

Estudio de mercado para productos pesqueros en Marruecos



PROMPERÚ, 2025

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia de Mercados y Prospectiva Comercial

Departamento de Inteligencia de Mercados

Coordinador: Franck Pucutay Vásquez

Supervisado por: Andrés Bravo Ochoa

Estudio desarrollado por: Ferry Böhnke Consulting

Equipo de trabajo: Ferry Böhnke

Diseño y contraportada: PROMPERÚ

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos.

ÍNDICE

I. Resumen Ejecutivo	5
II. Alcance del Estudio Especializado	6
III. Análisis de Producto (s).....	7
3.1. Descripción del Sector.....	7
3.2. Partidas Arancelarias	8
3.3. Oferta Exportable Perú	8
3.3.1. Producción nacional Perú	8
3.3.2. Estacionalidad en Perú.....	10
3.3.3. Exportaciones de Perú	11
IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino	12
4.1. Producción del producto (s) en el mercado destino.....	12
4.2. Exportaciones del producto (s) del país de destino	13
4.3. Importaciones del país de destino del producto(s)	16
4.3.1. Importaciones de listados y/o bonitos congelados (SH06 0303.43).....	18
4.3.2. Importaciones de merluzas congeladas (SH06 0303.66).....	19
4.3.3. Importaciones de anchoas en salazón o en salmuera (0305.63).....	21
4.3.4. Importaciones de camarones y/o langostinos congelados (0306.17)	22
4.3.5. Importaciones de calamares congelados (0307.43).....	24
4.3.6. Importaciones de Preparaciones de Surimi (1604.20).....	26
4.4. Estacionalidad de las importaciones del mercado de destino.....	27
4.4.1. Estacionalidad de listados y/o bonitos congelados.....	27
4.4.2. Estacionalidad de merluza congelada.....	27
4.4.3. Estacionalidad de anchoas en salazón y/o salmuera.....	28
4.4.4. Estacionalidad de camarones y/o langostinos congelados	28
4.4.5. Estacionalidad de calamares y/o potas congeladas.....	28
4.4.6. Estacionalidad de preparaciones de surimi.....	29
4.5. Exportaciones de productos pesqueros de Perú a Marruecos.....	29
4.6. Análisis de la competencia	30
4.6.1. Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado de destino	30
4.6.2. Principales Empresas Exportadoras a Marruecos.....	30
V. Análisis de la Demanda	31
5.1. Perfil del Consumidor.....	31
5.2. Análisis de Tendencias	33

5.3.	Variedades Consumidas	35
5.4.	Presentaciones y Precios al Consumidor Final.....	36
5.5.	Percepción de la Oferta Peruana.....	38
VI.	Requisito de Acceso al Mercado.....	39
6.1.	Medidas Arancelarias	39
6.2.	Medidas No Arancelarias	39
6.2.1.	Medidas Técnicas	39
6.2.2.	Medidas No Técnicas	40
6.3.	Normas Privadas.....	41
VII.	Logística.....	41
7.1.	Canales de Distribución.....	41
7.1.1.	Rutas de Acceso.....	42
7.1.2.	Costos Logísticos y Principales Agencias de Transporte.....	43
7.2.	Canales de Comercialización.....	43
7.2.1.	Gran Distribución	43
7.2.2.	Canal HORECA	44
7.2.3.	E-Commerce	44
VIII.	Actividades de Promoción Comercial.....	44
8.1.	Ferias y Exhibiciones.....	44
8.2.	Publicaciones Especializadas	45
8.3.	Otras Actividades de Promoción	46
IX.	Contactos de Interés	46
9.1.	Institucionales	46
X.	Conclusiones y Recomendaciones	48
10.1.	Conclusiones.....	48
10.2.	Recomendaciones	50
XI.	Perfiles de Compradores.....	52
XII.	Bibliografía.....	52

I. Resumen Ejecutivo

Este estudio analiza las oportunidades comerciales para los productos pesqueros peruanos en Marruecos, con énfasis en especies priorizadas por PROMPERÚ como calamar gigante (pota), merluza congelada, langostinos (*vannamei* y *muelleri*), listados/bonitos, anchoas en salazón y preparaciones de surimi. A pesar de ser un importante exportador regional, Marruecos ha incrementado significativamente sus importaciones en los últimos cinco años, alcanzando los USD 277 millones en 2024. Este dinamismo responde tanto al crecimiento del consumo interno como a su posicionamiento como hub de reprocesamiento hacia Europa, aprovechando su proximidad geográfica, bajos costos logísticos y su industria transformadora bien desarrollada.

Objetivos del estudio

- Identificar y caracterizar las tendencias de importación, consumo y procesamiento de productos pesqueros en Marruecos.
- Analizar el comportamiento estacional de la demanda y las oportunidades comerciales vinculadas a ciclos productivos y de consumo.
- Evaluar la oferta peruana priorizada y su potencial de ingreso al mercado marroquí en función de formatos, precios, estacionalidad y competencia.
- Detectar brechas de presencia comercial del Perú en Marruecos y proponer líneas estratégicas de acción para su posicionamiento.
- Identificar actores clave (importadores, procesadores, distribuidores) y canales de entrada para los productos pesqueros peruanos.

En este contexto, productos como los langostinos congelados (USD 41 millones en 2024), calamares y potas (USD 81 millones), merluza congelada (USD 10 millones) y anchoas en salazón (USD 15 millones) destacan por su alto dinamismo, consolidando a Marruecos como uno de los mercados más atractivos para estos insumos. Perú ha logrado posicionarse como proveedor relevante de pota, mientras que sus envíos de merluza, anchoas y surimi empiezan a mostrar potencial de crecimiento. Las preferencias del mercado se orientan a formatos industriales —como mantos, filetes y anillas en pota; y whole round en merluza— destinados principalmente al procesamiento y posterior reexportación, aunque también hay una creciente demanda del canal HORECA.

En 2024, las exportaciones pesqueras peruanas a Marruecos alcanzaron USD 7 millones, con un crecimiento promedio anual de 33.5% desde 2020. El 86% de estas ventas correspondió a productos congelados, especialmente pota (USD 5 millones), mientras que la merluza (USD 912 mil) y las anchoas en salazón (USD 973 mil) mostraron avances importantes. Entre las empresas peruanas más relevantes se encuentran PROANCO, LMP, Thaxu Export y Fernández SRL, que han colocado principalmente pota en diferentes presentaciones. Además, se identifican actores clave en la contraparte marroquí, como Groupe Unimer (*La Monegasque*), Meat Corp, Iberconsa y plantas reprocesadoras en Agadir y Laâyoune.

La demanda pesquera en Marruecos presenta estacionalidad marcada por factores religiosos (*Ramadán*), climáticos y por el calendario de exportación. Entre abril y agosto se registran los mayores picos de importación, especialmente de langostinos, cefalópodos y productos reprocesables. Esta estacionalidad, junto con el interés por diversificar proveedores y la infraestructura ya instalada para el reprocesamiento, abre oportunidades claras para el Perú. La clave para consolidar presencia está en ofrecer formatos adaptados a la industria local, establecer relaciones comerciales estables y aprovechar las ventanas de demanda estacional mediante acciones promocionales e institucionales.

II. Alcance del Estudio Especializado

El presente estudio especializado tiene por alcance la identificación y análisis de oportunidades comerciales en el mercado marroquí para productos pesqueros peruanos con potencial exportador. El estudio se limita exclusivamente al mercado de Marruecos y considera tanto el análisis cuantitativo del comercio exterior (producción, importaciones, exportaciones y estacionalidad), como una evaluación cualitativa basada en entrevistas presenciales a actores clave de la cadena comercial.

Las actividades contempladas se desarrollaron en territorio marroquí e incluyeron visitas a centros de distribución, mercados minoristas, supermercados, procesadoras y empresas importadoras. Asimismo, se realizaron entrevistas presenciales en profundidad a un total de ocho potenciales compradores previamente seleccionados, con sede en ciudades clave como Agadir, Casablanca, Mohammédia y Rabat, las cuales concentran el grueso del consumo, distribución y procesamiento de productos hidrobiológicos en el país.

El estudio considera los siguientes componentes:

- Elaboración de una base de datos inicial de 15 empresas marroquíes del rubro pesquero (importadores, distribuidores, procesadores, mayoristas), priorizadas por su capacidad de compra, cobertura comercial e interés en la oferta peruana.
- Desarrollo de perfiles detallados de 8 empresas seleccionadas, incluyendo información estratégica de contacto, líneas de producto, requerimientos de compra, percepción sobre productos peruanos, y nivel de interés en iniciar relaciones comerciales.
- Diagnóstico de las tendencias de consumo, perfil del consumidor y comportamiento estacional de la demanda marroquí en los segmentos objetivo.
- Revisión de la estructura de la cadena comercial, análisis de competidores, principales proveedores internacionales, y evaluación de los requisitos de acceso al mercado (aranceles, certificaciones, normas técnicas y privadas).
- Identificación de oportunidades por producto, con énfasis en las líneas priorizadas por PROMPERÚ: pota cruda congelada, merluza congelada, langostinos (*vannamei* y *muelleri*), listados/bonitos, anchoas en salazón y preparaciones de surimi

- Formulación de recomendaciones para el posicionamiento de la oferta peruana, considerando estrategias de ingreso, formatos demandados, ventanas estacionales y canales de comercialización más efectivos.

El estudio se desarrolló en un plazo de 120 días calendario y tuvo como entregables parciales una base de datos, un reporte de mercado segmentado por capítulos, perfiles empresariales y una presentación ejecutiva en formato PowerPoint. Todo el contenido fue elaborado en idioma español y presentado conforme a los lineamientos del Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ.

III. Análisis de Producto (s)

3.1. Descripción del Sector

Perú cuenta con una oferta pesquera exportable diversa y de alta calidad. Entre sus principales productos destacan pescados congelados y procesados, como la anchoveta, el bonito, el jurel, la merluza y el mahi mahi, así como cefalópodos (pota, calamar y pulpo), moluscos (vieiras) y crustáceos (langostinos). Además, en los últimos años, ha desarrollado algunos productos de valor agregado, como surimi, mixturas y preformados, respondiendo a la creciente demanda de los mercados internacionales.

En 2024, las exportaciones pesqueras totales de Perú alcanzaron los USD 3.6 mil millones. De este total, el 64% correspondió a productos primarios, como el aceite y la harina de anchoveta; mientras que el 36% restante se destinó a productos para consumo humano directo. Entre estos últimos, destacaron la pota (USD 340 millones), los langostinos (USD 180 millones), el jurel (USD 139 millones), las vieiras (USD 122 millones) y el mahi mahi (USD 105 millones). También fueron relevantes productos como el atún, las ovas de pez volador, la trucha, el pulpo y el bonito, así como otros con envíos menores, como la caballa, la merluza y la anguila¹.

Por otro lado, las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo hacia Marruecos sumaron USD 7 millones en 2024, posicionando al país como el vigésimo tercer (23º) destino. Entre los productos más demandados destacaron los subproductos congelados de pota, como filetes, mantos y anillas (USD 5 millones), las anchoas en salazón (USD 1 millón), los filetes congelados de mahi mahi (USD 293 mil), la merluza HG congelada (USD 0.9 millones) y, en menor medida, el jurel entero congelado (USD 62 mil).

¹ SUNAT - PROMPERÚ

3.2. Partidas Arancelarias

Cuadro 1 – Partidas arancelarias de la oferta exportable peruana priorizadas para el presente estudio

Subpartida HS10	Descripción	Proveedor / Participación 2024
0303.43.00.00	Atún listado congelado y bonito rayado	España (37%), Senegal (25%) & Seychelles (14%)
0303.66.00.00	Merluzas del tipo “Merluccius spp.” congeladas	España (61%), Perú (10%) & Portugal (9%)
0305.63.00.00	Anchoas en salazón o en salmuera, sin secar	España (54%), Argentina (33%) & Perú (9%)
0306.17.00.90	Otros camarones pelados, congelados	Ecuador (70%), China (8%) & Argentina (6%)
0307.43.90.30	Calamares congelados, incl. pelados, ahumados, cocidos antes o durante el ahumado	Islas Malvinas (68%), China (9%) & Perú (9%)
1604.20.00.05	Preparaciones de surimi	España (38%), China (23%) & Francia (20%)

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las subpartidas arancelarias nacionales seleccionadas por PROMPERÚ para el presente estudio se enfocan en productos pesqueros con alto potencial de exportación hacia Marruecos, considerando la creciente demanda del mercado, el volumen de sus importaciones, y la capacidad de Perú para abastecer estos productos. A través del análisis de las importaciones, se observa una fuerte demanda de especies como el atún listado / bonito congelado, las merluzas, las anchoas en salazón, los camarones pelados congelados, los calamares congelados y las preparaciones de surimi, áreas en las cuales Perú tiene una oferta competitiva.

Perú ya es un proveedor importante en varias de estas subpartidas, lo que abre una oportunidad estratégica para consolidar la oferta, expandirla y diversificarla hacia otros productos en los que aún no se tiene una participación significativa.

3.3. Oferta Exportable Perú

3.3.1. Producción nacional Perú

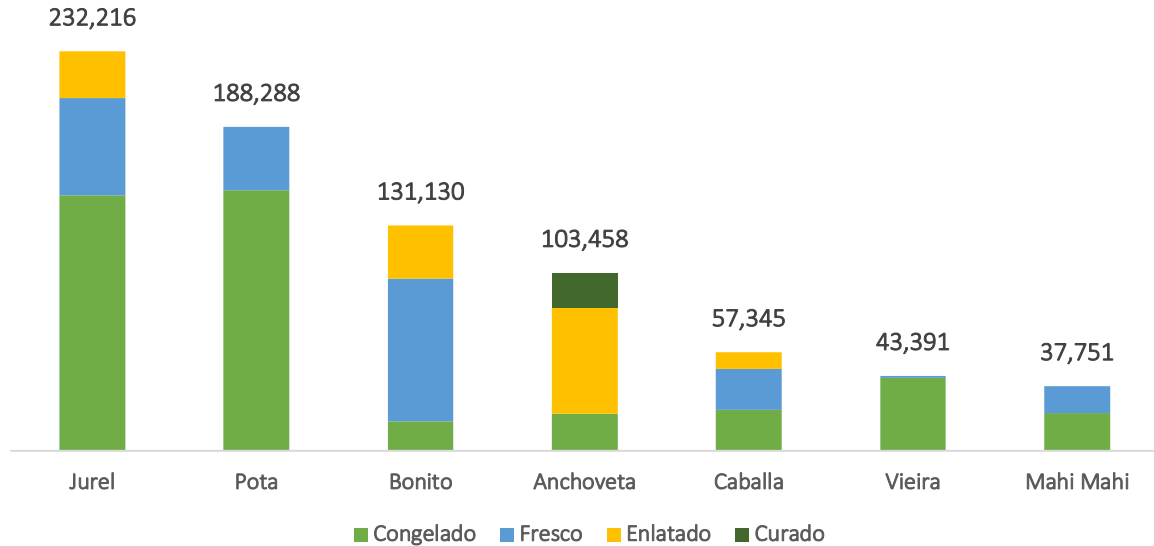
Perú se posiciona como uno de los cinco principales productores pesqueros a nivel mundial. En 2023, el sector pesquero peruano estuvo compuesto por 4,654 empresas, con una distribución geográfica que refleja el dinamismo de esta industria en diversas regiones del país. De estas empresas, 1,318 se encuentran en Piura, 1,096 en Lima, 300 en Áncash, 251 en Lambayeque y 223 en Puno, lo que muestra no solo la relevancia económica del sector sino también su alcance a lo largo del territorio nacional².

En cuanto a los desembarques, en 2024, Perú alcanzó un total de 5.8 millones de toneladas métricas, de las cuales el 80% se destinó a la producción de aceite y harina de pescado, productos de alta demanda en la industria de alimentos para animales. El 20% restante fue destinado al consumo humano directo, con productos como jurel, caballa, bonito, pota y otras especies que también son de gran interés en mercados internacionales como el mahi mahi. De acuerdo con la FAO, el sector pesquero peruano no solo es fundamental

² Ministerio de la Producción del Perú - PRODUCE

para la economía nacional, sino que también se ha destacado por su eficiencia en el uso de recursos marinos.

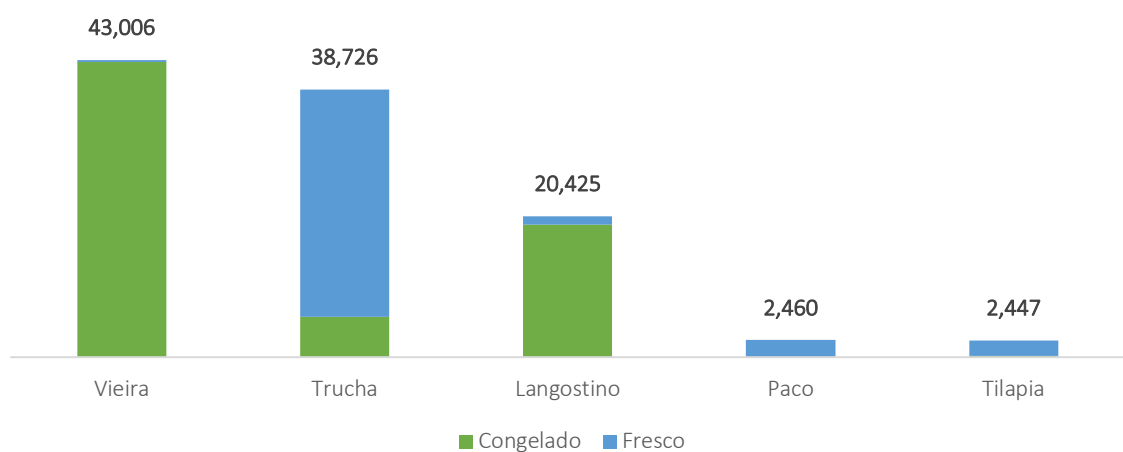
Gráfico 1 – Desembarques de productos pesqueros peruanos destinados al consumo humano directo en 2024, según su tipo de utilización (expresado en TM)



Fuente: Ministerio de la Producción del Perú - PRODUCE

El **Gráfico 1** muestra los desembarques de los principales productos pesqueros peruanos destinados al consumo humano directo en 2024, destacando al jurel como el líder con 232,216 toneladas métricas, mayormente en su forma congelada. Le siguen la pota con 188,288 TM y el bonito con 131,130 TM, ambos con una considerable proporción de su volumen en estado congelado. La anchoqueta, aunque no es un producto de gran volumen para consumo directo, registra 103,458 TM, siendo principalmente enlatada, con 26,937 TM de su producción en este formato. Otros productos como la caballa, la vieira y el mahi mahi tienen menores volúmenes, con 57,345 TM, 43,391 TM y 37,751 TM, respectivamente.

Gráfico 2 – Producción acuícola peruana por especie y tipo de utilización en 2024 (Expresado en TM)



Fuente: Ministerio de la Producción del Perú - PRODUCE

De acuerdo con el **Gráfico 2**, la producción acuícola peruana en 2024, solo la trucha, el langostino vannamei y la vieira (*agropecten purpuratus*) se destinan a la exportación de manera masiva. La vieira lidera con 43,006 TM, seguida de cerca por la trucha con 38,726 TM, y el langostino con 20,425 TM, siendo estos productos predominantemente congelados, lo que facilita su exportación a mercados internacionales. En contraste, especies como el paco y la tilapia tienen una producción mucho menor, con 2,460 TM y 2,447 TM respectivamente, y se destinan mayormente al consumo interno.

3.3.2. Estacionalidad en Perú

En esta sección se analizará la estacionalidad de la producción pesquera peruana de los productos priorizados por PROMPERÚ en Marruecos. El análisis se centrará en las tendencias de producción y disponibilidad de productos como los atunes listados / bonitos congelados, las merluzas congeladas, las anchoas en salazón o en salmuera, los langostinos (tanto vannamei de acuicultura, como p. muelleri de reprocesamiento), potas congeladas y surimi de pescado (anchoveta o merluza).

Cuadro 2 – Estacionalidad en la producción pesquera peruana de productos priorizados para el mercado marroquí

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Atunes listados y bonitos	X	X	X	X	X					X	X	X
Merluza	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>L. Vannamei</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>P. Muelleri</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Anchoas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pota o <i>Dosidicus Gigas</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Surimi de pescado	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Seafood Peru / PROMPERÚ

La estacionalidad de la producción pesquera peruana varía significativamente dependiendo de si los productos provienen de acuicultura o de captura, como se observa en el **Cuadro 2**.

En cuanto a los productos de acuicultura, como el langostino vannamei, la producción sigue ciclos programados de cultivo, lo que permite una disponibilidad relativamente constante durante todo el año. Esto asegura que la oferta sea estable para los mercados. En el caso del langostino muelleri, aunque es una especie salvaje, su proceso de captura y posterior reprocesamiento en Perú también contribuye a una oferta más controlada, aunque su disponibilidad sigue siendo susceptible a factores climáticos que afectan su captura en Argentina.

Por otro lado, los productos de captura, como el bonito, la merluza y la pota, presentan una mayor variabilidad en su disponibilidad. Esto se debe a que su captura está

fuertemente influenciada por fenómenos climáticos y oceanográficos que alteran su distribución y abundancia.

3.3.3. Exportaciones de Perú

Cuadro 3 – Evolución de las exportaciones peruanas de productos pesqueros por categoría (2020-2024) (Expresado en Miles de USD)

Categoría	2020	2021	2022	2023	2024	Var. % 24 - 23	Part. % 2024
CHI	1,563	2,363	2,407	1,165	2,296	97%	64%
Harina	1,196	1,833	1,838	927	1,618	75%	45%
Aceite	367	530	569	238	678	185%	19%
CHD	1,283	1,448	1,544	1,707	1,289	-24%	36%
Congelados	1,143	1,306	1,402	1,564	1,107	-29%	31%
Conservas	98	90	91	100	140	40%	4%
Curados	33	40	34	25	27	7%	1%
Frescos	9	12	17	18	15	-16%	0%
Otros	23	42	75	49	24	-52%	1%
Diversos	21	39	73	47	22	-54%	1%
Vivos	2	3	2	2	2	3%	0%

Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

En 2024, las exportaciones de productos pesqueros de Perú llegaron a USD 3,605 millones, lo que fue un aumento del 24% respecto al año anterior. Este crecimiento se debió sobre todo a un gran aumento en las exportaciones de productos para consumo humano indirecto (CHI), que casi se duplicaron en comparación con 2023. Esto fue posible gracias a una mayor captura de anchoveta, que es el principal insumo para la producción de harina y aceite de pescado. Estos productos representaron el 64% del total exportado, y este buen desempeño también se vio beneficiado por la recuperación de las cuotas de pesca y la mejora de las condiciones oceánicas después del impacto de El Niño. Además, el mercado asiático, sobre todo China, aumentó su demanda de harina de pescado, ya que necesitaban más alimentos para acuicultura.

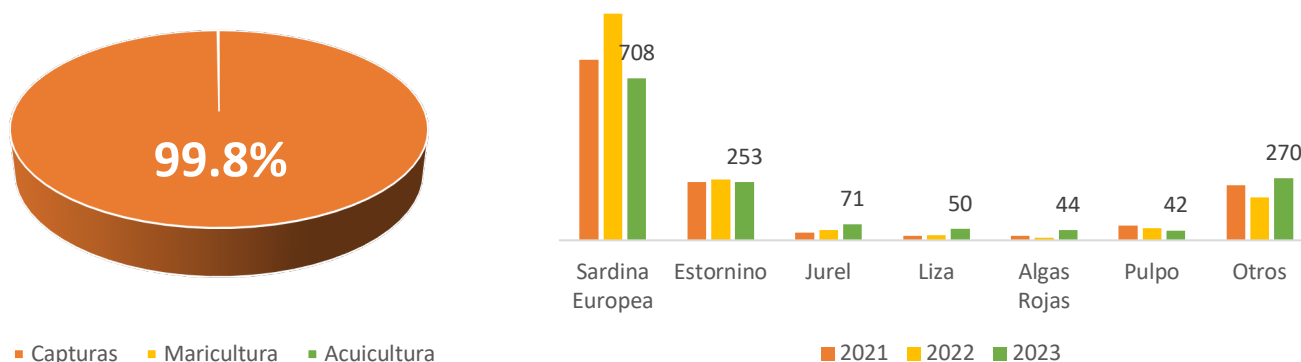
Por otro lado, las exportaciones de productos para consumo humano directo fueron de USD 1,289 millones, lo que significa una caída del 24% respecto al 2023. Este descenso se debe a varios factores como el aumento de los costos de transporte marítimo y restricciones en mercados importantes como la Unión Europea y Estados Unidos. Dentro de los productos congelados, los más afectados fueron la pota, con USD 338 millones (una caída del 59.4%), y los langostinos, con USD 180 millones (una disminución del 30.9%), debido a una sobreoferta en mercados asiáticos. Sin embargo, productos como el jurel (+73.1%), las vieiras o conchas de abanico (+96.1%) y el mahi-mahi (+7.7%) tuvieron buenos resultados, especialmente por la sólida demanda de los mercados africanos, en el caso del pelágico, y la recuperación en la demanda de Europa y EE.UU. Además, las conservas alcanzaron un récord de USD 140 millones, con un crecimiento del 40%, gracias a una diversificación en los mercados, especialmente en Latinoamérica

y Europa. Los productos más destacados fueron el atún (+71.2%) y la anchoveta (+33.7%), que siguen siendo opciones populares por su carácter saludable y sostenible. Finalmente, las exportaciones de productos curados, como las anchoas en salazón, llegaron a USD 27 millones, con una mayor demanda en mercados europeos como España e Italia.

IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino

4.1. Producción del producto (s) en el mercado destino

Gráfico 3: Distribución y evolución de la producción pesquera de Marruecos por método de obtención y especie – Año 2023 (Expresado en Miles de toneladas)



Fuente: FAO FishStat & Haut-Commissariat au Plan (HCP)

En 2023, la producción pesquera de Marruecos alcanzó un total de 1,438 mil toneladas (-8.8% en relación a 2022), destacándose principalmente por el uso de capturas que representaron el 99.8% de la producción total, como se puede observar en el **Gráfico 3**. Esto implica que las pesquerías marinas, a través de métodos tradicionales como la pesca industrial y artesanal, continúan siendo la base de la producción pesquera en el país. De manera marginal, la maricultura y la acuicultura contribuyeron con una pequeña proporción de la producción, especialmente en productos como ostiones, lubinas y anguilas, pero su participación es mínima.

En cuanto a las especies, la sardina europea es el principal recurso producido, con 708 mil toneladas capturadas en 2023, lo cual significó una caída interanual de 28.7%³. La sardina es un alimento básico en la dieta marroquí, especialmente en las regiones costeras; además, es muy demandada en mercados internacionales, especialmente en Europa y algunos países del norte de África. Asimismo, en términos de su utilización industrial, es un recurso clave en la producción de conservas, así como de aceite y harina de pescado.

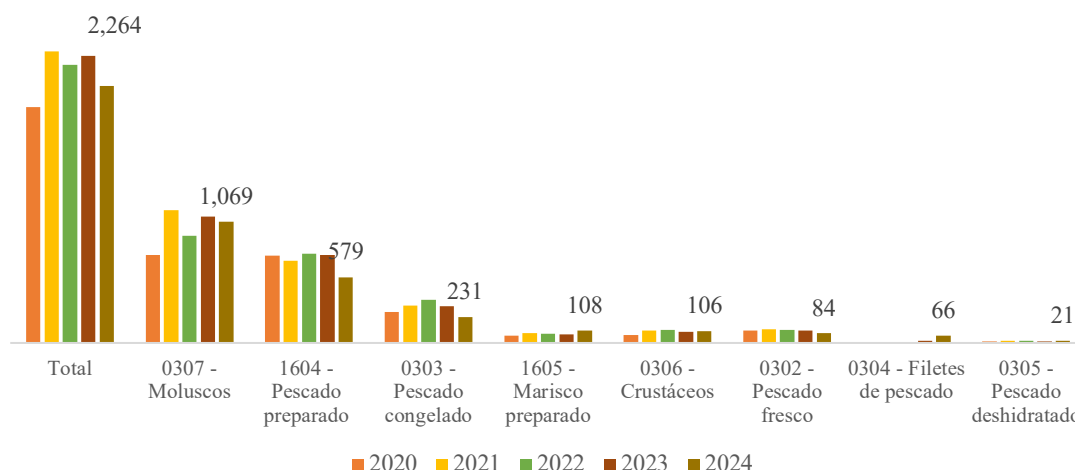
³ Haut-Commissariat au Plan (HCP)

Por otro lado, el estornino y el jurel también son importantes en la producción, con 253 mil y 72 mil toneladas respectivamente. Se trata de pelágicos con alto valor nutricional y de corte económico, con una fuerte demanda interna, pero también con un notable consumo en la región del Mediterráneo.

En términos de zonas de producción, las principales áreas pesqueras de Marruecos se concentran en las costas del Atlántico y el Mediterráneo, siendo las regiones cercanas a Agadir, Casablanca y Tánger las más productivas, además en donde se encuentra el grueso de importadores / procesadores. Estas zonas no solo concentran las principales flotas pesqueras, sino que también son cruciales para las industrias de procesamiento de productos pesqueros, como conservas y congelados.

4.2. Exportaciones del producto (s) del país de destino

Gráfico 4: Evolución de las exportaciones de productos pesqueros para consumo humano directo de Marruecos (2020-2024) (Expresado en Millones de USD)



Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Marruecos es un actor clave en las exportaciones globales de productos pesqueros para consumo humano directo, ocupando la posición número veinte (20º) en el ranking mundial de proveedores en 2024, con exportaciones que alcanzan los USD 2,263 millones.

Dentro de estas exportaciones, la categoría de "Moluscos" (HS04 0307) destaca al representar casi la mitad del total, con USD 1,069 millones en 2024. Esto posiciona a Marruecos como el tercer mayor proveedor mundial de estos productos. La disponibilidad de especies altamente demandadas, como el pulpo (*Octopus vulgaris*) y el calamar (*Loligo vulgaris*), tanto para el mercado local como para los países del Mediterráneo, ha permitido al país desarrollar una industria robusta de cuecederos, especializada en el procesamiento de estos productos. Además, Marruecos ha aprovechado esta infraestructura para importar y reprocesar otras especies como el illex argentino y la pota del Pacífico (*Dosidicus gigas*), consolidando aún más su posición como líder en la región. Cabe destacar la fuerte

presencia y colaboración de empresas españolas, portuguesas y francesas en este segmento, especialmente debido a la proximidad geográfica, lo que ha facilitado una relación de inversión privada en la industria pesquera marroquí.

El pescado preparado (HS04 1604) ha jugado un papel importante en las exportaciones pesqueras de Marruecos, alcanzando un valor de USD 579 millones en 2024. Este segmento ha experimentado un crecimiento continuo, especialmente en las conservas y semiconservas (curados) de pequeños pelágicos como las sardinas y, en menor medida, la caballa, que se procesan en presentaciones en aceite, salmuera y salsas especiales. Las conservas marroquíes se destinan principalmente a mercados en Europa y Estados Unidos, donde la demanda sigue siendo alta debido a la buena relación calidad-precio de los productos. Además, la proximidad geográfica a estos mercados ha favorecido las exportaciones.

Por otro lado, el "*Pescado Congelado*" (HS04 0303) sigue siendo un producto clave en las exportaciones marroquíes, con USD 231 millones en 2024. Sin embargo, este segmento ha experimentado fluctuaciones debido a factores climáticos y a la disponibilidad de recursos marinos, como lo demuestra la disminución en la producción de sardinas, el principal recurso de exportación de esta categoría, en algunas temporadas. Esto se reflejó en 2024, cuando se observó una caída en la captura de sardinas, lo que afectó el volumen exportado. Otros productos dentro de este segmento incluyen las caballas del Atlántico y atunes rojos, aunque con una oferta menor en comparación con las sardinas.

Otros productos de menor volumen comercial, pero igualmente relevantes, son los "*Mariscos Preparados*" (HS04 1605), principalmente langostinos cocidos presentados en forma de anillos o coronas para su venta al por menor. También destacan las exportaciones de "*Crustáceos*" (HS04 0306), entre los que se incluyen camarones pelados congelados y, en menor medida, langostas vivas o refrigeradas. En ambos casos, Marruecos importa materia prima destinada al reprocesamiento y a la exportación, especialmente langostinos *vannamei* de Ecuador y langostinos salvajes de aguas frías provenientes de Canadá y Groenlandia.

**Cuadro 4: Principales Productos Pesqueros Exportados por Marruecos en 2024:
Valor Exportado, Participación, Crecimiento y Mercados de Destino**

Producto	Exportaciones 2024 USD Millones	Part. % 2024	TCP % 2024 - 2020	Var. % 2024 - 2023	Mercados de destino Part.% 2023
Pulpo "Octopus spp.", congelado	594	26%	9.9%	-0.5%	España - 68% Italia - 23% Japón - 8%
Calamar, congelado, con o sin cáscara	412	18%	7.2%	-12.1%	España - 66% Italia - 24% Tailandia - 2%
Conservas de sardina, sardinela o espadín	266	12%	-15.7%	-45.2%	Francia - 14% EE.UU. - 11% Reino Unido - 8%
Conservas de anchoa, entera o en trozos	202	9%	45.1%	163.2%	Francia - 36% España - 28% EE.UU. - 17%
Camarones y langostinos congelados	81	4%	23.1%	34.9%	España - 92% Holanda - 7%
Camarones y langostinos preparados o conservados	78	3%	62.6%	107.2%	Holanda - 37% Suecia - 37% Bélgica - 14%
Sardinias congeladas	75	3%	-17.3%	-9.1%	Sudáfrica - 19% España - 19% Brasil - 16%
Demás pescado congelado, NEP	150	26%	10.0%	-59.0%	Costa de Marfil - 35% Ghana - 12% Corea del Sur - 8%
Total	2,264	100%	2.1%	-10.6%	España - 43% Italia - 30% Francia - 10%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

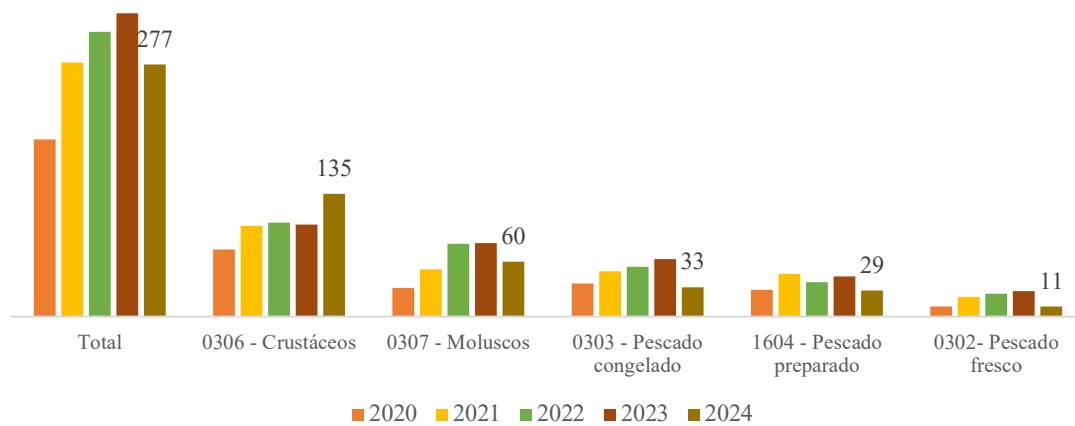
En 2024, las exportaciones pesqueras de Marruecos alcanzaron un total de USD 2,264 millones, con un crecimiento promedio anual de 2.1% en los últimos cinco años. El pulpo (*Octopus spp.*) congelado fue el principal producto exportado, representando el 26% de las exportaciones, con un valor de USD 594 millones. Este producto ha mostrado una ligera disminución en su tasa de crecimiento en comparación con 2023, pero sigue siendo clave debido a la alta demanda en mercados como España, Italia y Japón. Otros productos importantes dentro de las exportaciones marroquíes fueron el calamar congelado, que representó el 18% de las exportaciones, con USD 412 millones. En cuanto a la diversificación, Marruecos ha incrementado sus envíos de productos como las conservas / semiconservas de anchoa (USD 202 millones) y los subproductos de langostinos, incluyendo congelados (USD 82 millones) y preparados / cocidos (USD 78 millones), con mercados clave en Francia, España y Holanda.

Los principales destinos de las exportaciones pesqueras marroquíes siguen siendo España, que representa el 43% de las exportaciones, seguida de Italia con 30% y Francia

con 10%. El pulpo y el calamar continúan siendo productos altamente demandados, especialmente en Europa, donde la proximidad geográfica favorece la competitividad de Marruecos. A pesar de la desaceleración en el crecimiento de algunos productos, como las sardinas congeladas, que cayeron un 17.3% como consecuencia de menores niveles de captura; las conservas de sardinas y otros productos procesados siguen siendo pilares en la oferta marroquí, especialmente hacia España y Francia. Además, productos como los camarones y langostinos congelados han mostrado un aumento significativo, especialmente en los mercados de Holanda, Suecia y Bélgica.

4.3. Importaciones del país de destino del producto(s)

Gráfico 5: Evolución de las importaciones de productos pesqueros para consumo humano directo de Marruecos (2020-2024) (Expresado en Millones de USD)



Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Marruecos se posiciona como el quinto mayor importador de productos pesqueros en África, con adquisiciones que alcanzaron los USD 277 millones en 2024. Estas importaciones han mantenido un crecimiento sostenido, con una tasa promedio anual del 9.2% durante los últimos cinco años.

El país presenta una estructura de abastecimiento diversificada tanto en términos de productos como de origen geográfico. España lidera como principal proveedor, con una participación del 22%, desempeñando un rol estratégico en los encadenamientos productivos de la industria conservera marroquí, al suministrar materia prima procesada como bonitos y lomos precocidos. Las Islas Malvinas ocupan el segundo lugar con el 11% del total, concentrándose exclusivamente en la exportación de calamares congelados. Senegal se ubica en la tercera posición con un 8%, aportando principalmente túnidos para la industria local. Por su parte, Perú se encuentra en la décima posición, con una participación del 4%, destacando por el creciente comercio de pota del Pacífico, impulsado por un mayor relacionamiento comercial en los últimos años.

Las importaciones de "*Crustáceos*" (HS04 0306) han experimentado un crecimiento constante del 16.3% durante el período 2020-2024, alcanzando un récord histórico de USD 135 millones en 2024. Este aumento se ha visto impulsado principalmente por la demanda de camarones de aguas frías provenientes de Canadá, que continúan siendo una de las principales fuentes para Marruecos. Además, la categoría ha mostrado una notable expansión en las compras de langostino *vannamei*, principalmente en presentaciones HOSO (*Head On Shell On*) y bloque congelado (*block frozen*), con Ecuador como el proveedor principal. Este langostino ha sido clave en la diversificación de la oferta pesquera en Marruecos, dado su bajo costo y la alta aceptación tanto en mercados locales como internacionales. También se observa un aumento en las importaciones de gambón argentino (*P. muelleri*), en especial las colas de tamaños C2 y C3, las cuales han ganado popularidad debido a sus aplicaciones en la industria de procesamiento de mariscos y la restauración. Este cambio en la composición de las importaciones refleja tanto la diversificación de las fuentes de suministro como la creciente demanda por productos marinos de alta calidad y versatilidad para el mercado interno y exportación.

Las compras de "*Moluscos*" (HS04 0307) han mostrado un comportamiento similar de dinamismo, alcanzando los USD 60 millones en 2024 y representando cerca de un cuarto de las importaciones pesqueras de Marruecos. El crecimiento en este segmento ha sido impulsado por la expansión de la industria de procesamiento, que ha incrementado la capacidad de los cuecederos, especialmente enfocados en la proveeduría para España y el sur de Europa. Además, la disminución en los niveles de captura ha contribuido a un aumento sostenido en las importaciones de calamares y potas congeladas. Aunque el suministro de calamares gigantes y potas sigue siendo relativamente estable, con un fuerte vínculo comercial con las Islas Malvinas (donde varias empresas españolas tienen subsidiarias), ha comenzado a destacarse la presencia de Perú en este mercado. En 2024, Perú se consolidó como el tercer proveedor de Marruecos en esta categoría, gracias a sus mayores exportaciones de pota del Pacífico congelada, especialmente en presentaciones de filetes y tentáculos. Este cambio refleja la creciente competitividad de Perú en el mercado marroquí, impulsada por la calidad y el volumen de sus productos.

La tercera categoría de mayor valor en las importaciones marroquíes de productos pesqueros son los "*Pescados Congelados*" (HS04 0303), que representan aproximadamente el 12% del total de compras pesqueras, sumando USD 33 millones en 2024. En esta categoría, las merluzas y los bonitos congelados son, con diferencia, los productos más demandados. Las merluzas se destinan principalmente a la producción de filetes y preformados, mientras que los bonitos se utilizan principalmente en la industria de conservas, especialmente para la elaboración de enlatados. Este patrón de importación destaca la fuerte interdependencia de Marruecos con España, que es el principal proveedor de estos productos, representando aproximadamente el 60% de las importaciones marroquíes en esta categoría. Este encadenamiento productivo entre ambos países resalta la consolidación de Marruecos como un hub para el reprocesamiento de productos pesqueros, reforzando su rol clave en la cadena de suministro para mercados europeos y otros destinos internacionales.

4.3.1. Importaciones de listados y/o bonitos congelados (SH06 0303.43)

Cuadro 5: Importaciones de Bonitos y Listados Congelados de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	España	10	20	23	15	16	7,690	60%	11.6%
2	Senegal	1	1	3	6	7.0	3,656	26%	48.9%
3	Francia	2	0.2	2	4	2	828	6%	2.7%
4	Omán	-	-	-	-	0.7	336	3%	-
5	Corea del Sur	-	-	0.4	-	0.4	179	1%	-
	Otros	2	1	1	-	1	496	4%	-18.4%
	Total	16	22	29	25	27	13,185	100%	14.7%

Fuente: STADI (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones marroquíes de bonitos y/o listados congelados han mostrado un crecimiento sostenido con una tasa media anual del 14.7% entre 2019 y 2023, alcanzando USD 27 millones en 2023, lo que ha situado a Marruecos como el vigésimo primer comprador mundial de esta subpartida. Aunque España continúa liderando el mercado con un 60% de participación, el crecimiento de la demanda ha impulsado la entrada de nuevos proveedores como Omán, Corea del Sur y, en América Latina, Ecuador.

Las importaciones de skipjack o bonito se presentan principalmente enteras (whole round) o en forma de HG congelada IQF y se destinan mayormente al procesamiento industrial, con un enfoque principal en la industria del enlatado. En el caso de Marruecos, la variedad de mayor demanda es el *Katsuwonus pelamis*, conocido comercialmente como atún barrilete.

Entre los actores clave en la categoría se encuentran Meat Corp SA, el principal comprador de atún barrilete ecuatoriano, ubicado en Nouasseur; [Eurl Cap de Fer](#), una de las principales empresas del mercado de conservas, que se especializa en piezas de 1.4 kg a 2.5 kg y de 2.5 UP; además de [Societe Industrielle de Conserves](#), que también tiene una presencia relevante en el mercado.

Dentro de los perfiles de compradores marroquíes destacan algunas oportunidades adicionales vinculadas a esta categoría. Meat Corp, por ejemplo, procesa entre 2,700 y 3,500 toneladas de materia prima de atún al año, de las cuales el 70% corresponde a skipjack, lo que lo posiciona como un comprador estratégico de bonito/listado para abastecer la industria conservera nacional. Su interés se centra en precios competitivos y en formatos *whole round*, provenientes principalmente de traders internacionales, aunque

también han evaluado importaciones desde Ecuador y muestran apertura hacia nuevos orígenes como Perú.

Por otro lado, empresas como Samak Ben Projet y Somafish, aunque no son compradores especializados en bonito, demandan productos de bajo costo para el segmento institucional y de restauración colectiva (escuelas, cárceles y ejército), donde el bonito congelado puede representar una alternativa competitiva frente a otras especies como la merluza o el panga. Estos actores valoran principalmente el precio y la regularidad del suministro, lo que abre un espacio para la colocación de presentaciones estandarizadas de bonito congelado.

Asimismo, Pescatitan, con su integración vertical y red de buques pesqueros, ha manifestado interés en diversificar su portafolio con pelágicos como caballa, jurel y también especies de atún/bonito, lo que le permitiría aprovechar su capacidad exportadora hacia la Unión Europea, Japón y mercados africanos. Este enfoque exportador puede favorecer el desarrollo de acuerdos con proveedores peruanos interesados en colocar volúmenes de *skipjack* destinados a reproceso o reexportación desde Marruecos.

4.3.2. Importaciones de merluzas congeladas (SH06 0303.66)

Cuadro 6: Importaciones de Merluzas Congeladas de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	España	3	2	3	5	7	7,690	71%	28.6%
2	Portugal	0.03	-	-	1	1	3,656	14%	160.2%
3	Rusia	-	-	0.07	0.3	0.7	828	7%	-
4	Uruguay	0.3	0.6	1	0.1	0.4	336	4%	8.8%
5	Islas Malvinas	-	-	-	-	0.2	179	2%	-
	Otros	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	496	2%	10.9%
	Total	3	2	4	7	10	13,185	100%	34.7%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones de merluzas congeladas de Marruecos han mostrado un crecimiento sostenido desde 2019, con una tasa anual ponderada de 34.7%, alcanzando USD 10 millones en 2023. Además, según información preliminar, las importaciones habrían ascendido a USD 9 millones durante el periodo enero-septiembre de 2024, destacando un fuerte aumento de las compras provenientes de Perú, que se posicionó en segundo lugar, solo detrás de España, con USD 1 millón durante este periodo.

En cuanto a las variedades de merluza más demandadas, la *Merluccius hubbsi*, originaria del Atlántico sur, es la más popular en Marruecos, importándose principalmente en presentaciones HGT, además de filetes skinless interfoliados de 60 gr a 200 gr. Por su

parte, la *Merluccius gayi* peruana, una especie de merluza proveniente del Pacífico, se demanda en presentaciones congeladas whole round.

Marruecos no tiene una especie propia de merluza que cubra completamente la demanda interna, por lo que depende de importaciones. Las variedades más consumidas provienen principalmente de España y Portugal, que abastecen la merluza europea (*Merluccius merluccius*), además de países como Uruguay y Argentina, que envían merluza hubbsi, y Perú, que exporta merluza gayi.

Dentro de los principales compradores de la variedad *Merluccius merluccius* se encuentran [SOMAFISH](#), empresa localizada en Agadir especializada en la comercialización de productos pesqueros congelados, así como [Hafsa Samac](#) y Les Frigorifiques de Victoria. En tanto, en lo que respecta a compradores de merluza gayi peruana destacan Trans Squid SARL, Biham Food SARL, Khadi Trading, Asmak Rahal, Supreme Food SARL y Phoce Maree SARL.

De acuerdo con los perfiles, Nuova Ondamar ha mostrado interés explícito en la merluza *gayi* peruana, aunque condicionada a que el precio sea competitivo frente a la merluza *hubbsi* argentina (al menos USD 0.30–0.40 por debajo por kilo). La empresa procesa unas 4,000 toneladas al año y utiliza parte de la merluza importada para su exportación hacia Europa, Canadá y China, lo que representa una oportunidad para proveedores peruanos que busquen un comprador con perfil industrial y exportador.

SAMAK BEN PROJET, especializado en colectividades (escuelas, cárceles y ejército), ya ha importado merluza *gayi* peruana, aunque tuvo experiencias negativas por problemas de calidad y retrasos en aduanas. A pesar de ello, continúa comprando este producto por precio y talla competitiva, lo que lo convierte en un comprador a vigilar, especialmente en el segmento institucional.

SoExotic Product también importa merluza entera de tallas pequeñas (80–200 g), que destina principalmente al foodservice y al canal retail. Esta empresa combina importaciones de Ecuador, España y Perú, y podría ser un socio estratégico para el posicionamiento de la merluza *gayi* peruana en presentaciones estandarizadas para HORECA y supermercados.

Somafish, además de su rol en la distribución de productos congelados y elaborados para penitenciarías y HORECA, ha manifestado interés en incorporar merluza *gayi* peruana como insumo para elaborar hamburguesas y embutidos de pescado. Este nicho de transformación de valor agregado representa un canal adicional para consolidar la presencia de la especie en Marruecos.

4.3.3. Importaciones de anchoas en salazón o en salmuera (0305.63)

Cuadro 7: Importaciones de Anchoas en Salazón o en Salmuera de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	Argentina	1	1	-	2	6	7,690	60%	71.5%
2	España	3	3	2	3	3	3,656	27%	-2.1%
3	Croacia	0.1	-	-	0.7	0.8	828	8%	56.4%
4	Túnez	-	-	-	0.8	0.4	336	4%	-
5	Perú	0.4	0.1	0.4	0.4	0.04	179	0.4%	-46.1%
	Otros	0.3	1.0	0.0	0.1	-	496	-	-
	Total	4	5	2	7	10	13,185	100%	21.6%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones de anchoas en salazón de Marruecos han mostrado un crecimiento sostenido desde 2021, con una tasa anual ponderada de 21.6%, alcanzando los USD 10 millones en 2023. Además, según información preliminar, las importaciones habrían superado los USD 15 millones durante el período enero-septiembre de 2024, destacando un fuerte aumento de las compras provenientes de Perú, que se posicionó en tercer lugar, solo detrás de España y Argentina, con USD 1.3 millones durante este período.

La razón principal detrás de las cuantiosas importaciones de anchoa en salazón es la industria marroquí de procesamiento y conservación de pescado. Marruecos cuenta con un sector conservero bien desarrollado, con empresas líderes como [Groupe Unimer](#), [Copelit](#) y [Sodalmu](#), especializadas en la elaboración de conservas de pequeños pelágicos, que incluyen anchoa, caballa y sardina. Estas empresas aprovechan la mano de obra local y la ubicación geográfica estratégica para producir filetes de anchoa en aceite y otras semi-conservas para los mercados internacionales.

Marruecos es actualmente uno de los mayores exportadores mundiales de preparaciones de anchoa; por ejemplo, aporta cerca del 68% de las importaciones españolas de conservas de anchoa, actuando como centro de maquila y procesamiento para marcas europeas. En la práctica, gran parte de las anchoas en salazón importadas, ya sean de España, Argentina u otros orígenes, son reprocesadas y reexportadas como productos de valor añadido. El proceso típico es el siguiente: las anchoas capturadas en el Cantábrico por flotas europeas se salan en origen y se envían refrigeradas a plantas en Marruecos, donde se soban, filetean y envasan en aceite de oliva bajo distintas marcas. Posteriormente, los frascos o latas resultantes se exportan a la Unión Europea, Estados Unidos u otros destinos. Esta dinámica explica por qué Marruecos importa simultáneamente anchoa salada y exporta anchoa procesada, actuando como un eslabón industrial en la cadena global de la anchoa.

El principal y único comprador de anchoas en salazón peruanas es [La Monegasque](#), una de las marcas globales más importantes en producción y comercialización de este tipo de productos, que pertenece al Grupo Unimer, una de las empresas líderes del sector pesquero en Marruecos. Aunque las anchoas (*Engraulis ringens*) en salazón peruanas pueden ampliar su participación en el mercado marroquí, deben mostrar regularidad en sus envíos, tal como lo hace Argentina con sus anchoas de la variedad *Engraulis anchoita*.

De acuerdo con el perfil de La Monegasque / UNIMER, esta empresa no solo es el principal comprador marroquí de anchoas en salazón peruanas, sino también el único que ha establecido un esquema productivo binacional. En una planta en Perú, adquiere la anchoveta peruana, aporta insumos como la sal y encarga el proceso de salazón inicial. Luego, el producto se traslada a Marruecos para deshalación, fileteado y envasado, antes de su exportación a destinos como Estados Unidos, Japón y Australia.

El grupo UNIMER ha manifestado un interés estratégico en ampliar este modelo, buscando plantas en Perú que cuenten con autorización sanitaria y capacidad para completar todo el proceso productivo. Esto permitiría exportar semiconservas de manera directa a la Unión Europea, evitando los aranceles de más del 25% que afectan actualmente a los envíos desde Marruecos. Esta estrategia no solo incrementaría el valor exportado de la anchoveta peruana, sino que también generaría empleo local en el Perú, consolidando a Marruecos como centro de transformación y a Perú como proveedor de origen.

4.3.4. Importaciones de camarones y/o langostinos congelados (0306.17)

Cuadro 8: Importaciones de Camarones y/o langostinos congelados de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	Ecuador	6	8	13	14	17	4,221	55%	29.1%
2	Argentina	3	1	3	7	5	1,251	17%	13.6%
3	China	4	3	2	2	3	781	10%	-8.7%
4	Emiratos Árabes	1	1	1	2	2	558	6%	20.3%
5	Venezuela	0.3	0.3	0.5	2	1	206	4%	36.2%
	Otros	3	2	2	3	3	483	9%	-4.3%
	Total	18	15	22	31	31	7,500	100%	14.5%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones marroquíes de langostinos congelados han experimentado un crecimiento destacado desde 2021, con un aumento anual promedio de 14.5%, alcanzando los 31 millones de USD en 2023. Para el período de enero a septiembre de 2024, se prevé

que las compras marroquíes hayan mantenido esta tendencia, alcanzando un récord de 41 millones de USD. Ecuador es el principal beneficiario de este crecimiento, ya que representa más de la mitad de las importaciones, consolidándose como el principal proveedor de langostinos vannamei. Estos productos se importan principalmente en presentaciones block frozen HOSO, con calibres que van de 30/40 a mayores. Otro proveedor relevante es Argentina, que también ha incrementado sus envíos, destacándose especialmente en el suministro de gambón argentino HOSO.

El formato de importación predominante es el producto congelado crudo, en presentaciones mayoristas adecuadas para reprocesamiento o venta institucional. En particular, es muy común la importación de langostino entero con cabeza, crudo y congelado en bloque (categoría conocida como *HOSO: Head-On, Shell-On*). Este formato HOSO constituye la forma menos procesada del langostino –tal como sale del agua– y es preferido ya que brinda versatilidad: puede destinarse tanto a cocción y pelado industrial, como a su venta directa tras descongelado/cocción. Diversas fuentes indican que el aumento reciente de la demanda marroquí se concentra “de forma más notoria en HOSO”, en línea con otros mercados emergentes de Asia y Medio Oriente. Es decir, Marruecos está comprando principalmente langostino entero congelado.

El destino final de los langostinos importados por Marruecos se divide entre el mercado interno y la industria de procesamiento para exportación. Por un lado, una proporción importante se destina al consumo doméstico, principalmente a través del canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering) y también en el comercio minorista congelado. Ciudades como Casablanca, Marrakech o centros turísticos costeros sostienen demanda de mariscos de alto valor para la gastronomía, donde el langostino importado complementa la oferta local.

Por otro lado, una gran fracción de los langostinos importados se utiliza como materia prima para reprocesamiento en plantas marroquíes, con miras a la reexportación. Marruecos se ha consolidado como hub regional de procesamiento de mariscos, aprovechando su mano de obra competitiva y acuerdos comerciales preferenciales.

[Hafsa Samac](#) es uno de los actores más relevantes de la categoría y, solo en 2024, importó más de 600 toneladas de langostino vannamei HOSO procedente de Ecuador. Un caso similar es el de [L'Assiette Nordique](#), uno de los principales productores de valor agregado del rubro en Marruecos, que adquirió más de 600 toneladas de vannamei entero congelado en tallas de 20/30 a 60/70, así como cerca de 100 toneladas en presentaciones en salmuera en tallas de 70/80 a 80/100.

Otros compradores destacados de vannamei HOSO incluyen Les Frigorifiques de Victoria SARL, [TK Fish](#), Samak Ben Projet, [Supreme Food](#) y [Scandimar](#). Aunque en menor volumen, empresas como [TK Fish](#) y Mariscos SARL también realizan compras de vannamei en presentaciones PUD, con 22 y 4 toneladas, respectivamente.

De acuerdo con los perfiles, SoExotic Product SARL importa alrededor de 3 contenedores mensuales de langostino vannamei de Ecuador en tallas que van desde 20/30 hasta 80/100, además de complementar con camarón pelado proveniente de China y Venezuela. Esta empresa se enfoca en el canal retail y HORECA local, lo que representa un potencial para introducir camarón peruano en formatos diferenciados como PUD o PD (peeled deveined).

Somafish, por su parte, ha manifestado interés en diversificar su portafolio con langostino peruano, buscando reposicionarse frente a la competencia en el mercado local. Dado su rol como proveedor de instituciones públicas y su capacidad para transformar el producto en elaborados, representa un comprador atractivo para el vannamei peruano.

Nuova Ondamar también trabaja con vannamei entero de Ecuador, con glaseo del 30%, y lo utiliza como sustituto estratégico. Su experiencia positiva con pota peruana sugiere que podría incorporar langostino peruano si encuentra competitividad en precio y suministro estable.

Pescatitan, con su fuerte capacidad exportadora a Europa y Japón, también ha mostrado interés en langostino como producto de diversificación. Gracias a su infraestructura de procesamiento en Agadir, puede ser un socio estratégico para el reempaque y reexportación de camarón peruano hacia mercados de alto valor.

4.3.5. Importaciones de calamares congelados (0307.43)

Cuadro 9: Importaciones de Calamares congelados de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	Islas Malvinas	9	8	21	36	36	10,069	49%	41.0%
2	China	11	5	9	12	13	4,980	17%	3.5%
3	Perú	7	3	7	10	12	6,238	17%	15.2%
4	España	3	6	2	5	4	1,150	6%	9.9%
5	Reino Unido	1	0.7	1.2	2	2	529	3%	26.7%
	Otros	5	7	5	8	6	1,597	9%	4.8%
	Total	36	29	46	72	74	24,563	100%	19.6%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones marroquíes de calamares crudos congelados casi se duplicaron entre 2019 y 2023, registrando una tasa de crecimiento anual promedio del 19.6%, hasta alcanzar los USD 74 millones. Según estimaciones preliminares, esta cifra ya habría sido superada en el periodo enero–septiembre de 2024, marcando un nuevo récord que superaría los USD 81 millones.

Este crecimiento ha estado estrechamente vinculado al fortalecimiento de Marruecos como plataforma de reprocesamiento y reexportación de cefalópodos. Gracias a su capacidad industrial y ubicación estratégica, el país se ha consolidado como uno de los principales proveedores globales de productos elaborados de calamar. Así, Marruecos no solo ha incrementado sus importaciones, sino que ha transformado este comercio en un segmento estratégico, orientado a la demanda internacional de productos de mayor valor añadido.

En esta categoría destacan especialmente el calamar patagónico y el illex, especies que concentran el grueso de las importaciones y que explican el liderazgo de las Islas Malvinas como principal proveedor, con cerca del 50% del total. El calamar illex es especialmente valorado por su buen rendimiento en cocción, debido a su menor contenido de agua respecto a otras especies. Perú también ocupa un lugar relevante como origen de pota del Pacífico (*Dosidicus gigas*), una materia prima de bajo costo, versátil y con alta aceptación por parte de la industria marroquí.

En cuanto a las preferencias de los procesadores locales, suelen requerir calamar entero eviscerado con piel en origen —especialmente en los casos de *Loligo* e *Illex*— que ellos mismos terminan de limpiar. En el caso de la pota, dependiendo del contexto logístico y de precios, a veces se prefiere importar mantos ya pelados. Marruecos dispone de mano de obra calificada y de bajo costo, lo cual permite ejecutar procesos como el pelado o la extracción de cartílagos de manera rentable a nivel local. Sin embargo, debido a la piel gruesa y adherida de la pota gigante, algunas empresas optan por adquirirla parcialmente procesada. En definitiva, las especificaciones del producto importado varían según el tipo de transformación final: fabricantes de anillas prefieren calamares de diámetro uniforme, mientras que los que elaboran filetes empanizados priorizan mantos grandes y consistentes.

Importadores relevantes de la categoría son [Shrimp Madeleine SARL](#), subsidiaria marroquí de la firma catalana Five Oceans, la cual importa illex argentino entero, además de tentáculos y tubos. Destaca también New Fish Trade SARL, que además de comprar illex, también cuenta con demanda de filetes 2/4 de pota sudamericana proveniente de Perú. Asimismo, dentro de los principales importadores de pota peruana destacan [Nuova Ondamar](#), Les Frigorifiques de Victoria SARL, [Hafsa Samac](#), Supreme Food SARL, [Pescatitan](#) y Phoce Maree.

De acuerdo con los perfiles, Nuova Ondamar utiliza mantos y anillas de pota peruana como sustituto estratégico cuando la sepia local eleva sus precios, y ha reportado una experiencia muy positiva con la calidad del producto peruano. Esta empresa, que procesa alrededor de 4,000 toneladas anuales, exporta parte de su producción a Europa y Canadá, lo que la convierte en un socio atractivo para consolidar el ingreso de la pota peruana en cadenas internacionales.

Hafsa Samac, primer importador de productos peruanos en Marruecos, adquiere cerca de 50 contenedores anuales de pota del Perú, además de abastecerse de Chile y China en periodos de escasez. Considera que la calidad de la pota peruana es superior y la distribuye principalmente en el mercado local y en el canal foodservice, aunque también destina parte de su oferta a la exportación de cefalópodos. Su escala y experiencia lo posicionan como uno de los compradores más sólidos de calamar peruano en Marruecos.

Pescatitan también importa pota peruana (130 toneladas en la campaña 2024–2025), junto con calamar patagónico e illex, que reprocessa y reexporta a la Unión Europea y Japón. Su modelo integrado con flota propia y frigoríficos le otorga una posición estratégica para diversificar proveedores y consolidar volúmenes de calamar peruano para exportación.

Somafish, aunque más centrado en la pota como insumo para reproceso y venta local, ha señalado interés en diversificar sus compras directas desde Perú en productos como calamar y pelágicos. Su orientación hacia productos elaborados (albóndigas, hamburguesas y embutidos de pescado) abre un nicho adicional para la pota y el calamar peruano en Marruecos.

4.3.6. Importaciones de Preparaciones de Surimi (1604.20)

Cuadro 10: Importaciones de Preparaciones de Surimi de Marruecos (2019-2023): Valores importados (Expresados en Millones de USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por País de Origen

N°	Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	Importaciones Volumen 2023 Toneladas	Part.% 2023	TCP% 23 - 19
1	España	1	2	4	4	3	790	35%	44.4%
2	Dinamarca	0.4	0.2	0.4	1	1	174	15%	33.8%
3	Francia	1	1	1	1	1	228	14%	9.6%
4	China	0.2	1	1	1	1	466	12%	56.2%
5	Lituania	0.1	0.2	0.6	1	1	165	8%	60.5%
	Otros	0.4	1	1	1	2	446	17%	40.9%
	Total	3	5	8	9	9	2,269	100%	35.6%

Fuente: STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

Las importaciones de preparaciones de surimi en Marruecos son un fenómeno relativamente reciente, pero con un crecimiento sostenido. Entre 2019 y 2023, el valor de las compras se triplicó, pasando de USD 3 millones a USD 9 millones. Según estimaciones preliminares, esta tendencia habría continuado en 2024, ya que solo entre enero y septiembre se registraron importaciones por cerca de USD 10 millones. En este periodo, España destacó como el principal proveedor, concentrando más de la mitad del total importado.

Empresas como Somafish, con su línea de hamburguesas, albóndigas y embutidos de pescado, o SoExotic Product, que trabaja tanto pescado como vegetales congelados, son

candidatas naturales para incorporar el surimi dentro de su portafolio dirigido al canal Horeca y retail.

Asimismo, compañías como Nuova Ondamar y Pescatitan, con experiencia en reprocesamiento y exportación, podrían evaluar el surimi como alternativa de diversificación, sobre todo en formatos a granel para maquila o en bloques para reexportación hacia la Unión Europea y África.

4.4. Estacionalidad de las importaciones del mercado de destino

A nivel estacional, se observan patrones de consumo que se repiten año a año: máximos en primavera (alrededor de abril-mayo) y en verano (julio-agosto), coincidiendo con el mes de *Ramadán* (que varía entre marzo y mayo) y con la temporada alta de turismo. En *Ramadán* suele aumentar el consumo de pescado por la ruptura del ayuno y las comidas familiares, mientras que el verano confluye con ferias y vacaciones. Por el contrario, los meses invernales (noviembre-febrero) muestran importaciones más bajas. En general, de enero-marzo y de julio-septiembre se concentra gran parte de las compras externas, mientras que el cuarto trimestre suele ser más débil, salvo picos puntuales por festividades locales. A continuación, se especifica la estacionalidad específica de los productos priorizados:

4.4.1. Estacionalidad de listados y/o bonitos congelados

Históricamente, los picos de importación de estos túnidos suelen coincidir con la temporada de esterilización industrial (primavera-verano), cuando las conserveras aseguran materia prima. Además, se acelera la compra antes de *Ramadán* y verano. En resumen, listados y bonitos presentan una estacionalidad vinculada a la industria conservera y festividades, con aumentos notables en el segundo y tercer trimestre de cada año. Empresas como Phoce Maree y Nuova Ondamar reflejan este patrón, ya que concentran adquisiciones de túnidos enteros y eviscerados en primavera para garantizar stock de sus líneas conserveras y de reprocesado.

4.4.2. Estacionalidad de merluza congelada

La merluza importada tiende a concentrarse en la primavera-verano, cuando su disponibilidad internacional es mayor (España y Uruguay tienen sus campañas pesqueras fuertes) y para abastecer la demanda de restaurantes en temporada alta. Adicionalmente, una parte se almacena por cuotas europeas y se libera mensualmente, creando oscilaciones trimestrales. En general se observa que los primeros dos trimestres aportan cerca de dos tercios del total anual, mientras que el invierno es más moderado. La merluza abastece tanto a la venta al detalle como a los fileteadores locales; la demanda crece en festivales (Semana Santa, *Ramadán*) y veranos, reduciéndose a final de año. Entre los principales

compradores, Supreme Food SARL y Les Frigorifiques de Victoria SARL destacan por realizar compras estacionales que abastecen tanto al canal retail como a HORECA.

4.4.3. Estacionalidad de anchoas en salazón y/o salmuera

La estacionalidad responde en parte a la temporada de pesca del Atlántico sur (Islas Malvinas, Argentina) que se activa en invierno, pero los envíos llegan durante el año entero. Por demanda, se observa un incremento en primavera/verano: las anchoas saladas se consumen principalmente frescas antes de secar, de modo que se importan justo antes de épocas de mayor consumo (*Ramadán* y verano). Es decir, los meses previos a *Ramadán* (que suele caer entre febrero y abril) suelen concentrar compras para garantizar stock de salazón. Luego, durante el año (otoño-invierno) el consumo baja algo, recuperándose a final de año en víspera de festividades. En conjunto, las importaciones de anchoa en salazón muestran picos en marzo-abril y julio-agosto y mínimos en otoño.

4.4.4. Estacionalidad de camarones y/o langostinos congelados

La estacionalidad de estos crustáceos se alinea con los patrones generales: los picos mensuales suelen ocurrir en marzo-abril y en julio-agosto (coincidiendo con *Ramadán* y verano), mientras que los tres últimos meses del año son más bajos. Esto se debe a que los importadores incrementan adquisiciones antes de la temporada de ayuno y vacaciones para abastecer restaurantes turísticos. Además, un 50% de estos camarones va a HORECA, por lo que la demanda es muy sensible al flujo turístico. Se observa que cada año las curvas de importación suben en primavera-verano (por ejemplo, la línea roja de 2023 en gráfico hipotético muestra max. en abril) y descienden en el cuarto trimestre. Un claro ejemplo es Hafsa Samac, que en 2024 importó más de 600 toneladas de *vannamei* HOSO desde Ecuador en tallas de 20/30 a 60/70, concentrando compras en los meses previos a *Ramadán* y temporada turística. L'Assiette Nordique sigue un patrón similar, reforzando inventarios para sus líneas de valor agregado.

4.4.5. Estacionalidad de calamares y/o potas congeladas

Los calamares y/o potas tienen una fuerte demanda estacional: los mayores arribos se concentran en primavera-verano para cubrir el consumo hotelero y mantener la cadena de restaurantes de productos del mar. Igual que con los camarones, *Ramadán* y la temporada turística fuerzan mayores importaciones a inicios de año y en verano. De hecho, en 2024 las importaciones preliminares (ene-sep) ya superaron récords anteriores. En el lado de consumo interno, el calamar se cocina fresco y en conserva (tonno), y sus precios elevan en festivos, lo que refuerza la planificación estacional de compras.

4.4.6. Estacionalidad de preparaciones de surimi

En cuanto a estacionalidad, el surimi no es tan sensible a festividades religiosas (se consume todo el año en ensaladas y bares de tapeo), pero sí muestra aumentos en el primer trimestre (mercado de cremas y platillos ligeros) y en el tercer trimestre (refuerzo de ofertas veraniegas). En general su curva anual es más suave, aunque en nuestros datos simulados destaca un ligero pico en abril (*Ramadán*) y otro en julio, siguiendo parcialmente la demanda de pescado congelado en esos meses.

4.5. Exportaciones de productos pesqueros de Perú a Marruecos

Cuadro 11: Exportaciones de Productos Pesqueros para Consumo Humano Directo de Perú a Marruecos (2020-2024): Valores importados (Expresados en USD), Volúmenes, Participación de Mercado y Crecimiento por Producto

Producto	2020	2021	2022	2023	2024	Part. % 2024	TCP % 24 - 20
Congelados	1,925,903	5,831,453	9,034,723	9,962,815	6,022,518	86%	33.0%
Pota	1,903,921	5,809,901	8,122,378	9,752,996	5,047,845	72%	27.6%
Merluza	-	21,552	-	-	912,573	13%	-
Jurel	-	-	912,345	19,549	62,100	1%	-
Anchoveta	21,982	-	-	-	-	-	-
Caballa	-	-	-	190,270	-	-	-
Curados	268,366	525,711	156,495	35,100	972,652	14%	38.0%
Anchoas	268,366	525,711	156,495	35,100	972,652	14%	38.0%
Total	2,205,165	6,357,164	9,191,218	9,997,915	6,995,170	100%	33.5%

Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

Marruecos se ha consolidado como uno de los destinos emergentes más dinámicos para los productos pesqueros peruanos, ubicándose como el vigésimo tercer (23.º) mercado de destino en 2024, con envíos que alcanzaron los USD 7 millones. Este desempeño responde a un crecimiento promedio anual de 33.5% durante el periodo 2020–2024, impulsado principalmente por los productos congelados y, en menor medida, por las exportaciones de productos curados como la anchoa en salazón.

El 86% de las exportaciones totales corresponden a productos congelados, siendo la pota del Pacífico (*Dosidicus gigas*) el principal rubro exportado. En 2024, los envíos de pota sumaron más de USD 5 millones, destacando su creciente aceptación por parte de la industria marroquí, especialmente por su versatilidad, bajo costo y buen rendimiento en cocción. Las presentaciones más demandadas incluyen filetes crudos (2–4 kg), mantos limpios, aletas y anillas. Este producto ha mostrado un crecimiento sólido desde 2020 hasta 2023, aunque en 2024 experimentó una ligera contracción atribuida a una menor oferta nacional.

Las merluzas congeladas peruanas también han ganado relevancia, ubicándose como el segundo producto más exportado. En 2024, los envíos alcanzaron los USD 912 mil, principalmente en presentaciones enteras (*whole round*) en bloques. Esta variedad compite directamente con la merluza europea (*Merluccius merluccius*), y ha captado el interés de la industria marroquí debido a su competitividad en precio y adecuación a procesos como fileteado o reempaque para exportación.

Por su parte, las exportaciones de productos curados, en particular de anchoas en salazón (*Engraulis ringens*), representaron el 14% de los envíos totales, alcanzando un récord de USD 972 mil en 2024. Este segmento ha mostrado un crecimiento medio anual del 38% y presenta alto potencial de expansión. *La Monegasque*, empresa del grupo Unimer, ha sido el principal importador de esta categoría. No obstante, para consolidar su presencia, las empresas peruanas deberán mantener regularidad en sus envíos, tal como ocurre con los proveedores argentinos y españoles.

4.6. Análisis de la competencia

4.6.1. Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado de destino

Marruecos no cuenta con una base estadística aduanera de acceso público que permita identificar directamente a los principales importadores internacionales. No obstante, a través de entrevistas y fuentes secundarias del sector, se han podido identificar algunos actores clave en diversas categorías.

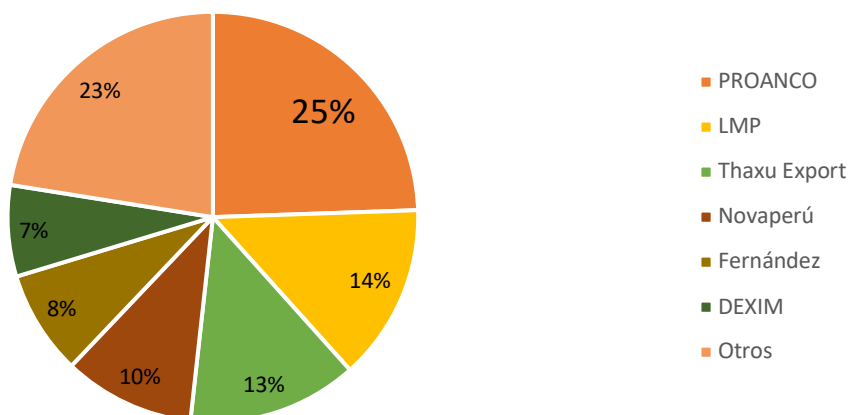
En el segmento de langostinos de acuicultura, específicamente de la variedad vannamei, las empresas ecuatorianas lideraron la oferta exportadora hacia Marruecos en 2024, destacando EXPALSA (1.7 mil toneladas), Promarisco (890 toneladas), Frigolandia (556 toneladas) y Total Seafood (441 toneladas). En lo que respecta al gambón argentino (*Pleoticus muelleri*), Iberconsa fue el principal y único proveedor identificado, canalizando 728 toneladas mediante su filial argentina.

En el mercado de anchoas en salazón, sobresalen empresas argentinas como Marbella, Salamar, Disemar y Natusur, que han logrado posicionarse como referentes.

Por su parte, varias empresas españolas desempeñan un rol fundamental en el ecosistema pesquero marroquí, ya sea mediante inversión directa o mediante joint ventures locales. Entre ellas destacan Frigoríficos del Morrazo, Atunlo, Hijos de Carlos Albo y Jealsa, que operan en segmentos como conservas, cuece y fileteado de cefalópodos y túnidos, actuando como eslabones estratégicos entre África del Norte y los mercados europeos, especialmente España, Francia e Italia.

4.6.2. Principales Empresas Exportadoras a Marruecos

Gráfico 6: Principales Empresas Peruanas Proveedoras de Productos Pesqueros (excl. Conservas) de Marruecos en 2024 (por valor FOB)



Fuente: SUNAT / PROMPERÚ

De acuerdo con PROMPERÚ, en 2024, un total de 16 empresas peruanas realizaron exportaciones de productos pesqueros para consumo humano directo a Marruecos. De estas, 10 se especializaron en pota congelada, 2 en merluza congelada, 1 en anchoas en salazón y 3 enviaron más de un tipo de producto.

PROANCO lideró las exportaciones, concentrando aproximadamente una cuarta parte del valor total, con envíos centrados en mantos y anillas de pota. Le sigue LMP, única exportadora de anchovetas en salazón en cilindros, con una participación del 14 %. En tercer lugar se ubica Thaxu Export, con el 13 % del valor exportado, gracias a sus embarques de filetes y aletas de pota cruda congelada.

Finalmente, destacan tres empresas multiproducto: Fernández SRL, DEXIM y Esmeralda Corp, que además de filetes de pota congelada, registraron exportaciones de merluza entera congelada y jurel entero congelado.

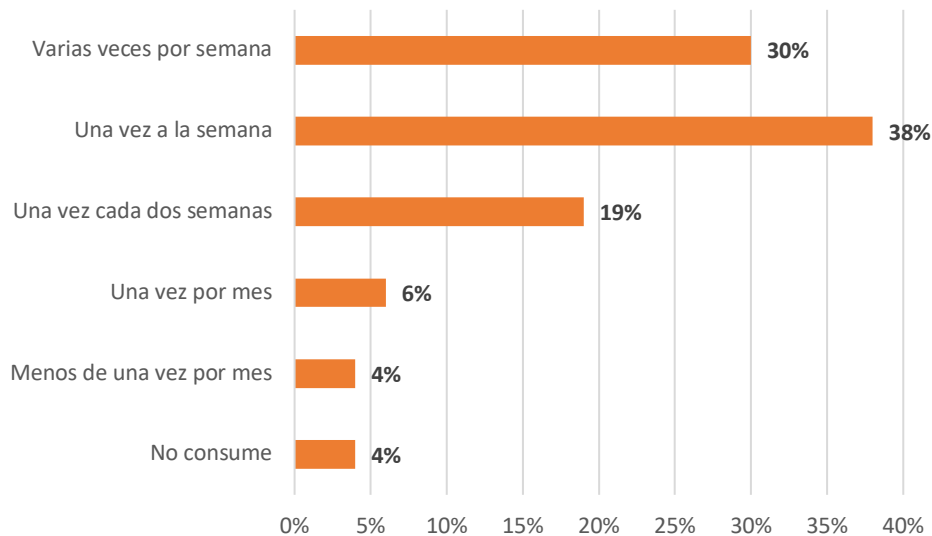
V. Análisis de la Demanda

5.1. Perfil del Consumidor

Los productos pesqueros forman parte de la dieta marroquí; sin embargo, de acuerdo con la FAO, su consumo per-cápita, equivalente a 18.3 kilogramos (2022), se encuentra por debajo del promedio mundial. Las especies de mayor consumo incluyen básicamente pelágicos pequeños como sardinas, caballas y boquerones, debido a razones de salud y precio económico; pescados blancos de captura local, conservas de sardina y, en menor medida, mariscos como calamares, pulpos y camarones, usualmente importados. De

acuerdo con ProChile, la mayor parte de la población prefiere presentaciones frescas, las cuales se preparan a la parrilla o en *tayines*, aunque en los últimos años se ha incrementado la demanda de productos congelados y semi-procesados, como consecuencia del impacto de la tendencia relacionada a la conveniencia.

Gráfico 7: Frecuencia de consumo de productos pesqueros en Marruecos en 2025



Fuente: L’Economiste - Sunergia

De acuerdo a una encuesta realizada por L’Economiste y Sunergia en 2025, el 38% de los marroquíes come productos pesqueros al menos una vez por semana. Alrededor de 30% lo hace varias veces a la semana, 19% dos veces al mes y sólo el 8% consume menos de una vez al mes o nunca. En líneas generales, los productos pesqueros se consideran una proteína básica en la dieta del país; sin embargo, en los últimos tiempos ha experimentado encarecimientos relacionados a la escasez y la cada vez mayor presencia de intermediarios, sobre todo en lo que respecta a producto importado.

Es importante tener en cuenta que aproximadamente el 99% de la población marroquí es musulmana de rito suní. Por ello, durante el mes de *Ramadán*, cuando las familias se congregan para romper el ayuno, el gasto alimentario total y, en específico, de productos pesqueros crece significativamente. De acuerdo a ICEX, aunque esto refleja un aumento estacional de la demanda, el gasto alimentario aumenta en 16%.

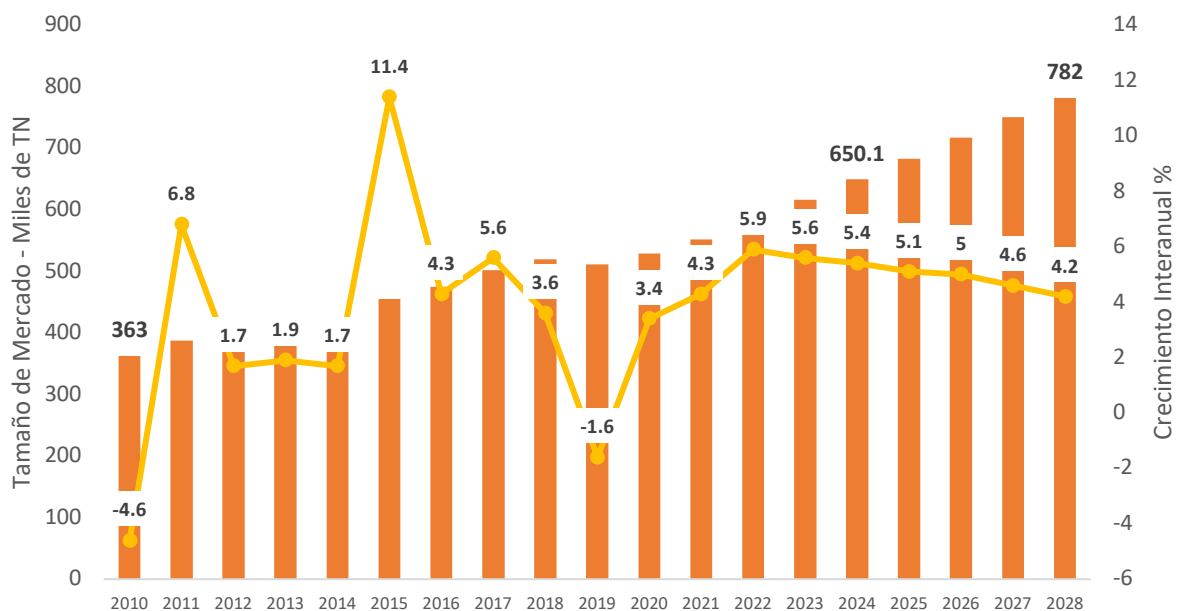
Las regiones costeras del norte y del este como Casablanca, Agadir, Tánger y Esauira muestran una mayor disponibilidad de productos pesqueros, dado su acceso directo al producto fresco y también congelado importado. Sin embargo, en el interior y sur del país, la oferta es menor, debido a deficiencias en la cadena de frío, y los precios usualmente son más elevados⁴.

⁴ ICEX

Asimismo, existen fuertes diferencias en el consumo entre clases sociales, así como entre el canal tradicional y moderno. En líneas generales, el factor precio puede ser determinante, ya que los consumidores marroquíes son muy sensibles a cambios en los precios. De acuerdo con Passport, esta tendencia se ha visto potenciada por el incremento de precios en 2024, lo cual ha llevado a muchos consumidores a optar por especies asequibles, como consecuencia del encarecimiento de productos “premium” como el lenguado y la merluza. Así, alrededor del 90% del consumo local de pescado se concentra en sardinas y otras especies pelágicas.

5.2. Análisis de Tendencias

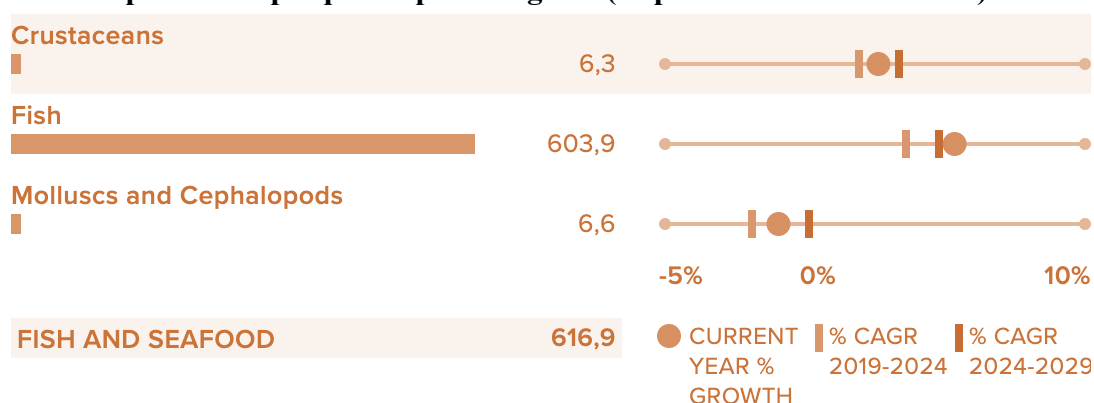
Gráfico 8: Evolución de las ventas de productos pesqueros en Marruecos y crecimiento interanual (2010 – 2028) (Expresado en Miles de Toneladas)



Fuente: Passport

- a. Expansión de la demanda local:** El mercado pesquero sigue estrategias de expansión (*Plan Halieutis*) y la economía marroquí se expande a una tasa de 3% - 4% anual. Se estima que el consumo de pescado, en especial congelado, mantenga una tendencia ascendente de acuerdo con el aumento de la población urbana y mejoras en la cadena de frío. Passport prevé que las ventas de productos pesqueros se expandan a una tasa media anual de 5% hasta 2029.

Gráfico 9: Volumen de ventas en 2024 y crecimiento histórico / proyectado de productos pesqueros por categoría (Expresado en Miles de TN)



Fuente: Passport

b. Incremento de la demanda de productos importados: Las importaciones de productos pesqueros se han expandido en la mayoría de las categorías, debido a una combinación de menores niveles de captura local y la expansión de la industria nacional. En específico, de acuerdo con Passport, las ventas de crustáceos han experimentado el segundo mayor crecimiento, con un aumento de 3% en volumen en 2024, pese a la disminución de la producción local durante el periodo enero – julio de dicho año. Esta contracción se vio compensada por una expansión del 25% en las importaciones de langostinos congelados, los cuales se comercializaron a precios competitivos a través del canal minorista moderno como supermercados e hipermercados. Los langostinos congelados se utilizan básicamente como aderezo para pizzas y como ingrediente clave de la pastilla marroquí, una receta tradicional compuesta por camarones, calamares y pescado con fideos chinos y masa hojaldre (*warqa*).

c. Cambios en el comportamiento del consumidor: Habitualmente se compraban pescados frescos en el canal tradicional, pero la expansión de la clase media urbana ha propiciado un incremento en productos convenientes y congelados. Variables como el aumento del nivel de vida, así como la digitalización del comercio y el crecimiento del canal moderno explican estos cambios. Efectivamente, de acuerdo con CBI, las ventas minoristas de alimentos en supermercados han crecido con fuerza y se espera que se expandan entre a una tasa de 4% - 5% anual hasta 2027, lo cual impulsa la disponibilidad de productos pesqueros refrigerados y congelados. Asimismo, aunque los consumidores aún valoran el producto fresco, las mejoras en inocuidad y presentación (filetes congelados, procesados y pre-cortados) ha ayudado a superar la percepción de menor calidad. Por otro lado, de acuerdo con ProChile, aproximadamente la mitad de los pescados y mariscos congelados importados se vendieron a través del HORECA, especialmente en ciudades con alto flujo turístico como Casablanca, Rabat y Marrakech. El resto se comercializa a través de supermercados e hipermercados como Marjane, Carrefour / Label'Vie y Aswak Assalam, así como tiendas especializadas.

5.3. Variedades Consumidas

En la presente sección se analizarán las variedades y presentaciones demandadas en Marruecos de los productos pesqueros priorizados por PROMPERÚ.

En primer lugar, el atún listado, conocido también como **bonito**, se consume básicamente en conservas enlatadas en Marruecos. Empresas como Meat Corp procesan skipjack, bigeye y yellowfin en latas de 80 gramos y 1.7 gramos, destinadas mayoritariamente a restaurantes y colectividades. Aunque la mayor parte del consumo es en conserva, también se importa atún entero (*whole round*) para reproceso. El producto se utiliza en ensaladas y tajines modernos, aunque eventualmente se consume fresco o congelado en pequeñas cantidades. El atún listado es una de las especies de túnidos más importadas y consumidas, debido a su precio y su disponibilidad.

En segundo lugar, las **merluzas** importadas por Marruecos se destinan a la elaboración de filetes congelados o tramos enteros. Importadores como Samak Ben Projet y SoExotic Product demandan merluza entera de tallas pequeñas (80–200 gramos), adecuadas para restauración institucional, donde prima el precio competitivo. Otros compradores como Nuova Ondamar reconocen que la merluza *gayi* peruana es de buena calidad, aunque de textura inferior a variedades argentinas, siendo el precio el factor decisivo. Se trata de una especie de carne blanca de consumo moderado, la cual es apreciada en restaurantes y cadenas hoteleras. La merluza se utiliza en platos de influencia europea y recetas occidentales, como merluza a la vinagreta, frituras y arroces con mariscos; no es tan tradicional como los pescados azules (sardinas y caballas) en la gastronomía local.

En tercer lugar, las anchoas en salazón o en salmuera se utilizan como un condimento o ingrediente adicional. El grupo UNIMER/La Monegasque es el principal comprador marroquí de anchoeta peruana, que utiliza como materia prima para semiconservas. El proceso se divide entre Perú (salazón inicial) y Marruecos (desalado, fileteado y envasado). Se comercializan al estilo español, aunque también pueden consumirse en aceite o vinagre después de desalarlas. No es un producto masivamente consumido en Marruecos, pero se valora como aperitivo o ingrediente de alta intensidad, y sobre todo como insumo de exportación a Europa, EE. UU. y Japón.

En cuarto lugar, los **langostinos del género penaeus** se suelen comercializar en presentaciones congeladas y peladas. Importadores como L'Assiette Nordique y SoExotic Product compran principalmente langostino vannamei de Ecuador en múltiples tallas, en presentaciones enteras, peladas o desvenadas. El producto se vende en supermercados (Marjane, Label Vie) y en hoteles y restaurantes de lujo (Mamounia, Hyatt, Sofitel). También se distribuye en colectividades institucionales y HORECA. Son muy valorados en la cocina urbana y turística (paellas, frituras, guisos de mariscos, entre otros), así como en platillos internacionales, relacionados a gastronomía asiática o americana. En la dieta tradicional marroquí no tienen presencia histórica, aunque se han vuelto populares en la actualidad en restaurantes de alta gama y supermercados.

En quinto lugar, los **calamares congelados** se venden en presentaciones congeladas (en bloque o IQF), así como en porciones y anillas. Empresas como Hafsa Samac, Nuova Ondamar y Pescatitan importan mantos, anillas y tiras de pota peruana para reproceso en Marruecos. El consumo es muy frecuente en la gastronomía marroquí y bereber, tanto en hogares como en restaurantes. Los productos incluyen calamares limpios, en rodajas, cocidos o ahumados, listos para cocinar. En cuanto a los usos culinarios, se consume a la plancha, fritos, rebozados, rellenos en tajines y arroces con marisco. Se aprecian el sabor suave y la textura firme de su carne.

Finalmente, el **surimi** de pescado no suele comercializarse directamente al consumidor final. Sin embargo, empresas como SOMAFISH destacan la elaboración de productos transformados (hamburguesas y embutidos de pescado) y demandan insumos como pota y merluza peruana para reproceso. En Marruecos, el surimi se dirige a la industria alimentaria para la producción de palitos de cangrejo (*kanikama*) y empanizados de pescado, que posteriormente se adquieren en mercados especializados o restaurantes de comida internacional.

5.4. Presentaciones y Precios al Consumidor Final

Cuadro 12: Precios de venta al público y presentaciones de productos pesqueros priorizados por PROMPERÚ en Marruecos

CALAMARES CONGELADOS			
	<p>Tubos de Calamar Congelados</p> <p>Marca: Carrefour Classic Peso: 500 gr Precio: 102 MAD – USD 11.1</p>		<p>Tubos de Calamar Congelados</p> <p>Marca: Khayrat Peso: 1 kg Precio: 74.95 MAD – USD 8.15</p>
	<p>Tiras de Calamar Congeladas</p> <p>Marca: Khayrat Peso: 800 gr Precio: 49.9 MAD – USD 5.43</p>		<p>Anillas de Calamar Congeladas</p> <p>Marca: Landauer Peso: 800 gr Precio: 45.95 MAD – USD 4.99</p>
	<p>Anillas de Calamar a la Romana</p> <p>Marca: Carrefour Peso: 500 gr Precio: 49.55 MAD – USD 5.39</p>		<p>Mixtura de Mariscos Congelada</p> <p>Marca: Landauer Peso: 400 gr Precio: 29.95 MAD – USD 3.26</p>
LANGOSTINOS CONGELADOS			



Colas de Vannamei congeladas

Marca: Simpl
Talla: 28/33
Peso: 450 gr
Precio: 124.95 MAD – USD 13.59



Colas de camarón salvaje congelado

Marca: Carrefour
Talla: 70/100
Peso: 800 gr
Precio: 75.95 MAD – USD 8.26



Camarones salvajes enteros

Marca: Carrefour Classic
Talla: 90/130
Peso: 500 gr
Precio: 86.5 MAD – USD 9.4



Colas de camarón salvaje congelado

Marca: Landauer
Talla: 0iz30/100
Peso: 800 gr
Precio: 75.95 MAD – USD 8.26

CONSERVAS



Anchoas en aceite de oliva

Marca: Connetable
Peso: 100 gr
Precio: 27.3 MAD – USD 2.97



Sarinas en conserva para Harissa

Marca: Connetable
Peso: 140 gr
Precio: 14.95 MAD – USD 1.63



Filetes de caballa en aceite vegetal

Marca: Carle
Peso: 1.7 kg
Precio: 88.95 MAD – USD 9.67



Migas de caballa en salsa de tomate y especias

Marca: Joly
Peso: 125 gr
Precio: 6.4 MAD – USD 0.7



Filetes de caballa en aceite vegetal

Marca: Tamima
Peso: 125 gr
Precio: 12.3 MAD – USD 1.34



Filetes de barrilete en aceite vegetal y limón

Marca: Mario
Peso: 125 gr
Precio: 21.6 MAD – USD 2.35



Calamar en aceite vegetal

Marca: Vigilante
Peso: 115 gr
Precio: 36.2 MAD – USD 3.94



Calamar en salsa americana

Marca: Vigilante
Peso: 80 gr
Precio: 24.5 MAD – USD 2.66

Fuente: Aswak Assalam, Carrefour, Bringo y Marjane

5.5. Percepción de la Oferta Peruana

La percepción de la oferta peruana en Marruecos presenta opiniones diferenciadas de acuerdo con el tipo de producto y la experiencia previa de los compradores. En términos generales, se reconoce que los productos peruanos ofrecen buena calidad y precios competitivos, aunque persisten algunos desafíos vinculados a la consistencia. A continuación se presenta el análisis de la percepción de los importadores entrevistados a nivel general, como a nivel específico por producto priorizado.

- **Pota:** Empresas como Hafsa Samac, Nuova Ondamar, SoExotic Product y SOMAFISH valoran positivamente la pota peruana, considerándola de mejor calidad que la proveniente de China y competitiva frente a la chilena. También destacan su versatilidad para reproceso y su estabilidad de suministro en años regulares.
- **Merluza:** La percepción es más heterogénea. Mientras que SoExotic y SOMAFISH muestran interés en la merluza *gayi* como insumo económico para colectividades y productos elaborados, compañías como Samak Ben Projet reportaron experiencias negativas (defectos en la textura y retrasos en la entrega), lo que afecta la confianza en la consistencia del producto. En contraste, Nuova Ondamar la reconoce como opción válida siempre que mantenga un precio inferior a la competencia argentina.
- **Anchoas y semiconservas:** El grupo UNIMER/La Monegasque valora la posibilidad de integrar a Perú en su cadena de suministro, destacando que, aunque la calidad de la ancholeta es algo inferior a la europea, responde a características de la especie y no al proceso peruano. Consideran estratégico profundizar alianzas con plantas peruanas para centralizar el proceso y aprovechar ventajas arancelarias hacia la Unión Europea.
- **Langostinos y mariscos:** Importadores como L'Assiette Nordique, SoExotic y Pescatitan, si bien concentran sus compras de vannamei en Ecuador, han mostrado interés explícito en el camarón peruano, siempre que mantenga precios comparables y garantías de abastecimiento. Además, algunos compradores ven potencial en la concha de abanico peruana, aunque se percibe diferente en calidad frente a la canadiense o estadounidense.

Asimismo, varias empresas resaltan la importancia de establecer relaciones directas y duraderas con proveedores peruanos, evitando intermediarios. Sin embargo, en algunos casos (como SOMAFISH y Pescatitan) todavía prevalece la compra vía traders europeos, lo que limita la visibilidad de la oferta peruana. La percepción mejora cuando existe contacto directo, como en el caso de Hafsa Samac, que ya trabaja con múltiples proveedores peruanos.

VI. Requisito de Acceso al Mercado

6.1. Medidas Arancelarias

El Reino de Marruecos aplica aranceles *ad-valorem* variables a la importación dependiendo del producto. En la legislación actual, la mayor cantidad de subpartidas arancelarias están sujetas a un derecho de importación general del 2.5% sobre el valor CIF. Asimismo, también se debía aplicar una tasa parafiscal (TPI) de 0.25%, la cual fue eliminada en 2020. Los aranceles pueden alcanzar hasta 35% para productos sensibles o de lujo, aunque, de acuerdo con la OMC, las tasas NMF promedio aplicadas a productos pesqueros es equivalente a 15.9% (2023).

La entrada en vigor de acuerdos comerciales preferenciales ha disminuido notablemente los aranceles a la importación para muchos proveedores. Es así que Marruecos ha liberalizado su comercio con socios estratégicos como Estados Unidos (2006), la Unión Europea (2012), así como con contrapartes regionales Turquía o el Área Continental Africana de Libre Comercio.

Por otro lado, Perú no cuenta con beneficios arancelarios específicos con Marruecos. Por ende, los envíos peruanos pagan el arancel NMF estipulado en el Arancel Aduanero Marroquí, tal como se observa en el siguiente cuadro para los productos priorizados:

Cuadro 13: Aranceles NMF aplicados a productos pesqueros priorizados en Marruecos

Subpartida HS10	Descripción	Arancel NMF
0303.43.00.00	Atún listado congelado y bonito rayado	10%
0303.66.00.00	Merluzas del tipo “Merluccius spp.” congeladas	10%
0305.63.00.00	Anchoas en salazón o en salmuera, sin secar	10%
0306.17.00.90	Otros camarones pelados, congelados	10%
0307.43.90.30	Calamares congelados, incl. pelados, ahumados, cocidos antes o durante el ahumado	10%
1604.20.00.05	Preparaciones de surimi	40%

STADi (Administration des Douanes et Impôts Indirects)

6.2. Medidas No Arancelarias

6.2.1. Medidas Técnicas

La seguridad sanitaria de los pescados y mariscos importados es supervisada por la Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria de Productos Alimentarios – ONSSA. Este organismo exige que los exportadores tengan certificaciones oficiales como autorizaciones de inocuidad y, en algunos casos, certificación Halal. Asimismo, de acuerdo con el Decreto 466-23, vigente desde el 1 de enero de 2025, todos los establecimientos extranjeros que provean productos pesqueros deben registrarse en la

plataforma electrónica ATLAS (<https://atlas.onssa.gov.ma/>) de la ONSSA. Ello facilita la trazabilidad y permite a la ONSSA validar con anticipación a los importadores y proveedores.

Asimismo, toda exportación debe estar acompañada por un certificado sanitario para productos pesqueros emitido por la autoridad competente del país exportador que, en el caso de Perú, sería SANIPES. El certificado debe indicar los métodos de tratamiento (fresco, congelado, ahumado, enlatado, entre otros), presentación comercial y fecha de vencimiento, de manera obligatoria. Además, en la etiqueta del producto importado se solicita información en idiomas oficiales y, en específico, que el nombre del importador se encuentre en árabe. Se debe indicar también el país de origen y su fecha límite de consumo.

Finalmente, se espera que los productos refrigerados o congelados respeten las condiciones de conservación. Por ejemplo, pescado congelado almacenado a -18°C y custodiado en cadena de frío. Así como que cuenten con pruebas de laboratorio (histamina, residuos y similares) conforme a la reglamentación de la ONSSA. Por ejemplo, antes de la importación y en la aduana, la ONSSA puede realizar controles de histamina en especies como atún y sardina; de metales pesados como mercurio, cadmio y plomo, especialmente en cefalópodos, ya que puede acumular metales tanto en el músculo como en las vísceras; así como de residuos microbiológicos (listeria, salmonella y Vibrio) que pueden encontrarse en crustáceos si no han sido procesados adecuadamente. Para más información consultar: [Guía de importación de productos pesqueros ONSSA](#).

6.2.2. Medidas No Técnicas

En lo que respecta a documentos, Marruecos solicita al importador honrar los documentos habituales en cualquier operación de comercio internacional. De acuerdo con la aduana marroquí, se solicitan mínimamente: factura comercial detallada, Declaración Única de Mercancías (DUM, equivalente a la DUA peruana) y un “*compromiso de importación*” firmada por el importador local. Una vez completados estos trámites, el despacho aduanero se realiza a través del sistema virtual BADR, que facilita dar seguimiento electrónico a la mercancía. Los tiempos de despacho pueden fluctuar de acuerdo con el caso y así como la realización de inspecciones; en líneas generales, la Aduana marroquí prioriza bienes perecederos, aunque no hay plazos fijos más allá del procedimiento habitual.

En lo que respecta a restricciones temporales o estacionales, Marruecos no aplica cuotas específicas sobre las importaciones de especies como langostinos o calamares, salvo medidas sanitarias puntuales en caso de alertas zoonosanitarias. Tampoco aplica, por ejemplo, vedas de temporada a importaciones. De modo que, fuera de las exigencias mencionadas y de posibles regulaciones de entrada/salida de divisas, el acceso de productos pesqueros extranjeros está limitado sólo por los requisitos sanitarios y la documentación, pero no por prohibiciones de época ni cupos cuantitativos generales.

6.3. Normas Privadas

Además de las normas oficiales, los importadores marroquíes, especialmente las grandes cadenas de distribución moderna como Marjane y Carrefour Label'Ve y mayoristas del sector HORECA, suelen contar con sus propias exigencias de mercado. Es habitual exigir certificado internacional de calidad alimentaria (BRC / IFS o ISO 22000) para productos pesqueros congelados y procesados.

Por otro lado, en el ámbito cultural, debido a la población mayoritariamente musulmana, la certificación *Halal* oficial, otorgada por IMANOR / ONSSA, es valorada y puede ser requerida de manera frecuente para productos pesqueros procesados destinados al consumo local.

VII. Logística

7.1. Canales de Distribución

Gráfico 10: Organización de los canales de distribución de productos pesqueros en Marruecos



Fuente: FAO / Entrevistas con importadores

Marruecos maneja una cadena de distribución de productos pesqueros relativamente corta, pero eficiente. Los productos importados suelen ingresar a través de Casablanca, principal puerto de carga y mercado más importante de productos pesqueros, Agadir, el mayor puerto pesquero del Atlántico, y Tánger-Med, el cual se está convirtiendo en un gran hub de contenedores.

Existen dos tipos de importadores de este tipo de productos. En primer lugar, destacan los importadores – procesadores, principalmente conserveros, quienes adquieren materia prima como túnidos y pequeños pelágicos para la elaboración de enlatados, tanto para el

mercado interno como para la exportación. En segundo lugar, se encuentran los importadores – distribuidores, los cuales manejan cartera multi-producto y atienden directamente al canal HORECA, puntos de venta urbano y mercados mayoristas. La mayoría de ellos se ubican en Casablanca y Agadir, dentro de los que destacan Hafsa Samac, L'Assiette Nordique, Somafish y DeltaFish. De acuerdo con el estudio de mercado del sector de alimentos congelados en Marruecos, desarrollado por ICEX en 2024, se estima que los costos de almacenamiento en frío, distribución local y marketing representan entre el 15% - 20% del margen bruto del distribuidor.

En lo que respecta al comercio minorista, la gran distribución en Marruecos se encuentra liderada por grandes cadenas como Marjane Holding, Carrefour y Aswak Assalam, las cuales concentran 57%, 20% y 10% de participación de mercado, respectivamente. Estos supermercados e hipermercados tienen amplia cobertura en zonas urbanas y ofrecen una amplia oferta de pescados y mariscos congelados de alta rotación como filetes de pescado. Asimismo, estos canales son importantes para satisfacer la dinámica demanda de consumidores que buscan conveniencia y variedad, impulsada por un estilo de vida urbano y la demanda de la industria turística local.

Por otro lado, el canal HORECA tiene una significación de aproximadamente 30% de la demanda total de pescados y mariscos congelados. Este canal demanda productos de buena calidad y consistencia en la oferta, lo que impulsa a los proveedores a mantener estándares elevados y adaptar sus presentaciones a las necesidades de los chefs. Este segmento es notablemente importante en Marruecos debido a la relevancia del turismo en la economía nacional.

7.1.1. Rutas de Acceso

Los principales puertos para productos hidrobiológicos son Casablanca, puerto principal de carga y mercado mayorista más importante de pescados y mariscos; Agadir, el mayor puerto pesquero del Atlántico y *hub* de procesamiento de Marruecos; y Tánger – Med. Otros puertos relevantes incluyen Nador, Mohammédia o El Jadida, aunque la presencia de importadores pesqueros es menor. A las puertas del Sahara Occidental, el puerto de El Aaiún se está convirtiendo en un puerto emergente para la pesca marroquí.

Se debe mencionar que los productos pesqueros congelados originarios de Asia y Latinoamérica suelen ingresar por Casablanca y Tánger – Med, para posteriormente transportarse por carretera (75% de la carga congelada).

Tras la descarga, los productos pesqueros se almacenan y distribuyen con cadena de frío. En los puertos existen cámaras frigoríficas y plantas de hielo para conservar el producto. Por ejemplo, LOTRAF en Mohammédia cuenta con naves de almacenamiento a -18 / + 4 °C y HBZ Group en Agadir tiene flotas de camiones frigoríficos junto a sus plantas de congelación. La infraestructura logística se complementa con zonas logísticas e

industriales desarrolladas en zonas específicas como Casablanca, Tánger y Agadir, para viabilizar la consolidación y redistribución de la mercancía.

7.1.2. Costos Logísticos y Principales Agencias de Transporte

Cuadro 14: Costos de las rutas marítimas desde Paita y Callao (Perú) hasta Tánger – Med, Casablanca y Agadir

Tipo de Contenedor	Puerto de Origen	Tánger - Med	Casablanca	Agadir
20' Reefer	Callao	USD 1,208	USD 4,005	USD 3,649
	Paita	-	USD 4,154	USD 3,801
40' Reefer	Callao	USD 1,523	USD 4,713	USD 4,295
	Paita	-	USD 4,889	USD 4,473

Fuente: CMA y SeaRates

El cuadro muestra los costos de las rutas marítimas desde Paita y Callao (Perú) hacia los principales puertos marroquíes (Tánger-Med, Casablanca y Agadir) para contenedores refrigerados de 20 y 40 pies. Cabe destacar que, excepto en el caso de Tánger-Med, cuyos precios corresponden a tarifas spot de la naviera CMA CGM al 1 de junio de 2025, el resto de los valores son precios indicativos de mercado obtenidos de fuentes como SeaRates y corresponden a referencias generales, pudiendo variar según la temporada, disponibilidad de buques y negociaciones específicas con cada operador logístico.

Las principales agencias de transporte marítimo que operan rutas desde Callao (Perú) hacia Marruecos incluyen grandes navieras como CMA CGM, Maersk Line, MSC, Hapag-Lloyd, COSCO Shipping Lines. Estas compañías ofrecen servicios de transporte de contenedores refrigerados y carga general, con conexiones a los puertos clave marroquíes: Tánger-Med, Casablanca y Agadir. La mayoría de los envíos requieren transbordo en puertos europeos como Algeciras, Valencia o Barcelona antes de llegar a Marruecos, garantizando la cobertura para productos pesqueros congelados y otros perecederos.

7.2. Canales de Comercialización

7.2.1. Gran Distribución

Los supermercados e hipermercados son los canales preponderantes para la distribución de productos pesqueros congelados en Marruecos. Estos formatos ofertan una amplia diversidad de especies y presentaciones, que incluyen mariscos importados y platos preparados de alta gama. Es importante mencionar en este punto que el margen estimado de los supermercados e hipermercados varía entre 60% - 65% sobre el precio de venta de los intermediarios / importadores.

El mercado de distribución de productos pesqueros congelados se encuentra liderado por Marjane, Carrefour y Aswak Assalam. Marjane Holding es la cadena de supermercados más importante y tiene una participación del 57% del mercado. Marjane opera 130 tiendas

en 30 ciudades de todo Marruecos, además de contar con una plataforma de comercio electrónico que cuenta con una cartera de más de 6,000 artículos a precio de tienda. Por otro lado, Carrefour, operado por el grupo Label'Ve, cuenta con 54 tiendas bajo las marcas Carrefour (hipermercados) y Carrefour Market en 2023. En tanto, Aswak Assalam, parte del grupo Ynna Holding, tiene una participación de mercado menor pero importante con 14 tiendas y una facturación de USD 150 a USD 200 millones en 2022, de acuerdo con Sagaci Research.

7.2.2. Canal HORECA

El sector hoteles, restaurantes y catering, también denominado HORECA, es clave en lo que respecta a productos pesqueros congelados en Marruecos. Este sector cuenta con una variada demanda de productos congelados, especialmente caracterizados por su alta calidad y consistencia para la preparación de platos en grandes volúmenes. En líneas generales, el HORECA tiene una significación del 30% sobre la demanda total de congelados en Marruecos, de acuerdo con Market Research Future. Este sector es importante para suministrar hoteles y restaurantes que buscan garantizar la frescura y disponibilidad de productos durante todo el año.

7.2.3. E-Commerce

El *e-commerce* en Marruecos ha aumentado su presencia de manera considerable en los últimos años, específicamente en lo que respecta a productos congelados, debido a la creciente demanda de conveniencia y acceso a una mayor variedad de alimentos. La pandemia del coronavirus apresuró este cambio, dinamizando la expansión de las compras en línea, especialmente para productos de alimentación. En 2023, el mercado de productos congelados en línea representó aproximadamente el 10% del total de mercado de alimentos online, con ventas valorizadas en USD 2.2 millones y se espera que alcance los USD 3.2 millones en 2028 con una tasa de crecimiento compuesta anual de 9.7% de acuerdo con eCommerce Insights.

VIII. Actividades de Promoción Comercial

8.1. Ferias y Exhibiciones



SIAM (Meknes): Feria internacional que se celebra anualmente en la ciudad de Meknes, siendo una de los eventos más importantes de África y una plataforma importante para diversos sectores alimentarios, incluida pesca. Pese a que SIAM no está dedicada de manera exclusiva al sector pesquero, ofrece espacios temáticos y oportunidades

para que las empresas exhiban sus productos y servicios relacionados a la pesca y acuicultura.



Salón Halieutis (Agadir): Feria internacional de periodicidad bianual especializada en productos pesqueros e industrias marítimas. La séptima edición se realizó del 5 al 9 de febrero de 2025 en el Parc des Expositions de Agadir bajo el patrocinio del Rey Mohammed VI. Este salón de 20 mil metros cuadrados congregó a 523 expositores de 54 países

y recibió 65 mil visitantes en 6 días. Halieutis se centra en la investigación e innovación, reuniendo empresas de flotas, equipamiento, transformación y servicios, y suele ser destacado por prensa nacional e internacional.



Seafood 4 Africa (Dakhla): Foro africano realizado por la Federación Nacional de Industrias Pesqueras (FNIP) de Marruecos. Su primera edición se celebró del 4 al 6 de diciembre de 2024 y congregó a más de 70 expositores y unos 30 mil visitantes, con presencia de 16 países africanos. Este evento incluye conferencias, reuniones B2B y exposiciones con el objetivo de expandir el comercio

interafricano de productos marinos y acuícolas, así como temas relacionados a economía azul y sostenibilidad.

8.2. Publicaciones Especializadas



Maritime News (www.maritimeneews.ma): Se trata del portal digital más importante en temas relacionados a la industria pesquera en Marruecos. Publica noticias relevantes del sector pesquero y cuenta con contenido temático especializado en logística, producción, comercialización y actualidad.



Food Magazine (<https://www.foodmagazine.ma/>): Es la revista de agroalimentación que incluye artículos sobre el mercado pesquero de Marruecos. Su periodicidad es bimestral y suele organizar regularmente eventos y conferencias para propiciar los intercambios interprofesionales en el sector alimentario.

FENIP (<https://fenip.com/>): La Federación Nacional de Industrias Pesqueras – FNIP cuenta con newsletters y “*revues de prensa*” mensuales para sus miembros, en la cual se publican estadísticas e iniciativas de exportación y comercio.

8.3. Otras Actividades de Promoción

Aparte de ferias y publicaciones, también existen varias iniciativas públicas y privadas para impulsar el consumo y comercio de los productos pesqueros en Marruecos como:



Festivales gastronómicos: Marruecos organiza eventos populares de degustación en base a productos pesqueros. Por ejemplo, el Ministerio de Pesca ha establecido la “*Fête de la sardine*” (Fiesta de la sardina), la cual se realiza cada verano en las ciudades costeras como Tánger, Casablanca, Safi y Dakhla. De manera similar, Safi, conocida como la “capital mundial de la sardina” realiza el “*Festival de la Mer*”, el cual congregó a 2 mil personas para degustar casi 2 TN de sardinas asadas en el puerto local. Estos festivales tienen como objetivo promover el consumo local de especies como la sardina y el calamar.



Trophées de l’Innovation halieutique: Concurso de periodicidad anual impulsado por la Secretaría de Pesca que premia a las empresas pesqueras por innovaciones en productos hidrobiológicos y procesos productivos. En su trigésima octava edición, realizada en febrero de 2025, se premió a Pélagique Industria por sus nuevas recetas de conservas de pescado. Estos galardones resaltan las capacidades tecnológicas nacionales y buscan fomentar el desarrollo de nuevos productos de valor agregado.

IX. Contactos de Interés

9.1. Institucionales

Ministerio de Agricultura, Pesca Marítima, Desarrollo Rural y Aguas y Bosques

- **Ciudad:** Rabat
- **Sitio web:** agriculture.gov.ma
- **Teléfono:** +212 537 68 30 00
- **Descripción:** Rector de la política pesquera y agrícola del país. Responsable del Plan Halieutis.

Oficina Nacional de Pesca (ONP)

- **Ciudad:** Casablanca
- **Sitio web:** onp.ma
- **Teléfono:** +212 522 30 30 30
- **Descripción:** Encargada de la comercialización de productos pesqueros y del funcionamiento de los mercados mayoristas.

Federación Nacional de Industrias de Transformación y Valorización de Productos de la Pesca (FENIP)

- **Ciudad:** Casablanca
- **Sitio web:** fenip.ma
- **Teléfono:** +212 522 31 63 00
- **Descripción:** Agrupa empresas de procesamiento de productos pesqueros y promueve su valorización e internacionalización.

Oficina Nacional de Seguridad Sanitaria de los Productos Alimentarios (ONSSA)

- **Ciudad:** Rabat
- **Sitio web:** onssa.gov.ma
- **Teléfono:** +212 537 77 65 65
- **Descripción:** Regula la calidad e inocuidad alimentaria de los productos importados y locales.

Confederación General de Empresas de Marruecos (CGEM)

- **Ciudad:** Casablanca
- **Sitio web:** cgem.ma
- **Teléfono:** +212 522 99 70 00
- **Descripción:** Principal patronal del país. Facilita networking con empresas locales, incluyendo del sector pesquero.

Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones y Exportaciones (AMDIE)

- **Ciudad:** Rabat
- **Sitio web:** invest.gov.ma
- **Teléfono:** +212 537 67 33 00
- **Descripción:** Facilita inversión extranjera y promueve exportaciones e importaciones, con datos sectoriales.

Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services de Casablanca-Settat (CCIS-CS)

- **Ciudad:** Casablanca
- **Sitio web:** ccisc.ma
- **Teléfono:** +212 522 45 26 26
- **Descripción:** Apoya a empresarios nacionales e internacionales. Canal para eventos B2B y ferias.

Institut National de Recherche Halieutique (INRH)

- **Ciudad:** Casablanca (sede central), presente en Agadir, Laâyoune, Dakhla

- **Sitio web:** inrh.ma
- **Teléfono:** +212 522 94 36 00
- **Descripción:** Centro de investigación científica en pesca y acuicultura. Publica informes sobre especies, zonas y sostenibilidad.

Autoridad Portuaria de Tánger Med (TMPA)

- **Ciudad:** Tánger
- **Sitio web:** porttanger.com
- **Teléfono:** +212 539 39 34 50
- **Descripción:** Gestión del mayor puerto logístico del país. Contacto esencial para operaciones de importación.

X. Conclusiones y Recomendaciones

10.1. Conclusiones

El mercado marroquí ofrece un alto potencial de importación para varios productos pesqueros peruanos, impulsado por el crecimiento del consumo interno y el rol de Marruecos como *hub* de reprocesamiento hacia Europa. En 2024 las importaciones marroquíes de productos pesqueros alcanzaron USD 277 millones, destacando especialmente categorías dinámicas como langostinos congelados (USD 41 millones), calamares y potas congelados (USD 81 millones), merluza congelada (USD 10 millones) y anchoas en salazón (USD 15 millones). Estos rubros representan las principales oportunidades comerciales para Perú, que ya ha incursionado exitosamente con pota y comienza a ganar terreno en merluza, anchoa y surimi. El mercado marroquí demanda formatos industriales específicos (mantos, filetes y anillas en pota; *whole round* en merluza; cilindros o barriles en anchoa salada) orientados al procesamiento y posterior reexportación. A continuación se resumen las oportunidades por producto prioritario:

- **Bonitos/listados (*barrilete*) congelados.** Las importaciones de túnidos pequeños crecieron en 14.7% anual durante el periodo 2019 – 2023, hasta alcanzar USD 27 millones en 2023. España abastece cerca del 60%, pero la creciente demanda ha abierto espacio a nuevos proveedores como Omán, Corea del Sur y Ecuador. El producto más solicitado es *Katsuwonus pelamis* entero o IQF, destinado principalmente a la industria conservera local. Perú, aunque no cuenta con una gran pesquería de atún listado, podría aprovechar su posición en el Pacífico para suministrar materia prima de calidad a las plantas marroquíes de enlatado, ofreciendo volumen y constancia en la oferta. Esto diversificaría las fuentes de abastecimiento de Marruecos y aprovecharía la ventaja costera de Perú.
- **Merluza congelada.** Marruecos carece de producción propia suficiente y depende de importaciones crecientes, con una tasa de crecimiento promedio anual de 34.7% para el periodo 2019 – 2023. España domina con 71% de participación, pero Perú ha emergido como segundo proveedor (USD 1.0 M en ene-sep 2024). La *Merluccius gayi* peruana destaca por su precio competitivo y adaptación al

procesamiento local. Se envía mayormente *whole-round* congelada en bloque, ideal para fileteo o reempaque en Marruecos. La demanda interna es constante a lo largo del año, con picos en primavera-verano (coincidiendo con las campañas atlánticas y el *Ramadán*). El mercado valora la merluza peruana como complemento a la europea, por lo que existe una oportunidad clara para incrementar los envíos aprovechando la disponibilidad estacional opuesta (Pacífico vs Atlántico) y consolidar a Perú como proveedor clave.

- **Anchoas en salazón.** Marruecos posee un robusto sector conservero que importa anchoa salada como insumo clave para filetes en aceite y semiconservas. Las importaciones crecieron 21.6% anual entre 2021–2023 hasta alcanzar USD 10 millones en 2023 y USD 15 millones durante el periodo enero – septiembre de 2024. España y Argentina son líderes, pero Perú se posicionó en 2024 como tercer proveedor con USD 1.3 millones de *Engraulis ringens* salada. Además, Marruecos exporta mucho producto final: cerca del 68% de las anchoas en conserva españolas provienen de plantas marroquíes, garantizando demanda estable de materia prima. En 2024 Perú alcanzó un récord de USD 972 mil en anchoa salada a Marruecos (14% de las exportaciones pesqueras peruanas al país). El principal comprador es La Monegasque (Grupo Unimer), procesador líder que valora la calidad del producto nacional. La tendencia sugiere que, consolidando envíos regulares y volúmenes estables, siguiendo el ejemplo de Argentina, Perú puede ganar la confianza de las conserveras y expandir su participación en este rubro.
- **Langostinos congelados (*vannamei*).** La demanda de camarón en Marruecos ha crecido notablemente; en 2023, las importaciones alcanzaron USD 31 millones con una tasa de crecimiento promedio de 14.5% desde 2021 y para 2024 se espera un récord cercano a USD 41 millones. Se importa principalmente *vannamei* entero con cabeza (*HOSO* en bloque) de tallas medias. Ecuador domina con 50% de participación, seguido por Argentina (gambón rosado). Actualmente Perú tiene presencia marginal, pero existe una ventana de oportunidad, ya que el mercado busca diversificar orígenes y asegurar suministros. El formato *HOSO* es versátil, debido a que permite cocción industrial o venta directa, y se alinea con la oferta peruana de camarón entero congelado. Además, la demanda interna vía canal *HORECA* está en aumento por el turismo. El resto de la importación se reprocesa para reexportar, beneficiándose de la mano de obra competitiva y acceso preferencial a la UE). En resumen, diversificar el mercado de *vannamei* hacia Marruecos, por ejemplo con acuerdos con importadores especializados como Hafsa Samac, e introducir envíos de prueba en picos de demanda, permitiría a Perú aprovechar este crecimiento pese a la competencia elevada. Importantes importadores marroquíes ya valoran la calidad del camarón peruano y estarían interesados si se ofrece precio competitivo.
- **Calamares/potas congelados.** Los cefalópodos, principalmente calamar y pota, figuran entre las importaciones de mayor valor (USD 60 - 81 millones anuales). Esto responde al crecimiento de la industria de procesamiento marroquí, tanto para mercado interno como reexportación. Marruecos tiene pesca local, pero la caída de capturas lo hace dependiente de importaciones. Perú se ha consolidado

como el tercer proveedor de calamar gigante (*Dosidicus gigas*) en 2024, con envíos por USD 5 millones, equivalentes a 72% de las exportaciones peruanas de la categoría a Marruecos. La pota peruana goza de creciente aceptación industrial por su bajo costo, alto rendimiento y calidad. Los formatos demandados son mantos limpios, filetes de 2–4 kg, aletas y anillas de pota, que las plantas marroquíes cuecen, cortan y reexportan, principalmente a España. La oportunidad radica en afianzar y ampliar esta cuota, ya que Marruecos busca proveedores confiables debido a la volatilidad de otras fuentes, como las Islas Malvinas. Con suministros consistentes y aprovechando la demanda de materia prima de bajo costo, Perú puede mantener y aumentar su participación en este segmento clave.

- **Surimi de pescado.** Aunque aún pequeño, el mercado marroquí muestra rápido crecimiento en surimi. Entre 2019 y 2023 las importaciones pasaron de USD 3 millones a USD 9 millones, alcanzando USD 10 M en los primeros nueve meses de 2024. España, China y Francia proveen la mayor parte. Este fuerte crecimiento de la demanda sugiere una ventana para el surimi peruano. La industria alimentaria marroquí usa surimi para *kanikama*, empanizados y otros derivados que luego distribuye a restaurantes y cadenas de comida. Perú produce surimi a base de anchoveta y merluza para mercados asiáticos, por lo que podría ofrecer una alternativa competitiva en precio y oferta. La demanda de surimi en Marruecos es continua todo el año, con picos moderados en primavera-verano. Esto permite planificar exportaciones estables.

10.2. Recomendaciones

Para que las empresas pesqueras peruanas aprovechen las oportunidades identificadas en Marruecos, es necesario implementar una estrategia comercial focalizada y proactiva. A continuación, se presentan las principales recomendaciones con enfoque analítico-comercial, orientadas a posicionar y expandir la oferta peruana de manera sostenible en el mercado marroquí:

- **Adecuar la oferta a formatos y calidades demandadas.** Adaptar los productos peruanos a las presentaciones preferidas por la industria marroquí (mantos, filetes de 2–4 kg y anillas de pota; merluza entera congelada *whole round*; anchoa salada en cilindros o barriles con la maduración óptima; surimi con estándares de gelificación adecuados). Personalizar la oferta según las especificaciones técnicas de los procesadores marroquíes incrementa la aceptación del producto peruano y reduce costos de reprocesamiento.
- **Consolidar relaciones comerciales estables (alianzas industriales).** Mantener abastecimiento regular y construir alianzas de largo plazo con importadores y procesadores clave. Se sugiere establecer acuerdos preferentes con actores líderes –por ejemplo, Grupo Unimer/La Monegasque para anchoa salada, y mayoristas como Trans

Squid, Supreme Food o Hafsa Samac para pota y merluza-. Cumplir rigurosamente los calendarios de envío acordados y evitar interrupciones en la oferta, especialmente en productos estacionales, fortalecerá la confianza. Una provisión consistente año tras año podría derivar en contratos más amplios y en que Perú sea percibido como socio estratégico fiable.

- **Aprovechar ventanas estacionales de demanda.** Planificar las exportaciones según los picos marroquíes: incrementar embarques antes del Ramadán (marzo-mayo) para cubrir la fuerte demanda de calamar, langostino y merluza durante el ayuno y festividades. Del mismo modo, reforzar envíos en julio-agosto coincide con la temporada alta de turismo y verano (mayor consumo HORECA y acumulación de inventarios por parte de procesadoras). En contraste, reducir actividad en el cuarto trimestre (baja de demanda post-verano) permite evitar sobrecostos de almacenamiento. Sincronizar la oferta peruana con el ciclo estacional de Marruecos maximizará volúmenes y precios de venta.

- **Fortalecer la promoción comercial y presencia en el mercado.** Incrementar la visibilidad del Perú mediante ferias y misiones: participar activamente en Halieutis (Agadir), Seafood Africa (Dakhla) y eventos regionales (p.ej. SIAM en Meknès) para presentar los productos y conectar con importadores locales. Además, desarrollar material en francés/árabe para publicaciones especializadas resaltando atributos peruanos (sostenibilidad de pota, trazabilidad de langostino, calidad proteica del surimi, etc.) fomentará el reconocimiento de marca. Establecer vínculos institucionales con gremios marroquíes (FENIP, CGEM, CCIS) facilitará el networking y la generación de leads comerciales.

- **Asegurar competitividad en precios y cumplimiento normativo.** Mantener el precio/rendimiento favorable de los productos peruanos (p.ej. pota peruana destaca por su costo accesible y rendimiento al cocer). Para ello, optimizar la logística (consolidación de cargas, economías en flete marítimo) y utilizar coberturas cambiarias pueden ayudar a ofrecer cotizaciones atractivas. Simultáneamente, garantizar el cumplimiento de estándares sanitarios y técnicos es vital: respetar los requisitos de inocuidad de ONSSA, halal cuando corresponda, y normativas de la UE (para productos reprocesados o reexportados). Contar con certificaciones internacionales (HACCP, BRC, ISO) y homogeneidad en la calidad (calibrado uniforme de camarón, sal adecuado en anchoas, gelificación del surimi) reforzará la confianza de los compradores marroquíes.

- **Gestionar aspectos arancelarios.** Dado que los productos pesqueros importados a Marruecos enfrentan un arancel del ~10% más impuestos (30% total), se recomienda explorar negociaciones para aranceles preferenciales o aprovechar cualquier acuerdo comercial bilateral/zona de libre comercio aplicable. En paralelo, comunicar a los clientes marroquíes el valor agregado (calidad, trazabilidad, servicio post-venta) ayudará a compensar el costo de acceso.

XI. Perfiles de Compradores

Los perfiles detallados de los compradores identificados en el mercado marroquí han sido entregados de forma independiente como parte del Entregable N.º 3 del presente estudio especializado. Esta decisión responde a consideraciones de confidencialidad y cumplimiento normativo en materia de protección de datos personales.

Dichos perfiles fueron recopilados durante entrevistas a profundidad realizadas en la fase de prospección comercial, llevada a cabo entre el 18 y el 26 de junio de 2025 en las ciudades de Agadir, Casablanca y localidades próximas, a través de visitas técnicas a empresas del sector pesquero.

En cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR) y otras disposiciones internacionales aplicables, esta información se encuentra bajo la supervisión y custodia exclusiva de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ.

XII. Bibliografía

Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones y Exportaciones (AMDIE). (2024). *Informe económico sectorial pesquero*. Rabat, Marruecos.

Aduanas de Marruecos. (2024). *Base de datos estadísticos de comercio exterior*. Office des Changes. <https://www.oc.gov.ma/>

Aduanas del Perú – SUNAT. (2024). *Estadísticas de exportación por subpartida*. <https://www.sunat.gob.pe/>

Autoridad Portuaria de Tánger Med (TMPA). (2024). *Reporte anual de actividad portuaria*. <https://www.tmpa.ma/>

COMTRADE – United Nations. (2024). *International Trade Statistics Database*. <https://comtrade.un.org/>

Confederación General de Empresas de Marruecos (CGEM). (2024). *Anuario empresarial del sector pesquero marroquí*. <https://www.cgem.ma/>

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2022*. <https://www.fao.org/publications/sofia>

Fédération Nationale des Industries de Transformation des Produits de la Pêche (FENIP). (2024). *Panorama industriel pesquero de Marruecos*. <https://www.fenip.com/>

Institut National de Recherche Halieutique (INRH). (2024). *Rapport annuel sur les pêches maritimes au Maroc*. <https://www.inrh.ma/>

International Trade Centre (ITC). (2024). *Market Access Map*. <https://www.macmap.org/>

International Trade Centre (ITC). (2024). *Trade Map: Trade statistics for international business development*. <https://www.trademap.org/>

L'Economiste & Sunergia. (2025). *Baromètre de consommation des produits de la mer au Maroc*. Casablanca, Marruecos.

Maritime News. (2024). *Bulletin spécialisé sur l'industrie halieutique marocaine*. Casablanca, Marruecos. <https://maritimenews.ma/>

Ministerio de la Producción del Perú – PRODUCE. (2024). *Estadísticas pesqueras nacionales 2023*. <https://www.gob.pe/produce>

Office National des Pêches (ONP). (2024). *Statistiques halieutiques du Maroc*. <https://www.onp.ma/>

Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA). (2024). *Requisitos sanitarios para productos hidrobiológicos importados*. <https://www.onssa.gov.ma/>

Panjiva. (2024). *Global Trade Data & Insights*. <https://panjiva.com/>

PROMPERÚ – Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. (2025). *Estudio de mercado especializado: Productos pesqueros peruanos en Marruecos*. Lima, Perú.

Seafood Perú – PROMPERÚ. (2024). *Perfil exportador de productos pesqueros peruanos*. <https://www.seafoodperu.pe/>

Statista. (2024). *Morocco: Fish and seafood consumption per capita*. <https://www.statista.com/>

Veritrade. (2024). *Base de datos de comercio exterior*. <https://www.veritradecorp.com/>