



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Marruecos

Contenido

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	4
3.	Situación económica y de coyuntura	5
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	5
3.3.	Nivel de competitividad	7
4.	Comercio exterior de bienes	7
4.1.	Intercambio comercial de Marruecos con el mundo	7
4.2.	Intercambio comercial de Marruecos con Perú	8
5.	Acceso a mercado	10
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	10
6.	Oportunidades Comerciales	16
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	16
6.2.	Productos con potencial exportador	17
7.	Tendencias del Consumidor	22
8.	Cultura de Negocios	23
9.	Links de interés	24
10.	Eventos comerciales	24
11.	Bibliografía	24

1. Resumen ejecutivo

Marruecos es un estado islámico y soberano, definido en la constitución como una monarquía “constitucional, democrática, parlamentaria y social. A nivel demográfico, ofrece un mercado de más de 35 millones de habitantes, el tercero más grande de África del norte, únicamente por detrás de Egipto y Argelia.

En los últimos años, la economía marroquí se ha caracterizado por la estabilidad macroeconómica y los bajos niveles de inflación. La economía marroquí siguió siendo sólida y se basó principalmente en las exportaciones, un auge de la inversión privada y el turismo. Sin embargo, el PBI se ha desacelerado, llegando a 2.2% en el 2019. Según el Banco Mundial, la desaceleración se debe sobre todo a un volátil sector agrícola y un lento crecimiento del sector terciario. No obstante, el crecimiento no agrícola fue equivalente a 3,4% en 2019, impulsando la economía gracias a buenos resultados de fosfatos, químicos y textiles. Según las previsiones del FMI, actualizadas al 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -3,7% en 2020 y luego repunte a 4,8% en 2021, según la recuperación de la economía global posterior a la pandemia.

Por otra parte, el sistema económico marroquí registra un número de empresas públicas bastante elevado, incluso en sectores distintos de los de infraestructuras. La neutralidad de las políticas de competencia es escasa y las empresas públicas reciben a menudo un trato favorable: no siempre están sujetas al impuesto de sociedades, pueden aplicar subsidios cruzados procedentes de sus actividades o comerciales, se benefician de financiación con garantía pública o de tasas para fiscales creadas para aumentar sus ingresos.

Marruecos ha realizado una serie de reformas económicas y ha apostado por algunos sectores industriales emergentes, con el fin de liberalizar su economía y adaptarse a la progresiva puesta en marcha de la Zona de Libre Comercio con la UE. Símbolo de esta política industrial es el sector automoción, que desde 2014 hasta 2018, ambos años inclusive, ha sido el primero en valor de exportaciones, superando al sector clásico de fosfatos y derivados, cabe mencionar que Marruecos es el 1er productor y exportador mundial de fosfatos, con alrededor de un 30% de las reservas mundiales.

Las principales exportaciones marroquíes desde 2014 hasta el 2018 incluido, las componen los automóviles y sus componentes, fosfatos y sus derivados, productos agrícolas y alimentarios, productos textiles, industria farmacéutica, aeronáutica y electrónica. Cítricos y productos del mar se encuentran entre los productos alimentarios más exportados. Los principales productos importados son derivados energéticos (Marruecos es muy deficitario en energía y lleva desde 2015 con su única refinería de petróleo parada) como son: gasoil, fueloil, gas de petróleo y otros hidrocarburos, cereales excepto en los años de cosechas excepcionales como el 2018, seguido de productos industriales.

Por otro lado, Marruecos mantiene unas fluidas relaciones internacionales con Occidente (UE, EEUU, Canadá y Japón) y con el mundo islámico (Turquía, Liga Árabe, CCG, etc), el Gobierno está desarrollando una intensa agenda diplomática con la búsqueda de nuevos socios financieros (China, OIIL, EEUU, Países del Golfo, países africanos) así como el refuerzo de los vínculos a su primer socio en todos los ámbitos, la UE. El objetivo es diversificar los socios comerciales (conversaciones con Canadá, Rusia, China)

En el año 2019, Marruecos fue el cuarto (4º) mercado africano al cual se destinaron las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 41 empresas exportaron 52 partidas (HS10), los sectores que registraron mayor dinamismo fueron petróleo y gas natural (US\$ 98 mil / +59%), y del no tradicional, agropecuario (US\$ 483miles / +109%), minería no metálica (US\$ 9.52 miles / +2372%), pesquero (US\$ 6,128 miles / +8%) y químico (US\$ 368miles / +73%), respecto del año anterior.

Finalmente, Marruecos pretende jugar el papel de Puerta de África, como plataforma logística y financiera regional hacia el mercado subsahariano, por su proximidad geográfica, su mayor cercanía desde el punto de vista cultural o incluso político, y su buena imagen, derivada de su nivel de desarrollo relativamente superior. La entrada en la Unión Africana ha sido la culminación de una política del Rey Mohamed VI, quien, acompañado por importantes delegaciones empresariales en sus viajes al África occidental francófona, ha conseguido tejer toda una red de negocios regionales en los ámbitos bancario, de seguros, cementero, construcción, de transporte aéreo y en el sector de derivados del fosfato y fertilizantes. De momento, Marruecos se ha posicionado muy bien en los países de mayor crecimiento económico del África occidental francesa.

2. Información general



¹El reino de Marruecos se encuentra situado en el extremo noroeste del continente africano, entre Norte de África, bordeando el Océano Atlántico Norte y el Mar Mediterráneo, entre Argelia y el Sáhara Occidental, ocupando una superficie de 446.550 km² (712.550 km² incluyendo el Sáhara Occidental).

En la actual organización administrativa del Estado se distinguen las siguientes colectividades locales: Regiones o Wilayas, Prefecturas, Provincias y Comunas o Municipios. El país se encuentra dividido en 11 regiones (reconocidas); Beni Mellal-Khenifra, Casablanca-Settat, Draa-Tafilalet, Fes-Meknes, Guelmim-Oued Noun, Laayoune-Sakia al Hamra, Oriental, Marrakech-Safi, Rabat-Sale-Kenitra, Souss-Massa, Tanger-Tetouan-Al Hoceima. Marruecos reclama el territorio del Sáhara Occidental, cuyo estatus político es considerado indeterminado por el gobierno de los Estados Unidos; partes de las regiones Guelmim-Oued Noun y Laayoune-Sakia al Hamra, como afirma Marruecos, se encuentran dentro

del Sáhara Occidental; Marruecos también reclama una 12^a región, Dakhla-Oued ed Dahab, que se encuentra completamente dentro del Sáhara Occidental. Las regiones están bajo la tutela administrativa de un Wali, propuesto por el ministro del Interior y nombrado por Decreto Real (Dahir. El Wali es la máxima autoridad y sus prerrogativas se han visto ampliadas por la creación de los Centros Regionales de Inversión (CRI) que están bajo su control. Marruecos tiene una población de 35,561,654² de habitantes, con una tasa de crecimiento de 0.96% estimado al 2020. La mayor población se encuentra entre 25 y 54 años (40.64%), seguido por los de 0-14 años (27%), edad media 29.1 años, integrada por dos etnias, la árabe y la bereber. La mayor densidad de población se encuentra a lo largo de las costas atlántica y mediterránea; una serie de aglomeraciones densamente pobladas se encuentran dispersas a través de la cordillera del Atlas. Su población urbana es de 63.5 % del total de la población, principales áreas urbanas son : Casablanca con 4 millones de personas, seguido de RABAT (la capital) y Tánger con 2 millones, Fez y Marrakech con 1 millón, y finalmente 924 mil personas en Agadir (2020). El idioma oficial árabe y el tamazight (bereber), el 60% de la población habla árabe marroquí, mientras que entre el 30% y el 40% habla el amazigh (bereber). Además, es importante señalar que el francés es la segunda lengua de Marruecos y ocupa un lugar muy importante en la vida pública. En el norte del país también se habla el español. En cuanto al inglés, lo usan principalmente los marroquíes que han estudiado en el extranjero (especialmente en Estados Unidos).

En cuanto a religión que profesan, musulmán 99% (oficial; prácticamente todos sunitas, <0.1% chiítas), otro 1% (incluye cristianos, judíos y bahá'ís); judíos unos 6,000 (2010 est.), el día está marcado por las cinco llamadas a la oración. Durante el mes del Ramadán los marroquíes no comen, beben ni fuman desde la salida del sol hasta el anochecer. Los sectores clave de la economía incluyen agricultura, turismo, aeroespacial, automotriz, fosfatos, textiles, indumentaria y subcomponentes.

¹ Fuente: CIA World Factbook (2020)

² Estimado a julio 2020

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas³

El desempeño de la economía fue limitado por la crisis financiera mundial, una desaceleración que viene desde 2014, con un PBI que llegó a 2.2% en el 2019. Según el Banco Mundial, esto se debe sobre todo a un volátil sector agrícola y un lento crecimiento del sector terciario. No obstante, el crecimiento no agrícola fue equivalente a 3,4% en 2019, impulsando la economía, gracias a buenos resultados de fosfatos, químicos y textiles. Según el FMI, la renta per cápita de Marruecos en paridad de poder de compra (PPP) fue de 8.936 USD anuales en 2018 y de 9.235 en el 2019. La renta per cápita a precios corrientes fue de 3.366 USD/año en 2018 y se mantuvo prácticamente estable en 2019, por lo que sus habitantes tienen, según este parámetro, un bajo nivel de riqueza. En cuanto a distribución de la renta, las mediciones del índice de Gini realizadas por la OCDE muestran que, con un índice de 41,2%, Marruecos presenta la mayor desigualdad en la región del norte de África. Según las previsiones del FMI, actualizadas el 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -3,7% en 2020 y luego repunte a 4,8% en 2021, según la recuperación de la economía global posterior a la pandemia.

El déficit fiscal se estabilizó en 2019 (-4%), y se prevé que se reduzca a -3,5% en 2020 y 2021. Se ha producido un aumento del gasto público bajo forma de una mayor inversión pública (con un crecimiento en gasto de capital de 6%). En mayo de 2019, durante una conferencia sobre la tributación nacional, se debatió en torno a un consenso sobre una revisión. Por el momento, los subsidios nacionales continúan, en especial para GLP. El gobierno además desea controlar el (aumento) de los sueldos reorganizando los recursos humanos. Por lo demás, Marruecos no ha logrado frenar el problema creciente de la evasión fiscal: se estima que la fuga de capital ha sido de unos 37 mil millones MAD en los últimos 10 años. Se estima que la deuda bruta general del gobierno se estabilizó en aproximadamente 65,3% del PIB en 2019, y que seguiría bajando a 64,5% en 2020, según el FMI. La tasa de inflación tuvo un nivel bajo en 2019 (0.7%), y debiera aumentar en 2020 y 2021 (0,3% y 1,3%).

El desempleo sigue bajando, aunque la tasa de desempleo es elevada (9,2% en 2019). Según la Comisión de Planificación Superior de Marruecos, afecta especialmente a los jóvenes entre 15 y 24 años de edad (26%) y recién graduados. La tasa de pobreza sigue siendo una de las más altas de la región mediterránea, con un 15% de la población viviendo por debajo del umbral de pobreza. También hay grandes diferencias en los niveles de desarrollo de las diferentes regiones. El FMI prevé que la tasa de desempleo se vea afectada fuertemente por el impacto económico negativo de la pandemia de COVID-19: actualmente, se estima que la tasa aumentará a 12,5% en 2020 y que luego bajará a 10,5% en 2021.

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2016	2017	2018	2019	2020 (e) ⁴
Crecimiento del PBI (%)	1.1%	4.1%	3%	2.2%	-3.7%
PBI per cápita (US\$)	2,997	3,148	3,366	3,345	3,464
Tasa de inflación (%)	1.6%	0.8%	1.9%	0.7%	0.3%
Tasa de desempleo (%)	9.4%	10.2%	9.8%	9.2%	12.5%

Fuente: DATOS MACRO, FMI (junio, 2020) Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

La divisa oficial de Marruecos es el dirham marroquí (MAD). A continuación, se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y el Sol peruano (PEN).

1 MAD	=	0.106042 USD
Dirham marroquí	↔	US Dollar
1MAD = 0.106042 USD		1USD = 9.43025 MAD
1 PEN	=	2.67936 MAD
Peruvian Sol	↔	Dirham marroquí
1 PEN = 2.67936 MAD		1 MAD = 0.373223 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

³ Fuente: Santander trade markets (2020).

⁴ Fuente: IMF - World Economic Outlook Database: Datos estimados

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

Marruecos ha capitalizado su proximidad a Europa y los costos laborales relativamente bajos para trabajar hacia la construcción de una economía diversa, abierta y orientada al mercado. Los sectores clave de la economía incluyen agricultura, turismo, aeroespacial, automotriz, fosfatos, textiles, indumentaria y subcomponentes.

Marruecos ha aumentado la inversión en su infraestructura portuaria, de transporte e industrial para posicionarse como un centro y corredor de negocios en toda África. Las estrategias de desarrollo industrial y las mejoras en la infraestructura, ilustradas de manera más visible por un nuevo puerto y una zona de libre comercio cerca de Tánger, están mejorando su competitividad.⁵

La mayor parte de la actividad económica y la riqueza se concentra en el eje costero atlántico Casablanca-Rabat-Tánger. Los sectores textil, cableado, automóvil y sus componentes se ubican mayoritariamente en Tánger y Kenitra; el sector servicios, aeronáutico, importación y distribución en Casablanca; la química, siderurgia y fosfatos en Jorf Lasfar; la agroindustria en Meknes y Agadir y el turismo principalmente en Marrakech y Agadir.

El sector industrial de Marruecos ha sabido aprovechar en los últimos años ciertos factores estructurales susceptibles de potenciar su relación con los mercados exteriores y atraer inversión extranjera. Numerosas empresas se establecieron en Marruecos beneficiándose de los menores costos derivados de unos gastos de personal inferiores o de un mejor aprovisionamiento de determinadas materias primas, así como de importantes exenciones fiscales. La amplia red de acuerdos de libre cambio firmados por el país, y sobre todo el Acuerdo de Asociación con la UE, es también un activo importante en este contexto. Todo ello ha favorecido que Marruecos haya registrado un extraordinario desarrollo en su sector logístico y cuente ya con un buen sistema de infraestructuras que permite fabricar en Marruecos y suministrar productos a España, Francia y Portugal en un plazo de 24-48 horas. Este modelo, orientado hacia el exterior y concentrado en las zonas francas – desde principios de 2020 llamadas zonas de aceleración industrial- se ha desarrollado muy rápidamente en el norte del país⁶.

Dada la riqueza del suelo de Marruecos, la economía está dominada por el sector agrícola. Este sector emplea a casi el 37,9% de la fuerza laboral y contribuye al 12,3% del PIB. En 2018, la agricultura creció 2,7%. Cebada, trigo, cítricos, uvas, vegetales, aceitunas, ganado y vino son los principales cultivos del país. El crecimiento económico depende en gran medida de este sector. Un nuevo dique en la región de Essaouira les permitirá a los granjeros gozar de un mejor sistema de irrigación y aumentar la producción.

Respecto sus recursos minerales, tiene una cantidad relativamente pequeña, siendo los fosfatos su principal fuente de riqueza. La industria aporta 25,9% del PIB y emplea a 21,6% de la fuerza laboral. Los principales sectores son los textiles, artículos de cuero, procesamiento de alimentos, refinación de petróleo y ensamblaje electrónico. Sin embargo, nuevos sectores han estado en auge: la química, repuestos de automóviles, computadoras, electrónica y la industria aeroespacial. La aparición de nuevos sectores debería permitir al país reducir su dependencia del sector agrícola. El sector industrial creció 3% en 2018.

El sector de servicios representa algo menos de la mitad del PIB (49,5%) y emplea a 40,5% de la fuerza laboral. El sector de servicios creció 2,7% en 2018. Está encabezado por el sector inmobiliario y el turismo, que sigue siendo muy dinámico (aumento del 8,5% interanual en noviembre de 2018). Además de otorgar concesiones para muchos servicios públicos en las principales ciudades, las políticas de precios del petróleo y el gas y las regulaciones de exploración se han liberalizado desde 2015. Los procedimientos de licitación se han vuelto cada vez más transparentes⁷.

⁵ Fuente: CIA World Factbook (2020)

⁶ Fuente: Icx

⁷ Fuente: Santander trade markets (2020).

3.3. Nivel de competitividad

La mejora del clima de negocio en el país es una de las prioridades de los sucesivos gobiernos en Marruecos y con este propósito se constituyó en 2009, el Comité Nacional del Clima de Negocio (Comité National de l'Environnement des Affaires, CNEA). Este comité trabaja en estrecha colaboración con los Comités Regionales del Clima de Negocio (Comités Régionaux de l'Environnement des Affaires, CREA) que están presentes en 11 regiones, en las que se coordina con sus respectivos Centros Regionales de Inversiones (Centres Régionaux d'Investissements, CRI). CNEA cuenta con participación público-privada y tiene como uno de sus objetivos prioritarios mejorar la posición de Marruecos en la clasificación Doing Business del Banco Mundial.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Perú, Marruecos, y otros países norte de África⁸.

Cuadro N° 02 Facilidad para hacer negocios 2019

Criterios	Marruecos	Perú	Argelia	Egipto	Túnez
Global Rank	60	68	157	120	80
Apertura de un negocio	34	125	150	109	63
Permisos de construcción	18	54	129	68	77
Obtención de electricidad	59	67	106	96	51
Registro de propiedades	68	45	165	125	87
Obtención de crédito	112	32	178	60	99
Protección de los inversionistas minoritario	64	51	168	72	83
Pago de impuestos	25	120	156	159	133
Comercio transfronterizo	62	110	173	171	101
Cumplimiento de contratos	68	70	112	160	80
Insolvencia	71	88	76	101	67

Fuente: Doing Business Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú. (Consultado julio, 2020)

El reino de Marruecos se encuentra en el puesto Nro.60 del Ranking Global para hacer negocios, ha mejorado su posición respecto el año 2018 que se encontraba en el Nro.69. De los cuales destaca en algunos criterios como "apertura de un negocio", "pago de impuestos", "permisos de construcción". Así mismo tiene una destacada posición frente a sus vecinos países de África del norte.

4. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Marruecos con el mundo

Marruecos tiene una economía abierta y el cambio gradual del banco central a un régimen cambiario más flexible ayuda a reparar la competitividad de Marruecos. La participación de las exportaciones en el PBI representó el 24,9% y su desempeño se mantuvo estable en 2019, con una tasa de crecimiento promedio de 7.2% (2015-2019), y hacia finales del 2020 se espera que el sector se vea sofocado por la desaceleración mundial debido a la pandemia.

Los envíos automotrices son un componente importante de las exportaciones. Los automóviles encabezaron las exportaciones en 2018 (12,2%), seguidos por los productos de alambre y cables, fertilizantes, trajes, viajes, transporte y servicios de negocios. Según Reuters, a principios de 2019, las ventas del sector automotriz representaron 27,6% de las exportaciones marroquíes. El país alberga las plantas de producción del fabricante de automóviles francés Renault y de repuestos.

Los exportadores de Marruecos dependen en gran medida de los mercados de la UE, que representaron el 65,0% de las exportaciones en 2019. Los principales socios comerciales de Marruecos son España y Francia, seguidos por

⁸ Fuente: Doing Business (2019)

Estados Unidos, Italia y Alemania. La diversificación de las exportaciones ayuda a compensar el declive secular de las exportaciones tradicionales, como los textiles y los fosfatos. La zona de libre comercio de Marruecos con la UE para productos industriales entró en vigor en 2012, poco después de que Marruecos y la UE aprobaron un acuerdo comercial que levanta los aranceles de exportación agrícola y pesquera.

Aunque los países europeos son los principales socios comerciales, Marruecos también ha fortalecido su integración comercial con el resto de África. El comercio con África subsahariana sigue siendo modesto, pero ha aumentado rápidamente en la última década. La maquinaria y el equipo eléctrico representaron el 19.5% de las exportaciones totales en 2019, seguidos por el equipo de transporte (16.3%). Así mismo también ratificó el Acuerdo de la Zona de Libre Comercio Continental de África en febrero de 2019. Además, el ministerio de Comercio Exterior del Reino Unido reafirmó el compromiso para negociar con África, sobre todo en energía verde, finanzas, agricultura y manufacturas.

También se han firmado acuerdos comerciales con Estados Unidos, Túnez, Egipto y Jordania. La nueva financiación europea respaldará las transacciones comerciales con garantía y facilidades de anticipo de efectivo⁹.

Con respecto a las importaciones, España fue el principal proveedor de Marruecos según los últimos datos de Comtrade. Algunos otros socios comerciales importantes incluyen a Francia, China, Estados Unidos e Italia. Los productos derivados del petróleo representaron la mayor parte de las importaciones, seguidos de los automóviles, el gas, alambres y cables, tractores, transporte y viajes.

Finalmente, Marruecos tiene una balanza comercial estructuralmente negativa, que sigue agotando sus reservas de divisas extranjeras. El déficit se redujo hasta 2015. El Banco Mundial estima que el déficit comercial marroquí de 2018 fue de 20.200 millones USD. A principios de 2019, el déficit comercial parece haberse ampliado (Reuters) en comparación con el mismo período del año anterior. Las importaciones (sobre todo de energía) aumentaron (+7,5%) con un ritmo más rápido que las exportaciones (+5,8%). Según datos TRADE MAP, en 2019 Marruecos exportó 29.339 millones USD en bienes, mientras que sus importaciones casi duplicaron este valor, con más de 51 mil millones USD¹⁰.

Cuadro N° 03- Intercambio comercial Marruecos - Mundo¹¹
(Millones de US\$)

Comercio Exterior	2015	2016	2017	2018	2019	TCP%	Var%
						2015-2019	2019/2018
Exportaciones	22,198	22,850	25,620	29,318	29,339	7.2%	0.1%
Importaciones	37,581	41,683	45,084	51,254	51,096	8.0%	-0.3%
Balanza Comercial	-15,384	-18,833	-19,464	-21,936	-21,758	9.1%	-0.8%
Intercambio Comercial	59,779	64,533	70,704	80,572	80,435	7.7%	-0.2%

Fuente: TradeMap (2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

4.2. Intercambio comercial de Marruecos con Perú

Las exportaciones de Perú al mercado de Marruecos totalizaron un valor de más US\$9 millones en el 2019, mostrando un dinamismo en el período comprendido entre 2015-2019 con una tasa de crecimiento porcentual de 20.8% y un intercambio comercial entre ambos países de US\$ 34 millones.

⁹ Fuente: Euromonitor – Country Profile Morocco (2020)

¹⁰ Fuente: Santander trade markets (2020)

¹¹ Fuente: TradeMap (2019)

Cuadro N° 04

Información Comercial: Marruecos – Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2015	2016	2017	2018	2019	TCP. % 15-19	Var.% 19/18
Exportaciones de Perú a Marruecos	4	3	7	10	9	20.8%	-5.6%
Importaciones de Perú desde Marruecos	35	34	34	27	25	-8.2%	-8.1%
Balanza Comercial	-30	-31	-27	-17	-15	-15.5%	-9.5%
Intercambio Comercial	39	38	41	37	34	-3.5%	-7.4%

Fuente: SUNAT, TRADEMAP (2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

La balanza comercial muestra un déficit debido a que las importaciones de Perú totalizaron 25 millones, siendo los principales productos importados fosfatos de calcio naturales, el cual representó el 71% de total importado, y las partidas de los capítulos 61 (prendas y complementos u accesorios, de vestir, de punto) y 62 (prendas y complementos u accesorios, de vestir, excepto los de punto) principalmente.

En el año 2019, Marruecos fue cuarto (4°) mercado africano al cual se destinaron las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 41 empresas exportaron 52 partidas (HS10). Así mismo los sectores que registraron mayor dinamismo fueron petróleo y gas natural (US\$ 98 mil / +59%), y del no tradicional, agropecuario (US\$ 483miles / +109%), minería no metálica (US\$ 9.52 miles / +2372%), pesquero (US\$ 6,128 miles / +8%) y químico (US\$ 368miles / +73%), respecto del año anterior. En lo que va del año 2020, las exportaciones acumuladas a septiembre alcanzaron más de 2.7 millones de dólares, registrando crecimientos en los sectores agropecuario (US\$ 527 mil / +37.8%), y químico (US\$ 211 mil / +3.1%).

Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos (Miles de US\$)			
SECTOR	2018	2019	Var% 19/18
TRADICIONAL	1,166	205	-82%
PESQUERO	1,104	107	-90%
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	62	98	59%
AGRÍCOLAS	-	-	-
MINEROS	-	-	-
NO TRADICIONAL	8,538	8,954	5%
PESQUERO	5,652	6,128	8%
SIDERO-METALÚRGICO	2,204	1,957	-11%
AGROPECUARIO	231	483	109%
QUÍMICO	213	368	73%
MINERÍA NO METÁLICA	0.39	9.52	2372%
METAL-MECÁNICO	135	5.81	-96%
VARIOS(Incl.Joyería)	0.32	1.50	366%
TEXTIL	90.42	1.28	-99%
MADERAS Y PAPELES	10.08	-	-100%
PIELES Y CUEROS	-	-	-
TOTAL GENERAL	9,704	9,159	-5.6%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Julio 2020).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N°6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Marruecos. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2019.

Cuadro N° 06

Marruecos: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción*	2015	2016	2017	2018	2019	TCP. % 2015-2019	Var. % 19/18	Part. % 2019
0307430000	- Jibias(Sepias)globitos;calamares	-	-	2,439	4,836	5,418	49%	12%	61%
7905000091	- Discos,Hexágonos de cinc	1,667	1,380	1,914	2,197	1,957	4%	-11%	22%
0307490000	- Jibias,globitos;calamares: potas	444	739	607	490	415	-2%	-15%	5%
0804400000	- Aguacates(paltas),frescas o secas	717	556	-	169	315	-26%	86%	4%
0305630000	- Anchoas(Engraulis spp)saladas sin secar	1,044	349	23	301	282	-28%	-6%	3%
3205000000	- Lacas colorantes;preparaciones	59	9	67	50	112	18%	126%	1%
1008509000	- Quinoa (quinoa) (chenopodium quinoa) exc	-	-	-	62	87	-	41%	1%
3305900000	- Las demás preparaciones capilares	71	41	73	18	44	-11%	139%	0%
3305100000	- Champúes	37	26	40	18	43	4%	141%	0%
2817001000	- Óxido de cinc(blanco o flor de cinc)	-	10	16	13	41	61%	208%	0%
	RESTO	71	380	1,715	384	240	36%	-37%	3%
TOTAL GENERAL		4,109	3,489	6,894	8,538	8,954	21%	5%	100%

Fuente: SUNAT. (Consultado, julio2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Del cuadro N°6 mostrado, destacan los siguientes productos no tradicionales por su desenvolvimiento comercial, las jibias(sepías) con un valor (US\$ 5 418 miles / +12%), aguacates (paltas) frescas o secas (US\$ 315 miles / +86%), lacas colorantes (US\$ 112 miles / +126%). Cabe destacar que también mostraron mayor dinamismo los siguientes productos, a pesar que su participación sobre el total de las exportaciones no tradicionales está por debajo de 1%, quinoa (US\$ 87miles / +41%), las demás preparaciones capilares (US\$ 44 miles / +139%), champúes (US\$ 43 miles / +141%), óxido de cinc (US\$ 41 miles / +208%).

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias¹²

Entre los organismos que intervienen en el comercio exterior de Marruecos destacan: Ministère du de l'Industrie (conformidad a la norma); Office national de la sécurité sanitaire des produits alimentaires, ONSSA (protección de la sanidad vegetal, animal y de los productos alimentarios); Office des changes (control de cambios); Direction des médicaments et de la pharmacie, DMP (control de medicamentos, dispositivos médicos y cosméticos);PortNet S.A.(ventanilla única desmaterialización procedimientos) y Aduana Marroquí.

Los códigos arancelarios siguen el Sistema Armonizado, que corresponden a los 6 primeros dígitos del TARIC, el sistema de clasificación arancelaria aplicado por la UE. El número de líneas arancelarias se ha mantenido estable (17.735 en 2009 y 17.784 en 2015). Con la excepción de 28 líneas a las que se aplican derechos de aduana variables, todas las líneas están sujetas a derechos ad valorem, calculados respecto del valor CIF de las importaciones.

Los derechos arancelarios se aplican por igual a las importaciones de todo origen, salvo en el caso de que se realicen al amparo de acuerdos comerciales preferenciales. No están sujetas a su pago las mercancías importadas en régimen de franquicia aduanera o régimen de admisión temporal ni los productos incluidos en los programas de incentivos previstos en la Carta de Inversiones.

Arancel Aplicado a la nación más favorecida (NMF)

Por lo que se refiere a las líneas sujetas a derechos ad valorem, el arancel aplicado por Marruecos consta de 18 tipos diferentes. Desde el último examen, realizado en 2009, el número de tipos aplicables a los productos comprendidos en

¹² Fuente: OMC - Examen de Políticas Comerciales – Marruecos 2015

los capítulos 25 a 97 del SA ha disminuido de 7 a 5 en 2012. Los tipos son los siguientes: 0%, 2,5%, 10%, 17,5% y 25%. Por su parte, los productos comprendidos en los capítulos 01 a 24 del SA están sujetos a tipos de hasta el 200%, así como a derechos variables. La lista de productos sujetos a derechos variables comprende 28 líneas del SA al nivel de 10 dígitos. Actualmente se aplican a determinados cereales, al azúcar (de caña o de remolacha) y a la sacarosa químicamente pura. Se aplican dos tipos de derechos variables: uno al azúcar y la sacarosa, y otro a determinados cereales. En el caso del azúcar y la sacarosa se aplica un tipo más bajo al valor en aduana (rango de 35% - 47%), y un tipo adicional más alto (rango 123%-129%) a la diferencia entre el umbral fijado y el valor declarado (si este es inferior al umbral fijado). En principio, cuando el valor declarado es inferior al umbral fijado, el equivalente ad valorem del derecho (inversamente proporcional al precio de importación) puede variar entre el tipo constante (mínimo) y el infinito. No obstante, las autoridades han señalado que procuran que el equivalente ad valorem del derecho variable se mantenga por debajo del tipo consolidado en la OMC.

El Arancel marroquí prevé la aplicación de derechos variables en función del precio de importación para determinados cereales (trigo, morcajo y cebada para malteado o elaboración de cerveza). Están previstos dos tipos para cada línea arancelaria: un tipo elevado para los valores declarados inferiores al umbral fijado y un tipo más bajo para los valores superiores a ese umbral. Las autoridades marroquíes se refieren a ellos como "derechos de dos tipos". En la práctica, el derecho de aduana que se aplica al trigo blando se determina por decreto en función del volumen de la cosecha nacional y de los precios mundiales.

Marruecos ha reducido los aranceles NMF, en el marco de una reforma aplicada en 2013 cuyo objetivo es, entre otras cosas, reducir las diferencias impositivas entre los regímenes preferenciales y el régimen de derecho común (NMF) a fin de limitar la desviación de los intercambios hacia interlocutores preferenciales poco eficientes.

El tipo máximo ad valorem ha disminuido del 304% en 2009 al 200% en 2015. Además, el promedio aritmético de los tipos arancelarios NMF ha disminuido hasta situarse en un 12,5% en 2015, es decir, 7,7 puntos porcentuales menos que el promedio aritmético aplicado en 2009. El coeficiente de variación de 1,4 sugiere una importante dispersión de tipos (de 0% a 200%).

El tipo medio aplicado a los productos agropecuarios (definición de la OMC) ha pasado del 44,5% en 2009 al 30% en 2015. En el caso de los productos no agropecuarios, el promedio aritmético ha pasado del 16,3% en 2009 al 9,5% en 2015. Conforme a la definición de la CIIU (revisión 2), la agricultura sigue siendo el sector más protegido (con un arancel medio del 16,5%), seguida del sector manufacturero (12,3%) y del sector minero (4,2%).

El tipo modal (el más frecuente) es del 2,5% y se aplica a 9.479 líneas (el 53% de todas las líneas arancelarias), seguido del 25%, que se aplica a 3.330 líneas. Los derechos de aduana ad valorem más altos (el 200%,) se aplican a los productos agropecuarios (animales vivos de las especies ovina o caprina, y su carne). Al igual que en 2009, el tipo nulo se aplica a 10 líneas, es decir, al 0,06% de todas las líneas y, en concreto, a categorías correspondientes al azufre del capítulo 2503 del SA.

A los derechos de importación hay que sumarles el pago de la TVA (Taxe sur la Valeur Ajoutée), impuesto similar al IVA cuyo tipo general es del 20%, y la Tasa Parafiscal a la Importación (Taxe Parafiscale à l'Importation). Esta tasa es del 0,25% ad valorem y se aplica a todas las mercancías importadas con las salvedades de las importaciones bajo regímenes aduaneros, para el desarrollo de inversiones, las que se beneficien de medidas de franquicia, y las incluidas en acuerdos con otros países.

Hay otros derechos e impuestos, que se aplican a las importaciones

Los principales son los siguientes: un derecho de almacenaje (del 4% al 14%, según la duración del almacenamiento de las mercancías en los locales de la administración aduanera); el impuesto fijo por la utilización de sistemas informáticos (150 dirhams); un impuesto de control y estampillado sobre las alfombras importadas hechas a mano (5%); y derechos consulares por el visado de manifiestos (0,50 ó 0,75 dirhams por tonelada de peso muerto - el derecho más bajo se aplica a las embarcaciones marroquíes-, con un máximo de 1.500 ó 3.000 dirhams, respectivamente; 0,20 o 0,50 dirhams por tonelada si el tonelaje de las mercancías cargadas es inferior a la cuarta parte del peso muerto; y 3,5 dirhams por pasajero embarcado en buques marroquíes o en buques extranjeros con destino a Marruecos (con un máximo de 1.500 dirhams).

Cuando las herramientas o equipos importados bajo este régimen están destinados a la realización de trabajos temporales u ocasionales con fines industriales o comerciales, es de aplicación pago de un canon trimestral igual al 10% de los derechos y tasas acumuladas que corresponden a los materiales importados el día del registro de la declaración de admisión temporal.

A continuación se presenta cuadro de N°7 donde se muestra el arancel aplicado NMF para el ranking de productos no tradicionales exportados por Perú.

Cuadro N° 07

Marruecos : Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales de Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.) 2019	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	0307430000	Jibias(Sepias)globitos;calamares	3	China (32%) Islas Malvinas (25%) Argentina (9%)	15%	15%
2	7905000091	Discos,Hexágonos de cinc	8	Luxemburgo (86%) China (7%) Polonia (5%)	2.5%	2.5%
3	0307490000	Jibias,globitos;calamares: potas	3	China (32%) Islas Malvinas (25%) Argentina (9%)	15%	15%
4	0804400000	Aguacates(paltas),frescas o secas	1	España (33%) Kenya (4%) Tanzania (1%)	40%	40%
5	0305630000	Anchoas(Engraulis spp)saladas sin secar	3	España (64%) Argentina (16%) Francia (7%)	10%	10%
6	3205000000	Lacas colorantes;preparaciones	10	Alemania (79%) España (9%) Reino Unido (5%)	17.5%	17.5%
7	1008509000	Quinoa (quinoa) (chenopodium quinoa) exc	1	Bolivia (27%) Paraguay (4%) Italia (4%)	2.5%	2.5%
8	3305900000	Las demás preparaciones capilares	30	Francia (11%) Egipto (12.2%) Italia (12%)	2.5%	2.5%
9	3305100000	Champúes	27	Francia (27%) Egipto (22%) Arabia Saudita (18%)	2.5%	2.5%
10	2817001000	Óxido de cinc(blanco o flor de cinc)	7	Grecia (19.4%) Turquía (19%) Francia (16%)	2.5%	2.5%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

Medidas No Arancelarias¹³

En diciembre de 2012 se aprobó una nueva reglamentación de instrumentos de defensa comercial (siguiendo las líneas de la OMC), cuyo uso se ha incrementado considerablemente en el último período, donde en menos de tres años se han abierto numerosos procedimientos antidumping, medidas de salvaguardia, así como OTC.

Valoración de Aduana

El valor de aduana de las mercancías resulta de su precio al contado y al por mayor en el país de origen más todos los gastos ocasionados hasta su presentación en aduana. En las oficinas de aduanas, el valor se calcula en función del valor de la declaración de importación (precio según factura), del valor al por mayor de mercancías similares en el mercado interior o del valor comparado de transacciones de importación similares. En la práctica, el caso más frecuente es el precio según factura, que en algunas ocasiones se cuestiona por la aduana si consideran que hay subfacturación. Desde 2010, la Confederación General de Empresas de Marruecos (CGEM), la DGI y la Oficina de Cambio de Divisas se han unido para crear un comité público/privado ad hoc cuyo objetivo es aplicar un plan de acción para luchar contra la subfacturación. Además, se ha establecido un comité técnico para examinar medidas a corto, medio y largo plazo, y un comité de vigilancia para analizar las bases de datos de comercio exterior y facilitar la elaboración de indicadores de

¹³ Fuente: OMC - Examen de Políticas Comerciales: Marruecos 2015

determinación del valor. En 2004 se elaboró una lista de productos "sensibles" susceptibles de ser objeto de fraude comercial. Esta lista se actualiza periódicamente y en ella figuran, entre otros, productos alimenticios, de cosmética y de uso doméstico, así como ropa y prendas de vestir, calzado, y piezas de recambio de vehículos. Los productos identificados de este modo son sometidos sistemáticamente por la estructura competente a un control previo para determinar su valor. No obstante, según las autoridades en la mayoría de las importaciones se utiliza el valor de transacción. Existen entre 3.000-4.000 posiciones arancelarias con precios de referencia o precios suelo.

Salvaguardias¹⁴

1) Salvaguardia definitiva al alambón y acero corrugado, 3ª prórroga de 3 años, desde el 01/01/19-31/12/2021 se mantiene el derecho adicional de 0,55DH/kg, aplicable al superar el contingente de 146.410t de alambón y el de 96.631t de acero corrugado. Nomenclaturas arancelarias según Código aduanero marroquí: 7213.91.90.00, 7214.20.90.00, 7214.99.91.00. 2) Cláusula de salvaguardia definitiva, 3ª prórroga de 3 años, desde el 1/01/2019-31-12/2021 con derechos adicionales del 16% para el primer año por encima de las 36.000t a las importaciones de chapas laminadas en frío y a las lacadas o revestidas Nomenclaturas arancelarias según Código aduanero marroquí: 7209, 7210, 7211, 7212, 7225 y 7226. 3) Petición de la apertura de una nueva cláusula de salvaguarda para las telas laminadas en caliente, con las siguientes posiciones arancelarias: 72.08, 72.11, 72.25, 72.26. 4) Petición de apertura de una cláusula de salvaguardia para los tubos de acero/hierro, según Código arancelario marroquí: 7305.31, 7305.39, 7306.19, 7306.30, 7306.50, 7306.61, 7306.69, 7306.90. 5) Apertura de una nueva cláusula de salvaguarda para los paneles de madera para las siguientes posiciones arancelarias: 4410.11.20, 4410.11.30, 4410.19.92, 4410.19.93, con una duración de 3 años: desde el 4 de julio del 2019 hasta el 4 de julio del 2022, con un contingente para el primer año de 23.250.000 kg, y con un derecho adicional por encima del contingente de 1,6 drhs/kg. 6) Cláusula de salvaguardia definitiva, aplicable a las importaciones de papel en resma y bobina (4802.55.90 y 4802.57.90), se establece un calendario de aplicación del derecho ad valorem, que va del 25% exigible el 1/1/2017 al 15,5% de 31/12/2020, con un contingente exento que se incrementa desde las 18.000 Tm a las 22.500 Tm del final del periodo. 7) Aplicación de un derecho antidumping definitivo, a las importaciones de PVC de la UE (39.04.10.90.00), que va del 17,12% al 48,2%, aplicable desde enero 2017 y durante 5 años.

Normas de Origen

Marruecos aplica dos tipos de normas de origen: las no preferenciales y las preferenciales. Conforme a la legislación nacional en esta materia, y sin perjuicio de los acuerdos concertados con otros Estados, se consideran originarias de un país determinado las mercancías totalmente obtenidas en ese país, así como las mercancías obtenidas en ese país con productos y materias primas de origen extranjero (en el sentido del artículo 16 del Código de Aduanas e Impuestos Indirectos) que hayan sido objeto de una transformación completa que les haya hecho perder su individualidad de origen). Se considera transformación completa la elaboración o transformación que entrañe una plusvalía por lo menos igual al valor de importación de los productos sometidos a elaboración en el país donde se efectúa la transformación (es decir, el valor añadido en el país debe ascender al 50% como mínimo). Se aplican reglas específicas a los productos textiles y las prendas de vestir (el tejido, el teñido, la estampación o la confección se consideran transformaciones completas que confieren origen). Las normas de origen preferenciales se definen en acuerdos o convenios bilaterales o regionales. En todos los acuerdos o convenios regionales se exige el transporte directo. En el caso de los productos importados de países de la UE o la AELC, o de Turquía o países miembros del Acuerdo de Agadir (Túnez, Egipto, Jordania), se precisa un certificado de circulación de mercancías EUR 1 o EURMED, o una declaración en factura o declaración en factura EURMED. La condición de "exportador autorizado" permite a la empresa beneficiaria certificar por sí misma el origen de las mercancías comprendidas en los acuerdos preferenciales mediante una declaración en factura o una declaración en factura EURMED. En los demás casos, se requiere un certificado de origen ordinario.

Normas y otros requisitos técnicos

Según las autoridades, las normas y reglamentos técnicos marroquíes están basados en normas internacionales, entre las que figuran las de la Organización Internacional de Normalización (de la que Marruecos es miembro), las del Codex Alimentarius, en lo que respecta a los productos alimenticios, y normas europeas, en particular las de la Asociación Francesa de Normalización (AFNOR). El establecimiento de normas agroalimentarias es competencia de la ONSSA, bajo los auspicios del IMANOR (Instituto Marroquí de Normalización)¹⁵. Éste último representa a Marruecos ante la Organización Internacional de Normalización (ISO) y la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI). Asimismo, desde julio de 2009 Marruecos, representado por el IMANOR, es miembro afiliado del Comité Europeo de Normalización (CEN) y del Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC). En Marruecos existen cerca de 12.000 normas homologadas. Las normas marroquíes han de aplicarse obligatoriamente en las cláusulas, especificaciones y pliegos de condiciones de los contratos concertados por el Estado, las colectividades locales y los organismos públicos, así como por las empresas concesionarias de un servicio público o subvencionadas por el Estado. Actualmente se aplican

¹⁴ Fuente: ICEX

¹⁵ Fuente: <https://www.imanor.gov.ma/>: Pueden encontrar catálogo de normas marroquí

reglamentos técnicos a bienes como los productos siderúrgicos, industria química, cauchos, plásticos, los aparatos de gas, los materiales eléctricos, los productos textiles, cueros los aparatos electrodomésticos y los juguetes, construcción e ing. Civil, embalajes, equipos de cocción, calefacción, refrigeración, muebles y equipamiento de automóvil. El IMANOR se ocupa asimismo de gestionar las actividades asociadas a la certificación de los productos cosméticos y las sustancias activas utilizadas en la fabricación de medicamentos. Cuando se trata de medicamentos para uso humano, los fabricantes deben atenerse a las normas de buenas prácticas de fabricación (BPF) recogidas en la Circular N° 36 de 31 de julio de 1995, del Ministerio de Salud.

Medidas Sanitarias, fitosanitarias & ambientales¹⁶

Desde su último EPC, Marruecos ha emprendido una reorganización de su sistema de control de la inocuidad de los alimentos y ha establecido la ONSSA, que ejerce, por cuenta del Estado, las atribuciones relativas a la protección de la salud del consumidor y de los animales y la preservación de los vegetales. Para la importación de animales, productos animales y piensos está sujeta a las leyes y reglamentos vigentes en materia de control sanitario veterinario. La aplicación de este reglamento está garantizada por los servicios veterinarios. A nivel de Casablanca, Tánger y Agadir, estas estructuras se configuran como el "Departamento de Control y Calidad en los puestos fronterizos" (DCQ) y actúan como una **ventanilla única**. En las demás provincias, el control de las importaciones está a cargo de los servicios veterinarios dependientes de las Direcciones Provinciales de Agricultura (DPA) en los puestos de inspección fronterizos abiertos a las importaciones. El proceso de control de importación comprende 3 etapas: Control documental, de identidad y físico, finalmente análisis de laboratorio, con esto se decide si da ingreso o se rechaza la mercancía.

Las importaciones de etil (etanol), metil (metanol) propil (propanol), isopropil (isopropanol) y anetol alcoholes están sujetas a la autorización de ONSSA (Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria de los Productos Alimenticios). Anethol, su importación solo está sujeta a autorización de ONSSA si dicho producto está destinado a galleteros, pasteleros, pasteleros y heladeros y otras personas que justifiquen la necesidad. Cualquier importación de ácido acético está sujeta a la autorización de la ONSSA.

Medidas fitosanitarias relacionadas con el virus ToBRFV. La presente Decisión se aplica a las semillas y plantas de tomates, pimientos y chiles, definido como "material vegetal".

Mercancías de productos pesqueros, subproductos de animales, comida para pez, además del proceso de control debe acompañar el modelo de certificado sanitario que se encuentra en la página ONSSA.

Mercancías sometidas a licencia de importación

Para determinados artículos como, por ejemplo, los drones, sometidos a una licencia de importación, se debe presentar un escrito en seis ejemplares del formulario titulado "Engagement d'importation, Licence d'importation, Déclaration Préalable d'Importation", acompañados de cinco ejemplares de la factura pro forma. La decisión de autorización o denegación de la licencia se comunicará en el plazo de un mes. El plazo de validez de la licencia es de seis meses.

Mercancías sometidas a declaración previa de importación

Se aplica en casos en que la importación de productos pueda causar un perjuicio grave a la producción nacional, como medida de urgencia (y en espera de la adopción de medidas de protección de los productores en cuestión). La declaración previa de importación se presenta en seis ejemplares del formulario titulado Engagement d'importation, Licence d'importation, Déclaration Préalable d'Importation, acompañados de cinco ejemplares de la factura pro forma. El plazo para la obtención de la autorización o denegación oscila entre los diez y los veinte días. El plazo de validez de la declaración es de tres meses.

Marcado, etiquetado y envasado

Marruecos no dispone de reglamentación específica en lo que se refiere al marcado de los contenedores. El Instituto Marroquí de Embalaje y Envasado (IMEC) es competente en materia de normas de envasado y embalaje. El Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Salud tienen facultades respecto a los productos agropecuarios y los productos destinados al consumo humano. El art.31 de la Ley n°24-09 relativa a la seguridad de los productos y servicios establece que toda la información obligatoria destinada a la información de los usuarios, como el etiquetado, marcado, instrucciones de uso y advertencias, debe figurar al menos en lengua árabe. Existen además normas específicas de etiquetado en función del producto, así por ejemplo: La norma general que regula el etiquetado de los productos textiles es la NM 09.0.000 de 2018, Étiquetage des produits textiles et de l'habillement, habiendo normas más específicas como la que regula el etiquetado del calzado, la NM 09.5.100, también de 2011. Por su parte, el etiquetado de las sustancias y preparados químicos peligrosos está regulado por las normas NM 03.2.100 del 2007 y NM 03.2.101, de 1998. Los requisitos técnicos relativos a las especificaciones de los detergentes y los desinfectantes líquidos y sólidos han sido publicados por dos ministerios: el de Agricultura, pesca y Desarrollo rural y el de Sanidad a través del Arrêté 2300-17 del 21 de setiembre del 2018, además de cumplir con el Arrêté 3486-13 del 31 de diciembre del 2013 del Ministère de l'Industrie, Commerce, investissement et de l'Economie numérique. En materia de etiquetado de productos alimentarios,

¹⁶ Fuente: Pueden encontrar mayor información <http://www.onssa.gov.ma/fr/>

el boletín oficial 6684 del 21 de junio del 2018 publica el decreto 2-18-44 del 29 de mayo del 2018 sobre el etiquetado de productos alimentarios, completando el Decreto 2-12-389 del 22 de abril del 2013. La nueva legislación 27 determina el etiquetado obligatorio, las prescripciones y exigencias generales de etiquetado de los productos alimenticios: Nombre del producto, nombre o razón social y la dirección del fabricante o importador, lista de insumos y/o aditivos, alérgenos, cantidad y/o peso neto, fecha de fabricación y caducidad, lugar de origen o procedencia, etiqueta nutricional.

âMarquage CMiM: A partir del 2 de enero del 2020, es obligatorio que los productos industriales importados como los de voltaje entre 50-1000v, y los equipos de compatibilidad electromagnética, de venta directa al consumidor, sean marcados con la marca CMiM y cumplan con los Arrêtés 2573-14 y 2574-14 respectivamente.

Se aplican exigencias análogas a los productos farmacéuticos (incluidos los medicamentos) y, si son compuestos, se deberá indicar también el nombre y el porcentaje de cada componente.

Otros impuestos aplicados al comercio¹⁷

El IVA se aplica a los bienes y servicios importados o nacionales. Cuando se trata de bienes o servicios importados, se calcula sobre el valor en aduana, al que se suman los derechos e impuestos que, en su caso, se apliquen, incluidos los impuestos internos al consumo. En el caso de los bienes de producción nacional, se calcula sobre el precio de transferencia. Como se explica más adelante, las ventas de determinados productos agroalimentarios están exentas del IVA, sin derecho a deducción. El Código General de Impuestos define dos regímenes diferentes para el IVA: un régimen "interno", y otro aplicado a la importación.

El impuesto sobre el valor agregado (IVA) impone con un tipo de gravamen estándar de 20%; pero también existen tres tipos reducidos de 7%, 10% y 14%, según los productos y servicios que se trate tal como se muestra a continuación:

- ❖ IVA – 7% : Agua y servicios de saneamiento, gas y sus derivados, aceites de petróleo, productos farmacéuticos, embalajes, útiles escolares, alimentos de animales, azúcar refinada, sardinas en conserva, leche en polvo, jabones domésticos y peajes.
- ❖ IVA – 10% : Ventas de alimentos y bebidas para su consumo en hoteles y restaurantes de destinos turísticos, aceites de cocina, pastas, arroz blanco y sus derivados, harina, almidón, operaciones bancarias y cambiarias y transacciones de valores negociables.
- ❖ IVA – 14%: Mantequilla casera, margarina y manteca de cerdo, té, servicios de construcción y de transporte de pasajeros y mercancías, y energía eléctrica.

Los impuestos internos sobre el consumo se aplican (con los mismos tipos) a determinadas categorías de mercancías, tanto importadas como nacionales, como las bebidas no alcohólicas (de 7 a 83 dirhams por hectolitro); las cervezas (900 dirhams por hectolitro); los vinos (700 dirhams por hectolitro); el alcohol etílico y otros alcoholes susceptibles de ser utilizados para las aplicaciones del alcohol etílico (20.000 dirhams por hectolitro de alcohol puro); las manufacturas de tabaco (11,34 dirhams por paquete); los productos energéticos (de 33,50 a 357,20 dirhams por hectolitro, o de 228 dirhams por 100 kg en el caso de las preparaciones lubricantes, los aceites crudos de petróleo o los minerales bituminosos, 4,60 dirhams por 100 kg en el caso de los gases licuados, 341,40 dirhams por hectolitro en el caso del "supercarburante 27-07 NGP", y 2 dirhams por 1.000 m³ en el caso del gas natural); los betunes, asfaltos y mezclas bituminosas (90 dirhams por 100 kg); y los artículos de platino u oro (100 dirhams por hectogramo) y de plata (15 dirhams por hectogramo). Los servicios aduaneros introdujeron en 2010 el uso de timbres específicos en las bebidas (alcohólicas o no alcohólicas) y las manufacturas de tabaco sujetas al pago de los impuestos internos sobre el consumo. En 2015, el impuesto interno al consumo ascendía a 0,16 dirhams por botella de cerveza, 1,30 dirhams por botella de vino, 2 dirhams por botella de licor, 0,8 céntimos por botella de agua, 2,4 céntimos por botella de soda y 0,35 dirhams por paquete de cigarrillos. El gravamen especial sobre el cemento (150 dirhams por tonelada); dos nuevos gravámenes sobre el hormigón para hierro (100 dirhams por tonelada) y la arena (30 dirhams por tonelada); un gravamen ambiental sobre la madera y sobre las manufacturas de madera locales o importadas (12% o 6%); un gravamen parafiscal sobre la importación y producción de vinos y cervezas (5 dirhams por hectolitro); y el impuesto de comercialización de la pulpa seca de remolacha (10 dirhams por 100 kg de peso neto).

¹⁷ IVA

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales¹⁸

Marruecos forma parte de la región del Magreb, región con un reducido peso económico en la economía mundial, pero con importante peso específico en la zona. Las diferencias políticas existentes en la región han marcado las relaciones comerciales y económicas de la zona. Sólo para citar los más importantes:

Actualmente Marruecos tiene un acuerdo Euro-Mediterráneo de asociación UE-Marruecos, desde marzo 2000, reforzado con la adopción del Estatuto Avanzado, en octubre de 2008. La UE mantiene relaciones privilegiadas con Marruecos, desde el punto de vista político, económico, comercial y financiero. El acuerdo estipula compromisos de liberalización mutua, en bienes industriales, agrícolas, pesqueros (incluye permisos para faenar desde el Cabo Spartel hasta Ras Noun a 128 barcos), y transformados.

El acuerdo de libre comercio entre Marruecos y los Estados Unidos que está en vigor desde 2006 y se encuentra en su 9º año de desgravación que acabará en 2030; contempla el libre acceso de casi todos los productos no agrícolas de Marruecos (a excepción del textil, aunque con un contingente mayor al que tenían antes del Acuerdo) y de la pesca. También abarca el comercio de servicios y la contratación pública, la inversión, la transparencia y la protección de la propiedad intelectual, el medioambiente y el mercado de trabajo. Estados Unidos a través de la MCC (Millenium Challenge Corporation) apoya distintos proyectos en Marruecos.

El Acuerdo de libre comercio con Turquía entró en vigor el 1 de enero de 2006 y se enmarca en el proceso de integración regional euro mediterránea, en el que ambos países participan activamente. Contempla el acceso inmediato de los productos industriales de origen marroquí en el mercado turco y eliminación gradual en 10 años de los derechos de aduana e impuestos sobre las importaciones de productos turcos. En cuanto a los productos agrícolas hay acuerdos especiales para algunos productos para los que se prevén aranceles más bajos. En el año 2017, debido a las masivas importaciones de textiles, procedentes de Turquía, la Secretaría de Estado de Comercio ha considerado conveniente introducir tasas aduaneras de forma provisional, preferencial para determinadas partidas como el textil, para proteger la industria nacional. Se han reunido para lograr un Acuerdo más equilibrado puesto que en la actualidad Turquía es quien se está viendo más favorecido.

Marruecos es miembro fundador de la UMA, organismo constituido en 1989 en Marrakech por Argelia, Túnez, Libia y Mauritania, pero las diferencias políticas entre Marruecos y Argelia han supuesto la inactividad total de este organismo, aunque se ha anunciado una Cumbre de la UMA en Túnez para este año.

El Acuerdo Árabe-Mediterráneo de Libre Comercio entre Marruecos, Egipto, Jordania y Túnez (en abril 2016 se han adherido Líbano y Palestina), está en vigor desde 2007, tras superar enormes resistencias por parte del sector empresarial marroquí. Todo país miembro de la Comisión de Estados Árabes, que mantenga un acuerdo de asociación o de libre cambio con la Unión Europea, puede solicitar su adhesión a este Acuerdo. El objetivo es incrementar y liberalizar el comercio y la inversión extranjera partiendo de los acuerdos de asociación de cada parte con la Unión Europea y crear una zona euro mediterránea de libre cambio (Declaración de Barcelona). Por último, mencionar el Acuerdo de Libre Comercio de Países Árabes de 1999, con una eliminación gradual del arancel en 10 años y donde las relaciones se han intensificado enormemente desde el punto de vista financiero y de la IDE (EAU es el segundo inversor en Marruecos). El AELE (Asociación Europea de Libre Cambio), acuerdo de libre comercio de bienes industriales en vigor desde el 2000.

Marruecos mantiene fluidas relaciones comerciales con Occidente (UE, EEUU, EFTA, Canadá, Japón) y el mundo islámico (Turquía, Liga Árabe, CCG, etc), así mismo el Gobierno está desarrollando una intensa agenda diplomática con la búsqueda de nuevos socios financieros (China, EEUU, Países del Golfo, países africanos) así como el refuerzo de los vínculos a su primer socio en todos los ámbitos, la UE. El objetivo es diversificar los socios comerciales (conversaciones con Canadá, Rusia, China).

En tanto, el acuerdo que tiene Perú con Marruecos desde el 18 de junio del 2003, cuyo campo de aplicación es para todos los productos, basado en un comercio justo al derecho común y sobre la base de la cláusula de nación más favorecida (NMF).

¹⁸ Fuente: ICEX

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo con la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado marroquí. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Marruecos (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”.

Sector Agropecuario¹⁹

La superficie agrícola útil (SAU) en 2018 fue de 9,5 millones de Has, lo que apenas representa un 13 % de la extensión total del país. La agricultura proporciona empleo al 36,2% de la población activa. La productividad agrícola ha aumentado gracias al uso de fertilizantes y un sistema de riego más eficiente. Cebada, trigo, cítricos, uva, hortalizas, aceitunas, ganadería y vino son los principales cultivos del país.

Una oferta abundante de fruta y precios asequibles facilitan un fuerte consumo de fruta. Las frutas son importantes en los alimentos frescos, ya que la mayoría de los marroquíes ven las frutas como una necesidad dietética.

La mayoría de los plátanos vendidos en Marruecos fueron importados, principalmente de Europa. Dado que las frutas importadas tienden a ser caras, solo un número limitado de marroquíes pudo comprar y consumir plátanos de forma regular. En 2017, muchos agricultores de las Islas Canarias firmaron acuerdos con las autoridades marroquíes para suministrar su exceso de producción a Marruecos. En 2019, este arreglo continúa cubriendo el déficit de la producción bananera de Marruecos.

Los precios de las frutas se mantienen bastante estables, cambiando principalmente durante el Ramadán, cuando la demanda puede superar la oferta. Se espera que las frutas experimenten un crecimiento de volumen sostenido llegando a alcanzar los 5 millones toneladas hacia el 2024, debido a su popularidad entre los consumidores marroquíes.

Respecto de los vegetales siguen siendo un ingrediente clave en casi todos los platos locales populares, especialmente el cuscús y el tagine. Estos famosos platos utilizan diferentes tipos de verduras, junto con la carne como ingrediente principal. El proyecto agrícola del gobierno, Plan Maroc Vert, ha contribuido a aumentar la producción de hortalizas y la producción de Marruecos sigue creciendo. Como resultado, las verduras están ampliamente disponibles a través de diferentes canales minoristas en todo el país y los precios son bajos, lo que hace que las verduras sean asequibles para todos los marroquíes. Por lo tanto, se espera que el consumo de verduras continúe experimentando un crecimiento constante.

La mayoría de los marroquíes tienden a comprar lo que necesitan durante toda la semana en los zocos. Los mercados están abiertos toda la semana y suelen ser los principales mercados donde la gente compra verduras y otros tipos de alimentos frescos, aunque los precios son ligeramente más altos en comparación con los zocos. La mayoría de los marroquíes viven en ciudades pequeñas y áreas rurales, donde no tienen acceso a los minoristas de comestibles modernos.

Los envíos acumulados a septiembre de Perú a Marruecos de productos agropecuarios no tradicional representan el 19% del total exportado a dicho país, en lo que va del año 2020.

A continuación, se detalla un cuadro con 10 partidas con potencial exportador:

¹⁹ Fuente: Country Report Fresh fruit - Vegetables in Morocco - Euromonitor

Cuadro N° 08

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'200599	Vegetales y mezcla de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar (exc. conservados ...	Prometedor	2,191	40%	Turquía (49%) España (17%) Francia (8%)
'220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >= 80% vol	Prometedor	3,392	49%	España (92%) Países Bajos (1%) Francia (7%)
'090421	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	Prometedor	358	30%	China (67%) Guatemala (22%) Egipto (10%)
220300	Cerveza de Malta	Prometedor	9,733	49%	Estados Unidos (25%) Francia (15%) España (22%)
'071080	Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (exc. patatas ...	Prometedor	283	40%	Egipto (31%) Bélgica (25%) España (19%)
'200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (exc. congeladas)	Prometedor	1,105	40%	España (86%) Alemania (9%) Egipto (5%)
'210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores, compuestos (exc. ...	Prometedor	23,430	36%	España (11%) Bélgica (40%) Francia (15%)
'121190	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especias utilizadas principalmente en ..	Prometedor	8,319	5.91%	Egipto (20%) México (18%) China (6%)
'080420	Higos, frescos o secos	Prometedor	1,132	40%	Turquía (86%) Rep.Árabe Siria (12%) España (1%)
'091030	Cúrcuma	Prometedor	9,225	6.25%	India (95%) Myanmar (3%) Etiopía (1%)

Fuente: TradeMap (julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Sector pesquero²⁰

El consumo per cápita de pescados y mariscos es entre 10 y 12 kg anual, el más alto en África del norte, pero por debajo de la media mundial 17kg. Sin embargo, Marruecos es uno de los productores más grandes de pescados en el mundo. Esta disparidad es causada por precios elevados, pues hay muchos intermediarios que intervienen en la cadena productiva entre las industrias pesqueras y el consumidor final. El pescado y marisco de más alta calidad es destinado para la exportación, los de inferior calidad es absorbido por el mercado doméstico. Por lo tanto, la modesta calidad del pescado y marisco en los zocos y mercados limita su atractivo para los marroquíes. No obstante, se espera que las ventas se incrementen en 612 mil toneladas hacia el 2024, a medida que los consumidores se den cuenta cada vez más de los beneficios de consumir pescado, mientras que se espera que los precios y la disponibilidad faciliten la creciente demanda de pescado y marisco.

Los marroquíes gozan de una abundante oferta de sardinas, siendo uno de los productores más grandes de sardinas en el mundo. Los precios razonables y la amplia disponibilidad a través de los varios canales de distribución hacen de las sardinas, el tipo de pescado más popular en Marruecos. Los pescados blancos y otros tipos de mariscos son muy costosos, por lo tanto, muchos consumidores marroquíes los consumen moderadamente. Sin embargo, el consumo de pescado aumenta fuertemente durante Ramadán y muchos platos

²⁰ Fuente: Country Report Fish and Seafood in Morocco - Euromonitor

marroquíes utilizan el pescado como ingrediente principal. El conocimiento del consumidor está aumentando, debido a los programas de televisión y radio que ofrecen a doctores bien conocidos, donde hablan sobre la importancia de incluir en su dieta semanal el consumo de pescado como base de una alimentación saludable.

Los envíos de Perú a Marruecos de productos pesquero no tradicional representan el 53% del total exportado a dicho país, en lo que va del año 2020.

A continuación, se muestra en el cuadro, un total de 10 partidas de productos con potencial exportador:

Cuadro N° 09

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos ...	Estrella	10,410	34%	España (31%) Senegal (44%) Madagascar (17%)
'030366	Congelados de merluza "Merluccius spp., Urophycis spp."	Prometedor	3,093	10%	España (86%) Uruguay (9%) Canadá (4%)
'160420	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	Estrella	2,729	40%	España (27%) Francia (32%) Dinamarca (16%)
'030487	Filetes congelados de atún "del género Thunnus", listados o bonitos de vientre rayado "Euthynnus ..	Prometedor	1,646	10%	Tailandia (69%) China (28%) Vietnam (2%)
'160415	Preparaciones y conservas de caballa, enteros o en trozos (exc. picados)	Prometedor	393	40%	Portugal (3%) España (97%) Francia (0.3%)
'030510	Harina, polvo y "pellets" de pescado aptos para la alimentación humana	Prometedor	125	10%	Francia (32%) Noruega (68%)

Fuente: TradeMap (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Sector textil y confecciones

En la última década, Marruecos ha desarrollado una de las más importantes industrias textiles en toda África aprovechando su ubicación geográfica próxima a Europa y su mano de obra barata. En el 2019 se observó un crecimiento positivo en todas las categorías de prendas de vestir y calzado en Marruecos. Un mayor poder adquisitivo y tendencias de estilo de vida respaldaron el crecimiento general de prendas de vestir y calzado. Además, las tendencias de la moda se vieron influenciadas por plataformas de redes sociales y el comercio minorista de Internet está creciendo en este canal, lo que llevaba a más compras impulsivas. Las tendencias de salud y fitness más inspiradas en los deportes. La moda y los códigos de vestimenta profesional también se están volviendo más relajados, moda híbrida, como la mezcla de ropa y calzado informales con prendas y calzado más elegantes. La generación actual presenta un claro ejemplo de moda tradicional marroquí fusionada con ropa moderna en zonas urbanas.

El principal factor determinante de las ventas sigue siendo la relación calidad - precio. Las prendas de vestir y las categorías de calzado en Marruecos tienden a estar fragmentadas debido a la alta competencia, y los jugadores principales a menudo solo retienen sus clientes potenciales por pequeños márgenes, por lo tanto, los fabricantes se esfuerzan por crear ropa de mayor calidad a precios más bajos para ganar ventas. La ropa y el calzado dependen de complejas y largas cadenas de suministro que hacen que las marcas planifiquen sus colecciones generalmente con meses de anticipación. Pedidos para 2020, ejemplo la colección primavera-verano se colocó a principios de 2019. Resultando en marcas asentadas en una enorme pila de inventario.

Por otro lado, la paralización de los viajes de negocios y los arreglos para trabajar desde casa han afectado en mayor medida la ropa y el calzado formales debido al COVID-19. Los trajes para hombres y mujeres se encuentran entre las categorías de peor desempeño. La interacción social limitada dentro del contexto del distanciamiento social y el retraso de celebraciones de todo tipo han agregado más presión sobre las categorías pre-Covid que ya estaban en dificultades.

Las propuestas de moda con una buena relación calidad-precio, las ventas minoristas a precios reducidos, el comercio electrónico y los operadores de DTC han demostrado estar mucho mejor equipados para afrontar la recesión²¹.

A continuación, se presenta cuadro con 10 partidas potencial exportador:

Cuadro N° 10

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	40,772	25%	Turquía (36%) Portugal (20%) China (17%)
'620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón,	Estrella	27,237	25%	China (19%) Bangladesh (19%) Turquía (33%)
'611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras	Estrella	26,418	25%	China (23%) Bangladesh (12%) Turquía (44%)
'611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)	Estrella	9,473	25%	China (36%) India (24%) Turquía (15%)
'610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres	Estrella	6,830	25%	India (27%) Turquía (17%) Bangladesh (14%)
'610342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto,	Estrella	4,374	25%	China (10%) Turquía (51%) Bangladesh (15%)
'611595	Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón (exc. calzas, ...)	Estrella	3,993	25%	Turquía (55%) China (25%) India (7%)
'610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)	Estrella	3,916	25%	China (12%) Portugal (13%) Turquía (48%)
'610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres ...	Estrella	3,497	25%	China (6%) Turquía (22%) Portugal (48%)
'610442	Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)	Prometedor	2,942	25%	Turquía (52%) Portugal (10%) India (10%)

Fuente: TradeMap (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

²¹ Fuente: Country Report Apparel and Footwear in Morocco - Euromonitor

Sector manufacturas diversas

Marruecos destaca oportunidades comerciales relacionadas con los bienes de equipo y las materias primas industriales, maquinaria y equipamiento agropecuario, los relacionados con la construcción de infraestructuras. En diseño, equipamiento y construcción de plantas de generación eléctrica con tecnología solar, destaca el contrato ganado por TSK en 2019 para construir por 700 M€ la planta de Midelt I. Otros sectores en los que se perciben importantes oportunidades son la industria auxiliar mecánica y de materiales de construcción (metálico, eléctrico, mecánico, cartón, madera, plástico); combustibles y lubricantes; cosmética, higiene y perfumería.

Los envíos de Perú a Marruecos de productos Sidero-Metalúrgicos representaron el 21% del total exportado a dicho país, en el 2019.

A continuación, se muestra en el cuadro, una relación de 10 partidas de productos con potencial exportador:

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'740811	Alambre de cobre refinado, con la mayor dimensión de la sección transversal > 6 mm	Estrella	501,911	2.5%	España (55%) Bélgica (36%) Francia (8%)
'280700	Ácido sulfúrico; óleum	Estrella	111,805	17.5%	China (49%) España (12%) Bélgica (10%)
'392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación	Estrella	91,941	11.5%	España (31%) Arabia Saudita (15%) Francia (11%)
'392020	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación	Estrella	45,504	8.9%	Arabia Saudita (38%) Emiratos Árabes Unidos (16%) Egipto (12%)
'392310	Cajas, cajones, jaulas y artículos simil. para transporte o envasado, de plástico	Prometedor	45,105	14.5%	España (44%) Italia (17%) Francia (15%)
'392350	Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico	Estrella	41,377	13.8%	España (48%) Francia (13%) Turquía (9%)
'391739	Tubos flexibles, de plástico, reforzados o combinados con otras materias y con accesorios (exc.tubos,,	Estrella	38,735	17.3%	España (20%) Italia (18%) Túnez (17%)
'700721	Vidrio contrachapado, de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, ...	Prometedor	29,742	25%	España (73%) China (5%) Italia (4%)
'392329	Sacos "bolsas", bolsitas y cucuruchos, de plástico (exc. de polímeros de etileno)	Prometedor	25,725	11.5%	China (42%) Francia (17%) España (9%)
'481810	Papel higiénico, en rollos, de anchura <= 36 cm	Prometedor	22,081	25%	Turquía (48%) España (27%) Portugal (11%)

Fuente: TradeMap (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

7. Tendencias del Consumidor²²

El perfil del consumidor en Marruecos está marcado principalmente por una familia numerosa, el 59% de los hogares lo conforman más de 5 miembros y un jefe de familia de edad promedio 40 años, con un gasto de consumo per cápita por hogar de US\$ 1,987 durante el 2018. Este gasto es principalmente distribuido en Alimentación (37%) y Vivienda/Energía (23%), ropa (3.2%), higiene y atención médica (8.7%), transporte (7.1%), educación (3.7%), las actividades de ocio y cultura representan menos del 2% en la asignación de sus gastos.

Los adultos jóvenes se están interesando especialmente en lograr un físico atractivo a través de dietas estrictas y regímenes de ejercicio. Esta preocupación se ve impulsada por la creciente influencia de las redes sociales y la tendencia mundial del fitness. Dado que la salubridad de las verduras es ampliamente aceptada, se espera que el desarrollo de tendencias de salud y bienestar influya positivamente en el consumo de verduras en Marruecos. Muchos marroquíes tienen como objetivo consumir y alimentar a sus familias con diferentes tipos de verduras, con el fin de mantener un peso saludable y promover la salud, el bienestar y la longevidad. Así mismo tienden a consumir frutas como postre después del almuerzo y la cena; también existe una tendencia creciente para hacer batidos y jugos de frutas, en medio de una creciente conciencia sobre la salud y el uso creciente de licuadoras y exprimidores.

La mayoría de los marroquíes tienden a comprar lo que necesitan durante toda la semana en los zocos. Los Mercadillos están abiertos toda la semana y suelen ser los principales mercados donde la gente compra verduras y otros tipos de alimentos frescos, aunque los precios son ligeramente más altos en comparación con los zocos. La mayoría de la población vive en ciudades pequeñas y áreas rurales, donde no tienen acceso a los minoristas de comestibles modernos. Los consumidores valoran los zocos y mercadillos, ya que permiten a las personas elegir entre diferentes proveedores. También ofrecen una variedad más amplia de verduras que los minoristas de comestibles modernos. Por otro lado, los minoristas de comestibles modernos, como los supermercados e hipermercados, se centran en los alimentos frescos envasados, que son cada vez más populares entre los consumidores de ingresos medios y altos en las ciudades más grandes.

El mercado de publicidad on-line, web, ha experimentado un boom en los últimos años. En parte se debe al auge de Internet en Marruecos. La penetración de Internet se elevó en 30,1% en 2017, llegando a 63,67%, la tercera tasa más elevada en África (Agencia Nacional de Regulación de Telecomunicaciones, 2018). El número de usuarios móviles de Internet creció en 31,69% en 2017, con 20,83 millones. El gasto en publicidad digital, aunque es considerablemente menor a los formatos tradicionales de publicidad, siguió creciendo con fuerza. Se elevó en 60%, con 54,1 millones en 2017 (Grupo Marroquí de Publicistas).

En cuanto a la moda, después de los años de la colonización, el estilo occidental influyó en cambios evidentes en la moda marroquí. Los marroquíes, en su mayoría burgueses, comenzaron a usar ropa occidental como trajes, blusas, gorras y trajes de baño. La generación actual en algunas zonas urbanas presenta el ejemplo perfecto de la moda tradicional marroquí fusionada con la ropa moderna. Los marroquíes pueden abrazar fuertemente la moda occidental. No obstante, logran vincular con éxito su moda marroquí vintage con las tendencias y el estilo del mundo occidental. En calles muy transitadas, se puede apreciar jóvenes marroquíes vistiendo todo tipo de moda derivada de una mezcla de ropa occidental y tradicional. Por ejemplo, una mujer con una chilaba, con un bolso de Yves Saint Laurent y gafas Gucci. Estos jóvenes usan su sentido de la moda todos los días como una declaración, una forma de expresar sus ideas y valores al mundo.

Por otro lado debido a que los consumidores han pasado más tiempo en casa, es probable que hayan utilizado mayores volúmenes de productos de higiene y papel higiénico al por menor. Sin embargo, es probable que hayan optado por artículos de menor precio, sacrificando la calidad para asegurarse de tener volúmenes suficientes de papel higiénico y otros productos de higiene durante el período de distanciamiento social.

El impacto COVID-19 sobre el comportamiento de compra de los consumidores, sumado el miedo y la incertidumbre llevaron a una priorización inicial de alimentos y productos en la satisfacción de las necesidades diarias a principios de la mitad de 2020. La producción de productos de belleza y cuidado personal considerados no esenciales se detuvo drásticamente, como: protección solar, fragancias, cosméticos. El temor a la transmisión de virus también está impulsando las ventas de productos que permiten una buena higiene y que tienen propiedades antibacterianas, como

²² Fuente: Santander trade markets (2020)

toallitas para bebés, jabón en barra y jabón líquido. El cierre también estimuló las ventas de productos que ofrecían pequeños placeres y relajación, como el baño y la ducha, como una forma de aliviar el estrés causado por la pandemia. La medida en que las categorías repunten en Marruecos dependerá de la duración y la gravedad de la crisis pandémica, así como de la respuesta del gobierno a ella y de la adherencia pública a los consejos gubernamentales.

8. Cultura de Negocios²³

Para realizar negocios con éxito es necesario tener presente las siguientes consideraciones:

- ❖ Marruecos presenta importantes oportunidades de negocio, pero es un país con alto coste de entrada y aprendizaje, se recomienda siempre una asesoría previa de las instituciones de apoyo a la internacionalización, puesto que suelen existir importantes costes imprevistos y el retorno de la inversión raramente aparece de forma rápida.
- ❖ Es un país con muchas tradiciones milenarias los cuales conviven con lo moderno sobre todo por la influencia de las economías francesa y española.
- ❖ En el mundo de los negocios marroquí cada ciudad tiene su particularidad, Casablanca centro de la actividad financiera y comercial, Rabat centro administrativo, Marrakech ciudad turística más importante y Fez importante en artesanías.
- ❖ No limite innecesariamente su mercado. Aunque su estrategia se oriente básicamente al mercado local, aproveche las oportunidades de la posición geográfica de Marruecos y estrategia de apertura del país.
- ❖ La presencia física es importante. No es un país para hacer negocios a distancia.
- ❖ El empresariado marroquí le da particular valor a la relación personal con su contraparte antes de hacer negocios, debido a que tienen preferencias por personas conocidas en las que confían. Es por ello que se recomienda tener referencias o ser presentado por una persona de confianza, mejor aún si es un familiar
- ❖ La influencia francesa ha hecho que su cultura sea muy formal, por lo cual es recomendable cuidar hasta el más pequeño detalle de la apariencia y vestimenta. Los trajes de negocios deben ser preferiblemente oscuros, formales y conservadores.
- ❖ El uso del francés es muy bien recibido debido a que es la lengua de negocios oficial del país, sin embargo, algunas palabras de árabe pueden ser muy valoradas.
- ❖ Las reuniones se deben estipular con mucho de anticipación, y deben ser confirmadas uno o dos días antes. Se debe tener en cuenta también que los marroquíes usualmente trabajan de lunes a viernes; sin embargo, todos los viernes los centros laborales cierran entre 11:00 a.m. y 15:00 p.m. por los servicios de oración del fin de semana. Además, es preferible no programar reuniones en el mes del Ramadán
- ❖ Según la tradición, se deben llevar pastelillos cuando se recibe una invitación; sin embargo, los obsequios no deben ser abiertos en ese mismo momento. En tanto, las tarjetas de presentación, se sugiere un lado de la tarjeta debe ir escrito en francés y el otro, en árabe.
- ❖ La comida de negocios por lo habitual es en el almuerzo, en los restaurantes de cocina internacional, los usos y costumbres son los mismos que en Europa. Evite temas sensibles como hábitos religiosos, imagen familia real, integridad del territorio, etc.
- ❖ Instrumentos y métodos de negociación: aprenda a generalizar, sofisticar y adaptar la técnica del regateo para las relaciones de su negocio, y recuerde que la casa siempre gana (algo), es casi una forma de vida de su contraparte.
- ❖ Distinto lenguaje, aprenda a leer entre líneas, especialmente si se intuye algo negativo, o implica responsabilidades compartidas.
- ❖ El seguimiento es importante en las negociaciones con los marroquíes dado que los asuntos comerciales debemos de confirmarlos y recordarlos continuamente.
- ❖ Ser paciente puesto que la toma de decisiones puede llevar tiempo como consecuencia de la naturaleza burocrática de las empresas del país.
- ❖ Trate de formalizar sus relaciones de negocios lo máximo posible y, en los contratos, evite cabos sueltos. Las renegociaciones son muy difíciles y cualquier cuestión que quedara abierta puede volverse en su contra.
- ❖ Utilice diversificadamente instrumentos de cobertura de riesgo, como cartas de crédito irrevocables confirmadas, pólizas, etc.

²³ Fuente: ICEX-Negocios en Marruecos: Oficina comercial de RABAT(Marruecos)

9. Links de interés

- Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones, AMDI.
<http://www.invest.gov.ma/?lang=es&ld=45>
- Ministerio de asuntos exteriores y cooperación
www.diplomatie.ma
- Ministerio de Agricultura, desarrollo rural y de pesca marítima
www.mpm.gov.ma (pesca)
www.agriculture.gov.ma (agricultura)
- Doing Business:
<http://espanol.doingbusiness.org>
- Unión de Comercio del Centro – UCV
www.cgi-cf.com
- Datamonitor:
<http://www.datamonitor.com>
- Business Monitor:
<http://www.businessmonitor.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
<http://www.mincetur.gob.pe>

10. Eventos comerciales

Cuadro N° 12. Ferias en Marruecos

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Morocco FoodExpo	Alimentos	Casablanca	23 al 25 marzo 2021	http://www.moroccofoodexpo.com/
Morocco Fashion & Tex	Textil y accesorios	Casablanca	5 al 8 abril 2021	http://www.moroccofashiontex.net/
Salón Internacional de la Agricultura de Marruecos - Siam	Agricultura	Casablanca	2020	https://www.salon-agriculture.ma/
Plast Expo	Plásticos	Casablanca	2 al 5 junio 2021	http://plast-expo.ma/
Dye Chem Marruecos	Colorantes y productos químicos finos y especiales	Casablanca	4 al 7 noviembre 2020	https://ma.cems-dyechem.com/
Comestista Expo	Industria Cosmética, belleza, bienestar	Casablanca	Octubre 2021	http://www.cosmetistaexpo.com/
CbhExpo Cosmetic	Productos e ingredientes de cosmética e higiene	Casablanca	6 al 8 diciembre 2020	http://www.cbhexpo.com/

Fuente: Feriasinfo. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

Nota: Revisar fechas en el portal ya que probablemente varíen dada la actual coyuntura del COVID-19.

11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Market Access Map: www.macmap.org
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Auma : <https://www.auma.de/es/exponer-en-ferias/buscar-ferias>
- Tradefairdates: <https://www.tradefairdates.com/>

- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- World Trade Organization: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tp_rep_s.htm#bycountry
- Instituto Marroquí de normalización: <https://www.imanor.gov.ma/>
- Oficina nacional de seguridad sanitaria de productos alimentarios: <http://www.onssa.gov.ma/fr/>
- Administración de aduanas e impuestos indirectos: www.douane.gov.ma
- Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones, AMDI.: <http://www.invest.gov.ma/?lang=es&Id=45>
- World Integrated trade solution: <https://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=es>
- ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/index.html>