



# Jean-Baptiste Malet

## El imperio del oro rojo

Una apasionante investigación sobre  
las consecuencias del consumo globalizado

## Índice

PORTADA  
SINOPSIS  
PORTADILLA  
CITA  
CAPÍTULO 1  
CAPÍTULO 2  
CAPÍTULO 3  
CAPÍTULO 4  
CAPÍTULO 5  
CAPÍTULO 6  
CAPÍTULO 7  
CAPÍTULO 8  
CAPÍTULO 9  
CAPÍTULO 10  
CAPÍTULO 11  
CAPÍTULO 12  
CAPÍTULO 13  
CAPÍTULO 14  
CAPÍTULO 15  
CAPÍTULO 16  
CAPÍTULO 17  
CAPÍTULO 18  
CAPÍTULO 19  
NOTAS  
CRÉDITOS

Gracias por adquirir este eBook

Visita [Planetadelibros.com](http://Planetadelibros.com) y descubre  
una  
nueva forma de disfrutar de la lectura

---

**¡Regístrate y accede a contenidos exclusivos!**

Primeros capítulos  
Fragmentos de próximas publicaciones  
Clubs de lectura con los autores  
Concursos, sorteos y promociones  
Participa en presentaciones de libros

---

Comparte tu opinión en la ficha del libro  
y en nuestras redes sociales:



Explora

Descubre

Comparte

## SINOPSIS

¿Qué es lo que comemos cuando consumimos concentrado de tomate, ya sea en forma de ketchup o como ingrediente de una pizza? Es tomate, ciertamente. Y al mismo tiempo no lo es: es tomate industrial. Transformado en una fábrica y metido en barriles de concentrado, circula de un continente al otro. Casi toda la humanidad lo consume, pero pocos saben cómo se produce de verdad.

¿Dónde, cómo y quién cultiva y recoge el tomate que le da origen? ¿Qué proceso le hace adoptar la forma que tiene cuando llega a nuestra mesa? Durante dos años, desde los confines de la China a Italia, de California a Ghana, Jean-Baptiste Malet ha llevado a cabo una investigación inédita y original. Ha hablado con comerciantes, recolectores, emprendedores, agricultores, genetistas, fabricantes de maquinaria y hasta militares chinos. Todos ellos implicados en un comercio con fuertes conexiones mafiosas. De los guetos donde la mano de obra se recluta entre las hordas de inmigrantes a las conserverías que mezclan el concentrado incomedible con aditivos sospechosos, Malet ha escalado una cadena opaca y muy lucrativa.

Esta no es la historia de un producto alimentario: es la historia de cómo la mundialización es capaz de transformar uno de los ingredientes estrella del recetario internacional y, por extensión, nuestra vida.

Jean-Baptiste Malet  
**El imperio del oro rojo**

Una apasionante investigación sobre las  
consecuencias del consumo globalizado

Traducción de Núria Petit

***ediciones peninsula***

La industria roja no conoce fronteras. Por toda la superficie del globo terráqueo circulan contenedores llenos de barriles de concentrado de tomate. Esta investigación rastrea la historia poco divulgada de una mercancía universal.

El mundo es nuestro campo.

HENRY JOHN HEINZ  
(1844-1919)





Fuente: Jean-Baptiste Malet, *Times New*.  
Diseño: Agnès Sriaene, *Le Monde diplomatique*

## CAPÍTULO 1

### I

#### *Alrededores de Wusu, Xinjiang, China*

El autocar transporta trabajadores procedentes de los suburbios de Wusu, en el norte de Xinjiang, una ciudad a medio camino entre la capital regional, Urumqi, y Kazajistán. El vehículo va engullendo kilómetros de carreteras bien asfaltadas, atraviesa paisajes urbanos desolados, luego unas tierras agrícolas llenas de curvas y polvo, y finalmente un tramo de tierra. Aparca junto a un seto de maíz detrás del cual se extiende un campo de tomates de 35 *mu*, el equivalente a unas 2,3 hectáreas. La parcela consta de una sola franja de terreno, larga como tres campos de fútbol, y al borde de ella ya están estacionados varios minibuses.

Todo el mundo baja del autocar precipitadamente. Unas mujeres corren, tirando con una mano de sus hijos sin aliento y sujetando con la otra un machete. El mango es pesado y está decorado con flores. Todos se apresuran a apoderarse lo más rápidamente posible de unos fardos con grandes sacos de tela plastificada y a esparcirlos por el campo. Cuando los sacos se acaban, un tractor y su remolque vuelven a abastecer a los que van llegando. Estos sacos desaparecen a su vez. «No hay tiempo que perder», suelta un recolector jadeando. Hoy, cada saco de 25 kilos se pagará a 2,2 yuanes, lo que equivale a unos 30 céntimos de euro, es decir, un poco más de un céntimo por cada kilo de tomates recogido.

Los recolectores intercambian algunas palabras, nunca en mandarín, siempre en su dialecto, para organizar mejor la recolección, repartirse las filas, escoger un buen puesto desde el que empezar.

Una muchacha de apenas catorce años avanza encorvada con su carga, seguramente tan pesada como su cuerpo flaco; sobre su espalda frágil lleva con esfuerzo un fardo de sacos. Lo deja caer, corta la cuerda con la que va atado y se pone a trabajar. Hay más niños y adolescentes que han venido a trabajar al campo. La mayoría de los obreros agrícolas proceden de Sichuán, una provincia pobre situada a más de tres mil kilómetros, en el centro oeste de China; los otros son uigures. Los ciento cincuenta recolectores se diseminan en grupos de entre diez y veinte personas, separados entre ellos por una distancia regular. Muchas mujeres y hombres trabajan solos. Cuando lo hacen en parejas, se establece una división de tareas.

Unos, en cuclillas, levantan el machete por encima de la cabeza y luego, con un golpe seco, proceden a un corte limpio para seccionar el pie de la tomatara. Los demás se inclinan, recogen la planta cargada de hojas abundantes y de frutos maduros, y la sacuden vigorosamente. Los tomates se sueltan y caen al suelo con un ruidito sordo. Poco a poco se van dibujando en el campo unas líneas rojas y verdes que forman rayas. Por un lado, unas pilas de desechos verdes, altas hasta la rodilla. Por el otro, unas largas hileras rojas.

Decenas de trabajadores pican la tierra con el machete, repetidamente cuando un pie de tomatara es muy robusto; los que les siguen, en cuclillas o arrodillados, van agrupando los frutos esparcidos con la hoja plana del machete, o con las manos. Ahora hay que llenar los grandes sacos. Conforme pasan las horas, el frondoso campo se transforma en una tierra desnuda.

Algunas mujeres, para protegerse del sol, llevan una gorra envuelta en una tela tupida. Casi nadie habla. Se oyen los golpes reiterados de los machetes, el roce de la tela de los sacos que se van llenando y desplazando. De pronto, a lo lejos se alza un canto poderoso y melancólico. Algunos se atreven a echar una breve mirada hacia el lugar del que parece surgir la voz anónima. Solo se ven siluetas trabajando, dobladas mirando al suelo. Una mujer lleva su bebé a la espalda. El calor abrasador y húmedo le resulta extenuante. Unos chiquillos demasiado pequeños para trabajar juegan con trozos de madera o con guijarros. Imitando a sus padres, golpetean el suelo con un machete olvidado o se llevan a la boca tomates sin enjuagar, llenos de manchas blancas, residuos de pesticidas. El sol quema tanto que algunos van sin camiseta. Muchos se rascan. En sus caras y en sus manos se aprecian señales de irritación o enfermedades de la piel. No es el primer día de la temporada que pasan en el campo.

El hombre que trabaja cantando con una hermosa voz melancólica es originario de Sichuán. Lamo Jise tiene treinta y dos años y es de la etnia yi, igual que su esposa.

—Hoy deberíamos recoger unos ciento sesenta sacos de tomates entre los dos, mi mujer y yo [o sea, unas cuatro toneladas]. Tendríamos que ganar unos trescientos cincuenta yuanes.

Es decir, el equivalente a veinte euros por persona a cambio de una jornada de trabajo agotadora, bajo un sol de justicia, que no terminará hasta entrada la noche.

—Canto para darme ánimos —me dice.

De pie en una esquina del campo, Li Songmin, tocado con una gorra roja, vigila la recolección. El productor sabe que esta misma noche sus tomates llegarán en camiones a una fábrica de la empresa Cofco Tunhe. Después, una vez que haya sido procesada, ya no sabe adónde irá su materia prima. Li Songmin tiene alquilada la parcela. No conoce personalmente a ninguno de los recolectores que están re-

cogiendo sus tomates. Ni a los inmigrantes de Sichuán, mayoritarios ese día, ni a los uigures: todos han sido contratados por un proveedor de servicios de mano de obra. El productor de tomates solo tiene contacto con la empresa Cofco Tunhe, que es la que le vende y le impone las variedades de unos tomates de industria que tienen una alta productividad y que él debe cultivar según un pliego de condiciones específico. La empresa le garantiza la compra de la cosecha a un precio negociado de antemano. Se encarga de buscarle recolectores cuando llega el momento y gestiona el transporte de los sacos de tomates hasta la fábrica.

Cofco Tunhe es la primera compañía procesadora de tomates de industria en China. Y la segunda del sector a nivel mundial. Cofco, acrónimo de China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation, figura en la lista Global 500 de la revista *Fortune* entre las multinacionales más poderosas del planeta por su facturación. Ese gigantesco conglomerado chino reúne bajo su nombre a un gran número de entidades creadas en la época de Mao Zedong, cuando Cofco era la única empresa estatal china autorizada a importar y exportar productos agrícolas. Tunhe es una filial de Cofco especializada en el azúcar y el tomate de industria. La empresa posee quince fábricas procesadoras del tomate: cuatro se hallan en Mongolia Interior y once en Xinjiang, siete en el norte de la región autónoma y cuatro en el sur. Cofco Tunhe abastece de concentrado de tomate a las multinacionales agroindustriales más importantes, como Kraft Heinz, Unilever, Nestlé, Campbell Soup, Kagome, Del Monte, PepsiCo o el grupo americano McCormick, líder mundial de las especias y propietario en Europa de las marcas Ducros y Vahiné. Cada año, Cofco Tunhe también produce 700.000 toneladas de azúcar, compradas en parte por Coca-Cola, Kraft Heinz, Mars Food y Mitsubishi, así como por el gigante chino de la leche Mengniu Dairy, cuyos principa-

les accionistas son Cofco y Danone. Cofco Tunhe es, además, uno de los mayores productores del mundo de puré de albaricoque.

El gigante chino procesa anualmente 1,8 millones de toneladas de tomates frescos para producir 250.000 toneladas de concentrado de tomate, es decir, un tercio de la producción china. Obtenido a partir de los frutos recogidos en miles de campos de Xinjiang plantados de tomates, como el de Wusu, el concentrado de tomate Cofco es una verdadera materia prima, que se exporta a más de ochenta países.

En estos campos trabajan niños, que participan en la recolección de esos tomates destinados a empresas multinacionales extranjeras. Cuando tienen menos de diez años, trabajan al lado de sus padres. A partir de los trece o catorce años, son autónomos y lo hacen solos.

—Para nosotros, los de la etnia han, eso no está bien, no es ético ver trabajar así a niños en los campos. Pero qué se le va a hacer... A esa pobre gente de Sichuán no le queda otro remedio. No tienen con quién dejar a sus hijos, y por eso vienen a trabajar con ellos —me comenta Li Songmin, el productor cuyos tomates no se consumirán en China, sino en el mercado internacional, una vez comprados en forma de concentrado por uno de los agentes del negocio agroalimentario.

Con estos tomates, en Europa se elaboran pizzas y salsas.

## II

### *Changji, Xinjiang, China*

Sobre un cielo gris se recortan unas chimeneas altas, envueltas en un olor dulzón a tomate cocido. Largos convoyes de camiones asmáticos, con los volquetes llenos de toma-

tes recalentados por el sol, pasan el portón por el que se accede a la planta procesadora. Nada más entrar, veo un trajín de transpaletas que acarrearán barriles azules. A más de doscientos kilómetros del lugar donde se ha efectuado la recolección, a la salida de Urumqi, se encuentra la fábrica de Changji. Es la más importante del grupo Cofco. Si la fábrica de Cofco en Wusu es triste, vieja y caótica, la de Changji es esplendorosa. Sus instalaciones parecen nuevas y los alrededores están llenos de flores, cuidadas por un jardinero uigur. Aquí es donde me ha citado el departamento de comunicación de Cofco Tunhe.

Observar la noria de los camiones de tomates que van y vienen dentro del recinto de la fábrica procesadora es mi meta tras un largo camino: acabo de penetrar en el corazón de una «fábrica del mundo», una de las que normalmente se ocultan con esmero a la mirada de los curiosos. Aquí no se producen aparatos electrónicos de gama alta, como en la fábrica Foxconn de Shenzhen, ni está el último modelo de Apple en fase de fabricación antes de un lanzamiento mundial. No es una fábrica de robots de última generación. Tampoco es una de esas fábricas de objetos o de muebles que llevan las siglas de grandes marcas occidentales. No, es una fábrica de la agroindustria china, un sector que no ha llamado mucho la atención de los investigadores y analistas económicos. Sin embargo, se trata de un sector estratégico, pensado como tal desde principios de la década de 1980 por los dirigentes chinos, cuyo asombroso éxito económico casi no se ha publicitado.

China, que es la nación más poblada del mundo, tiene que alimentar a más del 20 % de la población mundial con solo el 9 % de las tierras cultivables del planeta. Su sector agrícola moviliza a un tercio de su población activa y representa el 10 % de su PIB. La autosuficiencia alimentaria en cuanto a los productos básicos es, desde hace tiempo, uno de los principales objetivos de los gobernantes chinos, pero en 2014 la balanza agroalimentaria del país todavía era