

---

2018



# El mercado de las frutas y verduras frescas en Marruecos

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Casablanca

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS  
DE MERCADO

30 de junio de 2018  
Casablanca

Este estudio ha sido realizado por  
Carlota Mollá Pérez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Casablanca.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



La agricultura y la agroindustria suponen un motor imprescindible para la economía de Marruecos ya que contribuyen notablemente al desarrollo socio-económico del país, crea empleo y es clave para los intercambios exteriores. Concretamente, el sector agrícola aporta un 14% al PIB marroquí y emplea a más del 40% de la población activa y un 74,5% de la población rural. De esta manera, la economía del país tiene una gran dependencia del rendimiento del sector agrícola así como de las condiciones climáticas del país, debido a la escasa modernización que tiene el sector agrícola en Marruecos.

Por esta razón, desde 2009 el gobierno marroquí está llevando a cabo el Plan Maroc Vert cuyo objetivo es, teniendo en cuenta la importancia que tiene la agricultura en el país; situar al sector agrícola como prioridad para así contribuir al desarrollo de la economía y a la modernización del sector en su conjunto, reducir la pobreza, mantener la población en la zona rural, crear empleo y fomentar las exportaciones e inversiones nacionales y extranjeras.

En cuanto a la producción local, en la campaña 2015/2016 el Ministerio de Agricultura estimó una producción agrícola global de 31.406.000 toneladas. Por el lado del sector de las frutas y verduras, la producción media fue de 11,5 millones de toneladas entre frutas y verduras. De esta manera, el sector tiene un gran peso dentro del sector agrícola debido al empleo y los ingresos que genera para los distintos operadores del sector, la superficie que ocupa, su contribución al PIB nacional así como su peso en los intercambios exteriores.

Por otra parte, gracias a las condiciones climáticas del país, se producen una gran cantidad, en volumen y variedad, de frutas y verduras, donde predominan el cultivo de tomates y frutas cítricas, entre otros. Gracias al Plan Maroc Vert, la producción de productos agrícolas ha mejorado considerablemente así como la calidad de los mismos, incluyendo las frutas y verduras. De este modo, la producción nacional de frutas y verduras satisface a un 80 % de la demanda nacional, siendo el resto de importación.

En cuanto a la balanza comercial, esta es superavitaria en todo el periodo analizado, por lo que las exportaciones de frutas y verduras son mayores a las importaciones. Por el lado de las importaciones, los productos que han experimentado un crecimiento mayor son; las cebollas, pepinos y pepinillos, guisantes, calabazas y calabacines, mangos, fresas, kiwis y caquis, entre otros. Por otro lado, las exportaciones han experimentado un crecimiento en parte debido al Plan Maroc Vert que ha contribuido positivamente a la producción agrícola así como a la calidad de los productos. El principal destino de las exportaciones de frutas y verduras marroquíes es la Unión Europea, seguido de Rusia y América del Norte.

Con respecto a la demanda, está en un constante cambio debido al incremento progresivo de la renta per cápita de la población así como al proceso de urbanización del país, factores que facilitan el acceso a canales de distribución modernos y al consumo de masas, lo que supone la apertura de nuevos establecimientos y un cambio en los patrones de consumo, sobre todo en los núcleos más urbanos.



No obstante, no existe un solo patrón en el consumo y es necesario hacer una distinción entre la población con renta más elevadas y aquella con rentas más bajas, que supone alrededor del 15% el 85% respectivamente. También difiere el consumo en función de la región, ya que en los núcleos más urbanos tienen lugar compras más formalizadas y en comercios minoristas más modernos, donde se encuentran por norma general los productos de importación, al contrario que en las zonas rurales donde reina el comercio tradicional que en muchas ocasiones se trata de comercio informal.

Por el lado del gasto de los hogares, este también se ha visto afectado por la creciente renta per cápita y la incipiente clase media. Estos factores favorecen el gasto de la población en alimentación, que actualmente represente el 45% del gasto de los hogares marroquíes y de dicho gasto el 5% va destinado a frutas y el 10% a verduras frescas. Además, se ha experimentado un creciente interés de la población marroquí por productos que sean saludables y de bienestar, especialmente entre los más jóvenes.

Además, el factor decisivo para la compra de frutas y verduras del consumidor medio marroquí es el precio y otros factores como el envase o el origen del producto son secundarios en el momento de la decisión de compra.

En lo que respecta al precio, es difícil conocer los márgenes del sector debido al gran número de intermediarios que intervienen en la cadena de distribución de las frutas y las verduras. Igualmente, el precio de venta final varía considerablemente en función del punto de venta y de los precios establecidos en el mercado mayorista, que fluctúan diariamente en función de la oferta y la demanda. Asimismo, los precios varían en función de las grandes ciudades y el medio rural además del poder adquisitivo.

La distribución de frutas y verduras es compleja y no existe una estructura clara y transparente ya que las opciones son numerosas tanto si se trata de producto importado como si es local. Actualmente el comercio tradicional (*épicerías, souks, medina*) pesa más que la distribución moderna pero la aparición de los supermercados y grandes superficies ha supuesto un cambio en los modelos de consumo de la población marroquí y existe una tendencia hacia modelos de consumo más modernos apoyada por el programa Rawaj 2020 que tiene como objetivo modernizar y desarrollar el comercio y la distribución en Marruecos.

Así pues, el sector de las frutas y las verduras tiene perspectivas de crecimiento en Marruecos, en parte debido a la buena campaña agrícola que se espera en el 2018 gracias a las buenas condiciones climáticas junto con el crecimiento de la clase media y los puntos de venta en todo el país.

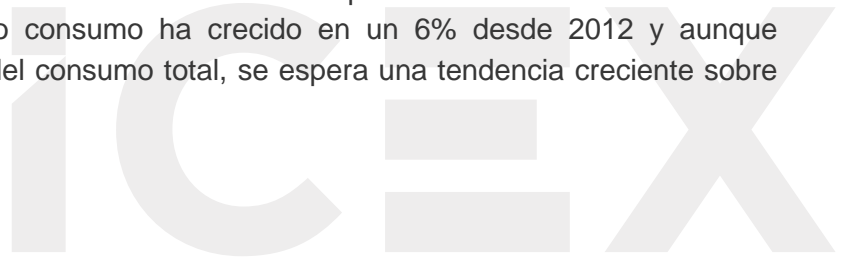
No obstante, uno de los retos más importantes del sector es la lucha contra el comercio informal ya que aunque la producción y el consumo aumenten, la venta informal afecta negativamente al sector en su conjunto.



Lo mismo ocurre con el mercado mayorista, ya que es necesario modernizar y reformarlo de modo que se optimice el canal de distribución y dar más trazabilidad al comercio de frutas y verduras en todo el país.

En cuanto a las oportunidades en el sector, a pesar de que el 80% de la demanda se satisfaga con producción local, existen oportunidades para las empresas españolas. Principalmente debido a la cercanía geográfica que facilita la logística de los productos, factor muy importante teniendo en cuenta que se trata de productos perecederos. Además, y gracias al Acuerdo de Asociación con la UE, existen rebajas arancelarias para la mayoría de los productos objeto de este estudio.

Finalmente, existen oportunidades para las frutas tropicales y para los productos fuera de temporada. También hay oportunidades en el marco de las licitaciones debido a la necesidad de la reestructuración y modernización del sector y además las empresas españolas que quieran dirigirse a un segmento medio-alto pueden encontrar oportunidades ofreciendo un valor añadido en aquellos productos que no cuentan con un empaquetado adecuado ya que en segmentos más altos sí que se valora estos factores así como la calidad de los productos. Lo mismo ocurre con las frutas y verduras orgánicas, cuyo consumo ha crecido en un 6% desde 2012 y aunque representen una parte muy pequeña del consumo total, se espera una tendencia creciente sobre todo en zonas más urbanas.



<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>del producto español</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad y diversidad de los productos</li> <li>- Know-how del sector</li> <li>- Controles de calidad elevados y transparentes</li> <li>- Calidad estructuras productivas</li> <li>- Amplio calendario de producción</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p style="text-align: center;"><b>del mercado marroquí</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento red de distribución moderna</li> <li>- Poco valor añadido en el producto</li> <li>- Falta de cadenas de frío efectivas</li> <li>- Reestructuración y modernización del sector</li> <li>- Aumento del poder adquisitivo</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p style="text-align: center;"><b>del producto español</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precio más elevado</li> <li>- Coincidencia del calendario de producción en muchos productos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>del mercado marroquí</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mayores costes derivados de la distribución moderna</li> <li>- Comercio informal</li> <li>-Medidas proteccionistas para algunos productos agrícolas</li> </ul>

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece  
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar  
la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

[www.icex.es](http://www.icex.es)

