

Un artículo de [ROSA CARRIZOSA](#)

**Polonia** ha irrumpido con fuerza en el grupo de los principales **mercados de los productos alicantinos**. Es el cliente que más está creciendo entre los diez primeros destinos de las exportaciones provinciales y lo está haciendo a un ritmo de entre el 38% y el 39,3% en los últimos balances del acumulado del año 2019 desde el mes de agosto, según los datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) en Alicante.

Una de las razones principales se encuentra en el fuerte tirón que están experimentando las ventas de **frutas y verduras** a este país de la Europa Oriental, fundamentalmente, porque han encontrado una puerta de acceso a Rusia. Este es un mercado que siempre ha sido interesante para el sector hortofrutícola, pero desde 2014 tiene vetada la entrada de productos alimentarios europeos en respuesta a las sanciones que la UE, EE UU y otros países acordaron para este país por su papel en el conflicto ucraniano.

<b>Exportaciones a Polonia desde Alicante</b>		
EVOLUCIÓN ENTRE ENERO Y NOVIEMBRE DE 2018 Y 2019. CIFRAS EN MILES DE EUROS		
	ENE.-NOV. 2019	ENE.-NOV. 2018
<b>TOTAL PROVINCIAL</b>	<b>120.407,52</b>	<b>86.416,31</b>
<b>Principales productos</b>		
Legumbres y hortalizas	3.758,11	3.600,08
Frutas y frutos secos	21.421,00	14.642,72
Conservas de verduras y frutas	13.027,53	7.630,73
Mármol en bruto	2.150,24	1.161,61
Materias plásticas y sus manufacturas	12.688,01	4.744,70
Caucho y sus manufacturas	4.643,92	4.045,59
Filamentos sintéticos	2.619,93	1.650,81
Terciopelo	4.027,79	5.058,18
Tejidos técnicos	7.597,09	7.606,60
Calzado	7.681	6.810,57
Aluminio y sus manufacturas	2.572,99	2.463,84
Aparatos mecánicos	4.424,78	2.656,14
Juguetes	2.180,93	2.162,50

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX) en Alicante

DPTO. INFOGRAFÍA ▶ L. GIMÉNEZ

Son cinco años en que Rusia ha sido un «dique seco» para las exportaciones agrícolas europeas, ya que Putin ha ido prorrogando el **veto**. «Ante la imposibilidad de volver a un mercado tan atractivo y con un

potencial tan grande como el ruso, el sector ha ido buscando nuevos destinos y ha encontrado en Polonia un país con gran futuro para nuestras exportaciones y donde España es su principal proveedor», subrayaba Carles Peris, secretario general de la Unió de L'auradors en la Comunitat. Así, el territorio polaco se ha convertido en un «enclave estratégico de distribución para nuestros productos para llegar a Rusia y a otras zonas de la **Europa del Este**», añadía Eladio Anierte, presidente de la organización agraria Asaja en Alicante.

Entre enero y noviembre, las ventas de frutas alicantinas a Polonia crecieron un 46% y las de hortalizas y legumbres un 4,3%.

Pero, además, el posicionamiento de Polonia en el ránking de los diez primeros clientes de la provincia (ocupa el noveno puesto desde agosto), está relacionado con el avance de su propia economía. En 2018, su PIB creció un 5,8% y la previsión para el cierre de 2019 es del 3,8%, por encima de muchos países europeos, según los datos facilitados por el catedrático de Fundamentos del Análisis Económico en la **Universidad de Alicante**, Ignacio Jiménez Raneda.

El experto ha analizado su evolución desde el año 2000 y apuntó que Polonia lleva este siglo con uno de los comportamientos económicos más positivos en el área europea. Y no es una sorpresa para los analistas que países con crecimientos importantes y correlacionados con sus exportaciones permitan, igualmente, volúmenes destacados de importaciones.

## *Importa equipamientos*

Quizá no compren productos de lujo, «pero sí pueden necesitar **equipamientos** para su desarrollo industrial y productivo», según Jiménez Raneda. En este escenario se encontraría el aumento de algunos subsectores del sector textil alicantino, como los filamentos sintéticos, las telas sin tejer, el terciopelo o los tejidos técnicos, entre otros. El secretario de la Asociación de Empresarios del Textil de la Comunidad Valenciana (Ateval), José Serna, aseguraba que para estos subsectores «es un mercado joven y en alza. Con índices de crecimientos superiores a la media y con un aumento del poder adquisitivo, se hacen necesarios los equipamientos», subrayaba.

Este destino, además, «está en la órbita europea y **no hay aranceles**, por lo tanto es un mercado natural», añadía Serna. Un diagnóstico que también compartía Marián Cano, presidenta de la Asociación Valenciana de Empresarios de Calzado de la Comunidad (Avecal). Aunque para la industria zapatera de la provincia no es un cliente principal, sí es fruto de la diversificación de mercados. «La relación comercial con Polonia está establecida desde hace años. Y, es cierto, que no hemos notado descensos como en otros puntos de la UE por la inestabilidad política», explicaba Marián Cano.