

Ucrania, un mercado con potencial de expansión para las empresas españolas



Pedro Sánchez y Petró Poroshenko en el Palacio de la Moncloa.

El jefe del Estado ucraniano, Petro Poroshenko se reunió en su visita oficial a España con el Rey de España Felipe VI, el recién nombrado presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, la presidenta del Congreso de los Diputados, Ana María Pastor, y los representantes de los empresarios españoles.

En la visita, Poroshenko junto con la comunidad ucraniana de España participó en un acto religioso por la paz en Ucrania, que tuvo lugar en la Catedral de la Almudena en Madrid.

La visita del presidente ucraniano es la primera visita de un líder extranjero desde el nombramiento del nuevo presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez. **Además supone la primera visita oficial del presidente de Ucrania a España en los últimos 22 años.**

Ucrania es el país más extenso de Europa (después de Rusia) y cuenta con una población similar a la de España. Las relaciones bilaterales **se formalizaron en 1991, cuando este país obtuvo su independencia.**

Desde entonces, se han ido fortaleciendo a pesar de que el nivel de los intercambios comerciales **no está todavía a la altura del potencial que ambos países tienen y necesitan una mayor promoción.**

Relaciones comerciales bilaterales

Las exportaciones y las importaciones ucranianas representan todavía un volumen muy reducido de nuestro comercio exterior. Las exportaciones españolas al país eslavo en 2016 alcanzaron los 302 millones de euros, superando los 257 millones registrados el año anterior.

En 2017, el volumen de las ventas a Ucrania se cifró en algo más de 391 millones. Las importaciones ucranianas a España en 2017 fueron de 1.317 millones de euros, que suponen **un aumento significativo respecto a los 1.112 millones del año anterior**. Teniendo cuenta la diferencia entre ambas partes del comercio exterior, la balanza comercial es notablemente deficitaria del lado español, **con un saldo negativo superior a los 925 millones de euros en 2017**.

Entre principales sectores de la exportación española al mercado ucraniano en el presente ejercicio destaca el de automóviles, seguido a distancia por el sector semillas, productos para la protección de cultivos, moda, productos de la pesca, pavimentos cerámicos y productos químicos.

Las importaciones españolas procedentes de Ucrania se centran en productos agropecuarios, sobre todo cereales, que representan más de la tercera parte de todas las compras realizadas a dicho país. Otros capítulos de nuestra importación son grasas y aceites vegetales, productos de función, residuos agroalimentarios, productos diversos sin elaborar y frutos oleaginosos.

Oportunidades de negocio

En Ucrania existen buenas perspectivas de negocio para las empresas españolas en los sectores relacionados con el desarrollo de las infraestructuras, las energías renovables y el medio ambiente.

El país necesita modernizar su red de transportes, desde carreteras hasta instalaciones aeroportuarias, así como llevar a cabo mejoras urbanísticas en sus principales ciudades. **El tratamiento de agua y la eficiencia energética son también sectores con oportunidades.**

Dentro del sector primario, son también interesantes las oportunidades que brindan los planes de reformas sectoriales que afectan a la agricultura y la energía. A este respecto, el Gobierno del país **tiene previsto privatizar agencias estatales y captar inversión extranjera para completar este proceso.**

El sector energético ofrece posibilidades de inversión a las empresas extranjeras para participar **en la gestión del sistema de tránsito de gas natural.**

Algunos de los sectores con mayor potencial exportador para el mercado ucraniano son el agroalimentario, ingeniería civil, desarrollo de ciudades inteligentes y bienes de consumo. Las dimensiones de este mercado, con algo más de 48 millones de consumidores, y la escasa saturación de competidores y marcas en muchos sectores convierten a Ucrania en un interesante destino **para nuestras empresas exportadoras, que pueden beneficiarse de la buena imagen que tienen los productos europeos entre su población.**