Restauracióncolectiva
El portal de referencia para los profesionales del sector

Ucrania… la onda expansiva de la guerra

01-03-2022

Ante cualquier guerra la mayor preocupación es, lógicamente, el drama humano; no obstante, y más en el caso de la invasión rusa contra Ucrania, las consecuencias económicas pueden ser graves para el sector de manera inminente. La restauración puede verse afectada por una sacudida que amenaza con desgastar, todavía más, a una actividad ya duramente castigada en los últimos tiempos por la pandemia, subida energética e inflación en general.

Bajo los destellos de las explosiones con las que la maquinaria bélica rusa castigaba posiciones ucranianas en las principales ciudades del país se cernía nuevamente la sombra de la guerra. El enfrentamiento no acontecía en esta ocasión en los lejanos y polvorientos desiertos de Siria, sino en el corazón mismo de Europa, como ya ocurriera en la década de los 90 del pasado siglo en los Balcanes. La inestabilidad política de Ucrania alcanzó un punto de no retorno en 2014, cuando las revueltas del Maidán acabaron con el gobierno de **Yanukovich** y abrieron una profunda brecha entre proeuropeos y prorusos. La crisis derivó en enfrentamientos armados en las zonas con una población más heterogénea, Donbass y Lugansk, y culminó con la anexión de la península de Crimea en una audaz maniobra de Putin.

En esta ocasión el problema tiene más calado. No estamos hablando del enfrentamiento de cuerpos paramilitares, armados por potencias enfrentadas en la sombra, sino de la intervención directa del ejército ruso, que ha lanzado una ofensiva en cinco frentes para tomar el control de Jarkov, Maliupol, Jersón, Zaporiyia, Chernihiv y la capital, Kiev. La feroz resistencia ucraniana ha disipado la posibilidad de una guerra relámpago y abre las puertas a un enfrentamiento costoso en vidas humanas, tanto militares como civiles. Las impactantes imágenes de explosiones, cadáveres y oleadas de refugiados que tratan de escapar al horror de la batalla, vuelven a sacudir nuestras cómodas conciencias.

Más allá del drama humano que acompaña a toda guerra, hecho que debería de ser nuestra principal preocupación, asoma la amenaza de las consecuencias económicas. Algunas de las cuáles ya se dejan notar. Es en este punto en el que el sector de la restauración puede verse afectado gravemente por una sacudida que amenaza con desgastar, todavía más, a una actividad duramente castigada por la pandemia, las consecuencias del temporal Filomena (sobre todo en Madrid) y la subida continuada de los suministros –en especial el coste de la electricidad y el combustible–.

Ucrania es el mayor productor de aceite de girasol. El país genera 4.400.324 toneladas al año, lo que representa un 27,76% de la producción mundial. La segunda posición es para Rusia, que con 4.063.080 supone un 25,63%. Es decir, que entre las dos partes en conflicto suman más de la mitad del total. Muy lejos de estas cifras está el tercer productor, Argentina, que no llega al millón de toneladas y España, en séptimo lugar, que supera ligeramente el medio millón. Más del 60% del aceite de girasol que importa nuestro país tiene su origen en Ucrania. La consecuencia inmediata ha sido que el mismo jueves 24 de febrero el mercado experimentó un repunte de 1,80 euros por kilo, precio que alcanzó los 2,65 euros al final de la tarde. La bolsa de Rotterdam llegó a suspender los precios a futuro, mientras que las principales comercializadoras españolas anunciaron la paralización de toda promoción y tarifas de girasol y alto oleico. Como es lógico, esta subida no solo afecta al aceite, sino también a todos los productos derivados.

El riesgo no se centra, sin embargo, en este ámbito. Según la Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para animales (CESFAC), cerca del 30% del maíz y el 20% del trigo que se utilizan para la producción de piensos para alimentar el ganado proceden de Ucrania. El precio podría incrementarse entre un 30 y un 60% en el mejor de los casos, pues podría darse, si la guerra se prolonga, una situación de desabastecimiento que comprometiera seriamente la producción ganadera. En efecto, las siempre fértiles costas del Mar Negro han sido el granero con el que se han abastecido muchas regiones de Europa a lo largo de la historia. Si el conflicto se enquista, la cadena de suministro de estos y otros bienes podría verse afectada. Una última derivada de esta situación es la del ya preocupante precio de la energía. El 40% del gas que llega a Europa atraviesa Ucrania. Mientras no esté operativo el nuevo gaseoducto Nord Stream, los precios pueden dispararse nuevamente, con la repercusión que este hecho tendría sobre los costes de producción.

Desde finales de 2021 los precios de materias primas y servicios se han incrementado de forma notable por diferentes factores, entre los cuáles no hay que descartar la especulación provocada por la recuperación de la demanda en un entorno de repliegue de la oferta por la pandemia. El impacto de esta subida descontrolada sobre un sector debilitado en el que los márgenes ya eran reducidos puede alcanzar niveles insostenibles si no se produce un alto el fuego en Ucrania a corto plazo. La paz es un horizonte irrenunciable. En primer lugar por el bien de los propios ucranianos, acostumbrados tristemente a vivir en un clima de creciente convulsión e, incluso, violencia política. En segundo lugar, por todo el continente, que no puede permitirse una nueva guerra de desgaste. Mientras tanto, solo queda desear que la Unión Europea y los gobiernos de cada uno de los estados que la conforman sepan estar a la altura de las circunstancias.

Notícias Relacionadas

- ¿Está el binomio calidad/precio en un callejón sin salida en los servicios de colectividades?
- Ómicron obliga a las empresas a hacer malabarismos para mantener los servicios
- Diez lecciones que nos deja la pandemia y que deberíamos interiorizar de cara al futuro
- Efecto del coronavirus en colectividades y contagio de la repercusión económica

Mario Agudo es periodista y MBA por la Escuela de Administración de Empresas. Ha trabajado durante más de quince años en el ámbito de la comunicación empresarial, desempeñando diferentes cargos, y desde 2013 es el responsable de Marketing y Comunicación de la empresa madrileña Servicios Hosteleros a Colectividades (ShC). @: marioagudo@servicioshosteleros.com.