

El Confidencial

La odisea del 'tren de la seda': a tope desde China y vacío de Madrid... cuando sale

Es la línea férrea más larga del mundo y empezó a funcionar en 2014. Llega a Madrid rebotando de artículos de 'Todo a 100' y sale casi vacío con botellas de vino y aceite



El tren más largo del mundo parte de Madrid y llega a Yiwu (China) en 21 días.

Autor

Natalia Lázaro Prevost

Contacta al autor

@natalialapr

Tiempo de lectura 13 min

04.10.2017 – 05:00 H.

Los tres años de vida del tren de mercancías más largo del mundo, el que conecta Madrid con Yiwu desde 2014, han sido suficientes para convertirlo en reflejo de la realidad sobre las relaciones comerciales entre España y China. El volumen de lo que se importa es mucho mayor que el de las exportaciones, y en esta premisa coinciden todos los expertos en comercio internacional consultados para este reportaje: China es quien llena Europa de cosas. “El tren se planteó como una posible forma de equilibrar la balanza comercial entre ambos países, pero por ahora no está contribuyendo a reducir el déficit comercial que tenemos”, explica Mario Esteban, investigador especialista en Asia Oriental del Real Instituto Elcano.

Muy pocos chinos brindan con vino al tiempo que cocinan con aceite de oliva, mientras que para nosotros ya es impensable una vida sin productos ‘made in China’. La ventaja fundamental que proponía inicialmente este tren, que recorre más de 13.000 kilómetros, era el ahorro en tiempo. “El problema es que no existe una frecuencia regular y, por tanto, la ganancia de tiempo que es la razón de ser del tren se ha perdido”, apunta Mario Esteban. Para completar el trayecto Madrid-Yiwu en ferrocarril, son necesarios entre 19 y 21 días. Se trata de un tiempo considerablemente inferior al del barco —que para recorrer una distancia similar precisa entre 30 y 40 jornadas—, aunque muy superior al del transporte aéreo —que entre dos y cinco días habría alcanzado el destino final—. Es decir, el ferrocarril es más económico y más lento que el avión, pero más rápido y más caro que el barco.

“El tren se puso en marcha de una forma muy experimental con la idea de probar si funcionaba, pero está claro que de España a China no ha sido un éxito”, sentencia Mario Esteban. “Esta situación —añade el experto— tiene que ver con la propia estructura de exportación, porque si no tienes productos para exportar a China es normal que no funcione”.

21 días para recorrer 13.000 kilómetros



Fuente: Elaboración propia

El Confidencial.LAB

El Yixin'Ou —así se llama el convoy— arranca medio vacío desde Madrid y principalmente va cargado de botellas de vino y aceite de oliva, aunque en menor medida también de artículos de moda de alta gama. En sentido contrario vuelve lleno a rebosar de productos de decoración, del hogar, Navidad y electrónicos. Si bien es cierto que durante los primeros viajes el gigante asiático mandaba contenedores llenos de 'Todo a 100', en la actualidad el mercado ha evolucionado y aunque se mantienen las importaciones de productos de bajo coste, también se han diversificado. "Cada vez se importan más productos electrónicos, y esto permite afirmar que en el trayecto Yiwu-Madrid sí existe una lógica empresarial que lo sustenta", advierte a El Confidencial el investigador del Instituto Elcano.

El convoy cruza ocho países en ambos sentidos —China, Kazajistán, Rusia, Bielorrusia, Polonia, Alemania, Francia y España— y, a pesar de que únicamente acoge 40 contenedores frente a los miles que caben en un barco, cada semana parten en dirección a la estación de Abroñigal en Madrid dos trenes desde Yiwu. Además, el llamado 'tren de la seda' tendrá parada en Zaragoza a partir de 2018 y baraja añadir un vagón de pasajeros que imitaría el modelo europeo de Interrail.

"La lógica económica del tren era ocupar un nicho de mercado que otros medios de transporte no podían suplir, pero en ningún caso pretendía sustituirlos", concurren los entrevistados. El Yixin'Ou traslada productos para los que el factor tiempo es esencial, pudiendo así justificar el coste mayor que supone con respecto a otros medios de transporte como el marítimo o el aéreo. Hablamos, por ejemplo, del sector agroalimentario, con bienes que no solamente son sensibles al tiempo sino también a la humedad. "Hay productos — construcción, textil, etc.— que podrían mandarse en tren, pero como no existe una regularidad las empresas no pueden hacer una planificación y no cuentan con ello para sus exportaciones", lamenta Mario Esteban.

En Alemania, por ejemplo, sí se han establecido horarios y el proyecto está funcionando bien gracias a la exportación de coches de lujo. La falta de maduración del tren en España llega hasta tal punto que Zara, con muchas tiendas en China, en lugar de mandar las construcciones para los escaparates en tren desde España lo hace desde el país gallo.



Salen desde Yiwu en dirección a la estación de Abroñigal (Madrid) dos trenes por semana. (EC)

A la falta de periodicidad —el tren raramente sale de Madrid una vez por semana y frecuentemente se suspende— se suman otros problemas técnicos, como el cambio de conductores en cada país, que ralentiza el trayecto, o la ausencia de sistemas de aislamiento térmico en los contenedores. También conflictos políticos de gran envergadura. Los expertos consultados recuerdan que “hasta que Rusia no levante sus sanciones a los alimentos perecederos procedentes de la Unión Europea, el tren no podrá funcionar con plena eficacia”. El presidente ruso, Vladimir Putin, firmó este junio el decreto por el que Rusia prorrogaba hasta el 31 de diciembre de 2018 el embargo de alimentos como frutas y verduras, carnes, pescados y lácteos.

El 'tren de la seda' cruza regiones con temperaturas extremas como Siberia (Rusia) o zonas desérticas de China y, a modo de ejemplo, las botellas de vino estallan con el frío siberiano. “No hay demanda porque no se están garantizando las condiciones climáticas para que los productos lleguen en buen estado y muy pocos exportadores quieren arriesgar”, sentencia el director comercial de Kerry Logistics en España, Javier Trigo. Su empresa es el principal proveedor de servicios logísticos en Asia con sede en Hong Kong y, de los cientos de clientes potenciales que tienen en España, solamente cinco se interesaron por el ferrocarril Madrid-Yiwu en 2016. Finalmente, ninguno de ellos llegó a utilizarlo.

En reuniones con sus 'partners', la operadora de la línea —la empresa Timex de capital chino— ha planteado la posibilidad de instalar equipos frigoríficos en los vagones. De momento, esto es tan solo una intención y Javier Trigo lamenta que “hasta que el operador logístico no busque rutas alternativas e instale sistemas de aislamiento térmico en los contenedores, el uso del tren va a ser residual para exportación”.

A la falta de periodicidad —frecuentemente se suspende— se suman otros problemas técnicos como el cambio de conductores en cada país

La carga marítima internacional de Europa está muy concentrada en los puertos centroeuropeos y la conexión férrea se presentó como una alternativa de expansión comercial. Óscar García Madarro es el director de la operadora logística Operinter CTGA Traimer, especializada desde hace tres décadas en el transporte de mercancías por vía aérea, terrestre y marítima. Sus clientes se han interesado en numerosas ocasiones por el tren Madrid-Yiwu, pero la experiencia le ha demostrado que “es muy poco vendible porque ni el precio ni la frecuencia se adaptan a las necesidades de los clientes”.

En su opinión, España está dejando pasar muchísimas oportunidades de convertirse en una de las puertas de entrada y salida de mercancías europeas “por la escasa participación del ferrocarril en el transporte internacional”. Su cartera principal de clientes se ubica en el noroeste de España, y él mismo reconoce que “el uso de este tren es casi anecdótico” porque “Madrid les queda demasiado lejos y se encarece el coste, mientras que el barco tiene salidas diarias y admite una capacidad de carga muchísimo mayor”.

Las tarifas de exportación para este 2017 sitúan el precio de un contenedor estándar —24.000 kilos de carga útil— en alrededor de 1.200 euros en barco y 30.000 en avión —un solo cliente no suele llenarlo—. En medio se encuentra el tren, que cuesta cerca de 2.700 euros el 'container'. De aprovecharse su potencial, la ruta “podría tener mucho recorrido con zonas de Asia Central que son ricas en petróleo o gas y a las que en la actualidad no es posible acceder bien sea porque no hay rutas terrestres o porque existen fronteras naturales infranqueables”, señala Javier Trigo.

Yiwu es una zona popular por el comercio minorista, un 'hub' —centro de distribución de mercancías— para la pequeña y mediana empresa china al que llegan productos de todas partes del país, pero no de grandes proveedores. Allí se encuentra el Mercado de Futian, la feria de exposición permanente de productos más grande del mundo, con unas dimensiones equivalentes a centenares de campos de fútbol.

La carga marítima está muy concentrada en los puertos centroeuropeos y la conexión férrea se presentó como alternativa de expansión comercial

Pero más allá de la imagen comercial que ofrece el tren más largo del mundo, “el negocio real de China es traer todos los contenedores a Europa y abrir otra vía de comunicación con el continente”, recuerda el responsable de proyectos de Kerry Logistics en España, César Jiménez. El experto explica que el tren Madrid-Yiwu “se tiene que entender como un tren China-Europa” porque el gigante asiático “ve Europa como un todo y la realidad es que España queda en un plano secundario en este proyecto”.

España ha dado apoyo institucional al proyecto desde el primer momento, pero no ha asumido el coste de ninguna inversión para potenciarlo. A día de hoy, el tren solo se sustenta con las subvenciones del Gobierno chino, que entendió que la empresa privada no podía asumir el riesgo de un proyecto nuevo de estas características. El potencial del tren en España, según los expertos entrevistados, es muy grande pero, como

concluye el director comercial de Kerry Logistics en España, Javier Trigo, “en la actualidad solamente se entiende para la importación de productos chinos”.

"No es un tren para todos"

Multinacionales como Carrefour o Mercadona se han interesado en el tren Yiwu-Madrid, pero finalmente lo han descartado. Las medianas empresas son quienes están haciendo mayor uso del trayecto que parte de España, pero son precisamente las grandes compañías con capacidad para llenar contenedores de ida y vuelta quienes atraen el interés de Xi Jinping. Carlos Santana es el director del grupo Mundiver y desde el viaje inaugural del ferrocarril apoyó el proyecto. Empezaron importando lencería desde Yiwu y actualmente llenan casi el 70% de los contenedores que parten de la capital de España con botellas de aceite y de vino.

Con sedes en ambas ciudades, el lanzamiento del tren Yiwu-Madrid parecía hecho a medida para su empresa. La experiencia de Santana es muy positiva y en su opinión, “no es cierto que el tren no funcione, lo que pasa es que no es un tren para todos porque, como cualquier proyecto, no se adapta a las necesidades de todas las empresas”.



Los principales productos que importa España en el tren son el vino y el aceite. (Mundiver)

Tomar una copa de vino en China no está al alcance de todos y, como mínimo, puede costar ocho euros en un restaurante. Por este motivo, los clientes finales de los productos que se importan en el tren tienen siempre un poder adquisitivo medio-alto y pertenecen al sector de la hostelería y la restauración. “Si no tenemos productos para exportar a China, es normal que salga vacío”, matiza Santana.

Sacar rendimiento a las importaciones es la principal prioridad de la operadora en España, y la solución podría hallarse en el ‘taylor made’ o servicio a medida. Las fuentes entrevistadas apuntan que se está trabajando en la captación de multinacionales con posibilidad de llenar el tren con sus productos. De esta forma se podrían pautar trayectos en exclusiva que permitieran establecer una regularidad. “Llenar todos los contenedores de un barco es imposible, pero en el caso del tren permitiría competir en tiempo y establecer compromisos de entrega que en el transporte marítimo nunca se pueden cumplir”, explica Carlos Santana.

España, 'marketing' en la estrategia china

China necesitaba una alternativa a la ruta marítima donde competidores como Vietnam o Tailandia —que producen los mismos artículos y más económicos— estaban más cerca del destino de llegada. La ambición del tren Yiwu-Madrid era mucho más grande que la de transportar mercancías entre China y España, y se enmarca dentro del proyecto chino One belt one Road —OBOR—, que entre sus fines espera unir el país con Oriente Medio y Europa por vía terrestre.

“Considerando las grandes opciones marítimas que tiene España, hacer que este proyecto llegue a Madrid es más un objetivo de 'marketing' que un objetivo comercial real, como sí lo son otros países como Kazajistán, Rusia, Polonia, Alemania o toda la Europa del Este”, explica la responsable en Europa y Latinoamérica de la consultora internacional SedeenChina, Esther Fuentes. SedeenChina apoya a las empresas en su

implantación en China y desde 2004 trabaja en el país asiático —tienen oficina en Yiwu— apoyando a las empresas en sus proyectos de importación y exportación.



El Museo del Vino de las bodegas Vivanco (La Rioja) utiliza el tren para exportación. (Mundiver)

“Con el paso de los años, las fábricas chinas se fueron desplazando desde la costa hacia el interior buscando reducir costes de fabricación”, apunta el director general de SedeenChina, Adrián Díaz. Esto generó un nuevo coste, el transporte hasta la costa de la propia China, y con ello el sentido de la otra cara de la estrategia en el tren Yiwu-Madrid: potenciar las zonas interiores de China que ya contaban con mucha industria.

Adrián Díaz propone: “Si imaginamos una fábrica en el centro geográfico del país y pensamos en el coste de llevar las mercancías hasta la costa, podemos entender que con el mismo precio se podrían transportar los productos hasta Asia central donde la siguiente estación es Europa”. Por su parte, Esther Fuentes añade: “Estamos en un país con más de 14.000 km de costa y no tendría sentido intentar el envío por vía terrestre considerando su gran acceso al mar”. En este sentido, Fuentes aclara que “el tren tiene sentido si el objetivo no es competir con el transporte marítimo, sino llegar a países sin acceso al mar, o con un acceso limitado como es el caso de Alemania”.

El ‘procés’ también influye

España tiene una dependencia importante en su comercio de los puertos del Mediterráneo y, ante la incertidumbre territorial española, “el tren abre una ruta de comercio con la capital, una vía para ciudades interiores”, señala el director general de SedeenChina, Adrián Díaz.

El experto advierte de que “con las tensiones territoriales actuales, resulta geoestratégicamente indispensable contar con una comunicación alternativa a las rutas marítimas y comunicar Europa con Madrid”. Además, según Díaz, el tren Madrid-Yiwu “crea la posibilidad de desarrollar servicios asociados a las importaciones que por el momento tienen casi monopolizadas las ciudades portuarias”.