



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

“Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú”  
“Año de la Consolidación del Mar de Grau”

## INFORME DE GESTIÓN II TRIMESTRE 2016 OCEX CASABLANCA

### 1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

#### 1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Los datos básicos del Reino de Marruecos según el último informe de Banco Mundial son:

Nivel de ingresos/ Categoría: País de ingreso mediano bajo

PIB (US\$ a precios actuales): \$110,0 mil millones 2014

Población, total: 33,92 millones 2014

Fuente: <http://datos.bancomundial.org/pais/marruecos>

Otros datos básicos según el gobierno español a través de la ficha país respectiva son:

[http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/marruecos\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/marruecos_ficha%20pais.pdf)

Nombre Oficial: Al Mamlaka al Magribiyya (Reino de Marruecos)

Superficie: 446.550 km<sup>2</sup>. (712.550 km<sup>2</sup> si se incluye el Sáhara Occidental).

P.I.B. per cápita (2013): 3.160 US \$ P.I.B. per cápita (USD PPA) (2012): 7.014

Capital: Rabat

Otras Ciudades: Casablanca, Fez, Marrakech, Salé, Tánger, Meknez, Agadir, Tetuán.

Idioma: Árabe y Amazigh - Bereber (oficiales), Francés y español

Religión: 99,4% musulmanes, 0,4% cristianos, 0,1% judíos y 0,1% otras religiones.

Moneda: Dirham marroquí (DH). (1 € = 11,11 DH a dic 2014)

Forma de Estado: Monarquía constitucional democrática, parlamentaria y social.

División administrativa: 12 regiones administrativas, (en aplicación del Decreto de 5 de febrero de 2015, si se incluye el territorio del Sahara Occidental): 1. Tánger-Tetuán-Alhucemas 2. Oriental 3. Fez-Meknes 4. Rabat – Sale -Kenitra 5. Beni Mellal - Khenifra 6. Casablanca - Settat 7. Marrakech - Safi 8. Draa - Tafilalet 9. Souss - Massa 10. Guelmin – Oued Noun 11. EL Aaioun – Sahia El Hamra 12. Dakhla – Oued Ed Dahab

Estructura del Producto Interior Bruto según el Alto Comisariado del Plan, y Ministerio de Economía y Finanzas (Gobierno de Marruecos)



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

## DISTRIBUCIÓN POR SECTORES %

Agricultura 14,6 Industria 27,3 Servicios 58,1

La economía marroquí se caracteriza por su dualidad, habiendo sectores tradicionales, tanto en el ámbito agrícola, como de servicios, con bajas tasas de productividad y un sector industrial más desarrollado, donde se van abriendo paso sectores más punteros, resultado de los procesos de deslocalización industrial europea y de la eficaz atracción de la IED.

En el año 2014 el déficit por cuenta corriente se situó en el 5,8%, continuando el proceso de corrección desde el pico del 10% alcanzado en 2012, gracias al impulso de las nuevas industrias (especialmente el automóvil) y a los bajos precios del petróleo.

Pese a que el ahorro nacional se redujo en 2014 (25,8% en 2014 frente a 26,6% en 2013), la necesidad de financiación se contrajo al 6% (6,8% en 2013) merced a la reducción de la tasa de inversión (31,8% en 2014 frente a 34,2% en 2013).

En cuanto a la deuda pública, ésta se situó en torno al 63,9% del PIB en 2014, frente al 63,5 a finales de 2013. Por su parte, el nivel de reservas permite cubrir 5 meses y 13 días de importaciones de bienes y servicios, a finales de febrero 2015.

En lo que respecta a la balanza comercial de bienes, continua la ligera reducción del déficit comercial que ya se inició en 2013. Así, según el Ministerio de Economía y Finanzas, en el 2014 las exportaciones han aumentado en valor un 7,2% y las importaciones un 0,1% con respecto al año anterior, por lo que el déficit comercial ha disminuido un 6,4%, gracias en parte a evolución del precio del petróleo.

En el primer trimestre de 2015, comparándolo con los mismos meses del 2014, continuó la subida de las exportaciones marroquíes (+6%), lideradas en volumen por fosfatos y derivados (+20%), el sector automoción (+10%), y agricultura y agro-alimentario (+8,2%).

Las importaciones se redujeron un 13,2%, resultado del menor precio del petróleo y sus derivados, así como de las menores necesidades de trigo.

Como consecuencia, la tasa de cobertura comercial de bienes del periodo fue del 60,5%, mucho más alta que la de primer trimestre de 2014 (49,4%).

Los ingresos por remesas de inmigrantes subieron un 7,6%, mientras que los ingresos por turismo bajaron un 5,5% y los ingresos por IDE subieron un 4,3%, respecto al mismo periodo del 2014.

La balanza comercial de bienes y servicios registra en el primer trimestre del 2015 una subida de las exportaciones del 4,5%, una contracción del valor de las importaciones del 11,7%, y una tasa de cobertura del 79,4%, muy por encima del 67,1% del mismo periodo del 2014.

El FMI mantiene la concesión de una línea de precaución y liquidez de 5.000 M€

Competitividad: En 2014 se ha producido la liberalización de los precios de los combustibles (liberalización del precio de la gasolina y gasoil, queda exceptuado, por el momento, el gas butano). La reducción del déficit presupuestario desde el 7,6% del PIB en 2012 al 4,9% del PIB en 2014 ha sido el factor principal de la mejora de la posición de Marruecos en el índice global de competitividad, Global Competitiveness Index (GCI), publicado en 2014. Marruecos ha ascendido cinco puestos hasta ocupar la posición 72 sobre 144 estados.

Por otra parte, en el informe anual "Doing Business 2015", realizado con una nueva metodología, Marruecos ocupa el puesto 71º, (68º en 2014), entre 189 países, por delante de países del área como Argelia (154º), Egipto (112º), pero por debajo de Túnez (60º). La peor puntuación la alcanza en la protección de las inversiones, en el registro y transferencia de la propiedad y en la facilidad de obtención de créditos.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

## Cuentas públicas

Las finanzas públicas estuvieron marcadas en 2014 por una reducción del déficit (4,9% en 2014, frente al 5,5% en 2013). El saldo primario (no tiene en cuenta los intereses de la deuda) habría alcanzado un déficit del 2,3% (frente al 2,9% en 2013). La reducción del déficit se ha podido llevar a cabo gracias a la reducción de los gastos de compensación (eliminación de las subvenciones a la gasolina y al gasoil) por valor de 800 M€ y a los ingresos excepcionales (donaciones de países árabes del Golfo por valor de 1000M€ o 1,24% del PIB).

El presupuesto de 2015 previó una continuación de la senda de consolidación fiscal, con una reducción del déficit en medio punto, hasta el 4,5%.

Por su parte, los ingresos fiscales en 2014 cubrieron el 70% del conjunto del gasto presupuestario (mismo nivel que en 2004). Por su parte, el consumo, según los datos del HCP, creció un 3% en 2014 por debajo del 3,7% de 2013. La inversión también se reforzó ligeramente un 1,2% en 2014, beneficiándose de la consolidación de la IED y de las inversiones públicas.

Las estimaciones de crecimiento del PIB marroquí para el 2015 alcanzaron entre el 4,5% y el 5%, favorecidas por una mejora de la demanda europea, bajos precios de petróleo y sus derivados, y una pluviometría favorable para la campaña agrícola del 2015.

Cabe destacar que la estructura económica de Marruecos se caracteriza por dos elementos básicos: por un lado, una excesiva dependencia agrícola (el sector agropecuario absorbe alrededor del 40% de la población ocupada); y por otra, la ausencia de recursos naturales energéticos, lo que hace que su tasa de dependencia de energía primaria se sitúe en tono a 97,3%. Se trata del 1er productor y exportador mundial de fosfatos, con alrededor de un 30% de las reservas mundiales.

En cuanto al sector industrial, tiene un peso relativamente importante. Su principal componente es la industria manufacturera y se concentra fundamentalmente en tres actividades clásicas: la industria de productos químicos, la agroalimentaria y la industria textil y del cuero. A éstas se han añadido dos sectores manufactureros con alto potencial, el automovilístico, con el arranque en 2012 de la nueva planta de Renault en Tánger y sus proveedores.

Marruecos es el segundo proveedor de las inversiones directas extranjeras (IDE) en África. Invierte en las energías renovables para reducir su dependencia al petróleo (95% del consumo energético actual) y en 2014 lanzó una estrategia industrial "2014-2020" para atraer empresas extranjeras y luchar contra el paro. En este contexto, Marruecos ha creado un fondo de 1,8 mil millones de euros destinados a las empresas extranjeras en Marruecos.

Marruecos tiene importantes retos frente a si en un momento de difícil coyuntura económica. A corto plazo, la situación es compleja debido a la necesidad de mantener el equilibrio entre la paz social y la reforma de la Caja de Compensación que permita situar sus cuentas públicas y externas en un marco sostenible. A medio plazo, el país debe continuar con el proceso de reformas económicas estructurales, iniciado con algunas reformas en 2013 como la indexación de los precios de los productos energéticos que permita ir corrigiendo paulatinamente la dualidad económica existente mediante ganancias de productividad. Su nivel de desarrollo relativo que permite aún fuertes ganancias de productividad, su posición estratégica desde el punto de vista geográfico hacia Europa y hacia África, unido a la estabilidad política y una regulación no restrictiva, permiten convertirla en una economía atractiva para el capital extranjero y por lo tanto con un fuerte potencial de crecimiento a pesar de la ausencia de grandes recursos naturales.

Para alcanzar una mayor liberalización de los intercambios comerciales con el exterior y una mayor integración en la economía mundial, Marruecos procedió a la simplificación de los procedimientos del comercio exterior, la reducción de la protección arancelaria, la eliminación de medidas no arancelarias,

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

la mejora del clima de negocios y de las inversiones, la expansión y la diversificación de las relaciones económicas y comerciales. Esta apertura se ilustra además con la firma de diferentes acuerdos de libre comercio con los principales socios económicos, incluidos la Unión Europea, los Estados Unidos, los países árabes y africanos.

Por otra parte, el establecimiento de nuevas políticas sectoriales basadas en las características y ventajas ofrecidas por la economía marroquí en comparación con su entorno (Plan de Emergencia Industrial de 2015, la Visión 2020 para el turismo, la Visión 2015 para la artesanía, el Plan Rawaj para el Comercio, Plan Marruecos Verde para la agricultura, el Plan Halieutis para la pesca...) están generando un crecimiento sostenido y sostenible en el país.

La creación de la Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones (AMDI) y la aplicación del sistema de ventanilla única a nivel regional, con los centros regionales de inversión han sido oportunas para apoyar estos planes sectoriales, atraer y apoyar a los inversionistas.

Marruecos ha realizado una serie de reformas económicas con el fin de liberalizar su economía y adaptarse a la progresiva puesta en marcha de la Zona de Libre Comercio con la UE. Las principales exportaciones marroquíes son: los fosfatos para fertilizantes (Marruecos es el primer exportador mundial) y productos textiles. Cítricos y productos del mar también se encuentran entre los productos más exportados. Los principales productos importados son derivados energéticos (Marruecos es muy deficitario en energía) como son: gasoil, fueloil, gas de petróleo y otros hidrocarburos, seguido de productos industriales.

La economía de Marruecos cuenta con un importante potencial de crecimiento a pesar de una serie de factores que limitan su desarrollo: económicos (excesiva dependencia del sector agrícola, alto nivel de economía informal, sector industrial poco competitivo, dependencia energética y del mercado europeo), administrativos (sector público sobredimensionado y bajas tasas de eficiencia) y sociales (elevado desempleo, baja renta per cápita, alto nivel de pobreza, reducida clase media, analfabetismo).

Durante los últimos años, la economía de Marruecos se ha caracterizado por su estabilidad macro económica con una inflación baja. Después de un crecimiento económico dinámico en el año 2013 (5%), la economía registró una caída en 2014 (3,5%) por causa principalmente de una baja del rendimiento agrícola.

### **Previsión de crecimiento para 2016**

El Alto Comisariado del Plan marroquí (HCP, en francés), en una comunicación del 15 de Febrero de 2016 ha rebajado la previsión de crecimiento del PIB marroquí en 2016 a un 1,3 %, debido principalmente a lo que se espera que sea un mal año agrícola por la sequía. Las escasas lluvias de este invierno, que ya va por un 61 %, va a arrastrar el sector primario a la baja (en un -10 % según el HCP), y esto no se verá compensado con la evolución de la industria y los servicios, que apenas superarán el 2 % de crecimiento. La cifra global de crecimiento del PIB, muy por debajo del 4,4 % con la que el HCP preveía que se cerraría el 2015, supone una fuerte contracción para la economía marroquí, que desde hace más de quince años no registra porcentajes tan bajos de crecimiento. Ya el pasado mes de diciembre el Banco de Marruecos (emisor) dio a conocer unas cifras conservadoras de previsiones para 2016, situando el PIB de este año en un modesto 2,1 %, pero las cuentas del HCP son más pesimistas. Según la institución marroquí Le Haut Commissariat au plan "HCP", las perspectivas económicas de Marruecos para este año se resumen en los siguientes puntos: El crecimiento económico nacional vuelve a mostrar una disminución después del 2,6% en 2014; La tasa del paro prevista es de 9,6% (2015) (9,8% en 2014). El paro afecta particularmente los jóvenes (15-24 años)

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

## Comercio Exterior

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.

Las principales exportaciones marroquíes las componen los fosfatos y derivados para fertilizantes (Marruecos es el primer exportador del mundo), automóviles, productos agrícolas y agroalimentarios productos textiles, industria farmacéutica, aeronáutica y electrónica. Cítricos y productos del mar también se encuentran entre los productos más exportados.

Los principales productos importados son derivados energéticos (Marruecos es muy deficitario en energía) como son: gasoil, fueloil, gas de petróleo y otros hidrocarburos, cereales, seguido de productos industriales.

### **Comercio Exterior de Marruecos 2015 (ENERO-JUNIO) último dato disponible**

#### **Ranking países**

##### **PRINCIPALES CLIENTES %**

- 1 España 22,4
- 2 Francia 20,7
- 3 Italia 4,3
- 4 Brasil 3,9
- 5 Estados Unidos 3,5
- 6 India 3,5
- 7 Países Bajos 3,1
- 8 Reino Unido 2,8
- 9 Alemania 2,3

##### **PRINCIPALES PROVEEDORES %**

- 1 España 12,8
- 2 Francia 12,3
- 3 China 8,0
- 4 Estados Unidos 7,2
- 5 Alemania 5,7
- 6 Italia 5,3
- 7 Federación Rusa 4,8
- 8 Turquía 4,2
- 9 Arabia Saudi 3,3

Fuente: Oficina de Cambios (Marruecos)

#### **Relaciones económicas entre Marruecos y Perú**

En los últimos años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y Marruecos ha seguido un comportamiento volátil, alcanzando picos de US\$ 51 millones y US\$ 48 millones en 2010 y 2012, respectivamente.

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en los últimos dos años, los envíos a Marruecos han decrecido debido a que los minerales como cobre y plomo refinado, que representaron 96% de los envíos en 2012, dejaron de exportarse en 2013.

En contraparte, los envíos no tradicionales registraron un crecimiento de 128,8% en 2013, por las mayores exportaciones de los sectores agropecuario, pesquero y sidero – metalúrgico.

En los últimos años, los principales productos no tradicionales exportados a Marruecos han sido **los discos hexágonos de zinc** y bienes intermedios utilizados en la galvanoplastia.

Particular dinamismo han mostrado en el 2015 las ventas de **paltas frescas o secas** al sumar US\$ 77 mil en 2013, lo cual catapultó a Perú como primer proveedor de este producto a Marruecos. Esta tendencia ha continuado hasta el 2016. También destacan los primeros envíos de maca procesada (US\$ 39 mil) y gelatinizada en cápsulas (US\$ 21 mil).

Medidas Arancelarias y No Arancelarias El mercado marroquí mantiene aún cierta protección frente a las importaciones. Sin embargo, en los últimos años, el país viene realizando notables esfuerzos por



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

liberalizar su comercio exterior a través de la entrada en vigencia de siete (7) acuerdos comerciales con socios importantes como la Unión Europea, Estados Unidos y la Liga Árabe. Los derechos aduaneros son calculados en base al método ad valorem sobre el valor CIF de las mercancías y se aplican por igual a las importaciones de todo origen, a excepción de que se realicen bajo acuerdos comerciales preferenciales. Además, no están sujetos a pago los bienes importados bajo régimen de franquicia aduanera o de admisión temporal, ni las mercancías incluidas en los programas de incentivos contemplados en la Carta de Inversiones de 1995. Desde 2001, existen cuatro derechos base para la estimación de los derechos de importación, los cuales van desde un mínimo de 2,5% hasta un máximo de 40%. No obstante, existen cuatro (4) tipos de aranceles preferenciales para ciertas partidas estipuladas en la Carta de Inversiones: 0%, 2%, 5% y 10%. Pese a ello, se pueden encontrar numerosas excepciones de acuerdo al bien importado, especialmente en productos agrícolas (arancel NMF medio: 40,7%) y prendas de vestir (arancel NMF medio: 24,8%), llegándose al derecho máximo de 304% en el caso de animales de la especie ovina y productos cárnicos derivados.

Según análisis realizado las barreras no arancelarias aún representan un importante obstáculo para las importaciones debido a la utilización de precios mínimos o de referencia. Frente a ello, las autoridades marroquíes alegan que se trata de medidas de alineación de precios ante prácticas de subfacturación por parte de algunos importadores. Así, el sistema de aduanas aplica un valor mayor al registrado en la factura comercial, según algunos precios de referencia y se impone el arancel vigente. En tanto, de no liquidarse el pago de los aranceles calculados, la mercadería queda confiscada, con los subsiguientes costos aduaneros. El trámite administrativo para que el importador solicite y pruebe la veracidad de sus facturas no comienza hasta que se paga el arancel. El sistema de valoración marroquí es aplicado básicamente en productos cerámicos y siderúrgicos. En primer lugar, luego de la supresión de la medida de salvaguardias a los pisos y revestimientos cerámicos en 2010, se vienen aplicando precios de referencia para la valoración aduanera de estos bienes. A partir de 2012, la aduana marroquí aplica un factor multiplicador que varía entre 2,99 dirhams/kg. y 3,5 dirhams/kg según el país de origen. El objetivo es proteger la industria nacional de cerámicos, la cual se ha visto afectada en los últimos años por el incremento de las importaciones como consecuencia de la liberalización de aranceles por el TLC con la Unión Europea. Por otro lado, la importación de productos siderúrgicos utilizados para la construcción, tales como alambroón, barras y rollos corrugados, se ha visto afectada también por la imposición de valores de referencia para la estimación del IVA y la exigencia de certificaciones técnicas costosas por parte de organismos marroquíes tales como el Servicio de Normalización Industrial Marroquí (SNIMA)<sup>9</sup>, el cual se encarga de expender el Certificado de Conformidad con las Normas para aquellos productos industriales sometidos a exigencias de calidad obligatorias, contenidas en las leyes de normalización<sup>10</sup>. Las tasas bases de cálculo aplicadas son fijas y se encuentran entre un 20% y 30% por encima del precio facturado. El sistema aduanero de Marruecos aplica factores multiplicadores de 8 000 dirhams / TN para el alambroón y 7 000 dirhams / TN para las barras y rollos corrugados. Por último, a partir del 02 de diciembre de 2013, las autoridades han establecido medidas salvaguardias definitivas para el alambroón y el acero corrugado por un periodo de cuatro (4) años y un aumento anual de 5% de los contingentes. Además, se estipula un derecho adicional específico de 0,55 dirhams/kg., por encima de 100 000 TM de alambroón y 28 000 TM de acero corrugado.

En cuanto a etiquetado, el Instituto Marroquí de Embalaje y Acondicionamiento (IMEC) es el órgano competente en materia de estándares especiales de etiquetado y embalaje. Las normas estipuladas por el IMEC afectan a alimentos en lata o envasados, bebidas, medicamentos y mercaderías peligrosas. Asimismo, desde 2006 se encuentra vigente el Decreto N° 4 795/311 publicado por la Dirección de Protección de Vegetales, de los Controles Técnicos y de la Represión del Fraude, referente al etiquetado de productos alimentarios. Esta normativa estipula que todos los productos agroalimentarios comercializados internamente, deben incluir en sus rotulas información del producto en lengua árabe y/o francés, a excepción de bebidas alcohólicas, productos étnicos o religiosos, materias primas destinadas para la transformación o acondicionamiento y las muestras comerciales.



**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

El etiquetado debe incluir los siguientes datos: • Nombre del producto • Nombre o razón social y la dirección del fabricante o importador • Lista de insumos y/o aditivos • Cantidad y/o peso neto • Fecha de fabricación y caducidad • Lugar de origen o procedencia Sin embargo, está permitido el re-etiquetado en lengua árabe para la importación de productos agroalimenticios en pequeños lotes y cuyo etiquetado en árabe dificulta los procesos técnicos y comerciales para los proveedores de origen, previo permiso de aduanas.

A la fecha, el Reino de Marruecos tiene siete (7) acuerdos comerciales vigentes con cincuenta y cinco (55) países. Destacan los tratados con grupos importantes como EFTA, la Unión Europea y la Liga Árabe, así como con otras economías como Estados Unidos, Turquía, Guinea, Chad, Argelia, Libia, Mauritania y Senegal. En tanto, para mercados de origen distinto, tales como Perú, Marruecos aplica aranceles NMF. En el caso de bienes no agrícolas el arancel promedio es de 23%, mientras que para productos agroindustriales, es de casi 42%.

La cooperación económica entre Marruecos y Perú es regulada por un acuerdo de preferencias arancelarias y aduaneras que prevé en realidad la aplicación del tratamiento de la nación la más favorecida en cuanto al comercio de bienes y servicios con arreglo a los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Los ámbitos de cooperación entre ambos socios se centran principalmente en la agricultura, las minas y el turismo.

Según los datos del Office des Changes del gobierno de Marruecos (2014), Perú es el 84 cliente y el 68 proveedor de Marruecos.

#### **Evolución de la balanza comercial según Marruecos hasta el 2014**

En millones de dirhams de Marruecos	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Exportaciones</b>	222,42	361,83	178,14	137,24	188,06
<b>Importaciones</b>	346,92	201,07	245,45	108,45	99,40
<b>Saldo</b>	-124,50	160,75	-67,30	28,78	88,65
<b>Tasa de cobertura en %</b>	64,11	179,94	72,57	126,54	189,18

**Fuente: Office de Changes**

#### **Principales productos exportados por Marruecos a Perú**

En millones de DHS	2013	2014	Evol%
Fosfatos	133,42	103,79	-22,21
Grasas y aceites de pescado	0	69,92	100
Pescado fresco, seco o ahumado	0	8,59	100
Mineral de cobre	0	4,98	100
Máquinas y aparatos agrícolas	0	0,52	100
Materias plásticas	0	0,07	100
Otros aceites vegetales crudos o refinados	0	0,05	100
Asientos, muebles, colchones y productos de iluminación (consumo)	0,028	0,03	100
Varios manufacturas de plástico	0	0,02	100

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**Principales productos importados de Perú**

En millones de DHS	2013	2014	Evol%
Frutas frescas o secas, congeladas o en salmuera	36,48	36,08	-1,11
Semillas, frutos y esporas para siembra	43,37	32,31	-25,48
Cinc y manufacturas de cinc	20,04	10,22	-49,00
Pescado fresco, seco o ahumado	0,00	9,04	100
Crustáceos y moluscos	3,31	5,63	70,20
Uvas o pasas	0,60	1,18	96,03
Colorantes y productos de bronceado	0,24	0,98	297,68
Verduras frescas, congeladas o en salmuera	0,55	0,70	27,25
Telas (consumo)	0,15	0,58	289,34

Fuente : Comercio Exterior y Office des Changes

- **EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIONES NTR DE PERÚ A MARRUECOS de enero a mayo de 2015 versus enero a mayo de 2016 según fuente peruana (SUNAT)**

Tras el análisis de las principales exportaciones No Tradicionales peruanas al Reino de Marruecos en el período comprendido de enero a mayo del presente año, versus el mismo período del año anterior se observa que las exportaciones del sector agro, con el mayor potencial de crecimiento para el Perú, han experimentado una positiva evolución, tanto en USD (153%), como en Volumen TM (140%) con respecto al mismo periodo del año anterior.

Cabe destacarse también que todos los demás subsectores, salvo químicos, que ha crecido algo en volumen, han caído. Destaca la caída en los sectores siderometalúrgico y pesquero, lo que sugiere la necesidad de promoción más proactiva en estos dos subsectores en particular.

**Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas****Oportunidades:**

Según el FMI las importaciones del Reino de Marruecos para el 2016 aumentarán un 6,24% respecto, a pesar que el El Banco de Marruecos ha dado a conocer unas cifras conservadoras de previsiones de crecimiento para 2016, situando el PIB de este año en un modesto 2,1 %.

- Efecto de pertenencia del Perú a la Alianza del Pacífico - AP. En cuanto a imagen, nos beneficia mucho nuestra pertenencia a este bloque, porque nos diferencia positivamente como una de las 4 economías más desarrolladas y amigables para con la los negocios internacionales en Latino América. Además De hecho en este primer semestre el Perú lidero la participación conjunta de los 4 países en la feria SIAM de Meknes 2016 <http://www.salon-agriculture.ma/> Eventualmente se podría hacer lo mismo en el segundo semestre en SIFEL Agadir en este 2016.
- Firma del acuerdo Comercial Transpacífico (TPP) en 2015 (junto a Chile y México, mas no Colombia), que potencia la capacidad del Perú de funcionar como puente entre la región Norte América - Asia Pacífico, que es la que más crece en el mundo.





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Según análisis realizado entre fuentes primarias y secundarias consideramos que los siguientes productos de agro y pesca peruanos tienen un particular potencial exportador:

- Paltas frescas o secas
- Mangos
- Café sin tostar, sin descafeinar
- Castañas
- Cacao en polvo, sin azucarar
- Demás preparaciones utilizadas para la alimentación animal
- Alubia común, seca y desvainada
- Ajos frescos o refrigerados
- Jengibre

Marruecos evidencia un importante potencial para productos del sector agroindustrial peruano, en especial si cumplen con la **certificación Halal**.

El café, producto catalogado como “estrella”, es una de las bebidas más consumidas en el país y ha experimentado un repunte en su demanda, especialmente en sus presentaciones gourmet, gracias a la mayor presencia de cadenas de cafeterías en ciudades turísticas y cosmopolitas como Casablanca, Marrakech y Rabat.

Asimismo, existe una creciente aunque limitada demanda de alimentos saludables evidenciado en el mayor número de restaurantes especializados en ensaladas en las principales áreas urbanas.

Frente a ello, productos de la oferta peruana como paltas, mangos, jengibre, ajos y café podrían tener una importante aceptación en este mercado.

Sin embargo, los productos orgánicos y de comercio justo aún no llaman la atención de los consumidores del país.

Los ingredientes foráneos o étnicos, desconocidos para la mayoría de consumidores, todavía son poco aceptados, a diferencia de otros mercados. Esto debido a que las familias prefieren mantenerse fieles a sus propios platos tradicionales elaborados a base de frutos secos, aceite de oliva, leche, harinas, menestras y especias.

#### Pesca

En cuanto al sector pesca, Marruecos tiene el más alto consumo per cápita de pescados y mariscos en África del Norte, el cual se sitúa entre 10 y 12 kg al año; sin embargo, sigue por debajo de la media mundial de 17 kg. Como respuesta, el gobierno busca incentivar la ingesta de alimentos, especialmente sardinas y mariscos, a través de diversas campañas publicitarias.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Es por ello que productos como colas de camarones y langostinos (estrella), pota congelada (estrella), anchoas saladas (estrella) y filetes congelados (estrella) muestran interesantes perspectivas en este mercado.

La importación de estos productos se encuentra permitida y únicamente para el caso de las conservas de pescado es necesario que presenten información sobre la presencia de alérgenos, en el caso de que los tengan, en sus etiquetas para poder ingresar a este mercado.

A su vez, las conservas de pescados y mariscos tienen una elevada popularidad entre los consumidores marroquíes, quienes las consideran como productos de primera necesidad.

A su vez, en su afán de innovar, los principales competidores se encuentran en la búsqueda de pescados nutritivos pero con bajo valor calórico, debido a la mayor demanda de productos que beneficien la salud por parte de los consumidores de mayores ingresos, principalmente.

#### Textiles

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. Los tipos de prendas de vestir usadas por los marroquíes van desde la chilaba<sup>11</sup> tradicional y el pañuelo en la cabeza, hasta trajes occidentales como camisas deportivas y minifaldas. Los adolescentes y los ejecutivos son segmentos interesantes para los fabricantes de ropa occidental, así como para tiendas especializadas de fast fashion como Zara y Mango. Las compras de estos artículos son impulsados básicamente por la marca, aunque el uso de imitaciones también es habitual. Pese a ello, existen oportunidades para prendas de vestir de alta calidad y de diseño para consumidores de los niveles socioeconómicos más altos. Prendas de algodón de todo tipo son las más demandadas y con mayores oportunidades, aunque existen preferencias por el algodón africano debido a su menor costo y al apoyo indirecto a las comunidades productoras de algodón para la confección de las túnicas tradicionales beréberes holgadas con capucha que cubren desde el cuello hasta el tobillo.

#### Manufacturas

Las oportunidades en el sector manufacturas diversas son múltiples. En primer lugar, el crecimiento de la construcción ha impulsado la demanda de materiales y acabados para el sector. Productos tales como baldosas, azulejos y revestimientos cerámicos (estrella) y mármol, travertinos y alastro (estrella) muestran importantes participaciones y crecimientos dentro de las importaciones marroquíes, pese a las barreras no arancelarias existentes en el caso de los primeros.

Por otro lado, la emergente industria del plástico -ha impulsado la demanda de materias primas tales como placas, hojas y bandas de polímeros de etileno (estrella) y de propileno (estrella) para la producción de envases y embalajes. Cabe agregar que el país importa la mayoría de la materia prima, ya que la producción de semimanufacturas de plástico local es reducida.

#### Resumen oportunidades para exportaciones no tradicionales del Perú al 2015

En lo referente a oportunidades de crecimiento en exportación de productos frescos de agro exportación no tradicional del Perú en contrastación, en forma similar al



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

comportamiento observado en España (Marruecos y España, dada su cercanía geográfica y cultural, comparten clima y hasta cierto punto también gustos), vemos oportunidades para los siguientes productos hortofrutícolas frescos peruanos: paltas, mangos, arándanos y otros berries, granadas, uvas, cítricos, principalmente mandarinas tipo Tango, cacao, café y ciertas frutas deshidratadas como castañas.

Se vislumbran también a priori oportunidades para el sector pesquero: Anchovetas en conservas; globitos y pota (productos congelados, secos y salados).

En cuanto a oportunidades en el subsector moda-textil, se debe aprovechar mejor la oferta peruana dirigida a las élites marroquíes, adaptando los productos peruanos a los gustos locales, en particular en lo que se refiere al segmentos niños y bebés en confecciones de calidad con alto valor agregado y diseños - bordados.

En el sector manufacturas, según las últimas cifras de comercio exterior entre ambos países, se observan oportunidades significativas en los subsectores maderas, químicos y siderometalúrgico.

#### **Amenazas y Factores adversos del entorno local e internacional que afectan a las exportaciones peruanas y a la competitividad:**

Desaceleración paulatina del crecimiento de la economía marroquí ligada a la zona Euro y relativo encarecimiento de nuestras exportaciones ligadas a la zona dólar USD. El dólar se ha fortalecido frente al Euro en el último trimestre.

- La menor devaluación del Sol peruano respecto a las monedas de nuestros competidores en la región latinoamericana, que nos hace ser relativamente más caros en términos comparativos para la exportación de ciertos productos.

#### **REGULACIONES DE ACCESO**

- Acuerdos firmados:
  - Acuerdo Comercial firmado en Rabat, el 18/06/2003;
  - Acuerdo Marco de Cooperación y Desarrollo Sostenido del Turismo, firmado en Rabat el 17/03/2004.
  - Acuerdo de Cooperación Económica Científica y Técnica, firmado en Lima el 30/11/2004.
- Acuerdos ya entrados en vigor:
  - Acuerdo de Cooperación en Materia de Pesca Marítima, firmado en Lima el 08/01/2003
  - Acuerdo sobre la cooperación Económica Científica y Técnica ;
  - Acuerdo entre el INRH y el Instituto del Mar de Perú (IMARPE) ;
  - Acto de hermanamiento entre Dakhla y la ciudad de Ica;
  - Acuerdo entre CGEM y su homólogo peruano CONFIEP

Según el ministro marroquí de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Salah Eddine Mezouar, Marruecos y Perú iniciarán negociaciones en un futuro cercano un proyecto de Acuerdo de Libre Comercio (ALE) cuyo objetivo es dar un nuevo impulso al comercio bilateral.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

### 1.1.1 PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

#### México

La Agencia de Promoción del Comercio y las Inversiones en México – ProMéxico - dispone de una oficina de reciente implantación en Casa Blanca. La misma está dirigida por Daniell Pellat Thome y atiende otros países de África Subsahariana (Costa de Marfil, Mali, Ghana y Senegal).

<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/casablanca>

<http://empresaexterior.com/not/51281/promexico-inaugura-oficina-de-representacion-en-el-exterior-en-casablanca-marruecos/>

#### CHILE

ProChile también cuenta con oficinas en la misma dirección que México. Desde estas oficinas se pretende atender también a los mercados de Argelia y Túnez.

<http://www.prochile.gob.cl/prochile-en-el-mundo/?pais=113>

<http://www.prochile.gob.cl/noticia/director-de-prochile-realiza-gira-a-marruecos-tunez-y-argelia/>

## 1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

### 1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

En el segundo trimestre se ha realizado una sola actividad por parte de la nueva OCEX Casablanca en inaugurada a comienzos de este año, cuyos datos de contacto son los siguientes:

OCEX Perú - Bureau Commercial du Pérou - Casablanca

Adresse: RegusTwinTowers , angle Bd Zerktouni et Bd Massira, 17ème étage, bureau 707

Téléphone: 00 212 522 958 403 / Fax: 00 212 522 958 023 / Email: [bmunoz@oficinacomercialperu.es](mailto:bmunoz@oficinacomercialperu.es)

Participación colectiva Alianza del Pacífico (Peru, Chile, Colombia y México) en la sección internacional de la 11ª edición del Salón Internacional de la Agricultura de Marruecos - Siam del 26 de abril al 1 de mayo en la ciudad de Meknes

<http://www.salon-agriculture.ma/>

En la edición de este año se ha contado con un stand de oferta exportable de la Alianza del Pacífico (Pabellón colectivo de Perú, México, Colombia y Chile) liderado por Perú al tener la presidencia pro témpore. EL CEC de OCEX España y Marruecos estuvo personalmente presente en el stand.

La representación de la Alianza del Pacífico se ha situado en el Pabellón Internacional. La finalidad, fue la de promover y comercializar los principales productos de agro exportación de los 4 países, en particular la palta, y acercarse al cliente marroquí, para conocer de primera mano sus necesidades y su interés en otros productos.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**Cuadro resumen de actividades realizadas I Semestre**

Actividad	N° de empresas / personas atendidos
Participación colectiva Alianza del Pacífico (Peru, Chile, Colombia y México) en la feria Siam Meknes 26 de abril al 01 mayo 2016	34
Degustación de Gastronomía Peruana en la Embajada del Peru en Rabat ante 80 invitados (importadores, personalidades económicas y políticas, mas cuerpo diplomático)	80
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>

En líneas generales, podemos calificar esta feria como una de las más importantes de Marruecos, tanto en calidad y cantidad de expositores, como en asistencia de visitantes. Es además el evento que cuenta con el mayor peso político al contar con la presencia y apoyo del rey.

El SIAM ha contado con una fuerte presencia institucional, encabezada por el príncipe Moulay Hassan que inauguró el evento.

En esta edición se ha valorado muy positivamente la fuerte presencia de expositores extranjeros que representaron a 63 países y 1.200 expositores.

En la edición 2016 de SIAM los Emiratos Árabes Unidos han sido el país invitado y destaca la experiencia de este país, amigo y socio de Marruecos en el campo de las Palmeras de dátiles y la gestión de los recursos hídricos.

**Recomendaciones para participar en próximas ferias marroquíes**

- Es muy aconsejable planear con tiempo la introducción de los productos del stand en el país para no tener ningún tipo de problema en la aduana.
- Conseguir una buena comunicación con los clientes potenciales es más sencillo si el representante que envíe la empresa habla francés y árabe, o se cuenta con los servicios de un intérprete.
- En lo referente a la promoción en forma de folletos y publicidad, se aconseja que esta esté disponible en francés y en árabe.
- Planificar el seguimiento de los contactos realizados durante la feria; en Marruecos las negociaciones suelen ser largas y hay que realizar un seguimiento continuo de los posibles clientes para obtener resultados adecuados.

Para mayores datos ver informe adjunto.

**Conclusiones y Recomendaciones referidas al evento**

Se constata que la feria está evolucionando hacia la especialización sectorial que justifica que para empresas con experiencia en el país sea recomendable la localización especializada por sectores.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Cabe destacar que, tratándose de un evento de seis días, sólo tres días son claramente profesionales. El primer día el recinto se encuentra cerrado por la inauguración real. Por otra parte, los fines de semana son abiertos al público y se produce una avalancha de familias y curiosos.

El mercado en todo caso sigue en manos de países europeos, sobre todo Francia, España, Italia, Alemania y Turquía si seguimos las tendencias que nos muestran las estadísticas comerciales.

Se explica en todo caso por las ventajas que aportan los acuerdos de libre comercio que se firmaron en su momento.

Los puntos fundamentales que podemos destacar en la Feria SIAM, en general, el cliente marroquí, han recibido la apertura de una oficina comercial que representa a Perú en Casablanca, de una forma muy positiva, puesto que están interesado en comprar el producto fresco peruano (sobre todo palta y mango) pero también sus semillas, y las plantas mismas.

Les interesaría comprar directamente a Perú, sin tener que pasar por intermediarios de Francia o España.

El cliente marroquí ha mostrado mucho interés en la compra de los productos peruanos, a condición de

Recibir un asesoramiento, y acompañamiento, hasta el cierre de la operación para la realización del negocio, puesto que los potenciales compradores contactados en esta feria no están familiarizados con la idea de comprar fuera de Europa.

Se sugiere continuar con participaciones en ferias y organizar con anticipación reuniones B2B con los principales compradores potenciales de Marrueco, con ayuda de un experto en el mercado.

Se sugiere hacer visitas previamente a las instalaciones del potencial importador distribuidor.

Es necesario averiguar más datos sobre la competencia local y extranjera.