

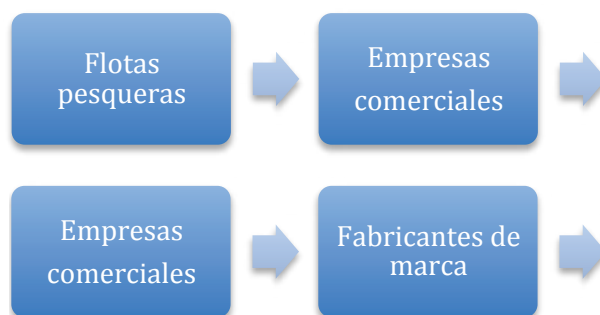


Las cadenas de suministro del atún

El atún en lata es una fuente de proteínas muy popular y de bajo coste y, después de las gambas, es el segundo producto alimenticio marino del mundo en cuanto al importe y número de transacciones: en 2008, el consumo mundial de atún alcanzó un valor de 7500 millones de dólares estadounidenses.

La gran mayoría del atún en lata se produce para los mercados de Europa y Estados Unidos. Estos mercados dependen de importaciones provenientes de todas las partes del mundo, y los fabricantes tienden a obtener el pescado en varios océanos para garantizar un suministro ininterrumpido. Como resultado, **el consumo de atún en Estados Unidos y Europa depende de las cadenas de suministro mundiales en las que participan, entre otros:**

- Las flotas encargadas de la pesca.
- Los comerciantes que actúan como intermediarios entre las flotas pesqueras y los fabricantes.
- Los fabricantes que procesan y envasan el pescado.
- Los minoristas que venden el pescado al consumidor final.



Los trabajadores y trabajadoras del transporte desempeñan un papel de suma importancia en estas cadenas de suministro. Estas etapas están conectadas entre sí por trabajadores/as del transporte que trasladan el atún por carretera, ferrocarril, mar y aire entre empresas y ubicaciones.

Las empresas líderes en las cadenas de suministro del atún

Las cadenas de suministro del atún en lata reciben el nombre de **cadenas de suministro**

lideradas por compradores, porque las empresas líderes que ejercen influencia sobre otros integrantes de la cadena de suministro son los grandes supermercados que dominan el mercado alimenticio de Estados Unidos y Europa. Empresas como Walmart (Estados Unidos), Tesco (Reino Unido) y Carrefour (Francia) han acabado dominando el mercado de los bienes de consumo de rápido movimiento en sus respectivos países. En las cadenas de “oligopsonio”, en la que hay unos pocos compradores con mucho poder y muchos vendedores. Estos minoristas usan su enorme poder de compra para presionar a otras empresas de la cadena de suministro e influir en los precios y estándares.

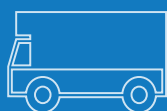
Estructura de las cadenas de suministro del atún

La influencia que ejercen los minoristas tiene consecuencias importantes en el resto de la cadena de suministro.

En primer lugar, está generando la **concentración de fabricantes en unas pocas grandes marcas**.

Por ejemplo, las “tres grandes” marcas (StarKist, Bumble Bee y Chicken of the Sea) representan más del 80 por ciento del valor de mercado en Estados Unidos. Esto se debe a que los grandes supermercados se limitan a ofrecer las dos o tres marcas más populares, y solo las marcas más populares tienen economías de escala que les permiten ofrecer los bajos precios que exigen los supermercados. La propiedad de las marcas de atún enlatado más importantes está cada vez más en manos de un pequeño número de grandes corporaciones multinacionales. Además, el mercado de obtención del atún de las flotas pesqueras y su posterior suministro a los fabricantes suele estar dominado por grandes empresas comerciales. Por ejemplo, hay tres empresas que dominan el comercio del atún en la región del Océano Pacífico Occidental y Central: FCF, Tri Marine e Itochu. Por tanto, aunque los minoristas son las empresas líderes de estas cadenas de suministro, los fabricantes de marca y las empresas comerciales también son relativamente influyentes.

Por el contrario, las empresas pesqueras que suministran la materia prima a los fabricantes





de marca están dispersas geográficamente, su propiedad está muy fragmentada y hay mucha competencia entre las flotas. Esto permite a los supermercados, fabricantes de marca y empresas comerciales **fomentar la competencia entre proveedores y forzar la caída del precio de la materia prima al mismo tiempo.**

Los grandes supermercados entablan guerras de precios para competir por los clientes, y el atún suele estar en oferta. **Se espera que los proveedores acarreen con el coste del descuento, lo que los somete a una intensa presión.** Esta presión se transmite por la cadena de suministro hasta los dueños de los barcos, que en respuesta intentan reducir costes de varias formas:

- Bajando los salarios y esperando que la tripulación trabaje más y durante más tiempo por menos dinero.
- Evitando las normativas nacionales mediante la utilización de banderas de conveniencia en vez de banderas nacionales.

Como resultado, **la presión que los minoristas ejercen sobre toda la cadena de suministro tiene un efecto negativo en las condiciones laborales de los demás eslabones de la cadena.**

¿Qué significa esto para los/as trabajadores/as del transporte y sus sindicatos?

En las cadenas mundiales de suministro del atún los/as trabajadores/as realizan tareas de pesca,

comercio, transporte, procesamiento y venta al por menor de este producto. Para mejorar las condiciones laborales de estos/as trabajadores/as, **es necesario combatir el enorme poder de compra de las empresas líderes.** Esto solo es viable si los/as diferentes trabajadores/as de las cadenas de suministro del atún cooperan para mejorar su poder de negociación colectiva. Sin embargo, solo un pequeño porcentaje de trabajadores/as de la industria de la pesca pertenece a un sindicato.

- El aumento de la afiliación sindical.
- El aumento del poder sindical.
- La normalización de las condiciones de las distintas empresas.
- La mejora de las condiciones laborales de los/as trabajadores/as.
- La garantía de las condiciones laborales.
- El establecimiento de un proceso que evite la pesca ilegal, no regulada y no declarada.

Estos objetivos solo podrán alcanzarse mediante la organización del sector como un todo (del pescador al mostrador) y **el fomento de la cooperación entre los sindicatos que representan a los distintos tipos de trabajadores/as de las cadenas de suministro de la pesca.**

