



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional

**ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS
COMERCIALES Y DE CONSUMO CON EL
REINO DE MARRUECOS**

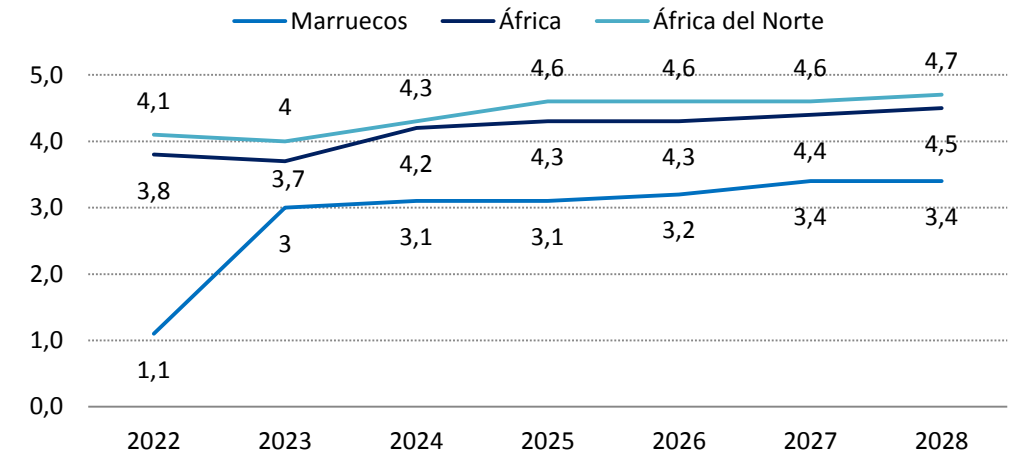


Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
República Argentina

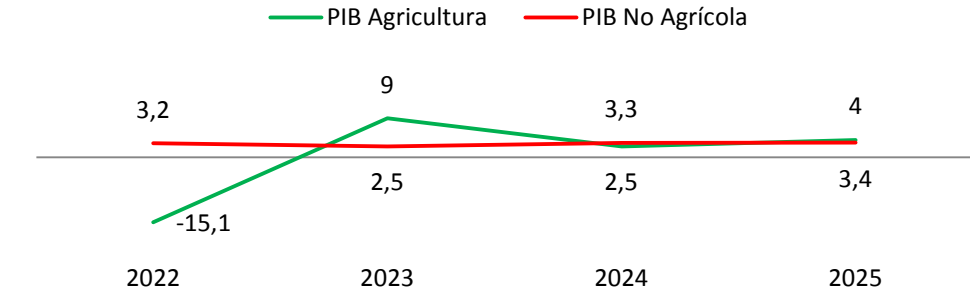
- **Quinta economía del continente africano y tercera de África del Norte;** con crecimiento estable para los próximos años (4,5% promedio) **por mejor desempeño del sector agrícola** (crecería por encima del resto de los sectores). **El PIB per cápita crece a una tasa anual promedio de 4%.**
- La **población urbana** tendrá un **crecimiento promedio mayor** al resto de los países de la región. **Consumo como motor del crecimiento, concentrado principalmente en alimentos** (mayor componente del gasto); **crecerá impulsado por la urbanización y un consumidor más activo y proclive a la demanda de productos alimenticios importados procesados y envasados.**
- El **atractivo del mercado está centrado en tres sectores** (alimentos y productos agropecuarios; agronegocios; farmacéutico/salud) que **ofrecen muy buenas oportunidades para nuestra oferta exportable de bienes y servicios.**
- El segmento de **alimentos y productos agropecuarios** es un mercado cuyas **importaciones vienen creciendo** (tasa anual promedio 15%); con **elevada dependencia en la importación de productos alimenticios básicos** afectados en la producción local por el cambio climático; con **oportunidades en nichos de alimentos para el consumo e insumos para la industria alimentaria** (humana y animal); en particular **productos de consumo gourmet orientados a los sectores de ingresos medios y altos, comunidad de expatriados y sector Ho.Re.Ca (carnes, lácteos y vinos).**
- También existen muy buenas perspectivas en **agronegocios.** Es un mercado que **ofrece muchas oportunidades para nuestra oferta exportable (bienes y servicios)** para atender distintos nichos de las necesidades productivas agrícolas del país (maquinaria, equipamiento y tecnologías agrícolas y la impulsada por planes gubernamentales de desarrollo; instalaciones, insumos, servicios y equipamiento específico para la producción ganadera avícola y vacuna; producción agrícola; tecnologías de almacenamiento y poscosecha); **maquinaria/tecnología para la industria alimentaria;**
- El **sector farmacéutico/salud** es otro que ofrece oportunidades para nuestra oferta exportable de bienes y servicios, es un mercado con **proyecciones de crecimiento favorables para los próximos años,** con políticas de inversión para el desarrollo del sector farmacéutico y de la salud que **generan condiciones favorables al acceso con nuestra oferta exportable.**

Quinta economía del continente y tercera de África del Norte, con proyecciones de crecimiento estable para los próximos años; PIB agrícola creciendo por encima de los otros sectores.

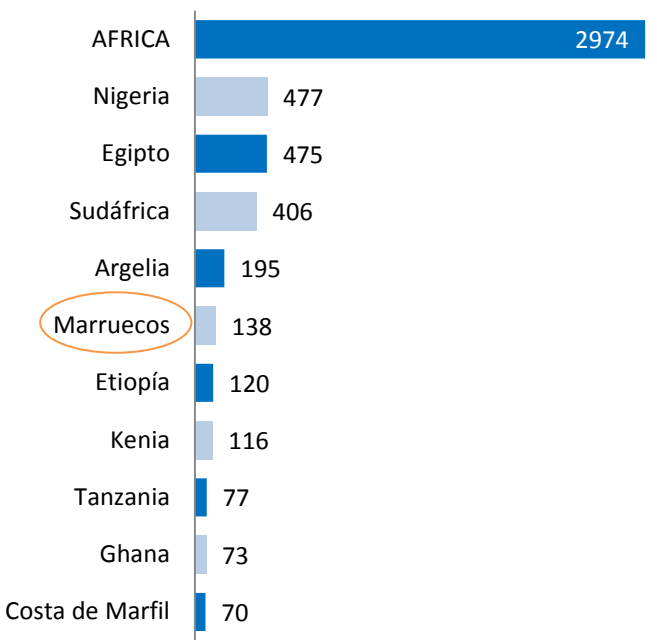
Tasa de crecimiento estimada del PIB real
(variación % anual)



Tasa de crecimiento estimada del PIB agrícola y no agrícola
(variación % anual)



PIB de las principales economías de África
(US\$ miles de millones, precios corrientes - 2022)



DATOS BÁSICOS (2022)

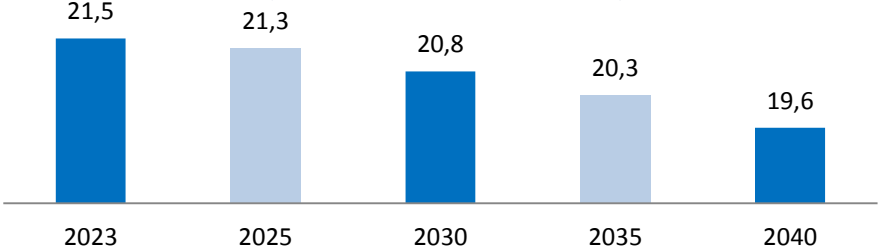
Población total	36,6 millones
Población urbana	23,7 millones
PIB (US\$ corrientes)	US\$ 138.100 millones
PIB per cápita (US\$ corrientes)	US\$ 3.760 (ingreso medio-bajo)

Economía muy dependiente del sector agrícola y condicionada por factores externos (demanda desde la UE); se espera que las industrias más dinámicas puedan revertir este proceso.

Características de los principales sectores

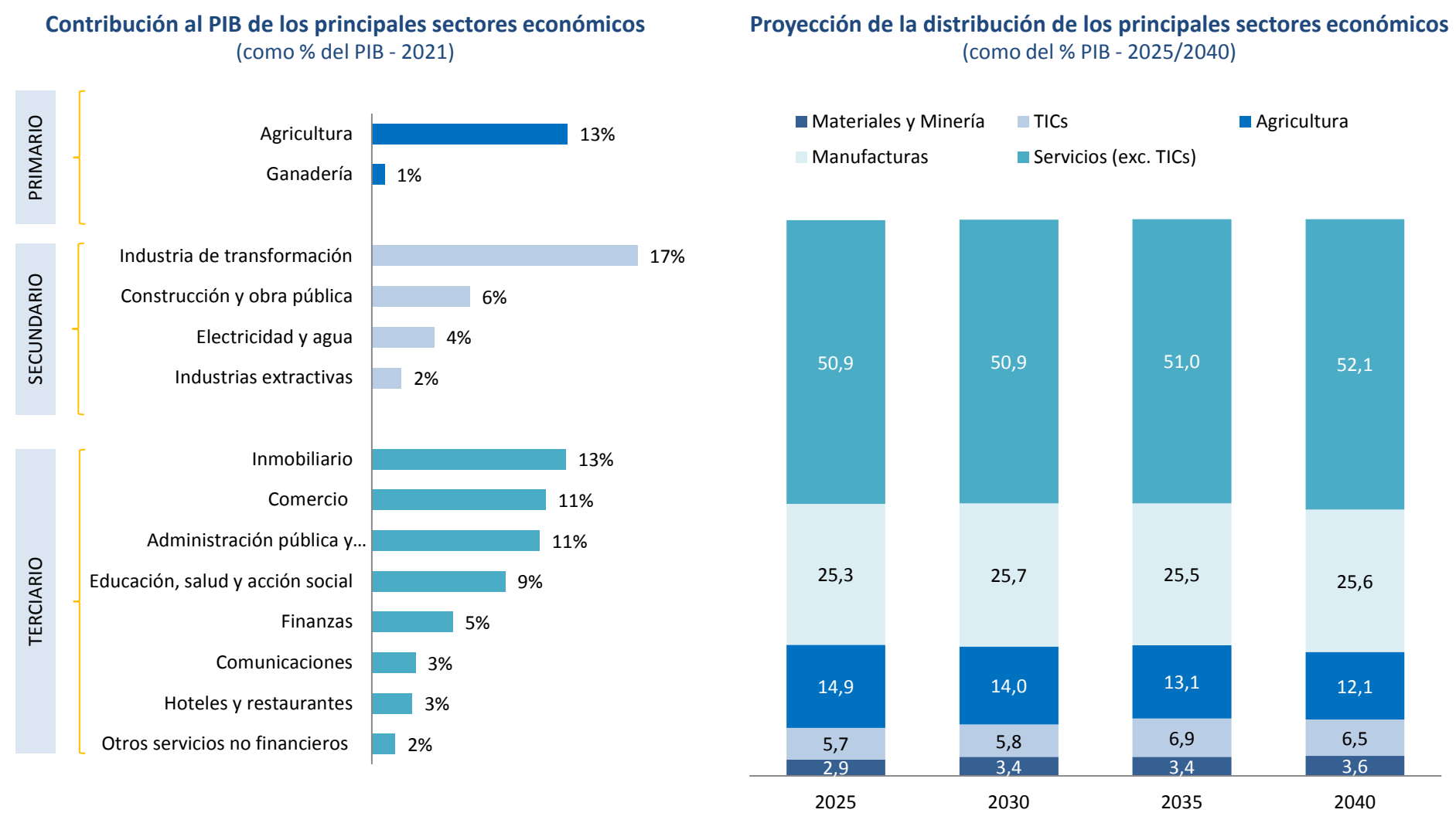
Agricultura  13,4%	Emplea el 33% de la población económicamente activa. Su participación en el PIB varía en función de las condiciones climáticas. En 2022, el sector agroalimentario fue el tercer sector exportador (detrás de fosfatos y automóviles). Producción agrícola dominada por cereales. "Plan Maroc Vert" busca diversificar y modernizar la producción agrícola.
Industria  29,1 %	Emplea el 23% de la población activa. Las industrias de transformación (textil, curtiembre, alimentaria, refinamiento de petróleo, ensamblaje de electrónicos) son el principal motor del sector. Industrias más dinámicas: química, autopartes, electrónica (computadoras), aeroespacial. Se estima podrían revertir la dependencia en el sector agrícola.
Servicios  57,5%	Emplea el 44% de la población económicamente activa. Está encabezado por el sector inmobiliario y el turismo, aunque este último es el más dinámico. El sector financiero está dominado por bancos de capital nacional (80%).

Proyección para el sector informal de la economía
(como % del PIB – 2023/2040)



- La pandemia de COVID-19 provocó que la economía marroquí entrara en recesión por primera vez desde 1995. Fue afectada en 2022 por la guerra en Ucrania y la sequía (aumento de la inflación, disminución del poder adquisitivo de los hogares y caída del consumo).
- Economía cuyo crecimiento sigue condicionado por factores externos: dos tercios del comercio marroquí se realiza con Europa; evolución de los precios energéticos; condiciones climatológicas (el sector agrícola contribuye con hasta un 14% del PIB).
- Excesiva dependencia de la economía del sector agrícola (la contracción del sector como consecuencia de la sequía contribuyó con ~48% a la reducción del PIB entre enero y septiembre 2022).
- Perspectivas favorables de crecimiento a partir de 2023 por mejor desempeño del sector agrícola. El dinamismo del sector primario compensaría la desaceleración que se prevé para el sector no agrícola (de 3,2% en 2022 a 2,5% en 2023).
- Sector de servicios: se expandirá a un ritmo relativamente sólido (3,1%) por la recuperación de la industria del turismo; se espera una evolución más moderada del sector manufacturero como consecuencia de la desaceleración de la demanda europea.
- Tiene el tercer sector informal más grande entre los países de África del Norte (después de Mauritania y Túnez). El 35,5% de la población activa (~8,5 millones de personas) trabaja en el sector informal.

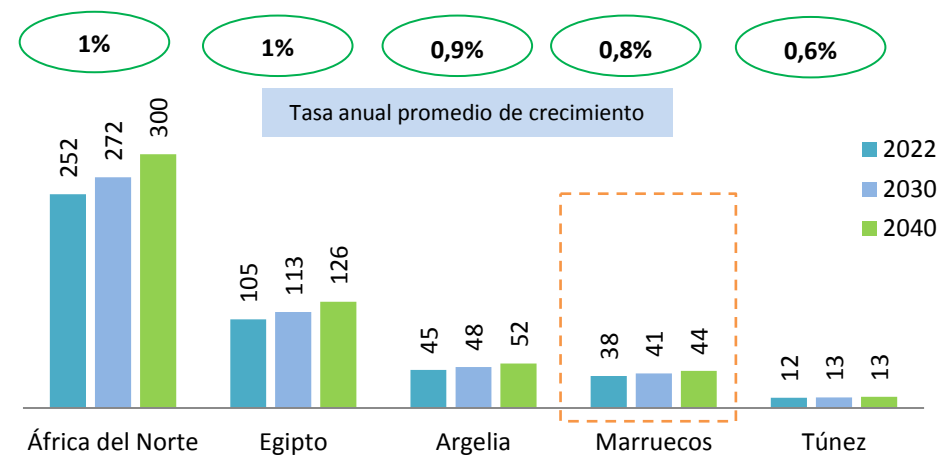
Economía con un sector de servicios que continuará siendo el de mayor peso en el PIB, también con crecimiento del sector manufacturero y retroceso en la participación del sector agrícola.



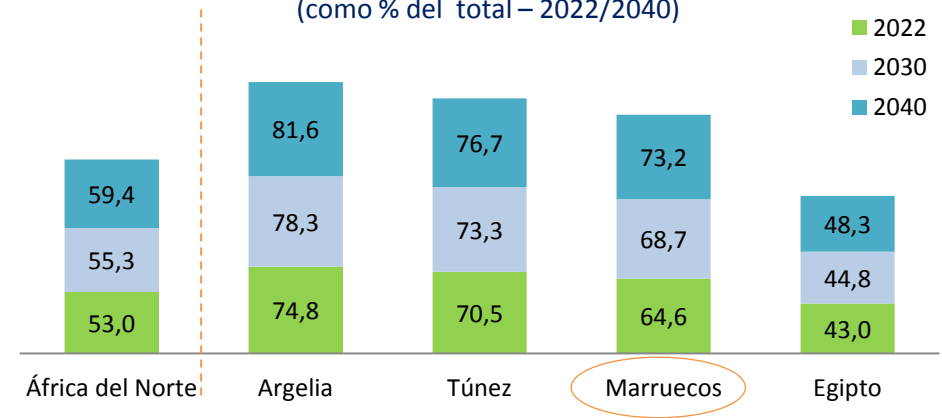
Población

La población crece levemente por debajo del promedio de África del Norte (0,8%), mientras que la población urbana crece a una tasa promedio de 0,7% (por encima del resto de la región). El ~65% de la población en edad de trabajar no observará variaciones en los próximos años, con tendencia a mayor tasa de adultos mayores.

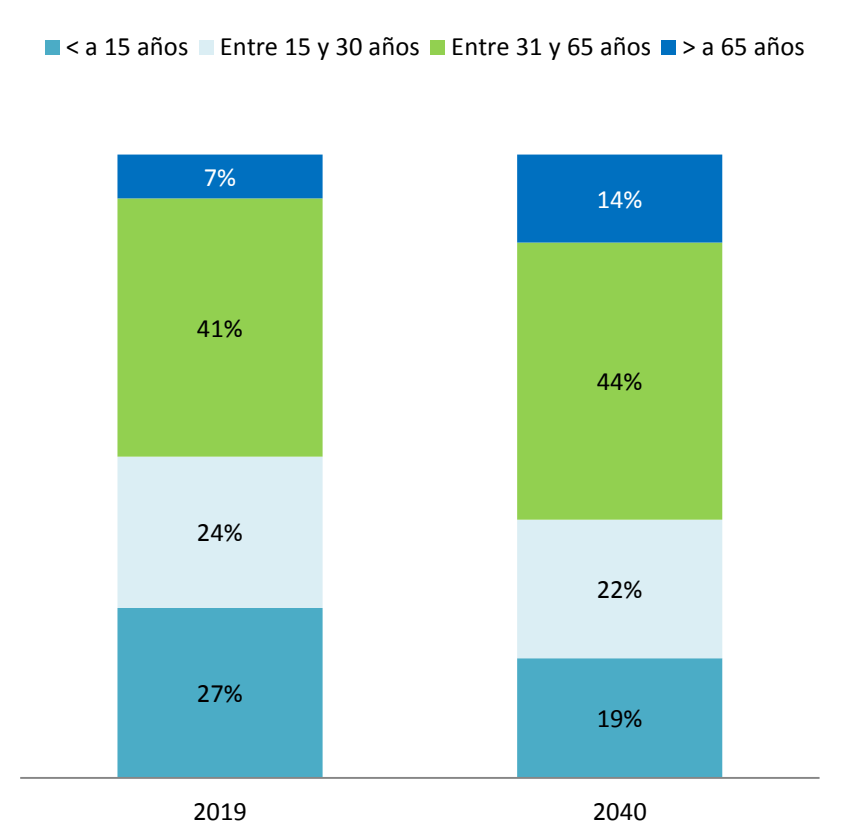
Proyección de la población
(en millones de personas – 2022/2040)



Proyección de la tasa de población urbana
(como % del total – 2022/2040)



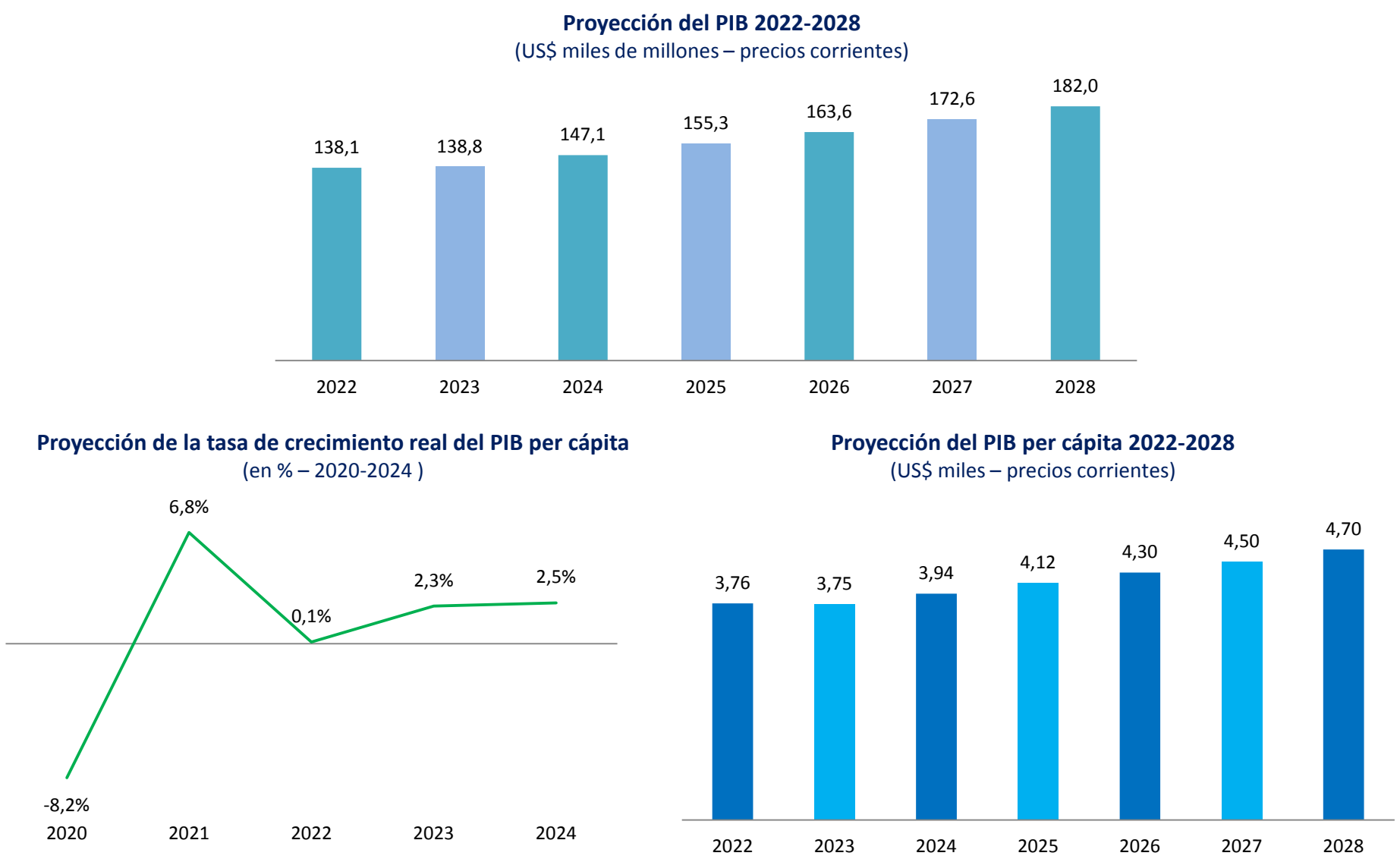
Proyección de la población por edades
(como % del total – 2019/2040)



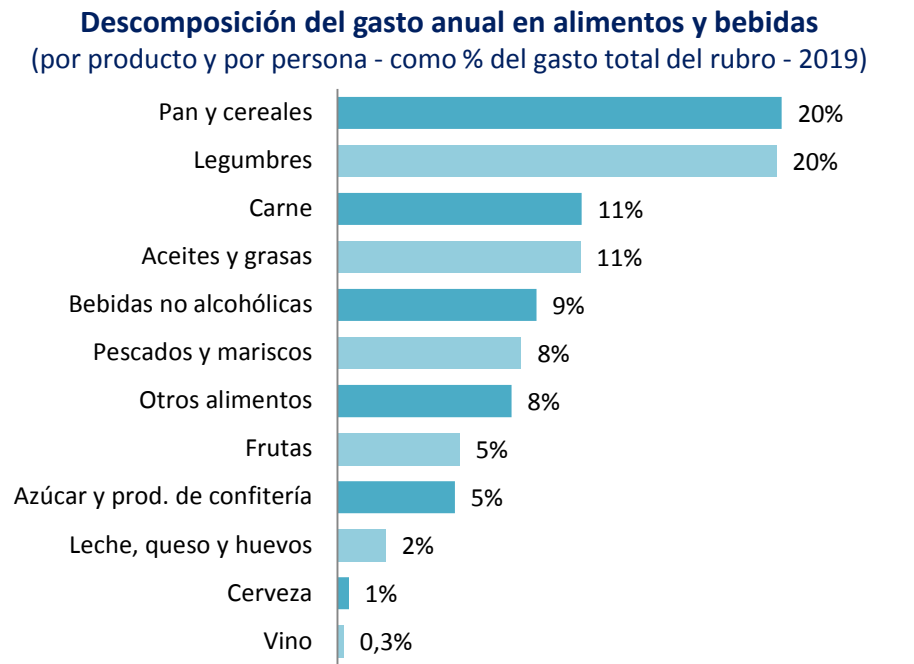
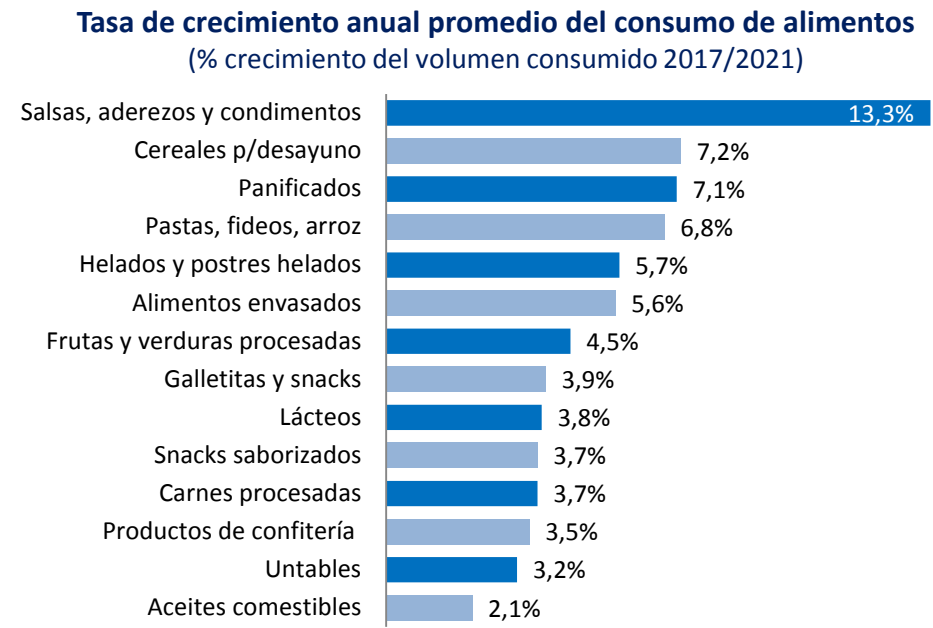
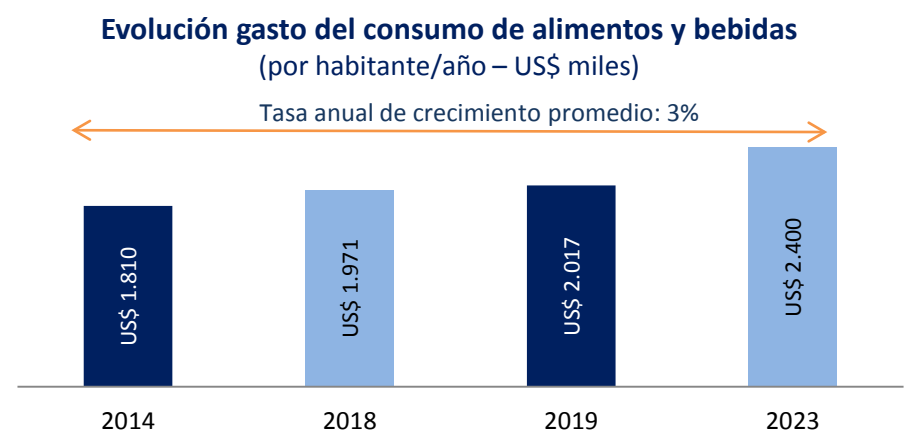
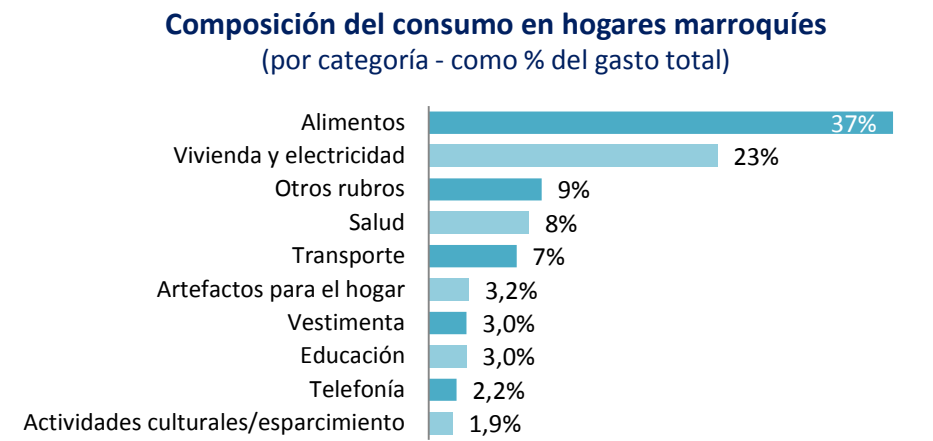
Población urbana: alcanza a ~24 millones de personas (~65% de la población total); ~4 millones viven en **Casablanca** que es la principal ciudad portuaria y financiera del país.

Crecimiento económico e ingresos

Proyecciones de crecimiento del PIB y PIB per cápita a tasas anuales promedio de 5% y 4%, respectivamente.



Los alimentos constituyen el principal componente del gasto de consumo, con crecimiento promedio de 3% en los últimos años; gasto destinado mayoritariamente hacia pan, cereales y legumbres (40% del total).



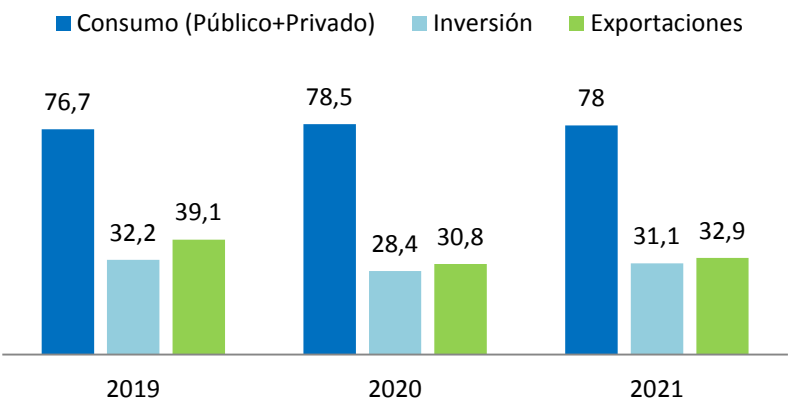
Consumo como motor del crecimiento; impulsado por la urbanización pero concentrado en determinadas regiones. Consumidor más activo y proclive a la demanda de productos importados procesados y envasados.



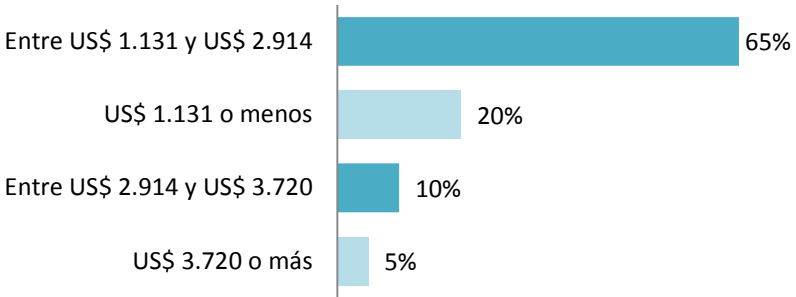
- ~3/4 partes del total del gasto de consumo lo realiza la mitad más rica de la población; ~5,5 millones de marroquíes pueden comprar productos importados.

- **Consumo concentrado en cinco** de las doce regiones en las que se divide el país (Casablanca Settat, Rabat Salé Kenitra, Tánger Tetuán Alhucemas, Fez Mequinez y Marrakech Safi), representan **~3/4 partes del consumo total**.
- **Crecimiento de la tasa de urbanización** (1,8% anual) está provocando cambios en los patrones de consumo y tendencia en alza a la comercialización formal.
- **Cambio cultural en el consumidor marroquí**, que es más activo, lo que permite la posibilidad de una mayor oferta de productos; cambios en los hábitos de consumo, aumento del poder adquisitivo y crecimiento de la industria del turismo están impulsando las **ventas de productos importados**.
- **Consumo de productos importados visto como un signo de progreso y de estatus social** (principalmente consumo en **restaurantes** donde se sirven **alimentos y bebidas importados**).
- **Dieta que se diversifica progresivamente** (mayor **disponibilidad** de **productos procesados y listos para el consumo** generalmente **importados**).
- **Consumo de alimentos envasados con crecimiento anual promedio de 6,8%** en los últimos años (principalmente **comidas preparadas 13,7%**); **clase media y alta con mayor aceptación y demanda de productos envasados y procesados de origen occidental**; **consumidor urbano sofisticado** (presta mucha más atención a la información nutricional de los alimentos envasados); se observan más productos "sin" (gluten, grasas trans) y "sin agregados" (azúcares, conservantes) en los supermercados; **tendencia en aumento que refleja la adopción de hábitos de consumo occidentales**.

Evolución componentes de la demanda
(como % del PIB)



Composición promedio de los salarios
(como % de la población activa)



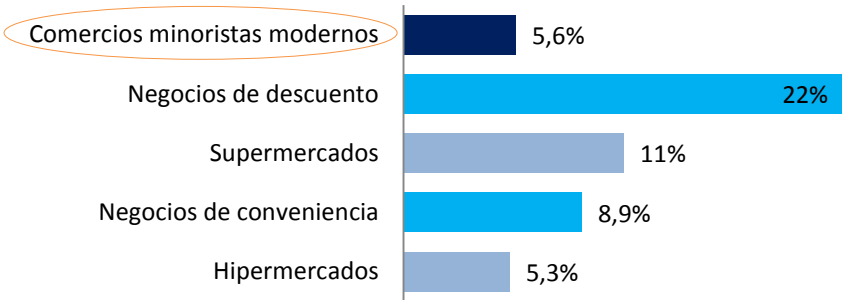
~10%-15% de la población (~ 5,5 millones) pueden afrontar la compra de productos importados.

Crecimiento de los canales de comercios minoristas modernos, lo que crea oportunidades para la oferta de productos alimenticios importados.

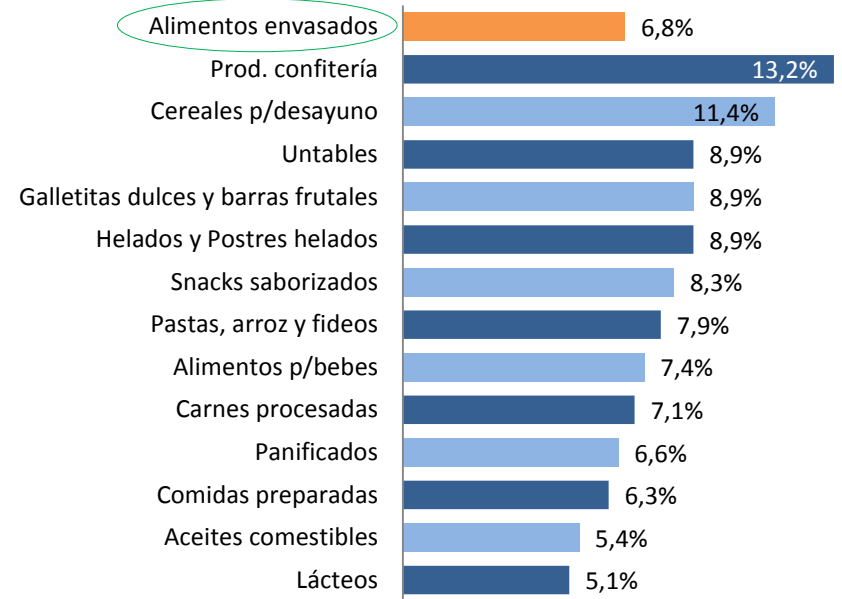


- ~80% de la comercialización de productos se realiza a través de canales tradicionales (ferias y mercados de barrio). Hacia 2025 ~30% del consumo nacional se realizará a través de los canales minoristas modernos (híper y supermercados); creciente percepción de que los híper/supermercados ofrecen productos más seguros y saludables, más baratos y mayor surtido de conveniencia.
- El mercado minorista de alimentos representa ~14% del PIB. El corredor Casablanca-Rabat concentra el ~50% del total de comercios minoristas modernos (súper e hipermercados); en los últimos años viene creciendo a una tasa anual promedio de 5,6%.
- Políticas oficiales (Programa Rawaj Vision 2020) destinadas a transformar y modernizar el sector de comercio minorista (desarrollo de supermercados, modernización de comercios y reformas de mercados mayoristas para mejorar la oferta de productos, mejoramiento de la cadena de frío en los comercios, mejoramiento de la calidad y oferta de productos adaptados a las nuevas tendencias/necesidades del consumidor).
- Crecimiento de los canales minoristas modernos como resultado de los cambios demográficos, urbanización y evolución de los comportamientos de compra del consumidor marroquí. Esto genera oportunidades adicionales para los productos alimenticios importados.
- Marjane Holding (Marjane y Acima) y Label'Vie (Carrefour, Carrefour Market y Atacadao) representan ~82% del mercado minorista. Son importadores directos y compran también a importadores.

Comercios minoristas modernos
(tasa anual de crecimiento promedio 2013/2018)



Comercialización productos alimenticios en comercios modernos
(tasa anual de crecimiento promedio 2017/2021)

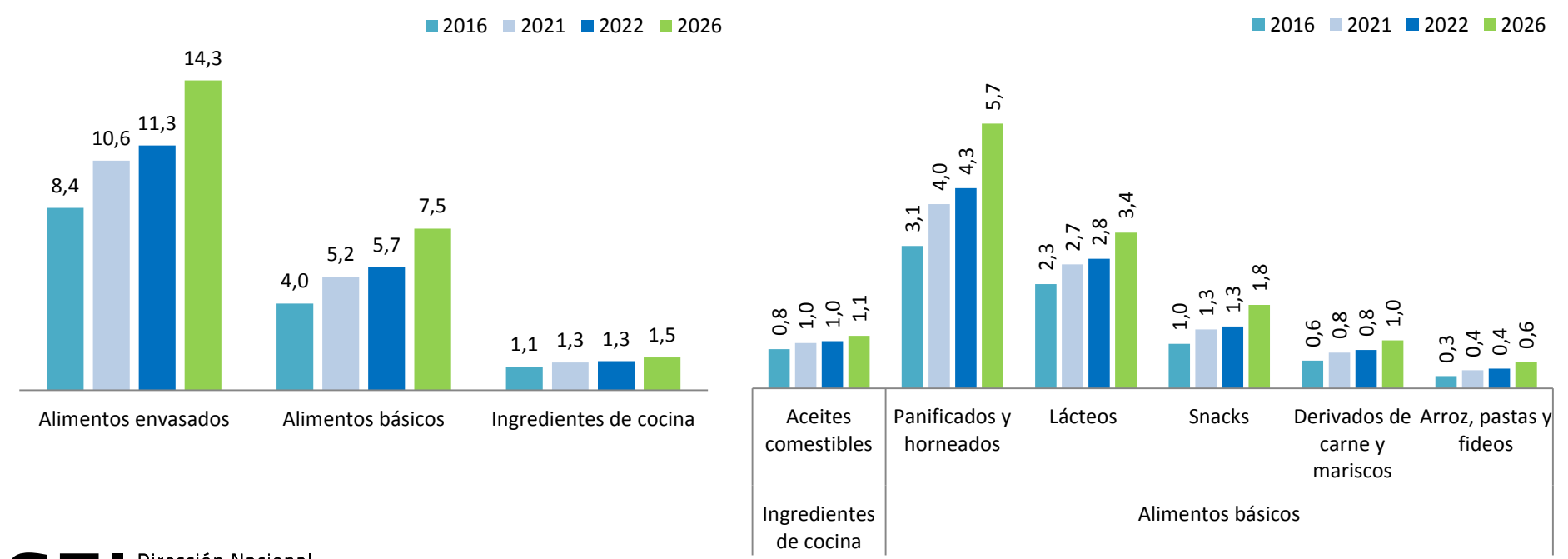


Consumo de alimentos envasados en crecimiento y con proyecciones de seguir haciéndolo en los próximos años (especialmente en el rubro de alimentos básicos).



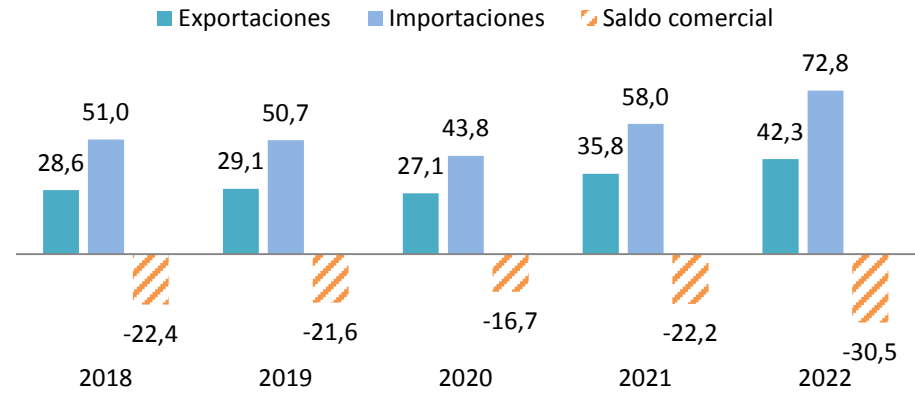
- Ventas minoristas de **alimentos envasados** por ~US\$ 10.600 millones (tasa de crecimiento anual promedio 4,7%).
- Se espera que se **acelere el crecimiento** a una **tasa anual de 6,2% (2021-2026)**; las ventas totales podrían alcanzar **US\$ 14.300 millones en 2026**.
- **Alimentos básicos** encabezan las ventas (**US\$ 5.200 millones**), representan ~49% del mercado (2021).
- **Productos panificados, horneados y snacks** serán las categorías de **alimentos básicos** que liderarán el crecimiento del rubro hacia 2026 (tasa anual promedio de ~7%).

Proyección de venta al por menor de alimentos envasados
(en US\$ miles de millones 2016/2026)

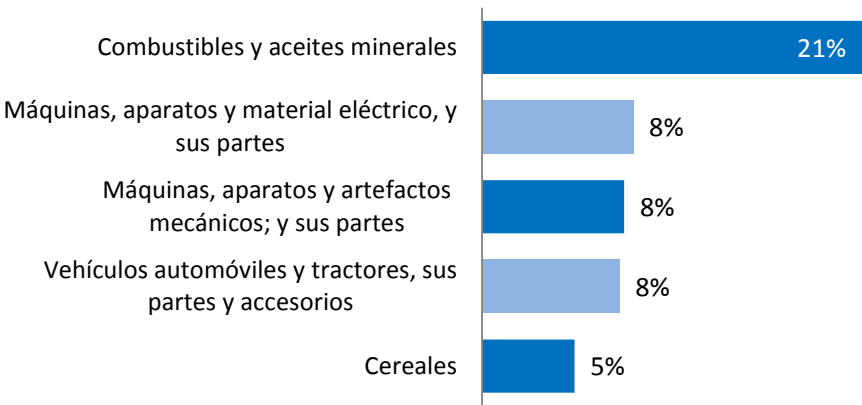


Balanza comercial muy deficitaria, principalmente en combustibles y productos minerales. ~50% de las importaciones concentradas en cinco productos; UE (España y Francia) principal socio comercial.

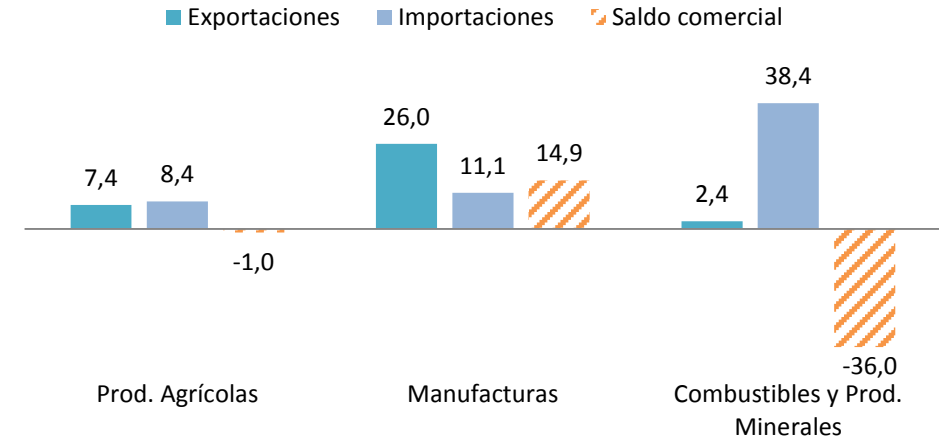
Comercio exterior marroquí
(en US\$ miles de millones – 2018/2022)



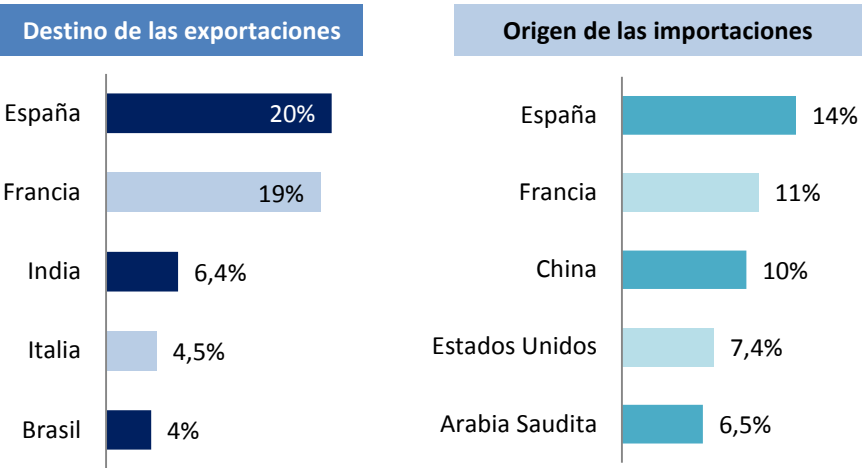
Composición de las importaciones, por grupos de productos
(en % del total - 2021)



Composición del comercio exterior por grupos de productos
(en US\$ miles de millones – 2021)



Distribución geográfica del comercio marroquí
(Por origen y destino - en % del total - 2021)



¿Qué sectores presentan mejores oportunidades de exportación a Senegal?

Hay tres sectores en los que existen nichos de oportunidades para nuestra oferta exportable en bienes y servicios.



Alimentos y productos agropecuarios



Agronegocios

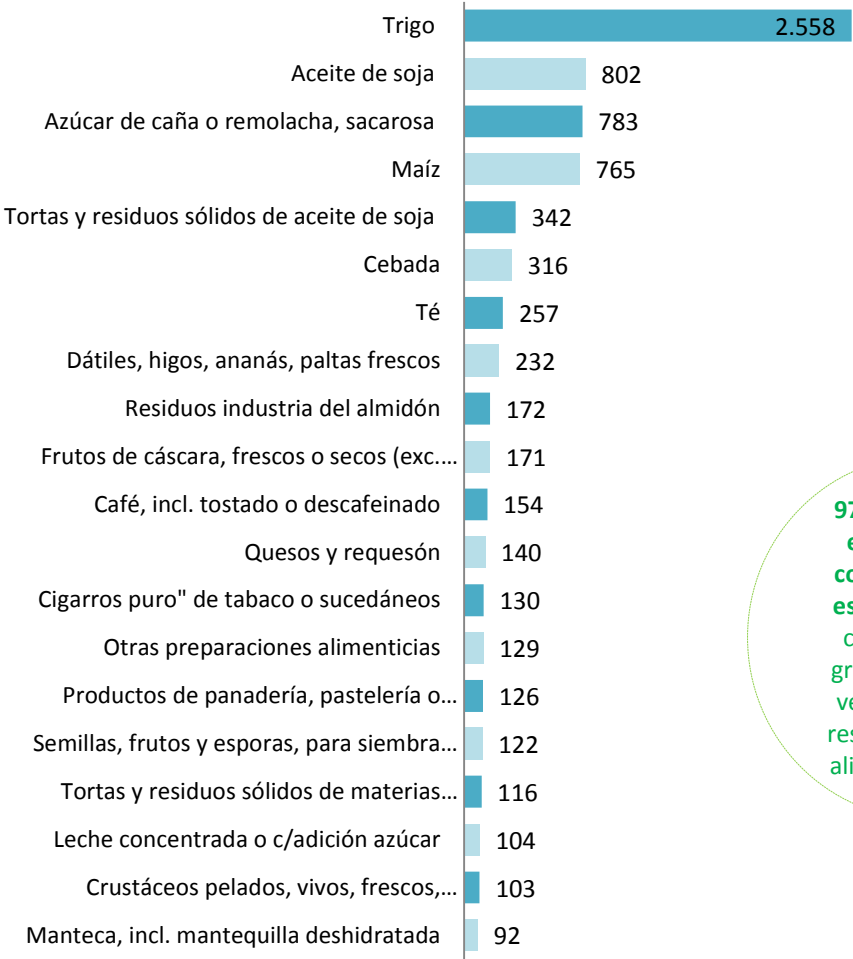


Farmacéutico/Salud

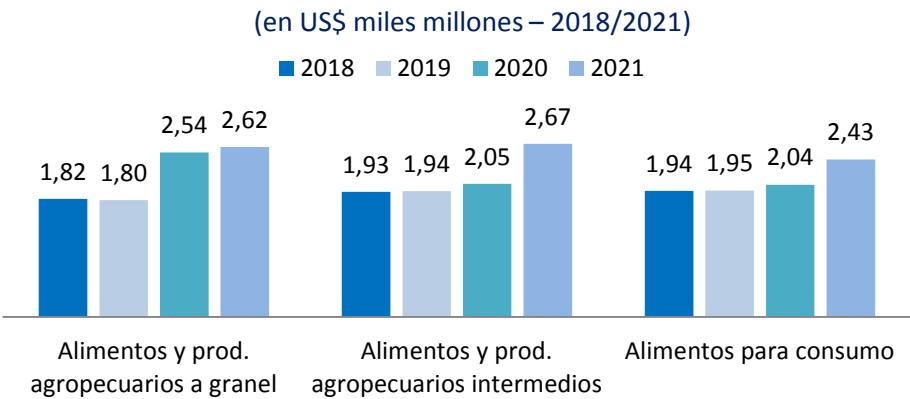
Alimentos y productos agropecuarios

Importaciones por ~US\$ 10.000 millones (14% del total), concentradas principalmente en trigo (~25%). Crecieron en los últimos años a una tasa anual promedio de 15% (más que las importaciones totales, 9%), en particular cereales, azúcares, grasas y aceites animales y vegetales. La UE es el principal mercado de origen, Argentina y Brasil en segundo lugar.

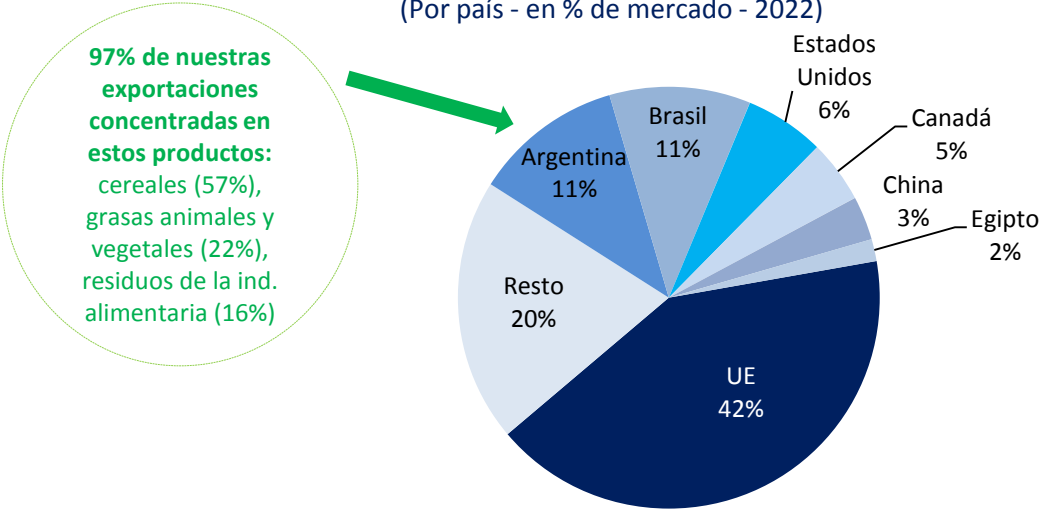
Principales productos agropecuarios y alimenticios importados
(en US\$ millones - 2022)



Importaciones de productos agropecuarios, alimenticios y orientados al consumo



Origen de las importaciones de productos agropecuarios y alimenticios
(Por país - en % de mercado - 2022)



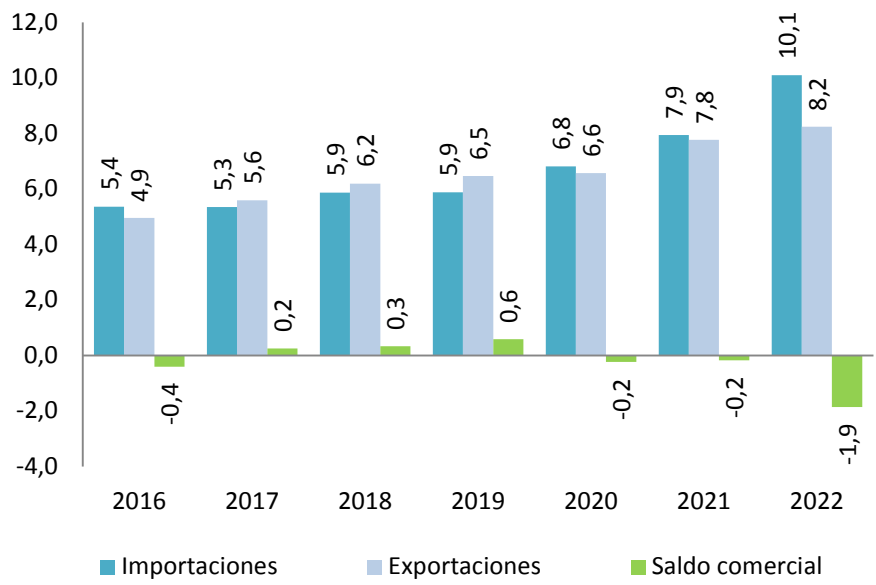
Alimentos y productos agropecuarios

En los últimos tres años Marruecos incrementó su déficit en importación de alimentos y productos agropecuarios. Presenta una elevada dependencia en la importación de productos alimenticios básicos.

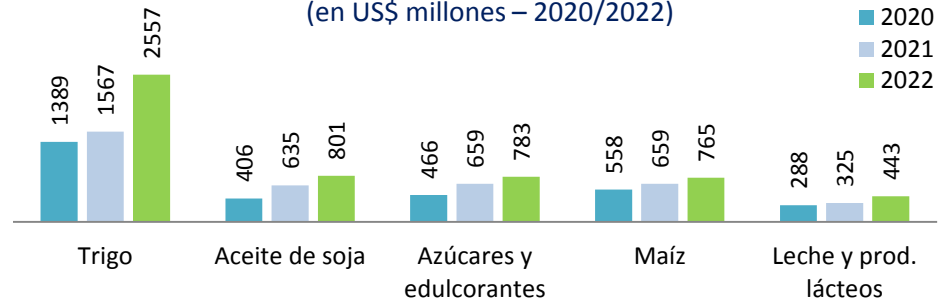


- A pesar del aumento de la producción, **Marruecos sigue siendo muy dependiente de las importaciones de productos básicos (cereales, aceites comestibles y azúcar)**. La cobertura de la demanda interna con producción local es ~100% para carnes, frutas y hortalizas; 82% para leche; 62% para cereales; 47% para azúcar; 31% para manteca y 21% para aceites comestibles. Las importaciones de alimentos procesados y bebidas crecieron en los últimos años (principalmente aceite de soja, azúcares, cereales y lácteos).
- La dependencia de las importaciones de algunos productos podría incrementarse con los efectos del cambio climático. **Cereales:** la importación depende mucho de la producción local y ésta de las precipitaciones, crecimiento de las importaciones de trigo blando destinado a la producción de harina. **Azúcar:** creció su producción pero es muy dependiente de las importaciones que siguen aumentando. **Oleaginosas:** desde los '90 la producción local se desplomó y sigue siendo baja (principalmente girasol y soja), la producción es insuficiente para satisfacer la demanda creciente de aceites comestibles.

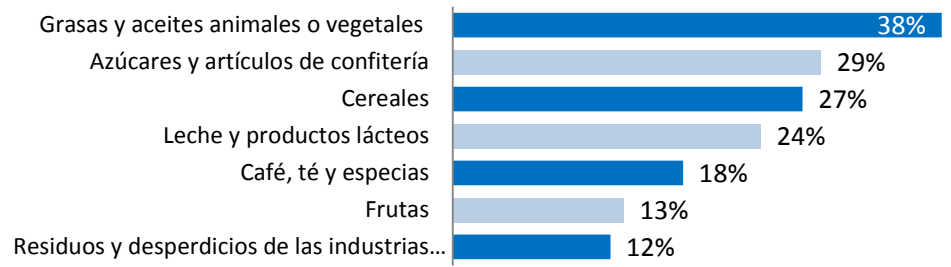
Importaciones de productos agropecuarios y alimenticios
(en US\$ miles millones – 2016/2022)



Importaciones de principales alimentos básicos
(en US\$ millones – 2020/2022)



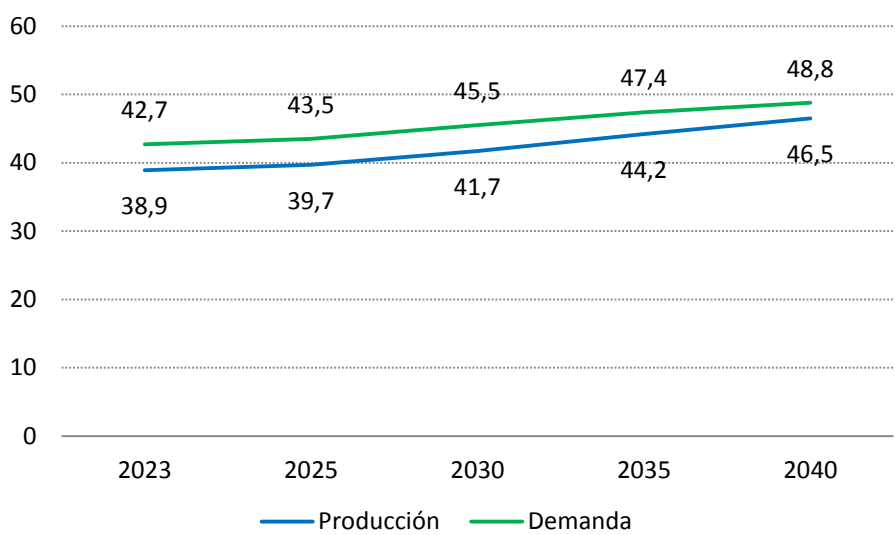
Importaciones de alimentos básicos - crecimiento anual promedio
(en % – 2020/2022)



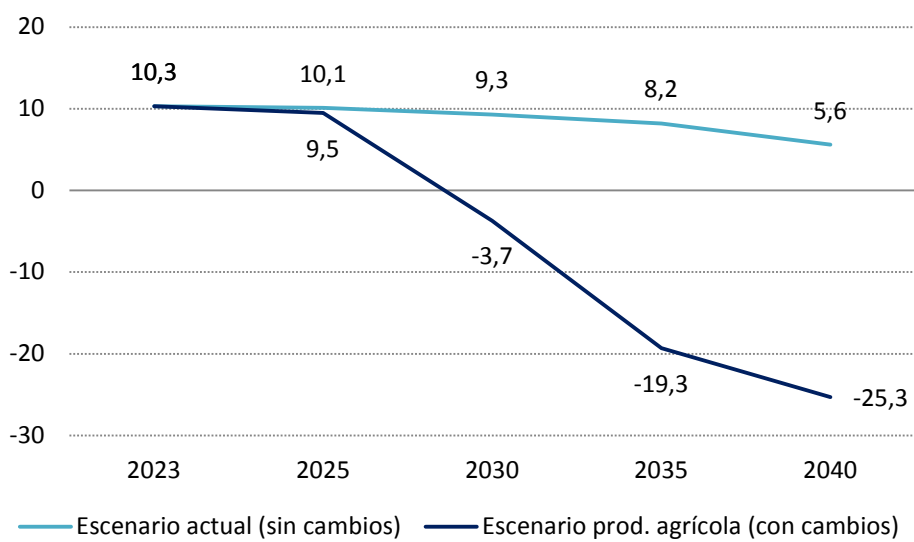
Alimentos y productos agropecuarios

En el contexto actual de producción agrícola local, las importaciones de cereales, carnes y pescados se mantendrían en los próximos años pero con una tendencia descendente.

Proyección de la producción y demanda cereales
(millones de toneladas – en base a escenario actual)



Proyección de las importaciones agrícolas
(carne, cereales y pescado - como % de la demanda)

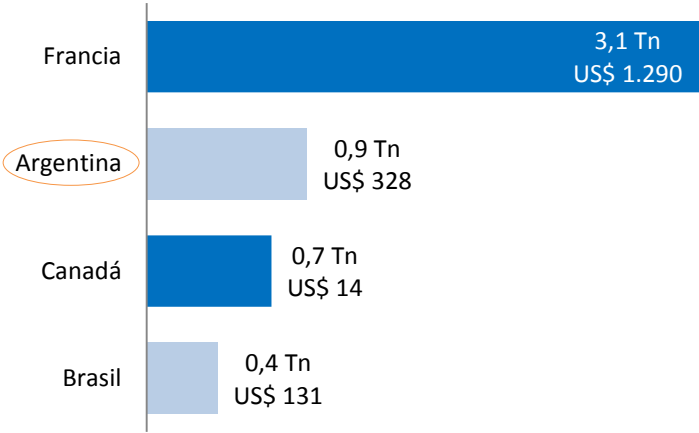


- **Bajo rendimiento en la producción de cereales** (3,6 toneladas/hectárea vs. 5 toneladas para sus pares africanos de igual nivel de desarrollo). **Productores todavía dependientes de tecnologías de producción tradicionales** (acceso limitado a fertilizantes, pesticidas y mecanización). **Producción agrícola por debajo de la demanda** (~4 millones de toneladas); proyecciones de una **brecha más estrecha entre demanda y producción para los próximos años** (demanda creciendo a una tasa menor que la producción), **pero que igualmente deberá ser cubierta con importaciones**.
- En el **escenario actual** (sin cambios en la producción agrícola), las **importaciones agrícolas netas** representan **~10,3 % de la demanda**, pero con proyección de que la dependencia de las compras externas disminuya hacia 2040.
- En el **escenario agrícola** (resultado de cambios en la producción como resultado el *Plan Maroc Vert*), **se aceleraría significativamente la caída de la dependencia de las importaciones**; dependencia negativa en **-25,3%** en 2040 (la producción de cultivos, carnes y pescados superaría la demanda).

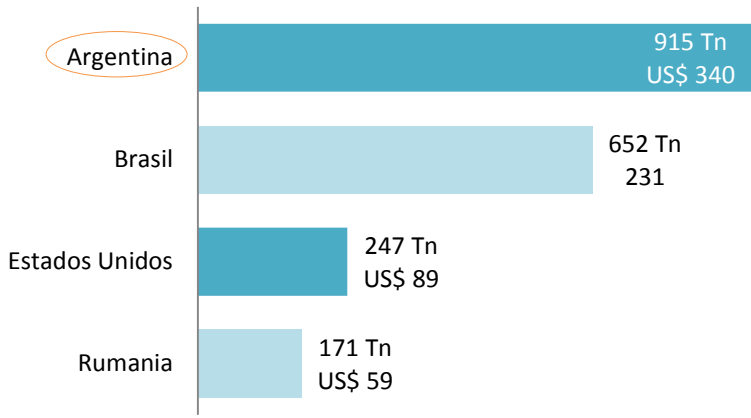
Alimentos y productos agropecuarios: Cereales

Mercado dependiente de la importación de cereales (principalmente trigo); no obstante ello, los aranceles son elevados con el objetivo de alentar la producción local.

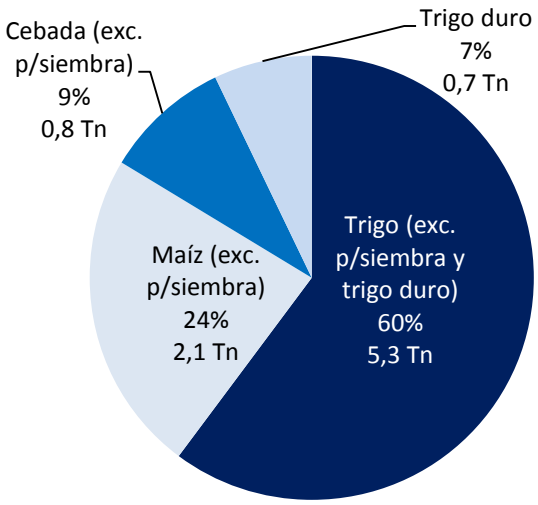
Importación de trigo
(en millones de Tn y US\$ millones - 2022)



Importación de maíz
(en miles de Tn y US\$ millones – 2022)



Distribución de las importaciones de cereales
(en % de mercado y millones de Tn)



Producto	Arancel
Trigo	Liga Árabe (0%) / Resto (90,83%)
Maíz	UE - Liga Árabe - EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Cebada	UE - Liga Árabe - EE.UU. (0%) / Resto (18,75%)
Trigo duro	Liga Árabe (0%) / EE.UU. (38,75%) / Resto (86,25%)

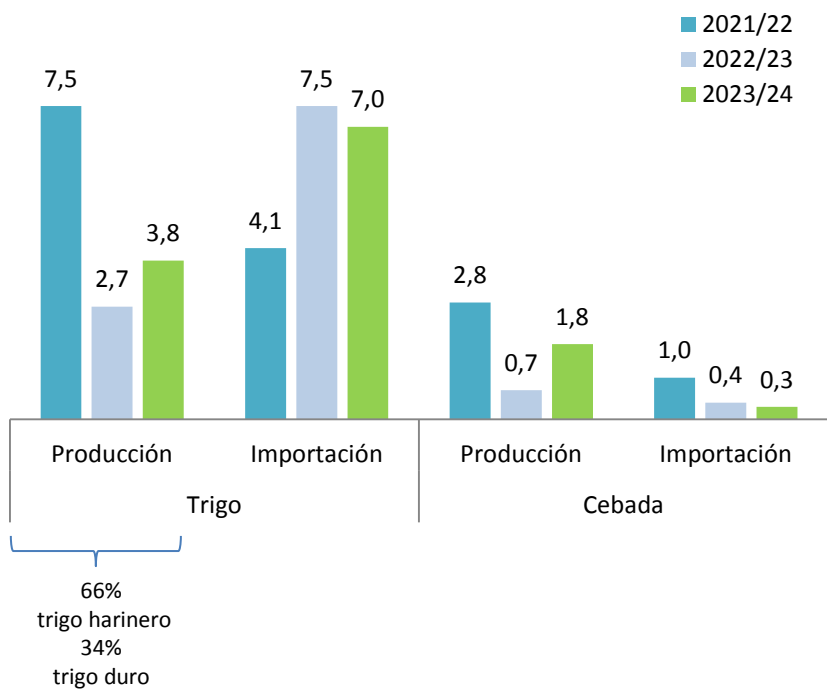
Alimentos y productos agropecuarios: Cereales

Mercado muy regulado y que busca diversificar proveedores (trigo) mediante la aplicación de subvenciones; a pesar del mejoramiento de la producción local seguirá dependiendo de las importaciones para cubrir la demanda interna.



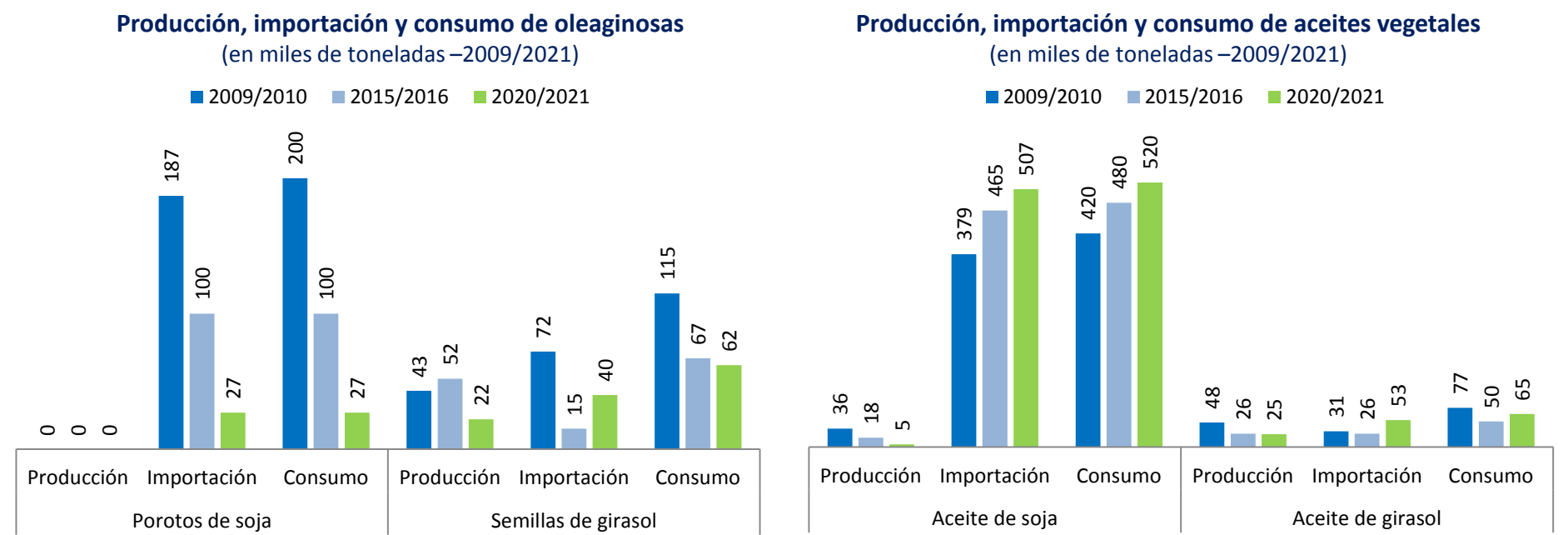
- **Cereales:** representan el **60% del aporte de proteínas** en la dieta marroquí. **Más del 45% de las necesidades de consumo son cubiertas con importación;** se prevé recuperación de la producción de cereales para los próximos años (condiciones climáticas más favorables). El **área total sembrada con trigo blando, trigo duro y cebada temporada 2023/24 aumentaría ~8%** en comparación con la temporada previa, aunque muy por debajo de la cosecha 2021.
- **Oficina Nacional Interprofesional de Cereales y Legumbres (ONICL):** **varía las tasas arancelarias para controlar los precios del trigo harinero** (apunta a mantener los precios entre US\$ 260/Tn y US\$ 280/Tn); subsidio a la harina de trigo común “Harina Nacional” (cuota 2023 fijada en 600.000 toneladas). **Es un mercado muy regulado:** aplicación de tasas fijas (subvenciones) para **ampliar la canasta de proveedores de acuerdo a la fecha de embarque** (esto favorece al trigo proveniente de mercados del Mar Negro).
- **Trigo harinero (pan y pastelería):** consumo en crecimiento en el corto plazo (10,6 millones de toneladas, ~288 kg/per cápita); **~70% del consumo en áreas urbanas.** Francia volvió a convertirse en el **principal proveedor desde 2019.** **Trigo duro:** mercado que **demanda calidad aunque su precio sea alto** (destinado principalmente para la elaboración de cous-cous).
- **TLC con UE y Estados Unidos:** establece **contingentes arancelarios y reducción de aranceles estacionales.**
- **Cebada:** usada principalmente como insumo para la alimentación animal, su consumo depende de la disponibilidad de pasturas (1,7 millones de toneladas). Lanzamiento de un **plan de US\$ 1.000 millones** para mitigar el impacto de la sequía en el sector agrícola, la mitad de los fondos se destinarán al **programa de subsidios para cebada importada y alimento para ganado lechero.**

Evolución producción/importación de trigo y cebada (en millones de toneladas)



Alimentos y productos agropecuarios: Aceites comestibles

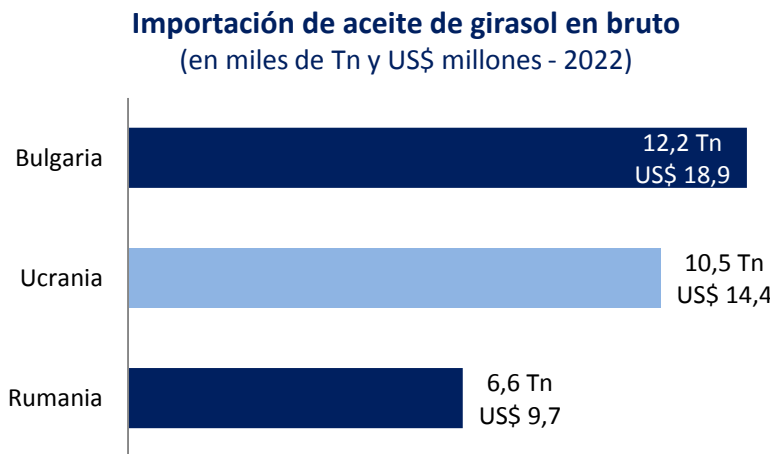
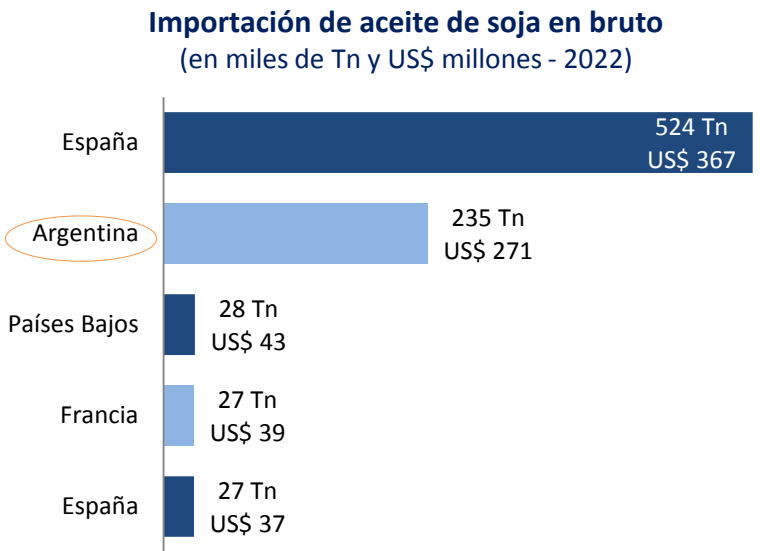
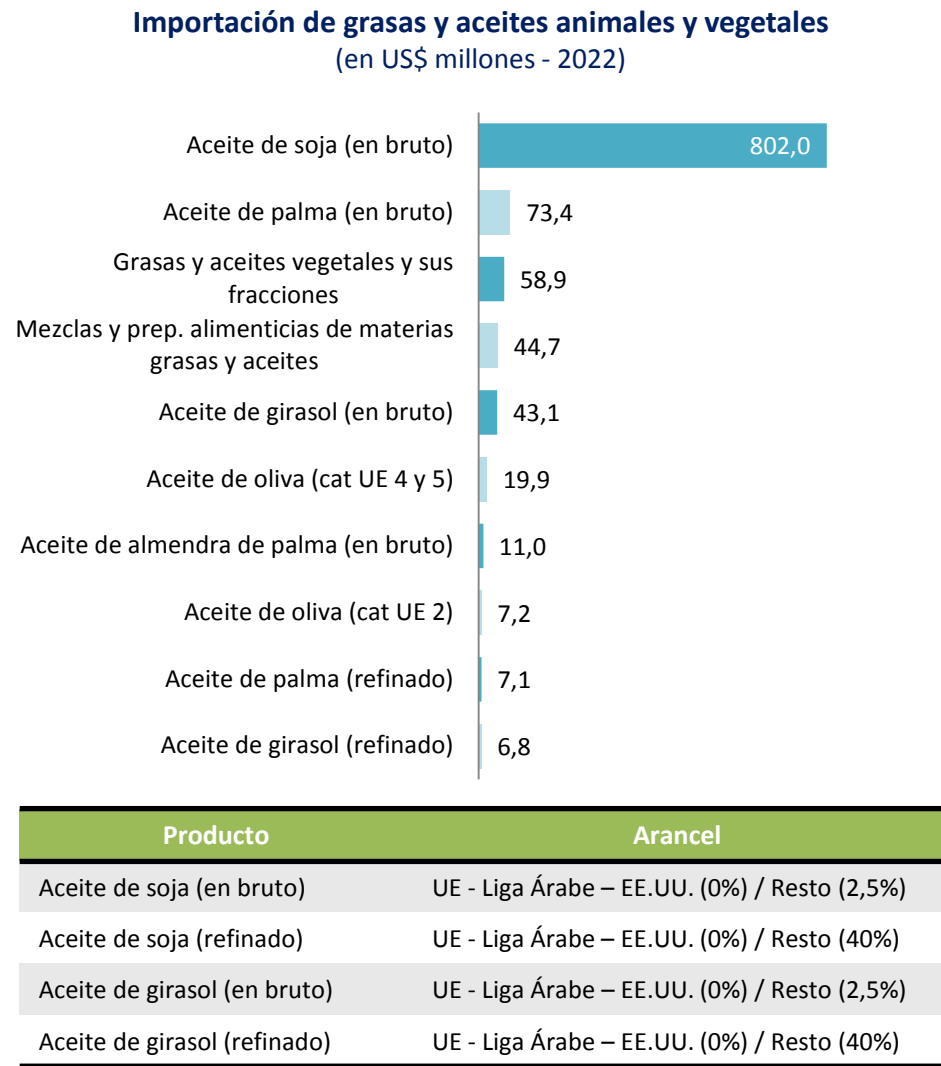
Industria aceitera local con problemas de rentabilidad, afectada por caída en la producción local e importaciones de oleaginosas; aumento significativo de las importaciones y consumo de aceites vegetales (principalmente aceite de soja).



• Marruecos produce ~2% de las oleaginosas necesarias para la elaboración de aceites vegetales; pero importa solo 3% de semillas oleaginosas (principalmente girasol) destinadas a la industria del *crushing*.

Alimentos y productos agropecuarios: Aceites comestibles

Aceite de soja (en bruto) representa ~73% de las importaciones totales de Grasas y aceites animales, vegetales y sus productos. Argentina es el segundo mercado de origen de las importaciones de aceite de soja (34% del total).



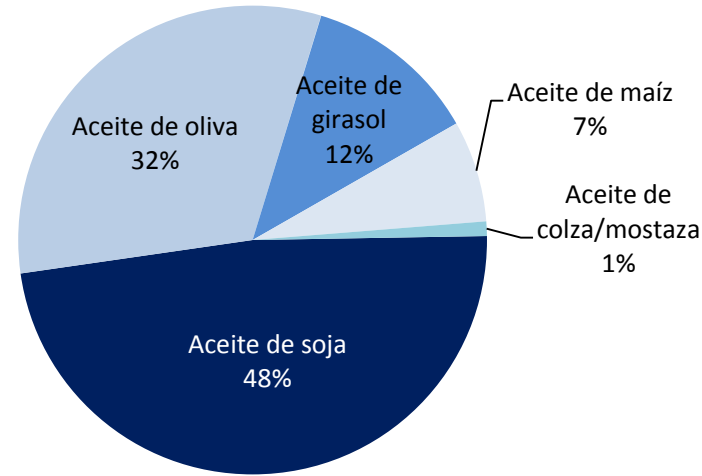
Alimentos y productos agropecuarios: Aceites comestibles

Mercado muy dependiente de las importaciones de materias primas para la elaboración de aceites de mesa (~95%); busca desarrollar la producción local para reducir la dependencia hacia 2030.

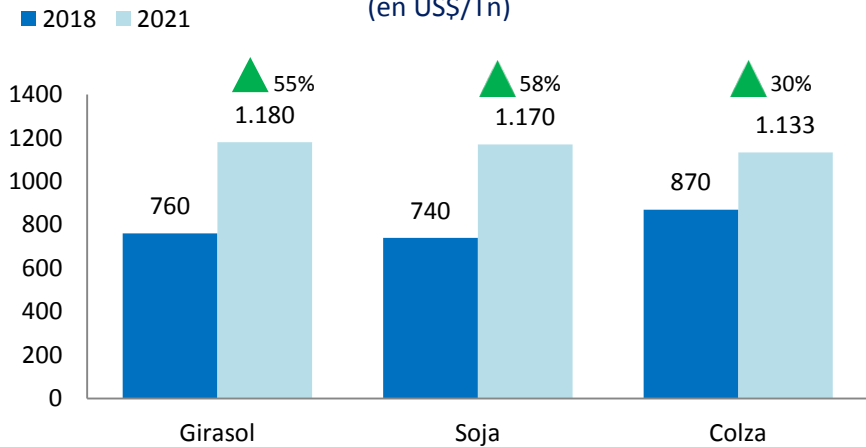


- Consumo anual promedio de aceites ~18 litros/per cápita (~8 litros de aceite de soja, seguido por aceite de oliva y girasol).
- El país depende en gran medida de las importaciones para cerrar la brecha cada vez mayor entre la oferta y la demanda, esto genera alta volatilidad de precios y un efecto negativo en la balanza comercial.
- ~95% de sus necesidades de aceites en bruto para la elaboración de aceites de cocina son importadas (entre 500.000 y 600.000 toneladas anuales); 52% de crecimiento entre 2007-2020; es el tercer importador mundial de aceite de soja en bruto.
- La guerra en Ucrania y la fuerte dependencia del país de las importaciones de aceite de girasol en bruto provenientes del Mar Negro impactaron negativamente en la balanza comercial de Marruecos. 85% de la estructura de precios locales de los aceites comestibles está compuesto por las materias primas importadas.
- Marruecos busca desarrollar la producción local de colza y girasol para reducir la dependencia de las importaciones de aceites vegetales y proteínas (tiene cofinanciación de la UE para concretar este objetivo). Estrategia “Generación Verde 2020-2030” busca alcanzar las 70.000 ha de oleaginosas (20.000 ha de colza y 50.000 ha de girasol) para 2030 (esto cubrirá 10% de las necesidades del mercado local).
- Es el quinto productor mundial de aceite de oliva (160.000 toneladas) pero su consumo está por debajo del promedio del resto de los países del Mediterráneo (4 lts/per cápita vs. 12 lts/per cápita en España). Buscan incrementar consumo interno para reducir las importaciones de aceites derivados de oleaginosas.

Distribución del consumo de aceites vegetales (en % del total - 2020)



Precio de importación de los aceites vegetales en bruto (en US\$/Tn)



Alimentos y productos agropecuarios: Carnes

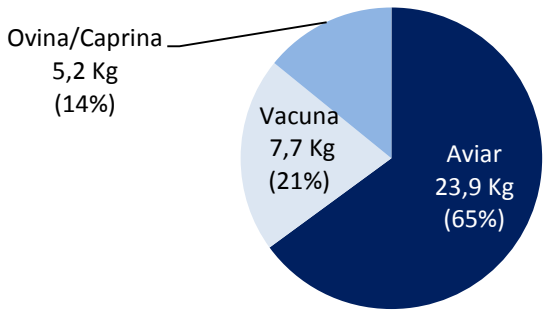
Mercado muy protegido, con algunos nichos de oportunidades puntuales en aquellos productos con mejor acceso arancelario.



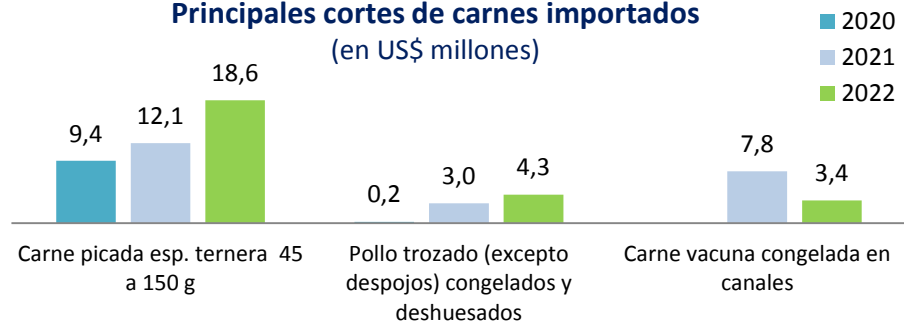
- Consumo que no ha variado mucho en los últimos 5 años (~37 Kg/per cápita/año).
- Representa ~68% de la ingesta proteica de origen animal (carne aviar, 38%; carnes rojas, 17%; huevos 13%).
- Mercado autosuficiente (98% para carnes rojas y aviar); importaciones destinadas a cubrir la demanda *premium* de hoteles y restaurantes, y de las Fuerzas Armadas.
- Mercado protegido por la imposición de derechos aduaneros de alrededor del 200% a los animales vivos, así como a la carne fresca y congelada (con excepción de las cuotas de carne picada para las cadenas de restaurantes).
- Crecimiento de las importaciones de carne picada (en volumen y valor) y de pollo trozado (deshuesado).
- Turquía es el principal mercado de origen de las importaciones de pollo trozado y despojos comestibles (78%), seguido por Brasil (22%). España es el principal origen de las importaciones de carne picada especial de ternera (98%), seguido por Brasil (carne bovina deshuesada congelada) con 3%.

Producto	Arancel
Carne picada	UE - Liga Árabe – EE.UU. (0%) / Resto (10%)
Pollo trozado	UE - Liga Árabe – EE.UU. (0%) / Resto (40%)

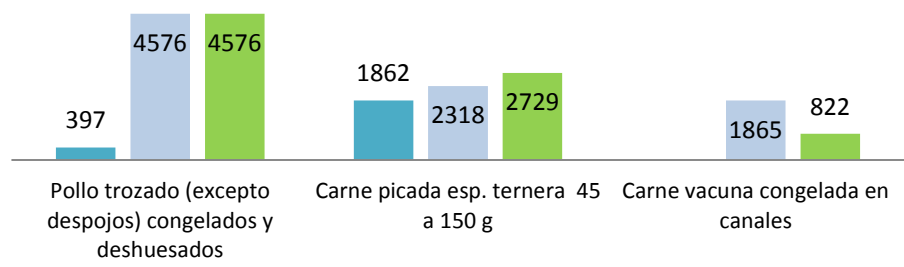
Consumo promedio anual de carnes (por persona, en kg – 2020)



Principales cortes de carnes importados (en US\$ millones)



Principales cortes de carnes importados (en toneladas)

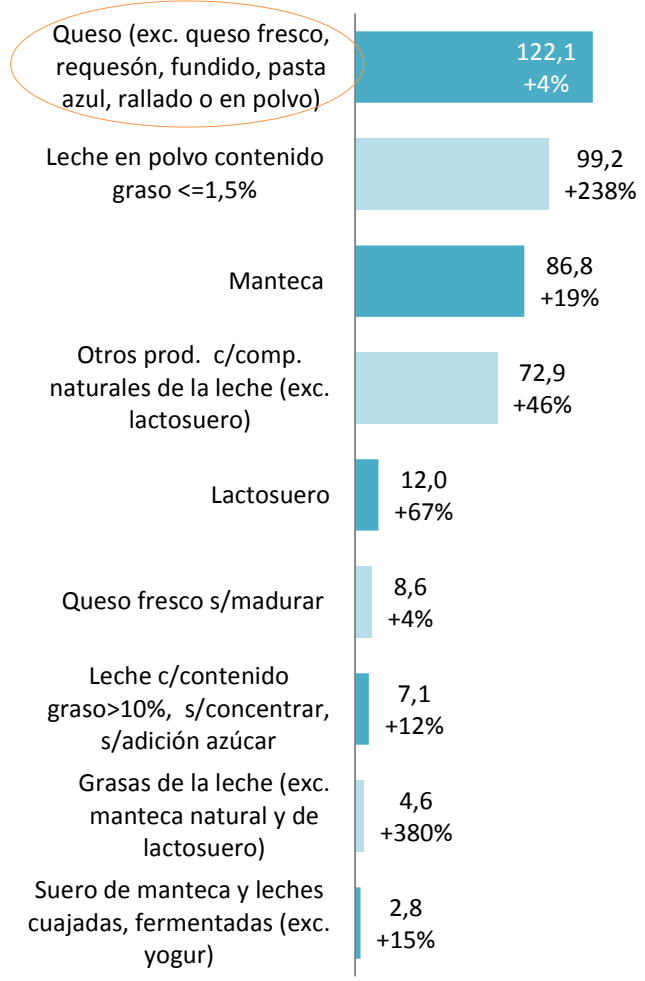


Alimentos y productos agropecuarios: Lácteos

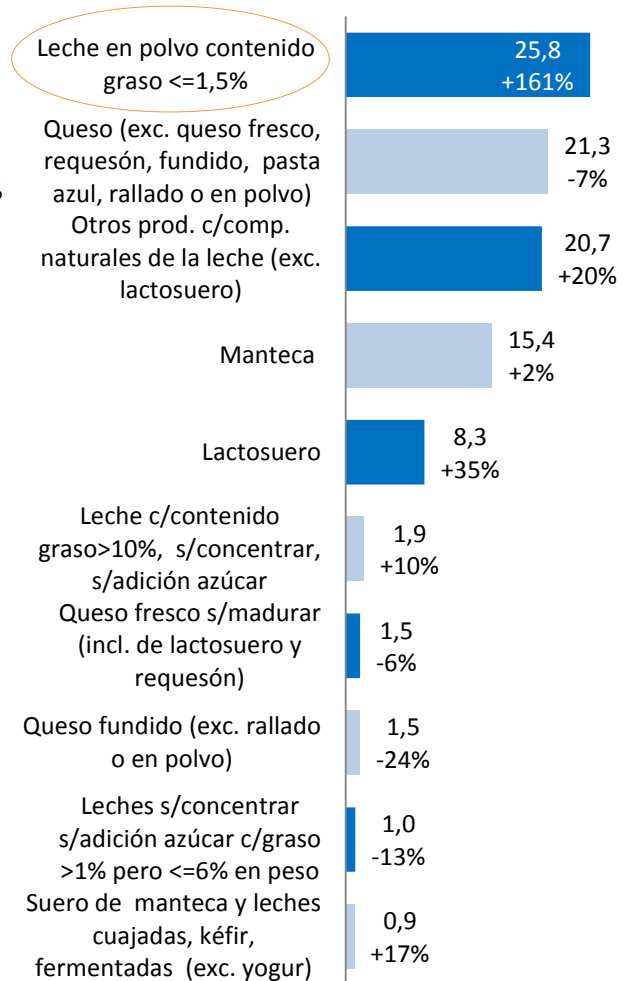
Importaciones lácteas por ~US\$ 443 millones; fuerte crecimiento de las importaciones de leche en polvo en el último año (en valor y volumen); exportaciones desde la UE representan el 76% del mercado marroquí.

Principales productos lácteos importados

Valor (en US\$ millones y var. % i.a.- 2022)

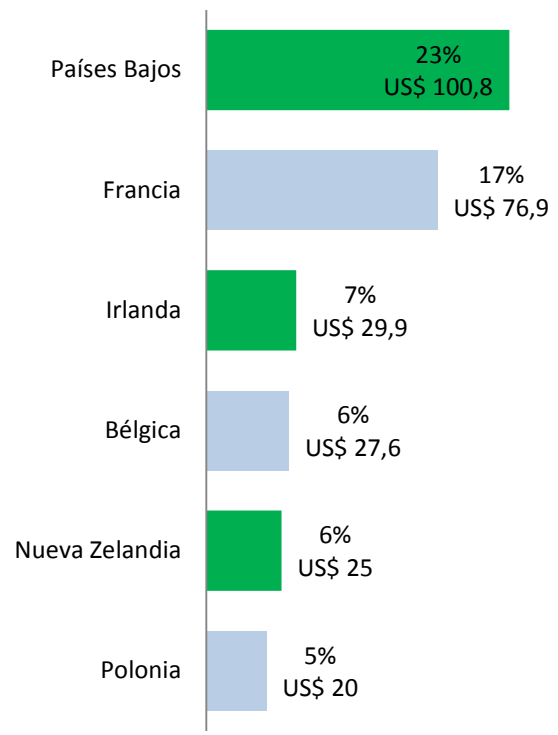


Volumen (en miles de Tn. y var. % i.a. - 2022)



Principales exportadores de lácteos a Marruecos

(en % y US\$ millones - 2022)



Alimentos y productos agropecuarios: Lácteos

Importa principalmente insumos de calidad para la elaboración de productos lácteos; quesos y mantecas son importados por falta de elaboración propia. Sector sensible a las variaciones climáticas y de precios internacionales lo que impacta en la importación de productos para satisfacer la demanda interna.



- **Mercado casi autosuficiente en términos de producción láctea** (cubre ~94% de la demanda de 70 Kg/per cápita/año); **importan ingredientes de muy alta calidad**, como **concentrados de proteína de suero o leche, queso y manteca**. **Nivel muy alto de protección del mercado lácteo.**
- **Sector muy afectado por la pandemia de COVID-19** (menor tasa de inseminación artificial), **sequía y aumento de los piensos compuestos** (40% de incremento); precio de los productos lácteos aumentaron 46% (2021/22).
- **Mantecas:** limitada producción nacional, **las importaciones siguen cubriendo la demanda interna**; consumo per cápita es de alrededor de 1,4 kg/año.
- **Quesos:** depende de su importación ya que no cuenta con el *know-how* para su elaboración local; no cuenta con suficientes excedentes de leche (son limitados en volumen y en disponibilidad de tiempo); consumo per cápita ~1 kg/año; su **consumo está aumentando a una tasa anual promedio del 5%**.
- **Leche para beber:** la producción nacional es generalmente suficiente para satisfacer la demanda durante todo el año; representa más del 75% del volumen total de leche procesada (~49 kg/per cápita/año).
- **Leche en polvo:** caída interanual (2021/22) de la **producción lechera** 11% (**2.000 millones de litros menos, 20% de caída entre 2020/22**) y del hato 5% (entre 2020/22 se perdieron 150.000 cabezas, valores actuales de cabezas de ganado lechero son los mismos que los existentes en 2010, 1,67 millones), esto explica el **crecimiento de las importaciones de leche en polvo (238% en valor y 161% en volumen)**.
- **El gobierno nacional subsidia importación de leche en polvo y manteca para la elaboración de otros productos lácteos** (aumento de la cuota de importación a 20.000 toneladas de leche descremada en polvo y 6.000 toneladas de manteca a precios subsidiados para los fabricantes locales).

Producto	Arancel
Queso	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (91,81%)
Leche en polvo contenido graso <=1,5%	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (14,69%)
Manteca	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (14,69%)
Otros productos c/comp. naturales de la leche	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (2,5%)
Lactosuero	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (2,0%)
Queso fresco s/madurar	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) Resto (40%)
Leche c/contenido graso >10%	UE, Liga Árabe, EE.UU. (0%) UE (7,14%) / Resto (50%)

Alimentos y productos agropecuarios: Bebidas alcohólicas

Mercado con nichos para los productos de alta gama; fuerte presencia de los vinos del "viejo mundo", principalmente Francia y España.

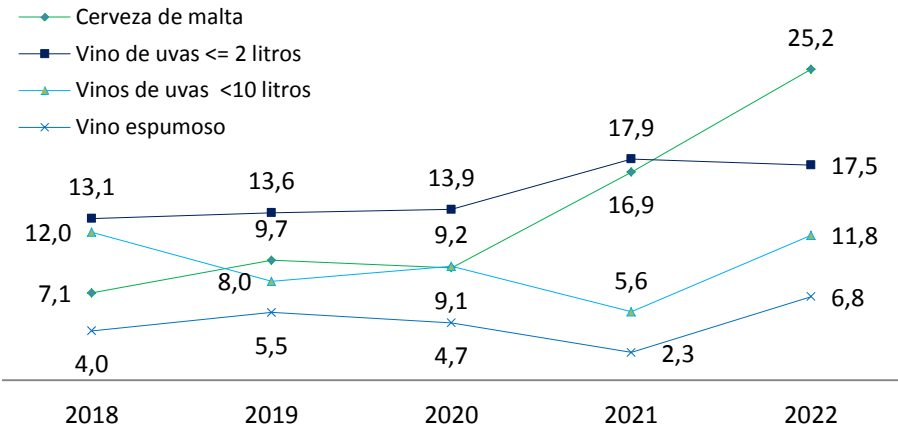


- Sector impulsado por el cambio en los patrones de consumo de la población (vinos del "viejo mundo" con preferencia por el estatus que representa el vino francés), mejora de los circuitos de distribución y recuperación del turismo.
- Los consumidores son generalmente expatriados y hombres marroquíes entre 40 y 60 años; 83% del vino consumido es tinto, 14% de rosado (mujeres jóvenes); consumo de vino más aceptado en relación a otras bebidas alcohólicas; consumo anual: ~100 millones de litros (principalmente cerveza).
- Mercado que demanda bebidas alcohólicas de alta gama, existe un nicho de mercado para los vinos del tipo "Grand Cru Classé" particularmente en la región de Marrakech, Casablanca y Rabat.
- ~70% del consumo de alcohol se realiza en el hogar, el principal canal de distribución del producto es el segmento minorista (híper y supermercado).
- Las importaciones cubren gran parte de la demanda; vitivinicultura local pequeña pero en crecimiento constante (está ganado mercado a los productos importados), es el primer país árabe productor de vinos.
- Francia y España son los principales exportadores de vinos y espumantes al mercado marroquí (93% en conjunto); Chile tiene una porción de mercado de 0,3%.

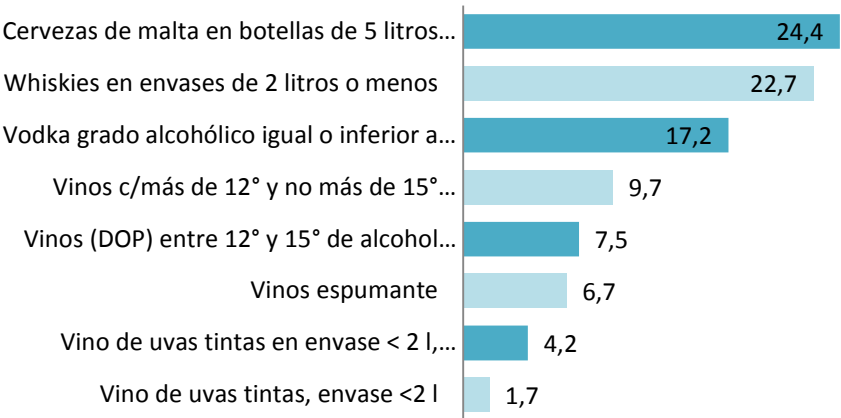
Arancel vinos y espumantes

EE.UU. (0%) / UE (9,8%) / Resto (49%)

Evolución de las importaciones de vinos y cervezas (en US\$ millones – 2018/22)



Importaciones de principales bebidas alcohólicas (en US\$ millones - 2022)



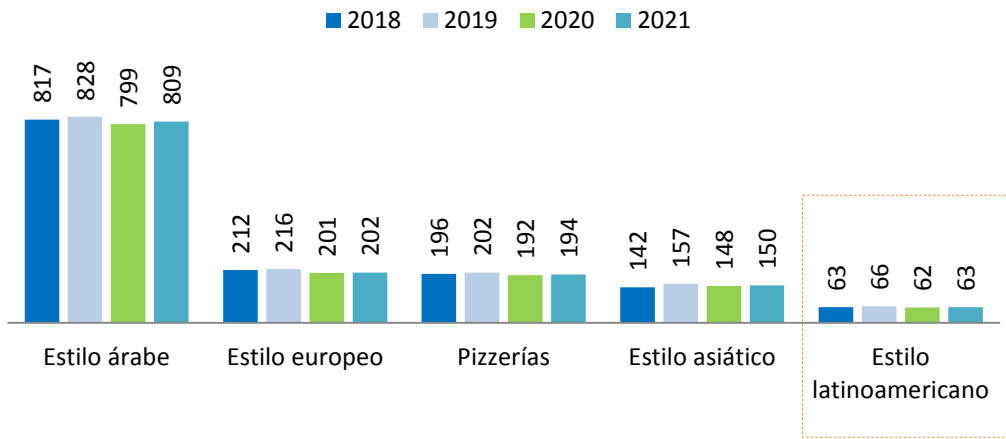
Alimentos y productos agropecuarios: Ho.Re.Ca

Hotelería y restaurantes internacionales en crecimiento y que demandan productos importados (carnes, quesos y vinos).

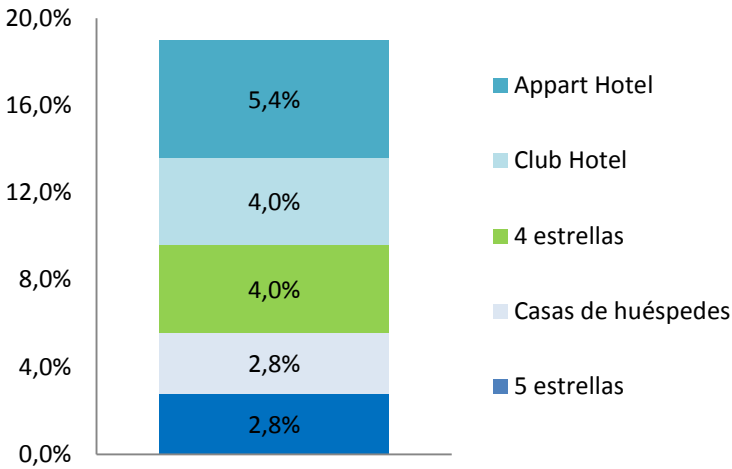


- Destino turístico que atrae la apertura de hoteles y restaurantes internacionales que ofrecen productos importados para sus huéspedes y clientes. El turismo internacional creció 303% entre 2021 y 2022 (3,4 millones de personas).
- Cadenas de restaurantes internacionales en recuperación tras la pandemia de COVID-19; mayoritariamente son de cocina estilo árabe (Medio Oriente) aunque hay presencia de restaurantes con cocina occidental (europea y latinoamericana).
- Mercado que depende en gran medida del turismo y el desarrollo hotelero, lo que a su vez impulsa la inversión en la cadena de suministro y la demanda de productos seguros y de alta calidad.
- Mercado que todavía está limitado al circuito hotelero y de restaurantes principalmente de Casablanca, Marrakech y Agadir.
- Fuerte influencia de cafés, panaderías, restaurantes y hoteles de estilo francés que dominan la industria de servicio de alimentos.

Distribución del mercado de servicios de comida (por estilo de cocina)



Tasa de crecimiento hotelería de alto nivel (en % - 2021-2022)



Agronegocios – Producción agrícola y ganadera (bienes y servicios)

Planes gubernamentales (Plan Marruecos Verde y Generación Verde 2030) que establecen las necesidades de herramientas para el desarrollo de una producción agrícola-ganadera de calidad, y que deben ser cubiertas con importaciones de bienes y servicios.



PRODUCCIÓN GANADERA

Es un mercado que ofrece **oportunidades para la exportación de bienes, insumos y servicios para el mejoramiento de la producción agrícola-ganadera en distintos rubros**, y que podrían ser atendidos mediante la participación de nuestra oferta exportable:



- **Importación de genética (equina, aviar y bovina); servicios de capacitación y asistencia técnica en inseminación artificial y engorde.**
- **Equipamiento y construcciones ganaderas (para ganadería bovina); instalación de unidades de cría y salas de ordeño (llave en mano); importación de ordeñadoras y equipos frigoríficos; modernización y adecuación de las unidades de proceso existentes; mayor demanda de equipo de procesamiento de leche, equipos de almacenamiento y cadena de frío.**
- **Modernización de mataderos (avícolas y bovinos): modernización del sistema llave en mano; instalación de nuevas unidades a fin de que sean más competitivas en la producción; formación y capacitación de personal.**
- **Servicios de apoyo, formación de recursos humanos y asistencia técnica en control sanitario y trazabilidad de la producción:** producción local de vacunas en disminución, ~70% de los productos son importados; demanda de formación y capacitación de veterinarios para mejorar la trazabilidad y seguimiento del ganado.
- **Alimentación animal: incorporación de tecnología y capacitación** para la elaboración de piensos compuestos, tortas, aditivos y premezclas.



PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

- **Incorporación de genética** para adaptación de cultivos al cambio climático; **utilización de nuevas tecnologías y capacitación de recursos humanos** en fertilización y control de enfermedades.
- **Capacitación para el uso de maquinaria agrícola en la gestión del agua;** demanda de **equipos de precisión y nuevas tecnologías** (incluidos los equipos de riego); **incorporación de maquinaria para la cosecha** a fin de reducir costos de mano de obra.
- **Poscosecha/almacenamiento:** construcción de silos para almacenaje de cereales; utilización de nuevas tecnologías para almacenamiento poscosecha.

Agronegocios – Maquinaria y equipamiento agrícolas

Es un mercado concentrado principalmente en las importaciones de tractores y equipos de irrigación; con demanda creciente para la incorporación de nuevas tecnologías acompañadas de la formación de recursos humanos.



- Importaciones por ~US\$ 143 millones, principalmente tractores de potencia media (50 a 100 HP) y equipos de irrigación; ambos representan ~60% de las importaciones totales de maquinaria agrícola.
- Es un mercado con productores agrícolas mejor y más equipados con unidades nuevas (impulsado por el crecimiento de las zonas irrigadas).
- Demanda muy dependiente de los subsidios que se otorgan para su compra e impulsada principalmente por las grandes explotaciones agrícolas.
- Explotaciones agrícolas de mayor tamaño con demanda creciente en nuevas tecnologías agrícolas; incorporación de informatización, digitalización de la producción y maquinaria.
- Adquisición de equipos no demasiado sofisticados; servicio de posventa y capacitación en el buen uso del equipamiento muy apreciado y valorado (pesa en la decisión de compra).
- 70% de los establecimientos agrícolas ubicados en zonas áridas o semiáridas; desarrollo de técnicas de riego modernas y de precisión son una oportunidad de exportación para atender ese nicho; financiamiento estatal para la utilización de riego controlado (conversión a microrriego por goteo).
- Equipamiento de primera línea de origen europeo (Francia, España, Italia, Alemania y Países Bajos) y Asia (China, India y Japón). Las compañías europeas fueron perdiendo mercado; las empresas chinas, indias y turcas ofrecen equipos a precios muy competitivos. Industria local casi inexistente (cuatro empresas locales producen equipamiento agrícola de baja tecnología).

Principal maquinaria agrícola importada
(por tipo – en US\$ millones - 2022)



Agronegocios – Maquinaria y equipamiento agrícolas

Es un mercado cuyas importaciones (maquinarias e insumos) fluctúan de acuerdo al comportamiento de las campañas agrícolas y éstas en función de las condiciones climáticas.

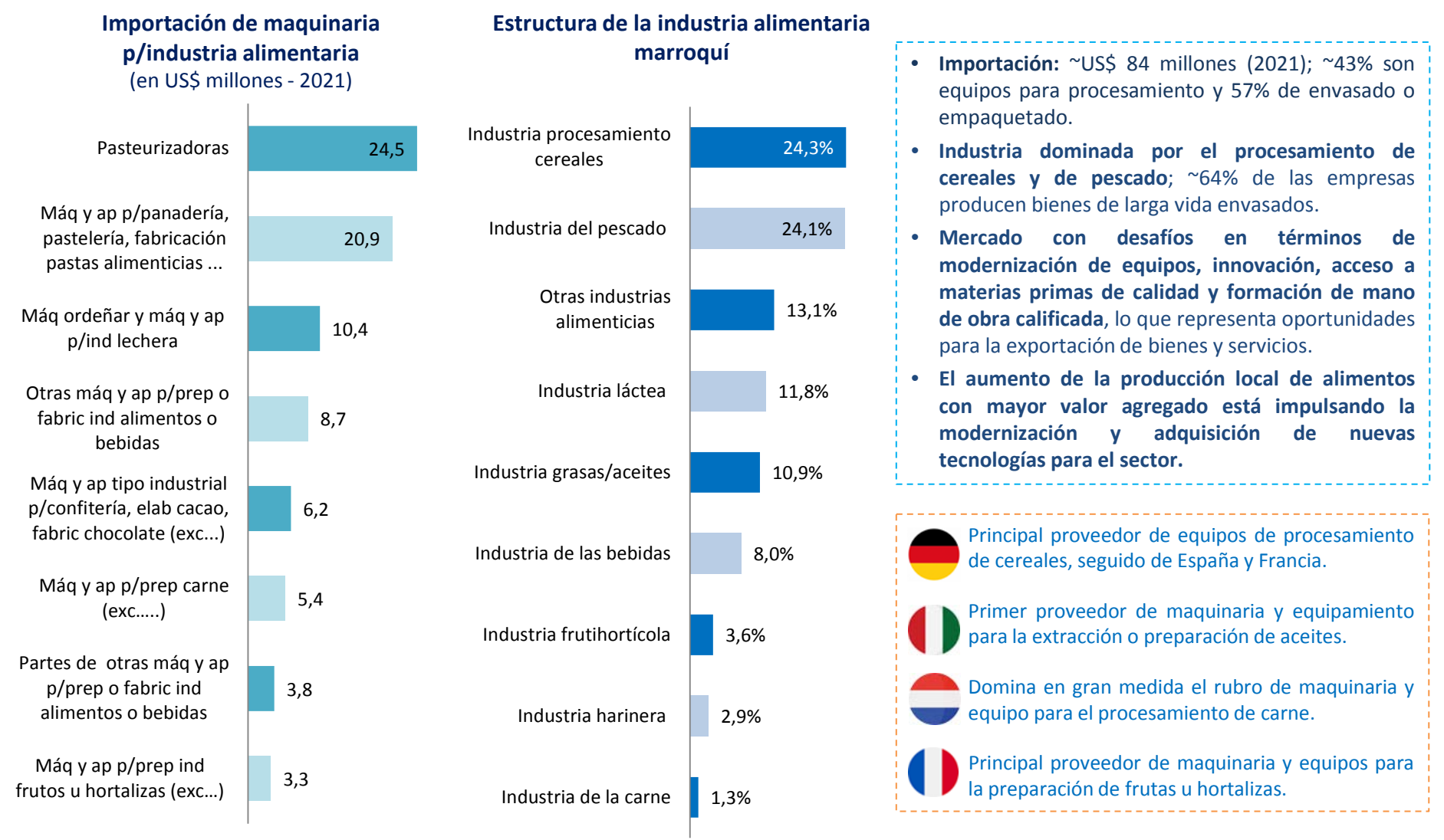


- En ausencia de producción local, **los principales actores del mercado son los importadores-distribuidores.**
- Importadores nucleados dentro de la **Asociación Marroquí de Importadores de Maquinaria Agrícola (AMIMA); favorecen equipos y marcas reconocidas internacionalmente.**
- **Mercado sensible a los precios de la maquinaria**, ofrecen con mayor frecuencia **equipos a precios más bajos** (accesibles para los agricultores); **hay otros jugadores (COGEPPRA)** que se diferencian por ofrecer un **seguimiento más personalizado (posventa).**
- **Se ofrecen diferentes tipos de equipos agrícolas:** tractores para uso agrícola, de orugas o de ruedas, equipos agrícolas para preparación de suelos con tracción mecánica, equipos de siembra y esparcimiento de fertilizantes, equipos de tratamiento y defensa de plantas, equipos de henificación, equipos de cosecha, equipos agrícolas remolques y carros, equipos para estaciones de selección, trituración y bombeo, equipos para molinencia de harina, lácteos y enología, y repuestos agrícolas o de la agroindustria.
- **Déficit de lluvias: impactó en el mercado de tractores agrícolas** (caída significativa de las ventas, 43% respecto al año 2021).
- **Cancelación de la reforma fiscal (aplicación del IVA) a los productos y equipos de uso agrícola:** impacto positivo para la importación y compra de unidades nuevas.

Tipo de maquinaria	Arancel
Tractores	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Maquinaria p/limpieza de semillas y granos	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Maquinaria p/cosechar-trillar	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Otra maquinaria agrícola	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Maquinaria p/preparación suelo agrícola	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (10,6%)
Equipos para riego	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)
Máquinas y aparatos p/ordeñar e ind. lechera	UE – EFTA – EE.UU. (0%) / Resto (2,5%)

Agronegocios – Industria alimentaria (bienes y servicios)

Industria con mayor producción de alimentos con valor agregado que demandan más maquinaria y tecnología, esto genera oportunidades para nuestra oferta exportable en bienes y servicios.



Agronegocios – Industria alimentaria (bienes y servicios)

Políticas oficiales que impulsan la modernización de la industria alimentaria y que generan condiciones favorables para la demanda de maquinaria y tecnología que podría ser atendida con nuestra oferta exportable.



- Programas oficiales para desarrollar "Plataformas Industriales Alimentarias" (seis polos agroalimentarios) y de procesamiento de productos del mar (*Fish Hub*); que demandarán infraestructura (maquinaria, equipamiento y servicios) con los mejores estándares internacionales de fabricación e higiene.
- Promoción del desarrollo de las pequeñas empresas para su transformación en industrias de procesamiento de alimentos; demanda de maquinaria, equipamiento y tecnología lo que representa oportunidades de acceso para nuestra oferta exportable; subsidios gubernamentales para la incorporación de nuevas tecnologías en la producción.

Sectores prioritarios de la industria alimentaria marroquí con mejores perspectivas para nuestra oferta exportable



Industria de frutas y verduras procesadas/congeladas: está creciendo por la demanda proveniente de Europa y Estados Unidos; 4^{to} exportador mundial de conservas de verduras y mezclas de hortalizas y 5^{to} de fresas congeladas. Industria en constante búsqueda de innovación en tecnología y equipamientos; se proyecta crear 43 nuevas unidades de procesamiento y producción de conservas, 79 unidades de empaque y 92 de refrigeración, lo que demandará importación de equipamiento y tecnología para el sector.



Industria láctea: es una de las principales proveedoras de productos para la región de África Occidental. El consumo crece a una tasa promedio de 5%-7%; este crecimiento está impulsando la producción y las necesidades de tecnologías. Creación de 10 nuevas unidades de recuperación de leche y 3 unidades de producción de leche en polvo que demandarán la incorporación de maquinaria y tecnologías modernas.



Industria de carnes procesadas: principalmente embutidos, está demandando más equipamiento por su crecimiento y potencial exportador a mercados halal; modernización de ~5.600 mataderos tradicionales para sumarlos a la producción destinada a la exportación.



Industria de jugos: mayor demanda de equipamiento por crecimiento de la producción como resultado de mayores exportaciones de jugos de alta calidad.

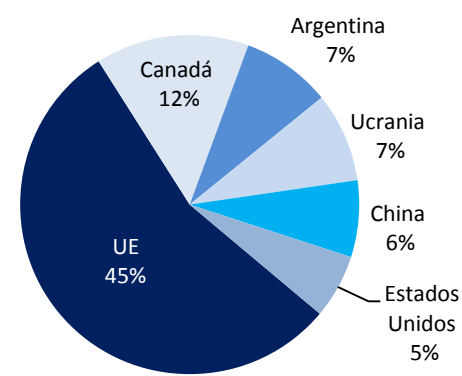
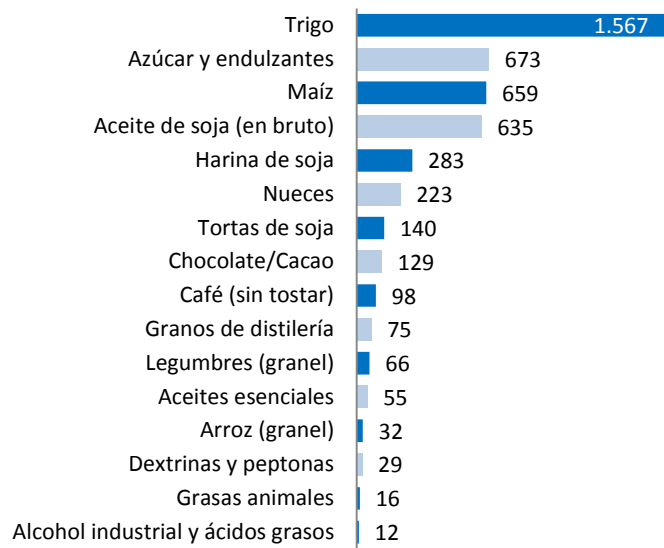
Agronegocios – Industria alimentaria (insumos/ingredientes)

Mercado con oportunidades atractivas para la exportación de ingredientes/insumos de calidad para la industria alimentaria de consumo humano y animal.



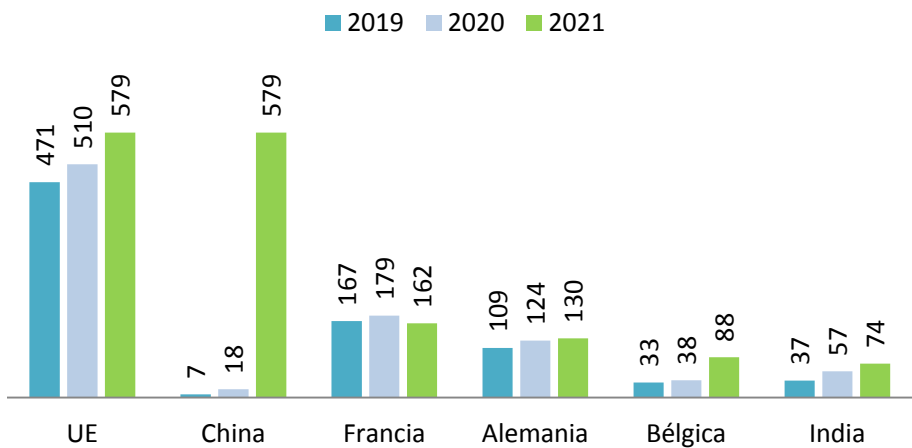
- La industria alimentaria: importó ~US\$ 3.900 millones (2021) en materias primas, insumos e ingredientes destinados a la producción; ~45% de las importaciones provienen de la UE.
- Las empresas de procesamiento de alimentos más grandes importan directamente, las más pequeñas a través de importadores y mayoristas locales.
- Demanda concentrada en ingredientes/insumos para los sectores de la galletería-confitería-chocolatería.
- Demanda creciente de materias primas/insumos *premium* impulsado por el aumento de la producción local de alimentos.
- Industria de alimentación animal: mercado que va hacia la profesionalización del sector (todavía muy orientado al sector avícola); **demanda de servicios de capacitación/formación de recursos humanos en aumento**; buscan **desarrollar una fabricación de alimentos para animales más cualitativa, con incorporación de mejor tecnología**.
- Mayor concientización sobre la necesidad de controlar la calidad de la alimentación animal (**prohibición de la comercialización de aceleradores de crecimiento**); **demanda de insumos con mejor seguridad sanitaria** para garantizar la trazabilidad de la producción de alimentos.
- Incremento de la demanda de **piensos compuestos** (no como complemento de la alimentación animal en sequía, sino como alimento complementario diario); **crecimiento de la demanda de piensos de calidad, aditivos y premezclas**; **nicho de mercado para aditivos alimentarios específicos de última generación**.
- El crecimiento del mercado de **mascotas** está impulsando la **demanda de alimento para este sector** (39% tasa anual promedio de **alza de las importaciones** desde 2017, importaciones por US\$ 34 millones en 2021).

Principales materias primas, insumos e ingredientes importados
(en US\$ millones - 2021)



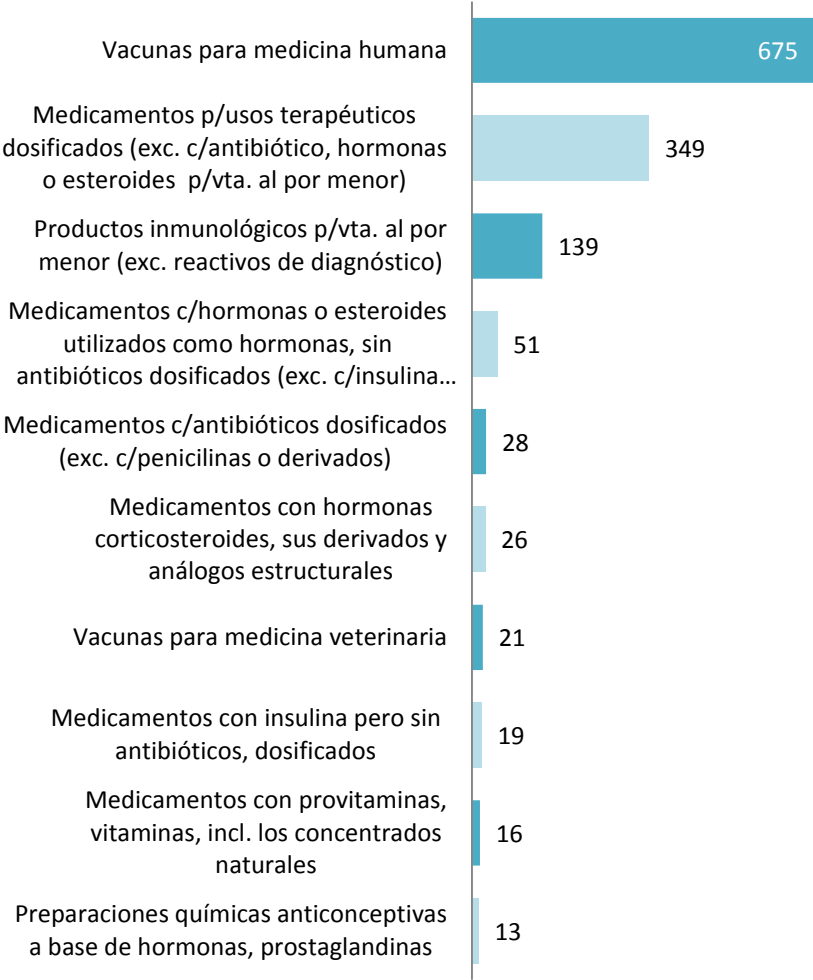
Importaciones por ~US\$ 1.420 millones; fuerte presencia de productos de la UE (Francia principalmente) y con crecimiento de la participación de China en el último año.

Principales exportadores de productos farmacéuticos a Marruecos
(en US\$ millones)



Descripción	Arancel NMF
Glándulas y demás órganos p/ usos opoterápicos	9,40%
Sangre humana; sangre animal prep . p/ usos terapéuticos	5,71%
Medicamentos s/ dosificar ni acond. p/ venta al por menor	17,56%
Medicamentos dosificados acond. p/ venta al por menor	5,44%
Apósitos, gasas, vendas, impregnados o recubiertos de sustancias farmacéuticas	32,85%
Preparaciones y artículos farmacéuticos	13,70%

Principales productos farmacéuticos importados
(en US\$ millones - 2021)



Mercado con proyecciones de crecimiento favorables para los próximos años; impulso de las políticas de salud a través de mayor inversión que demandará la importación de productos farmacéuticos e insumo/equipamiento hospitalario.



- **Mercado que crecerá en los próximos años a una tasa anual promedio de ~7%.**
- **Busca desarrollar la autosuficiencia/fabricación local de medicamentos, vacunas y elementos de protección personal (EPP)** para la medicina (máscaras, guantes, batas, cubre botas y cobertores para la cabeza).
- **Producción farmacéutica local cubre ~65% del mercado interno** (17% se destina a la exportación). **La mayor parte de los principios activos farmacéuticos (API) son importados.**
- Los **medicamentos recetados** representan ~71% del mercado (~US\$ 993 millones); los **medicamentos patentados** representan ~41% (disminuirán en los próximos años debido al impulso de los **genéricos y los biosimilares** por parte del gobierno marroquí). Los **genéricos y biosimilares** representan el **80%-90% del mercado público** de medicamentos y el **25% del privado**. Los **medicamentos de venta libre (OTC)** sufrirán la competencia de los genéricos (disminución de participación en el mercado, 23% en 2026); los **medicamentos genéricos** son producidos localmente en su mayoría.
- **Laboratorios divididos en tres categorías: subsidiarias de multinacionales** que no tienen un sitio de producción en el país; **empresas conjuntas** que representan subsidiarias de multinacionales y fabrican sus propios medicamentos; **empresas marroquíes** que fabrican su propia gama de medicamentos genéricos. En Marruecos, **la ley no prohíbe que el Estado importe productos idénticos a los producidos localmente.**
- **"Plan de Salud 2025" (~US\$ 3.500 millones):** establece los pilares estratégicos para el desarrollo del sector, lo cual tendrá **impacto en la demanda y oportunidades para la oferta de productos farmacéuticos; ampliación de la cobertura universal de salud, el Estado es el principal proveedor de atención médica en Marruecos (85% hospitales públicos y 15% centros privados).**
- **Demanda orientada a:** equipamiento de unidades de cuidados intensivos; equipos de imagen por resonancia magnética y escaneo ultrasónico; equipos de rayos X; tratamiento para el cáncer; emergentología (equipos y servicios); equipos de monitorización y electro diagnóstico; equipos de tomografía computarizada; TIC (e-medicina, equipos y software relacionado).
- **El gobierno prohibió la importación o venta de dispositivos y equipos médicos de segunda mano o reacondicionados desde 2017.**



CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
República Argentina

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO CON EL REINO DE MARRUECOS

La presente publicación
no necesariamente
refleja la opinión del
Ministerio de Relaciones
Exteriores, Comercio
Internacional y Culto de
la Argentina.

Se autoriza la
reproducción total o
parcial citando fuentes.