

«Fallas de mercado» en la comercialización de la leche

De acuerdo con la información del portal del Minag, la producción de leche en el Perú posee tres destinos: leche consumo (utilizada para autoconsumo y terneaje), leche cruda (de venta directa al porongueo) y leche industrial (sujeta a un proceso de transformación por parte de la industria láctea).

Del 100% de la producción nacional, la leche industria representa alrededor del 57%, la leche cruda el 30%, y el 13% restante corresponde a la leche consumo. Del total de la oferta nacional, los tres destinos representan el 72%, correspondiendo la diferencia (28%) a la importación. Con relación a la leche de destino industrial, la mayor proporción es utilizada para la elaboración de leche evaporada. Asimismo, en términos generales, el 99.76 % de la producción está dirigida al mercado interno.

Sin embargo —como lo denunciaron semanas atrás los productores lecheros a través de un comunicado de la Asociación de Ganaderos Lecheros del Perú (AGALEP)—, en nuestro país existe lo que los economistas llaman una «falla de mercado» en la comercialización de la leche. Las tres más grandes indus-



trias lácteas: Gloria, Nestlé y Laive (que compran casi el 90% de la producción), mantienen —con impunidad— una «posición de dominio de mercado» (fijando el precio de manera unilateral), que es una manifestación concreta de que no está funcionando el «libre mercado» para la venta y compra de leche. Dicho sea de paso, esta situación de dominio es recurrente en otras cadenas productivas, como son los casos del algodón y el maíz amarillo duro.

Dicha situación se agrava en la medida que los productores de leche (grandes, medianos y pequeños) afrontan constantemente el incremento de

precios de los principales insumos que usan para producirla, lo que ha llevado al resquebrajamiento económico de la mayoría de los negocios lecheros.

Con ello no solo se está poniendo en serio peligro el importante capital nacional invertido durante años por los ganade-

ros lecheros (la producción lechera en el país, en los últimos veinte años, creció en 64.4%, al pasar de 809 mil toneladas en 1985, a 1 millón 330 mil toneladas en 2005), sino que también se agudizan las condiciones de pobreza en que viven miles de campesinos. Como señala AGALEP, «en los últimos seis años, los precios de los insumos, como afrecho, forraje, insecticidas, combustibles y energía, han subido 15%, mientras que el precio del kilo de leche se mantiene en 26 centavos de dólar».

Frente a ello, si se quiere ser consecuente con el modelo de desarrollo vigente en el Perú, el Estado —a través del Ministerio de Agricultura— tiene que tomar las medidas necesarias para encarar y superar la «falla de mercado» existente en la cadena de producción lechera, creando para ello *mecanismos reguladores* que posibiliten precios adecuados para los productores lecheros y que eviten las «posiciones de dominio de mercado» actualmente existentes; mecanismos de regulación hoy vigentes en varios países de la Unión Europea, así como en Estados Unidos y Canadá, entre otros. ●

