



McDonald's abrió su primer restaurante en Rusia en enero de 1990. Un mes después, como muestra la imagen, los moscovitas seguían haciendo cola para entrar. EFE

**E**spantada general. Solo así se puede describir la salida de decenas de empresas occidentales de Rusia. A cada minuto que pasa se une un nuevo nombre a una lista en la que se mezclan marcas de lujo, como Louis Vuitton, Chanel o Aston Martin, con otras más al alcance de la mayoría, tipo McDonald's, H&M o Inditex. Es el peaje que está pagando el país gobernado por Vladimir Putin por la invasión de Ucrania. Como si, de una semana para otra, el telón de acero cayese de nuevo sobre los rusos.

El boicot es generalizado y supone un duro golpe en varios frentes. En primer lugar está el meramente económico, con la pérdida de inversiones, servicios, mercancías y empleos. Y eso que algunas de las multinacionales han asegurado que seguirán pagando los salarios de sus empleados. Es el caso de LVMH, el mayor conglomerado de firmas de lujo del mundo, que el pasado lunes anunció que dejaba de operar en Rusia. Aglutina sellos como Louis Vuitton, Celine, Tiffany, Dior, Moët Chandon... así hasta 75.

«Pero, ¿por cuánto tiempo? Porque una cosa es mantener los sueldos y la infraestructura unas semanas y otra, que la situación se alargue en el tiempo», avisa Massimo Certelli, profesor de Economía de Deusto Business School. El experto apunta otra de las consecuencias de la repentina huida empresarial: «Es un mensaje al pueblo ruso, al que no le está llegando información sobre el conflicto, sus motivos y consecuencias. Si ven que se marchan compañías que llevan implantadas muchos años, se darán cuenta de que algo pasa. Es algo simbólico».

Dos buenos ejemplos son McDonald's y Pepsi. La multinacional de comida rápida, que suma 62.000 trabajadores en el

## El ocio y el comercio rusos vuelven a la era soviética

**Fuga masiva. La marcha de compañías occidentales deja al país huérfano de empresas de comida rápida como McDonald's o firmas de lujo como Dior**

HELENA RODRÍGUEZ



POR SECTORES DE ACTIVIDAD

### Moda

Inditex, con 502 tiendas, daba empleo de 9.000 personas. Su marca más popular allí es Bershka, con 106 tiendas, seguida de Pull&Bear, con 87.

### Navieras

MSC y Maersk, las mayores del mundo, solo llevan alimentos, medicinas y ayuda humanitaria. Ocean Network Express y Hapag-Lloyd tampoco operan.

### Coches

Las principales marcas occidentales y asiáticas han congelado su producción y exportación a un país en el que en 2021 vendieron 1,6 millones de coches.

### Otros

La fuga de empresas incluye a sectores como el tecnológico –Apple, Ericsson o Nokia, por ejemplo–, el bancario y hasta el juguetero. Lego también dice adiós a Rusia.

país a los que de momento también seguirá pagando, abrió su primer restaurante en Moscú el 31 de enero de 1990. Aún eran tiempos soviéticos. Fue una apoteosis absoluta. 30.000 clientes pasaron por el establecimiento el primer día. Cuentan las crónicas que los moscovitas estaban tan acostumbrados al trato frío de quienes se dedicaban a la atención al público hasta entonces que la simpatía del personal de McDonald's les asustó. Tanto, que sus responsables pidieron a la plantilla que sonriera menos. En 1993, el presidente Boris Yeltsin asistió a la inauguración del segundo local.

### La época del trueque

Respecto a Pepsi, que ha congelado la actividad de las fábricas de refrescos pero no la producción de alimentos, por ser «básicos para la ciudadanía», su presencia en Rusia se remonta más atrás en el tiempo. La bebida llegó al país en 1972, cuando PepsiCo empezó a mandar sus botellas, además de equipos para levantar fábricas. La primera se inauguró dos años después en Novorosiisk, en la costa del mar Negro. Como los negocios en moneda extranjera estaban vetados, la adquisición de los lotes se realizó mediante trueque, un método que se utilizó durante muchos años. En 1989, la multinacional y el Gobierno soviético acordaron un intercambio bastante ilustrativo del cierre económico que vivía la URSS: miles de litros de la bebida llegaron al país a cambio de diecisiete submarinos y tres buques de guerra en desuso, que la compañía vendió como chatarra para obtener algo de liquidez en la operación.

Ambos casos ilustran lo complicado que fue para las empresas occidentales implantarse en la vieja Unión Soviética. «La po-

blación se preguntará por qué se van ahora», dice Certelli, convencido de que, con la espantada de los últimos días, «Rusia vuelve a la era soviética». El objetivo, por tanto, no es otro que soliviantar a la población y provocar movimientos sociales contra el Kremlin.

La fuga afecta a todos los sectores y tanto a nivel de puntos de venta físicos como 'online', algo a lo que contribuye el bloqueo impuesto por Visa, Mastercard y American Express. La marcha de firmas de lujo es especialmente llamativa en un país en el que la oligarquía gasta cantidades de dinero obscenas en este tipo de artículos. Sellos como el referido grupo LVMH –con 3.500 empleados–, el conglomerado Richemont, que opera allí con Montblanc, Buccellati, Chloé, Van Cleef&Arpels o Cartier, renuncian con su salida a unos ingresos anuales de 7.000 millones de euros. La grandes fortunas rusas no podrán comprar vehículos BMW, Mercedes-Benz, Jaguar Land Rover, Aston Martin o Harley-Davidson, cuya fuga se une a Toyota, Mitsubishi, Honda, Volkswagen, Renault o Ford, que da trabajo a más de 4.000 rusos.

Los bolsillos menos boyantes, es decir, al grueso de la población, tampoco tendrá acceso ni a Pizza Hut, ni a KFC, ni a las prendas de H&M, Mango, Cortefiel o las marcas de Inditex. Tampoco a los muebles de Ikea. La firma sueca pagaba la nómina a 15.000 personas. La lista de emporios que dicen adiós a Rusia, aunque sea temporalmente, es enorme. La mayoría se ha comprometido a mantener los salarios o a poner en marcha planes de apoyo y destinar grandes cantidades de dinero para ayudar a los damnificados de la invasión de Ucrania, donde también han tenido que dejar de operar muchas de estas empresas. Allí, claro, por otros motivos.