

## POLONIA 2021

Polonia es el mercado de mayor tamaño de la zona centro y este de Europa, tanto en superficie (350.000 Km<sup>2</sup>), como en población (38.3 millones de habitantes) y magnitud de su economía. Polonia es foco de interés para las empresas de la Comunitat Valenciana como plataforma tanto de inversión como logística para atender el propio mercado interno de más de 38 millones de consumidores como el de los países del centro de Europa.

Polonia es un país estable, estratégicamente localizado para acceder a mercados de alto poder adquisitivo del Centro y Este de Europa. Presenta un desarrollo legislativo moderno, que transpone a su legislación rápidamente las directivas y programas de la Unión Europea. Al ser el primer receptor de fondos estructurales de la Unión Europea, con una financiación de 172.000 millones de € para el periodo 2021-2027, se abre un abanico de posibilidades de negocio en todos los sectores de la economía.

Desde su adhesión a la Unión Europea en 2004 sus variables macroeconómicas han experimentado un crecimiento sostenido que ha llevado a la modernización del país y su equiparación a las economías más desarrolladas del continente.

Polonia es, según Eurostat, la sexta economía de la Unión Europea en PIB. El crecimiento sostenido del PIB per cápita en PPA ha situado a Polonia en el 73% de la media de la Unión Europea a finales de 2019. La tasa de variación del PIB en el último ejercicio 2020 ha sido -2.7%, siendo uno de los países con mejor comportamiento de sus variables macroeconómicas en la crisis del coronavirus. Desde su incorporación a la UE en 2004 siempre ha tenido crecimientos del PIB positivos.

En lo referente a las relaciones comerciales con la Comunitat Valenciana, en 2020 Polonia es el 8º destino de las exportaciones, con un valor de 678.4 millones de €, y el 13º país origen de las importaciones (454.6 millones de €). La tasa de cobertura es del 149%, suponiendo un 2.37% del total de los 28.623 millones de € exportados.

El comportamiento de la economía polaca durante el periodo de crisis asociado a la aparición del virus COVID19 ha sido, dentro de los malos resultados (-2.7%) el mejor de los grandes países de la Unión Europea. Las previsiones de la Comisión Europea son de un crecimiento del PIB del 3.1% en 2021 y un 5.1% en 2022.

El incremento de salarios y renta disponible en los últimos años supone una convergencia real con los países del oeste de la Unión Europea, abriéndose el abanico de posibilidades de negocio a sectores productores de bienes de consumo. A pesar de la crisis se ha seguido invirtiendo en vivienda, automóviles y bienes de consumo

La divisa sigue siendo el “zloty” y no está clara su fecha de entrada a la Unión Monetaria. Es importante tener en cuenta que puede tener pequeñas variaciones en los tipos de cambio con el € pero siempre dentro de un límite de seguridad.

24,6% de su estructura económica, casi 7 puntos más que la media de la UE. El incremento de la inversión y suministros asociados al sector pueden favorecer a las empresas exportadoras de bienes industriales y de equipo de la Comunitat. Numerosas multinacionales, especialmente de la Unión Europea, siguen invirtiendo en plantas productivas en el país.

□ El tamaño del s

Asimismo, Polonia va a seguir desarrollando infraestructuras modernas en todo el país, destacando las inversiones en carreteras y autopistas, modernización de conexiones ferroviarias, plantas de tratamiento de residuos, polígonos industriales, ...

El desarrollo del E-commerce se ha realizado de manera paralela al del resto de países de la UE. Se ha producido una total implantación de dichos procesos durante la pandemia. El conocimiento de este canal para introducir determinados productos / servicios en el mercado va a ser cada vez más importante.

La imagen de los productos españoles se asocia a productos y servicios de muy buen diseño, buena tecnología, calidad y creatividad. Aunque el factor precio para acceder al mercado es importante, no lo es tanto para aquellas gamas de productos y servicios que tengan un componente de tecnología y especialización más acentuado, incrementándose la importancia de otro tipo de factores a la hora de tomar la decisión de compra como calidad, eficacia, tecnología, funcionalidad, capacidad de garantizar un suministro continuo, servicio postventa, ... lo cual favorece a las empresas de la Comunitat Valenciana