_arttext
- Varian, H., Rabasco, E., & Toharia, L. (2010). Microeconomía intermedia: Un enfoque actual, 9ª Edición. <https://n9.cl/07bm8>
- Vela Meléndez, L., Abanto Rodríguez, M., Banda Coronel, E., Fernández Vásquez, K., Gálvez Cerna, P., Guerrero Sausa, J., Hurtado Uriarte, L., & Spelucin Neira, P. (2017). *Poder de mercado y barreras de entrada*. Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo". <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/63428>
- Vickner, S. S., & Davies, S. P. (1999). Estimating Market Power and Pricing Conduct in a Product-Differentiated Oligopoly: The Case of the Domestic Spaghetti Sauce Industry. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 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-product-differentiated-oligopoly-the-case-of-the-domestic-spaghetti-sauce-industry/BF17010057D6F98F804480E3A1D648E7>
- Vinocur, P., & Halperin, L. (2004). *Pobreza y políticas sociales*. Serie Políticas Sociales. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6074>