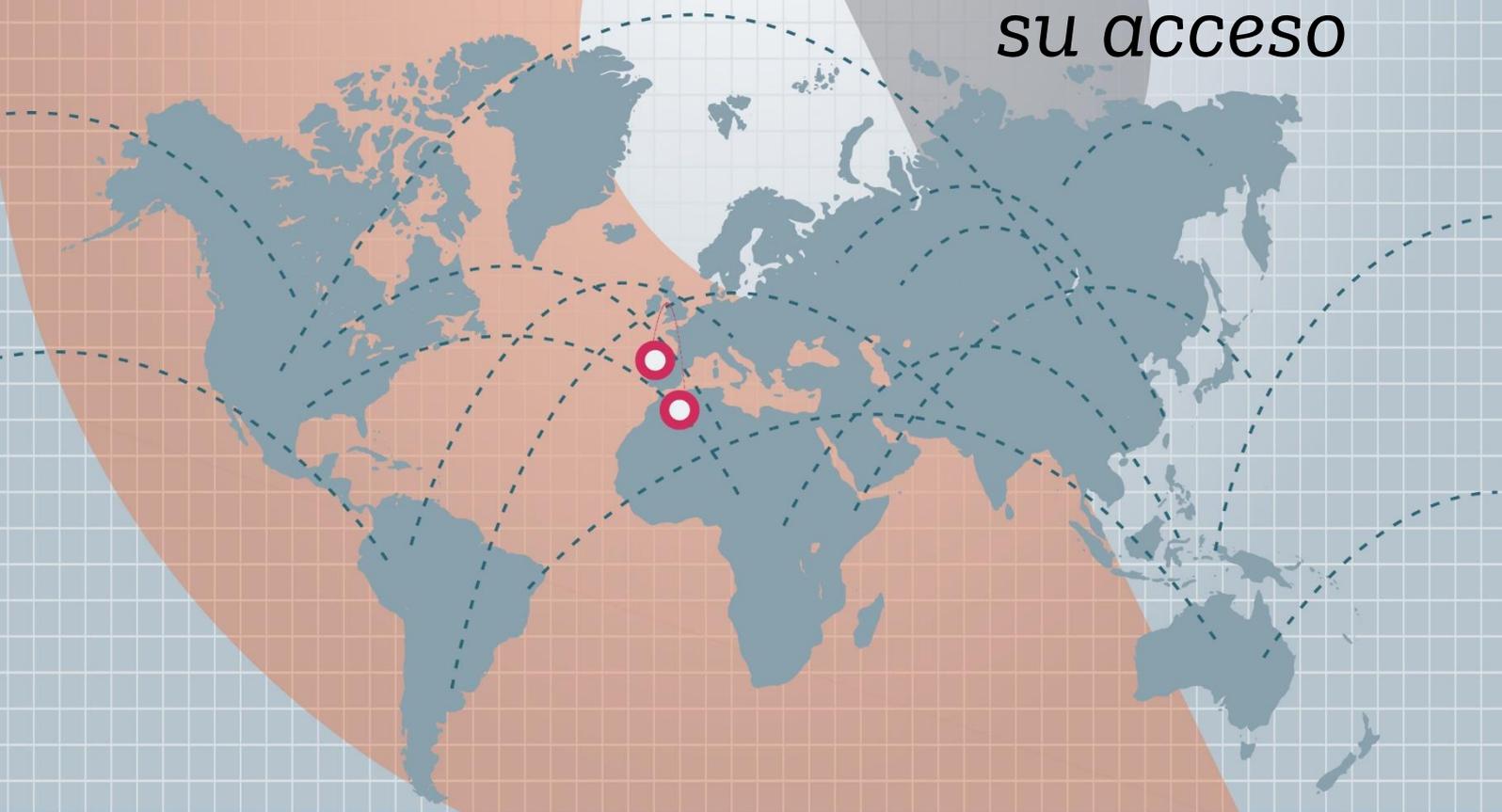




**JORNADA-TALLER**

*Magreb:*

*Principales oportunidades y  
aspectos a tener en cuenta para  
su acceso*



## Contenido

<b>1. Introducción: Situación económica del mercado objetivo</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Análisis de las relaciones bilaterales con los mercados objetivo</b> .....	<b>8</b>
<b>3. Análisis de las importaciones del Magreb</b> .....	<b>10</b>
<b>4. Exportación española y gallega a los mercados objetivo</b> .....	<b>15</b>
4.1 Exportaciones españolas al Magreb.....	15
4.2 Exportaciones gallegas al Magreb .....	20
<b>5. Tendencias de consumo en el mercado</b> .....	<b>26</b>
<b>6. Oportunidades comerciales y de inversión para las empresas gallegas en los países objetivos</b> .....	<b>28</b>
<b>7. Métodos de entrada</b> .....	<b>33</b>
<b>8. Entorno legal y fiscal</b> .....	<b>37</b>
8.1 Constitución de sociedades .....	37
8.2 Contratación de personal.....	41
8.3 Principales impuestos .....	43
<b>9. Cultura de negocios en el país objetivo. Criterios para hacer negocios...</b>	<b>48</b>
<b>10. Contactos de interés</b> .....	<b>50</b>

## 1. Introducción: Situación económica del mercado objetivo

El Magreb es una región que se encuentra en el norte de África y según el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, está conformado por Argelia, Libia, Marruecos, Mauritania y Túnez.

*"El Magreb es una región que se encuentra en el norte de África y está conformado por Argelia, Libia, Marruecos, Mauritania y Túnez"*

Por lo general, todos los países del Magreb, salvo Argelia, han sufrido un periodo de inestabilidad política tras la Primavera Árabe. Esto causó que la economía de estos países se haya debilitado y que, en función de las decisiones políticas, determinados países hayan prosperado más que otros. Marruecos optó por medidas más cautelares y eso lo propulsó a un periodo de estabilidad y cambios. En contraposición, los otros tres países están sufriendo conflictos internos o la disminución de empresas internacionales exportadoras de petróleo o gas. Otro factor en común es la vinculación que tienen con la Unión Europea. El país que guarda más relación es Túnez ya que Argelia y Libia se muestran más reacias a establecer relaciones para el libre comercio. No obstante, Túnez y Marruecos ya lo han hecho.

Debido a la diversidad de países, es pertinente realizar diferenciaciones en la macroeconomía individualmente.

### Argelia

En primer lugar, debido a la bajada de los precios del petróleo en Argelia, el crecimiento económico se frenó en 2017 disminuyendo el crecimiento del PIB de 3,3 % a 1,3 %. Esto se debe a que el petróleo supone más del 90 % de las exportaciones totales del país y el 60 % del ingreso total. No obstante, el país se recuperó en 2018 gracias al crecimiento de las exportaciones. Sin embargo, por la crisis del Covid-19 está previsto que la economía del país caiga un 5,2 % este 2020 según el FMI.

Se prevé que las exportaciones de gas sigan aumentando, aunque, tal como indica Santander Trade, sería necesario que el gobierno trabajase para paliar las necesidades del mercado internacional. El país está sufriendo problemas económicos ya que han recurrido a devaluar la moneda mientras que se han contraído las reservas de divisas. La devaluación ha fomentado un aumento de las exportaciones y una disminución de las importaciones.

*"Argelia, el crecimiento económico se frenó en 2017 disminuyendo el PIB de 3,3 % a 1,3 %. el petróleo supone más del 90 % de las exportaciones totales del país y el 60 % del ingreso total."*

## Libia

En cuanto a Libia, **es el país más rico del norte de África** debido al petróleo y a las exportaciones. Por ello, el crecimiento del PIB se frenó a causa de la bajada de precio del petróleo a pesar del aumento de la producción. Según African Development Bank Group, esta tendencia negativa respecto al precio y positiva respecto a la producción se mantendrá a lo largo de 2020-21. En contraposición, el gobierno está buscando ampliar las exportaciones y facilitar el proceso para menguar los posibles daños. Libia es de los principales suministradores de petróleo del continente africano convirtiéndolo en el quinto país que más exporta internacionalmente superando a Marruecos, Egipto o Túnez.

No obstante, al ser su economía tan dependiente del petróleo y de las exportaciones, la crisis del Covid-19 y la paralización que han sufrido prácticamente todos los países del mundo y por tanto el comercio exterior, está previsto que la economía de Libia caiga un 58,7% este 2020 según estimaciones del FMI, la mayor caída de todo el continente africano.

*“Libia es de los principales suministradores de petróleo del continente africano convirtiéndolo en el quinto país que más exporta internacionalmente superando a Marruecos, Egipto o Túnez.”*

## Marruecos

Respecto a Marruecos, el país está viviendo un periodo de estabilidad económica con unos niveles de inflación bajos. De acuerdo con esta tendencia, el FMI prevé que el PIB siga creciendo al mismo nivel que en años anteriores. Sin embargo, la crisis del Covid-19 ha azotado a prácticamente todas las economías del mundo, y Marruecos no iba a ser una excepción, estando prevista una caída de su PIB del 3,7% según el FMI.

No obstante, el gobierno busca una bajada del déficit fiscal ya que a finales de 2018 oscilaba el 3,8 %. Otra cifra preocupante es la alta cantidad de evasión fiscal de la última década. Por otro lado, la inflación alcanzó el cero en 2017 aunque permaneció contenida no llegando al 2 %. En general, su economía se nutre de las exportaciones, la inversión privada y el turismo. Como es observable en la tabla que adjuntamos al final del punto, el desempleo es mayor y suelen sufrirlo los jóvenes. Asimismo, el índice de pobreza es el más elevado del Mediterráneo con un 15 % de la población que no alcanza el umbral de pobreza.

*“Marruecos está viviendo un periodo de estabilidad económica con unos niveles de inflación bajos.”*

### Mauritania

En lo que concierne a Mauritania, sufrió una caída de los precios en 2014-15 tras haber gozado de varios años de prosperidad. Sin embargo, gracias tanto a las empresas extractivas y no extractivas, el PIB alcanzó un pico de 6,9 % en 2019. De igual manera que en el resto de los países, según el FMI la crisis del Covid-19 provocará una caída del PIB del 2%.

La inflación ha permanecido constante en el 3 % y se vaticina que logre el 3,4 % en 2020. El gobierno está fomentando aspectos sociales como la educación, salud, protección o una mejora administrativa para generar una estabilidad económica. Tras un informe elaborado por el FMI (2019) se ha criticado la falta de inversión internacional y los bajos precios en productos de exportación que afectan a la economía nacional. Para solucionar estos problemas, se han creado ayudas gubernamentales basadas en un crecimiento económico de todo el sistema, desarrollo adquisitivo de las personas y mejoras en el gobierno.

*“En Mauritania, tanto por las empresas extractivas y no extractivas, el PIB alcanzó un pico de 6,9 % en 2019 que se verá reducido un 2 % este 2020 a raíz del Covid-19”*

### Túnez

Finalmente, la economía tunecina vivió un periodo de estabilidad gracias al crecimiento del 5 % hasta que en 2009 se frenó por la Revolución que provocó dificultades políticas, económicas y geopolíticas. Esto se subsanó mediante el apoyo de la agricultura y el turismo logrando un 2,6 % de PIB en 2018. El FMI estima que la pandemia del Covid-19 provoque una caída de la economía tunecina del 4,3% este 2020.

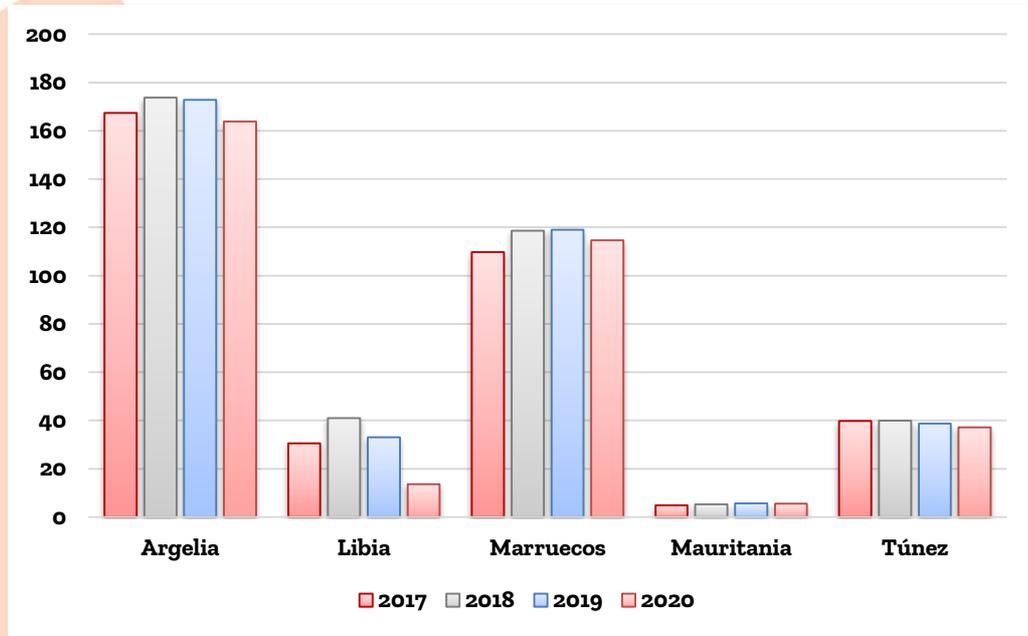
Tras dicha revolución, las condiciones de seguridad se han estabilizado mejorando un panorama empresarial a la vez que se han creado nuevas políticas para luchar contra la evasión fiscal. Asimismo, el gobierno trata de neutralizar los posibles daños que pueda provocar la caída del petróleo mientras invierte en mejorar las condiciones sociales. Todas estas medidas intentan evitar las caídas del PIB y del déficit de cuenta corriente que se prevén en los años venideros.

*“La mejora del panorama empresarial y nuevas políticas de evasión fiscal y una diversificación de su economía suponen la base de estabilidad económica de los últimos años en Túnez”*

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

A continuación, se muestra una gráfica comparativa de las distintas economías que componen el Magreb, así como la caída prevista por el Covid-19 en cada una de ellas a fin de obtener una imagen clara y sencilla sobre las economías que componen esta región, los países de mayor peso y sus patrones de evolución.

Gráfico 1. PIB de los países del Magreb y su previsión del 2020 tras Covid-19. Datos en miles de millones USD.



Fuente: Elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de FMI

A continuación, se adjunta una tabla a modo resumen de la economía de la zona del Magreb dividida por países

Tabla 1 Principales datos macroeconómicos de la zona del Magreb dividida por países.

País		2017	2018	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)
Argelia	PIB (miles de millones de USD)	167,39	173,76	172,78	178,64	181,57
	PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	1,30	1,40	-0,70	-5,20	6,2
	PIB per cápita (USD)	4.012	4.081	3.980	4.039	4.033
	Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	27,30	38,30	46,10	49,20	52,50
	Tasa de inflación (%)	5,60	4,30	2,00	4,10	5,50
	Tasa de paro (% de la población activa)	11,70	11,70	12,50	13,30	14,40
Libia	PIB (miles de millones de USD)	30,56	40,95	33,02	34,08	35,00
	PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	1,30	1,40	-2,60	-58,70	1,80
	PIB per cápita (USD)	4.738,59	6.287,65	5.019,58	5.129,19	5.216,50
	Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	--	--	--	--	--
	Tasa de inflación (%)	28,50	9,30	22,26	15,12%	6,50
	Tasa de paro (% de la población activa)	--	--	--	--	--
Marruecos	PIB (miles de millones de USD)	109,71	118,53	119,04	124,54	132,77
	PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	4,2	3,0	2,2	-3,7	4,8
	PIB per cápita (USD)	3.148	3.366	3.345	3.464	3.656
	Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	65,10	65,00	65,30	64,50	63,20
	Tasa de inflación (%)	0,80	1,90	0,70	1,10	2,00
	Tasa de paro (% de la población activa)	10,20	9,80	9,20	8,90	8,50
Mauritania	PIB (miles de millones de USD)	4,93	5,24	5,65	5,92	6,28
	PIB (crecimiento anual)	3,10	2,10	5,9	-2,0	4,2
	PIB per cápita (USD)	1.269	1.319	1.392	1.427	1.481
	Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	75,90	82,90	78,50	79,30	75,70
	Tasa de inflación (%)	2,30	3,10	3,00	3,40	4,00
	Tasa de paro (% de la población activa)	--	--	--	--	--
Túnez	PIB (miles de millones de USD)	39,82	39,90	38,73	39,61	37,97
	PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	1,80	2,70	1	-4,30	4,10
	PIB per cápita (USD)	3.453	3.422	3.287	3.328	3.159
	Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	70,60	77,00	74,40	78,70	81,90
	Tasa de inflación (%)	5,30	7,30	6,60	5,40	5,20
	Tasa de paro (% de la población activa)	15,30	15,40	--	--	--

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de FMI.

## 2. Análisis de las relaciones bilaterales con los mercados objetivo

Con base en el análisis de la balanza comercial, a continuación, se mostrarán las relaciones bilaterales que mantiene España con la zona del Magreb de forma conjunta.

Respecto a las exportaciones españolas a dicho mercado, se refleja que, en los últimos cinco años (2015-19), ha seguido un patrón evolutivo muy constante y regular hasta 2018 ya que disminuyó en 2019 un 2,75 % con aproximadamente 13 mil millones de euros. Si se analiza la evolución global, todo este ciclo se tradujo en un aumento de 20,34 % en comparación con la cifra de 2015.

Por otro lado, en relación con las importaciones, la tendencia es variable en función del año ya que se manifiesta un descenso del 0,92 % en 2019 en comparación con 2018 ya que alcanzó una cifra superior a 15.500 millones de euros. Se observa otro pico negativo en 2016 que llegó a más de 11.600 millones habiendo perdido un -8,41 % respecto a 2015. No obstante, logró su mayor pico en 2018 con más de 15.719 millones de euros. Por lo general, el ciclo ha crecido un 22,47 %.

Como resultado de estas tendencias y evoluciones comerciales, se observa que han crecido las exportaciones y las importaciones, aunque ambas han menguado levemente en el último año. Si se comparan ambas, las segundas han aumentado en mayor ritmo, lo cual se refleja en unos valores positivos del saldo comercial y negativos en la tasa de cobertura. En 2015 se disponía en torno a -2 mil de millones de euros, la cual se superó y alcanzó en 2019 una cifra inferior a -2.750 aumentando un 33,57 %. Finalmente, la tasa de cobertura reflejó la variación negativa del último año ya que disminuyó de casi 84 % a 82,45 % habiendo alcanzado un 98,38 % en 2016. Esta tasa de cobertura se traduce que por cada 100 € de productos del Magreb importados por España, se exportan productos españoles a dicha zona por valor de en torno a 82 €.

*“La balanza comercial de España con la zona del Magreb muestra un saldo negativo de casi 2.750 millones de euros en 2019, contando las importaciones con un ritmo de crecimiento superior (22,47 %) al de las exportaciones (20,34 %)”*

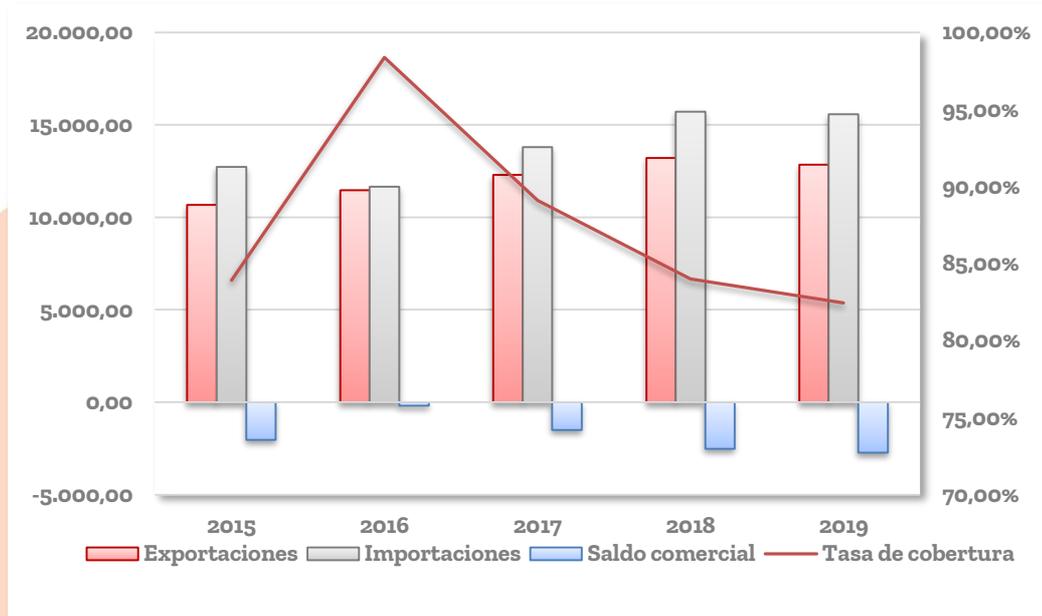
Tabla 2. Balanza comercial española con el Magreb. Datos en millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
<b>Exportaciones</b>	10.670,58	11.458,22	12.285,46	13.204,11	12.841,45	20,34 %	-2,75 %
<b>Importaciones</b>	12.717,02	11.647,42	13.790,04	15.719,48	15.574,80	22,47 %	-0,92 %
<b>Saldo comercial</b>	-2.046,44	-189,20	-1.504,58	-2.515,37	-2.733,35	33,57 %	8,67 %
<b>Tasa de cobertura</b>	83,91 %	98,38 %	89,09 %	84,00 %	82,45 %	-1,74 %	-1,84 %

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Icx (Estacom).

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

Gráfico 2. Evolución de la balanza comercial española con el Magreb. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Ices (Estacom).

### 3. Análisis de las importaciones del Magreb

En el presente apartado se lleva a cabo el análisis de las importaciones de los cinco países que componen la región en primer lugar de forma individual y a continuación, se tratará los principales productos importados y países proveedores de forma global.

Puntualizar que los datos estadísticos que se tratarán a continuación se tratan de una compilación de los datos directos presentados por los países y datos espejo proporcionados por organismos comerciales que han tratado con ellos.

#### Importaciones del Magreb

Como se comentó con anterioridad, las importaciones totales de la región cayeron un -0,46% a lo largo del último lustro. Las importaciones de la región no han reflejado un patrón evolutivo claro, si no que han sido años marcados por leves caídas y crecimientos de manera continua.

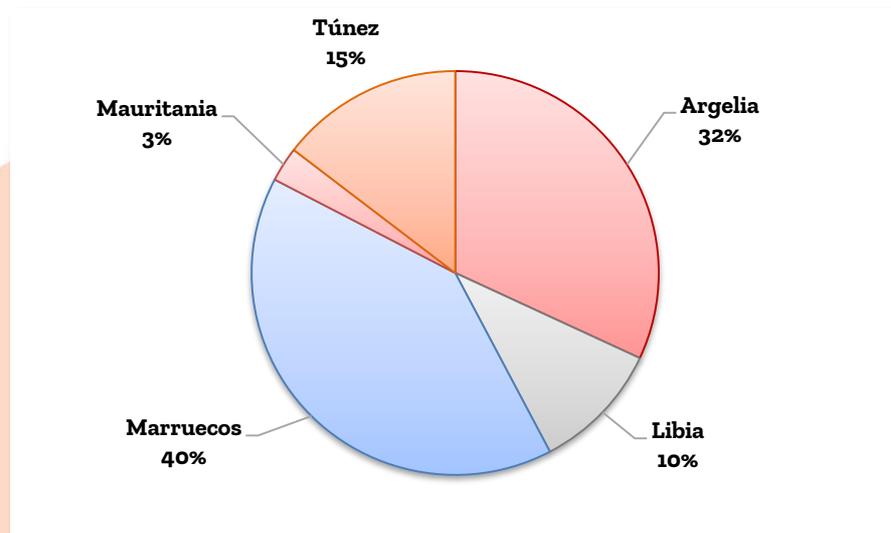
A nivel nacional, el país con mayor cuota de importación es Marruecos ya que capta un 40 % del total del Magreb con un importe por valor aproximado de casi 46 mil millones de euros. Asimismo, tiene un crecimiento muy notable del 34,81 % logrando ser el país con mayor índice de variación y de los pocos con cifras positivas. A continuación de Marruecos se situaría Argelia con un 32 % de la cuota, aunque la variación en el lustro 2015-19 es negativa disminuyendo un notable -22,62 %, siendo el país que ha registrado la mayor caída de las importaciones de la región con un importe de alrededor de 36 mil millones de euros en 2019. Túnez (15%) y Libia (10%) se posicionarían en tercera y cuarta posición respectivamente. Finalmente, y con un valor menor que solamente representa el 3% de las importaciones de la región se encontraría Mauritania con un importe por valor aproximado de 3 mil millones de euros el pasado 2019.

Tabla3. Evolución de las importaciones del Magreb. Datos en millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Importaciones Argelia	46.670	42.549	40.766	41.670	36.115	-22,62%	-13,33%
Importaciones Libia	11.540	9.142	8.407	10.978	11.723	1,58%	6,78%
Importaciones Marruecos	33.857	37.664	39.908	43.400	45.642	34,81%	5,17%
Importaciones Mauritania	3.334	2.040	3.125	2.695	3.144	-5,71%	16,67%
Importaciones Túnez	18.219	17.608	18.251	17.847	16.478	-9,55%	-7,67%
<b>Importaciones Magreb</b>	<b>113.620</b>	<b>109.003</b>	<b>110.456</b>	<b>116.590</b>	<b>113.102</b>	<b>-0,46%</b>	<b>-2,99%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracen (Trademap).

Gráfico 2. Cuota de importaciones de países que componen el Magreb. Año 2019



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracen (Trademap).

### Principales sectores/productos importados

En este punto se abordarán los principales productos importados y se realizará especial hincapié en el sector agroalimentario de la región del Magreb en general.

Por lo general, se observa que el peso está muy diversificado ya que un 40 % pertenece a la categoría resto. La primera partida de productos importados se corresponde con los combustibles y aceites minerales y sus destilados con un 13 % de cuota y un importe aproximado de 14.400 millones de euros en 2019 con un notable crecimiento del 17% a lo largo del lustro. Tras esto se encuentran la maquinaria, aparatos y artefactos mecánicos y, por otro lado, las máquinas, aparatos y material eléctrico con unas cuotas de mercado del 9% cada una de ellas.

*“Los combustibles minerales, maquinaria y aparatos mecánicos, así como la maquinaria y los materiales eléctrico son las tres categorías de productos más importadas por el Magreb, siendo casi el 40% de sus importaciones”*

Tras agrupar los productos que conforman el total de las importaciones, se analizará el sector de lo agroalimentario. En este se observa que las importaciones relativas a dicho sector representan una cuota del 14 % sobre el total importado por la región en el año 2019. Sin embargo, ha sufrido una caída del -16,23 % a lo largo del lustro analizado. Las partidas de productos que han recogido los mayores importes de este sector son los cereales (28% de cuota), productos lácteos y de origen animal (11%), y las grasas de origen animal y vegetal (9%).

*“El sector agroalimentario supone el 14% de las importaciones totales de la región en el año 2019, habiendo caído su importe un -16,23% a lo largo del último lustro”*

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

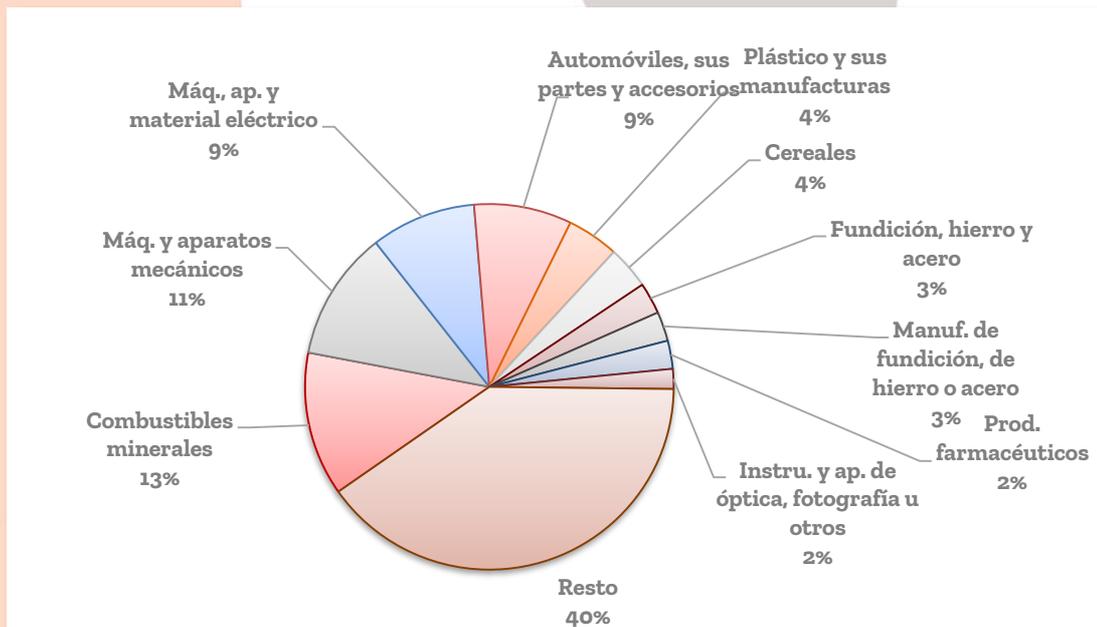
En la tabla puede apreciarse cómo la tendencia negativa que han registrado las importaciones de la región a lo largo del lustro también se ha visto reflejado en las principales categorías de productos importadas, ya que la mayoría de ellas, a excepción de los combustibles minerales (+17%), automóviles y sus partes (+5,93%), plástico y sus manufacturas (+4,75%) y los instrumentos y aparatos de óptica (+21,40%); mientras que por otro lado se han registrado caídas de manera genérica, siendo algunas de ellas significativas como es el caso de la fundición (-32%), los cereales (-29,04%) o las manufacturas de fundición, hierro y acero (-23,18%).

Tabla 4. Principales grupos de productos importados por la región del Magreb. Datos en millones de euros.

	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Combustibles minerales	14.398,45	17,00%	-6,92%
Máq. y aparatos mecánicos	12.934,56	-8,17%	-1,44%
Máq., ap. y material eléctrico	10.436,32	-9,29%	-3,32%
Automóviles, sus partes y accesorios	9.703,96	5,93%	-3,53%
Plástico y sus manufacturas	5.145,13	4,75%	1,56%
Cereales	4.257,60	-29,04%	-13,44%
Fundición, hierro y acero	3.141,97	-31,99%	-8,94%
Manuf. de fundición, de hierro o acero	2.930,74	-23,18%	4,94%
Prod. farmacéuticos	2.816,83	-6,07%	-3,64%
Instru. y ap. de óptica, fotografía u otros	1.995,88	21,40%	6,42%
Resto	45.340,20	6,50%	-1,69%
<b>Total</b>	<b>113.101,62</b>	<b>-0,46%</b>	<b>-2,99%</b>
<b>Agro</b>	<b>15.372,09</b>	<b>-16,23%</b>	<b>-6,51%</b>
<b>% Agro/Total</b>	<b>14%</b>	<b>-15,85%</b>	<b>-3,63%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracen (Trademap).

Gráfico 3. Cuota de importación de cada grupo de productos importados por la región del Magreb. Año 2019.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracen (Trademap).

### Principales proveedores del Magreb

A la cabeza de los mayores proveedores se encuentran China y Francia abarcando una cuota de mercado del 13% ambos de ellos. En tercera posición se encuentra España con una cuota del 10% y habiendo un crecimiento del 21,27% a lo largo del lustro analizado, alcanzando una cifra por importe de casi 11.600 millones de euros el pasado 2019.

*“China, Francia y España son los principales proveedores del Magreb, acumulando entre ellos el 36% de las importaciones de la región en el año 2019”*

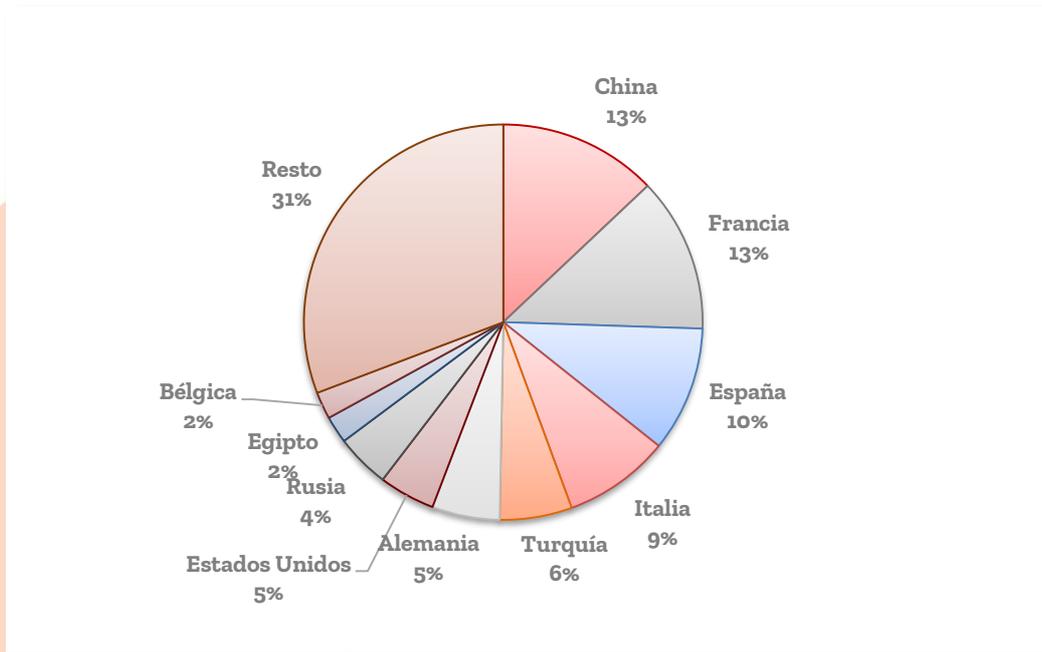
Por lo general, en la tabla puede observarse que los principales proveedores han registrado crecimientos en sus exportaciones a esta región, a excepción de Italia (-6,46%), <Estados Unidos (-17,01%) y el resto de los países que no figuran entre los principales proveedores (-16,42%), siendo estos últimos junto a los dos anteriores citados los que han provocado la leve caída de las importaciones registradas a lo largo del lustro.

Tabla 5. Principales proveedores del Magreb. Datos en millones de euros.

	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
China	14.585,64	6,55%	7,31%
Francia	14.279,37	7,40%	1,27%
<b>España</b>	<b>11.580,12</b>	<b>21,27%</b>	<b>-3,43%</b>
Italia	9.803,26	-6,46%	-4,07%
Turquía	6.633,81	24,09%	15,02%
Alemania	6.204,59	-8,48%	1,16%
Estados Unidos	5.161,03	-17,01%	-2,45%
Rusia	4.970,28	58,44%	-22,68%
Egipto	2.517,56	73,71%	9,51%
Bélgica	2.509,45	27,38%	0,34%
<b>Resto</b>	<b>34.856,52</b>	<b>-16,42%</b>	<b>-8,91%</b>
<b>Total</b>	<b>113.101,62</b>	<b>-0,46%</b>	<b>-2,99%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracen (Trademap).

Gráfico 5. Principales proveedores del Magreb. Año 2019.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Intracem (Trademap).

#### 4. Exportación española y gallega a los mercados objetivo

En el presente apartado se lleva a cabo el análisis de las exportaciones realizadas tanto desde España como desde Galicia hacia el mercado objetivo analizando la evolución del valor de las exportaciones en un periodo de cinco años como los productos exportados en mayor medida a cada destino.

##### 4.1 Exportaciones españolas al Magreb

Respecto a las exportaciones nacionales al conjunto de la región, comenzar destacando el notable crecimiento que se ha registrado en el último lustro (+20,34%) hasta alcanzar un importe por valor de en torno a 12.840 millones de euros el pasado 2019.

*“Las exportaciones españolas a la región aumentaron un 20,34% a lo largo del lustro, acaparando entre Marruecos y Argelia casi el 90% de estas”*

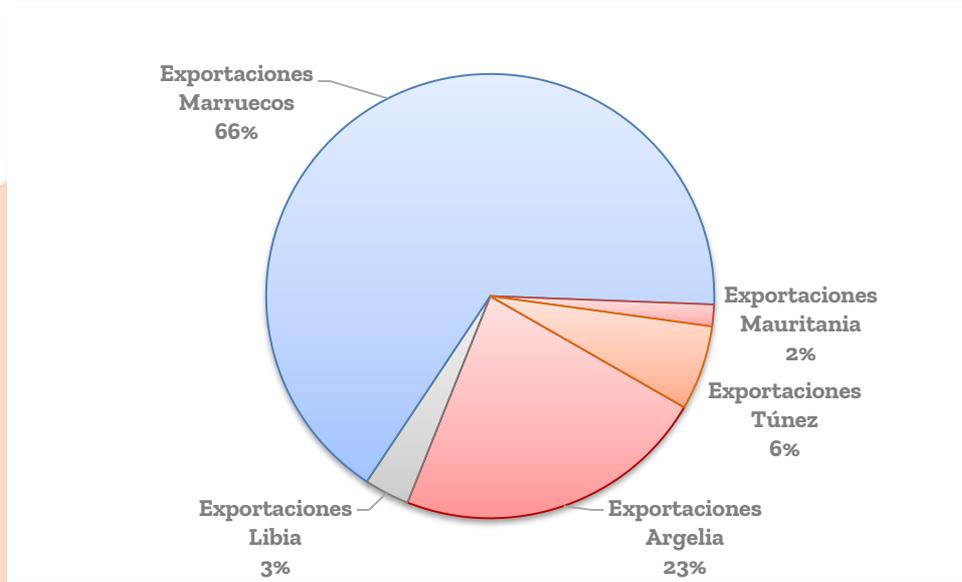
Desglosando el conjunto de las exportaciones por los países que componen la región, Marruecos se encuentra como el primer destino de las exportaciones españolas representando el 66% de las exportaciones a la región con un destacado crecimiento de casi el 39% a lo largo del lustro y registrando una cifra por valor aproximado de 8.500 millones de euros en el año 2019. Argelia se encontraría en segunda posición con una cuota del 23% y exportándose al país en torno 2.900 millones de euros el pasado año, resaltando su caída del -10,89% durante estos cinco años analizados. Túnez, como tercer destino, y con una cuota bastante menor (6%) y un crecimiento del 7,55% registraría un importe aproximado de 790 millones de euros. Finalmente, Libia y Mauritania supondrían los dos países restantes con las menores cuotas de participación en las exportaciones españolas con un 3% y 2% respectivamente, acumulando entre ellas un importe de alrededor de 620 millones de euros en el año 2019.

Tabla 6. Exportaciones españolas a Magreb. Datos en millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Exportaciones Argelia	3.269,86	3.003,88	2.673,12	3.380,76	2.913,85	-10,89 %	-13,81 %
Exportaciones Libia	397,87	341,70	554,07	603,35	418,68	5,23 %	-30,61 %
Exportaciones Marruecos	6.130,69	7.130,52	8.042,12	8.227,15	8.516,20	38,91 %	3,51 %
Exportaciones Mauritania	138,52	114,38	155,82	150,23	203,70	47,05 %	35,59 %
Exportaciones Túnez	733,65	867,74	860,32	842,62	789,02	7,55 %	-6,36 %
<b>Exportaciones Magreb</b>	<b>10.670,58</b>	<b>11.458,22</b>	<b>12.285,46</b>	<b>13.204,11</b>	<b>12.841,45</b>	<b>20,34 %</b>	<b>-2,75 %</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (ESTACOM).

Gráfico 6. Cuota de las exportaciones españolas a Magreb. Datos en millones de euros.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (ESTACOM).

### Exportaciones españolas por productos

Con relación a los productos españoles exportados al Magreb, a continuación, se muestra una tabla donde se recogen las quince primeras categorías de productos exportadas a esta región por volumen de facturación.

Los equipos y accesorios de automoción suponen la primera partida de productos exportados a la región con una cuota de mercado del 13%, recogiendo además el mayor crecimiento a lo largo del lustro entre las principales partidas de productos exportadas con un 79,18% hasta alcanzar la cifra por valor aproximado de 1.670 millones de euros el pasado 2019. En segunda posición se encontrarían los combustibles y lubricantes con una cuota del 12%, recogiendo además el segundo mayor crecimiento entre las categorías de productos con un 66,17%, registrando así la cifra de 1.490 millones de euros en 2019. Los productos de fundición con una cuota del 8% se encontrarían en tercera posición pese a haber registrado una caída del -25,83% a lo largo de estos cinco años, reflejando así un importe por valor aproximado de 1.035 millones de euros en 2019.

*“Los equipos y accesorios de automoción, los combustibles y lubricantes y los productos de función suponen las tres categorías de productos españoles más exportadas al Magreb, acumulando el 33% de las exportaciones a la región ”*

Respecto al sector agroalimentario, este supuso el 9,14% del total de las exportaciones españolas al Magreb en el año 2019 tras acumular un destacado crecimiento del 25,58% a lo largo del lustro analizado y por tanto, registrar un valor de en torno a 1.175 millones de euros el pasado 2019.

Dentro de este sector, destacar el papel de los animales vivos, que han crecido casi un 45% hasta alcanzar la cifra aproximada de 280 millones de euros exportados, suponiendo así el 24% de las exportaciones agroalimentarias españolas. Las grasas vegetales y preparaciones alimenticias diversas también han registrado un crecimiento acumulado de casi el 30%, suponiendo entre sí un importe conjunto de casi 250 millones de euros en el año 2019.

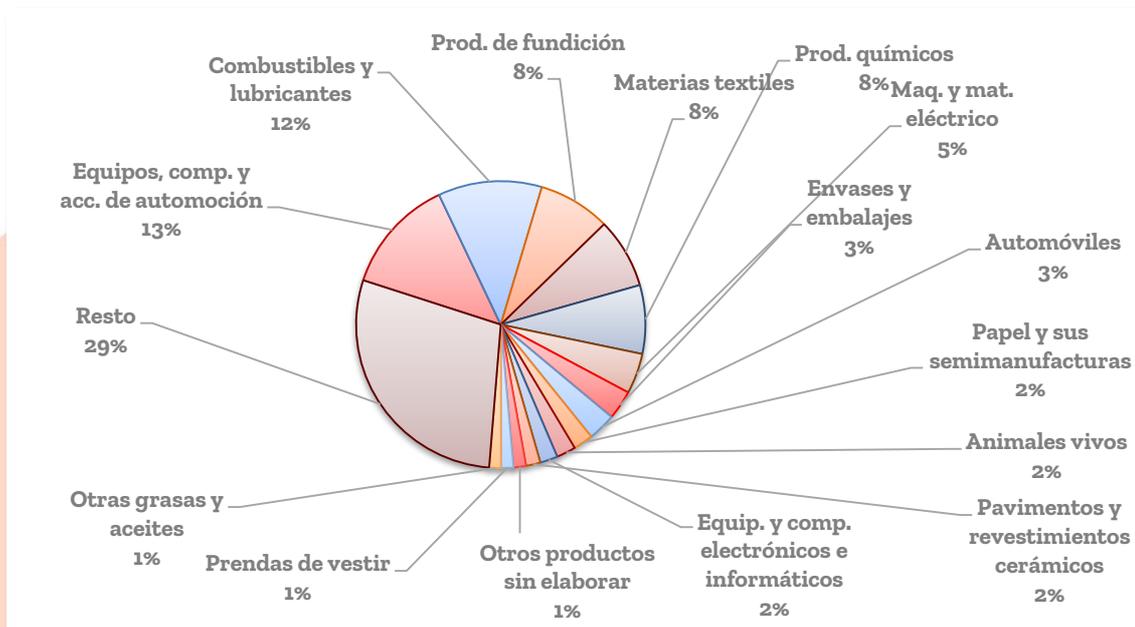
Destacar también otras partidas agroalimentarias que, pese a registrar unos importes menores que a las anteriores, han mostrado un patrón de crecimiento muy elevado y sus expectativas de futuro son bastante positivas, como es el caso de las carnes y despojos frescos (+84,50%), pescados y mariscos (+64,28%), plantas y productos de floricultura (+69,70%), panadería, pastelería y galletas (+50,69%), los productos lácteos (+158,94%) y los frutos secos (+64,18%).

Tabla 7. Ranking de sectores de exportación española al Magreb. Datos en millones de euros.

	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Eq. y acc. automoción	1.667,58	79,18%	-9,16%
Combustibles y lubricantes	1.490,15	66,17%	-8,93%
Prod. de fundición	1.036,82	-25,83%	-4,56%
Materias textiles	1.013,94	34,18%	6,96%
Prod. químicos	992,83	17,79%	2,86%
Maq. y mat. eléctrico	584,84	18,85%	1,06%
Envases y embalajes	422,54	49,57%	16,70%
Automóviles	399,98	-17,77%	11,01%
Papel	283,39	35,24%	7,66%
Animales vivos	277,83	44,95%	5,26%
Eq. y Comp. electr. e info.	252,11	14,53%	2,60%
Pav. y Rev. cerámicos	207,13	-21,58%	3,71%
Otros productos sin elaborar	179,47	20,73%	8,35%
Prendas de vestir	177,35	2,25%	-12,69%
Otras grasas y aceites	167,96	11,74%	-19,45%
Resto	3.687,53	14,24%	-5,00%
<b>Total</b>	<b>12.841,45</b>	<b>20,34%</b>	<b>-2,75%</b>
Agroalimentario	1.173,71	25,58%	-3,14%
<b>% Agro/Total</b>	<b>9,14%</b>	<b>4,35%</b>	<b>-0,40%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (ESTACOM).

Gráfico 7. Cuota de las exportaciones españolas a Magreb. Datos en millones de euros



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

### Efectos del COVID-19 en la exportación española a Magreb

En el presente apartado se trata de realizar un breve análisis de la influencia que está teniendo la pandemia en el comercio exterior español, y en específica con las exportaciones al mercado magrebí.

Los efectos de esta pandemia en el comercio exterior son más que evidentes, en el caso de España, hasta donde hay datos (enero-julio), en términos generales se observa una contracción del comercio aproximada del -15 % a nivel global, comparándolo con el mismo periodo un año antes.

Respecto a las exportaciones españolas al Magreb en los siete primeros meses de este año la situación se agravado, ya que la caída general de las exportaciones nacionales a esta región cayó aproximadamente un -27 %; Aspecto que contrasta en una menor medida con las importaciones procedentes del Magreb en España ya que estas cayeron también, pero no llegado al 18%, reduciéndose así la balanza comercial entre España y esta región.

*"Las exportaciones españolas han descendido en un -15 % en el periodo enero-julio 2020 comparándolo con el mismo periodo un año antes, mientras que las mismas con destino al Magreb cayeron en un -27 %"*

Por productos, se observa una variación en el orden de los principales grupos de productos exportados, ya que en lo que va de año los combustibles y lubricantes son la partida más exportada pese a haber caído un -30% respecto al mismo periodo del año anterior. Los equipos, componentes y accesorios de automoción han caído a la segunda partida de productos más exportados tras descender sus exportaciones alrededor de un -54 %. Por otro lado, los

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

productos químicos se han mantenido en tercera posición aun habiendo recogido unas pérdidas de casi el 20 %.

Como puede apreciarse a nivel general en la tabla, casi todas las principales partidas de productos exportadas este 2020 al Magreb han registrado pérdidas notorias por la paralización comercial del mundo a raíz de la pandemia del COVID-19; a excepción de los envases y embalajes, que prácticamente se mantuvieron estables (+0.86%); otras grasas y aceites (+16,75 %) y los cereales y productos de molinería (+109,65 %). Respecto al sector agroalimentario, este también ha registrado crecimientos en su conjunto tras aumentar sus exportaciones a la región casi un 10 % estos meses, logrando así que este sector represente casi el 14% de las exportaciones españolas al Magreb en lo que va de 2020.

*Tabla 8. Comparativa de la evolución de las exportaciones españolas al Magreb, enero-julio 2019 Vs. enero-julio 2019 2020. Datos en millones de euros.*

	<b>ene-jul 2019</b>	<b>ene-jul 2020</b>	<b>Tasa variación</b>
Combustibles y lubricantes	926,34	647,47	-30,10%
Equipos, componentes y accesorios de automoción	1.127,02	515,81	-54,23%
Productos químicos	613,91	492,5	-19,78%
Materias textiles	625,37	442,6	-29,23%
Productos de fundición	641,86	431,41	-32,79%
Maquinaria y material eléctrico	344,85	295,2	-14,40%
Envases y embalajes	254,65	256,84	0,86%
Animales vivos	171,09	162,23	-5,18%
Automóviles	229,89	159,96	-30,42%
Otras grasas y aceites	129,05	150,66	16,75%
Papel y sus semimanufacturas	178,45	131,66	-26,22%
Eq. y comp. electrónicos e informáticos	145,78	115,9	-20,50%
Pavimentos y revestimientos cerámicos	121,08	100,53	-16,97%
Cereales y productos de la molinería	46,62	97,74	109,65%
Otros productos sin elaborar	105,95	9,94	-90,62%
Resto	2.286,76	1.787,46	-21,83%
<b>Total</b>	<b>7.948,67</b>	<b>5.797,91</b>	<b>-27,06%</b>
Agroalimentario	725,92	798,23	9,96%
% agro s/total	9,13%	13,77%	50,75%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Ices (Estacom).

## 4.2 Exportaciones gallegas al Magreb

De igual manera que se realizó con anterioridad a nivel nacional, a continuación, se tratará de una manera más específica la evolución de las exportaciones gallegas durante los últimos cinco años al Magreb.

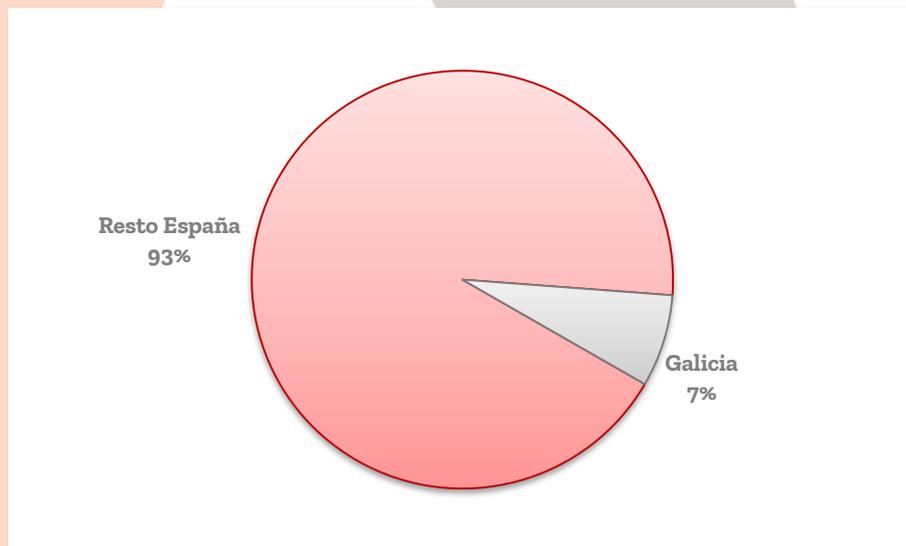
En primer lugar, comentar el papel de Galicia sobre el conjunto nacional, ya que sus exportaciones aumentaron a un mayor ritmo que las exportaciones españolas con un crecimiento del 28,20% a lo largo del lustro hasta alcanzar un importe aproximado de 917 millones de euros el pasado 2019, resultando así en que las exportaciones gallegas representen al 7,14% de las exportaciones españolas a esta región (iniciando el lustro siendo el 6,70% de las exportaciones).

Tabla 9. Exportaciones totales de España y Galicia al Magreb Datos en millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
<b>EXP. ESPAÑA MAGREB</b>	10.670,58	11.458,22	12.285,46	13.204,11	12.841,45	20,34%	-2,75%
<b>EXP. GALICIA MAGREB</b>	714,97	892,67	934,19	837,62	916,61	28,20%	9,43%
<b>%GAL/ESP</b>	6,70%	7,79%	7,60%	6,34%	7,14%	6,53%	12,52%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

Gráfico 8. Cuota de exportación gallega al Magreb dentro del total de España. Año 2019.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

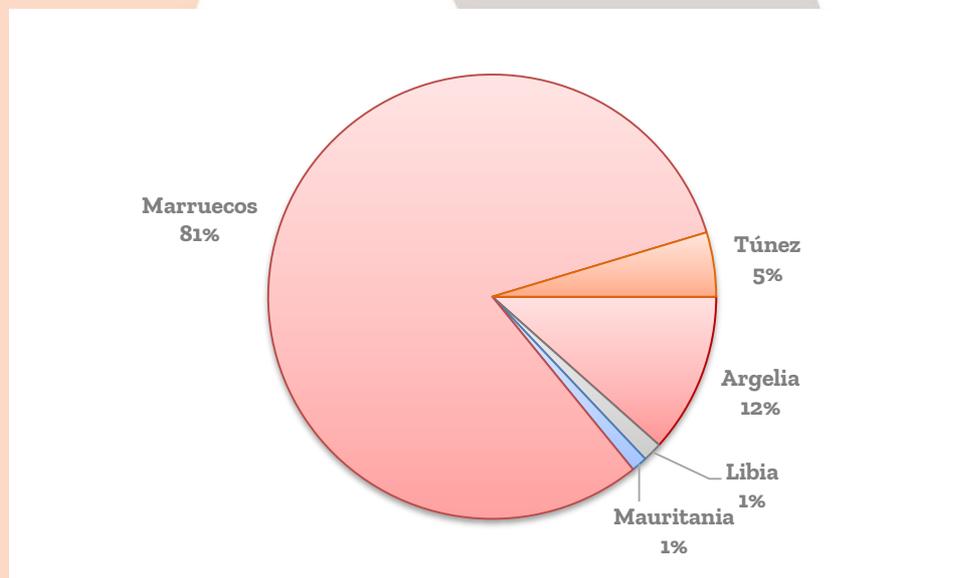
Respecto al papel que juega cada país que conforma la región dentro de las exportaciones gallegas, Marruecos se sitúa como el principal destino con una cuota de mercado del 81% y una cifra de negocio de casi 744 millones de euros en el año 2019 (+53,83%). Argelia se posicionaría como segundo destino con una cuota del 12% y un importe de aproximadamente 107 millones de euros, cayendo un -41,09% respecto a inicios del lustro analizado. Como tercer destino se localiza a Túnez con una cuota del 5% y un importe de casi 43 millones de euros el pasado 2019. Libia y Mauritania se encontrarían como los últimos destinos, acumulando una cuota de mercado conjunta de solamente el 2% de las exportaciones gallegas al Magreb con un crecimiento del 170% a lo largo del lustro, registrando un importe entre ambos países de alrededor de 23 millones de euros el pasado 2019.

Tabla 10. Exportaciones de Galicia al Magreb, por países. Datos en millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Exp. GAL Argelia	181,02	149,69	71,31	68,23	106,63	-41,09%	56,28%
Exp. GAL Libia	6,36	5,56	8,26	16,62	12,78	100,94%	-23,10%
Exp. GAL Mauritania	6,22	4,55	6,96	5,64	10,52	69,13%	86,52%
Exp. GAL Marruecos	483,54	664,63	779,55	691,93	743,81	53,83%	7,50%
Exp. GAL Túnez	37,83	68,25	68,12	55,2	42,87	13,32%	-22,34%
<b>Total Magreb</b>	<b>714,97</b>	<b>892,68</b>	<b>934,2</b>	<b>837,62</b>	<b>916,61</b>	<b>28,20%</b>	<b>9,43%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

Gráfico 9. Cuota de exportación gallega a países del Magreb dentro de las exportaciones a esta región. Año 2019.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

### Exportaciones gallegas por productos

Respecto a los principales productos gallegos exportados a la región del Magreb, de igual manera que mostrado con anterioridad a nivel nacional se muestra una tabla con las quince primeras categorías exportadas a esta región desde Galicia por volumen de facturación.

Los materiales textiles con una destacada cuota de mercado del 44% suponen la principal partida de productos gallegos exportados a la región por un valor de casi 400 millones de euros el pasado 2019, habiendo además registrado un crecimiento del 66,57% a lo largo del lustro analizado. Los automóviles se encontrarían en segunda posición, con una amplia diferencia respecto a los materiales textiles tras recoger una cuota de mercado del 8% y un importe alrededor de 73 millones de euros en 2019 tras haber caído las exportaciones de estos un -28,67% durante los últimos cinco años. Los envases y embalajes se posicionan como a tercera categoría exportadas con una cuota de mercado del 5% tras lograr una notable evolución durante estos cinco años del 203,79% hasta alcanzar la cifra aproximada de 44 millones de euros el pasado 2019.

*“Las materias textiles acumularon el 44% de las exportaciones gallegas al Magreb el pasado 2019, seguidas por los automóviles (8%) y los envases y embalajes (5%)”*

Respecto al sector agroalimentario, este supuso el 5% del total de las exportaciones gallegas a la región en el año 2019 tras haber aumentado sus exportaciones en un 80,67% y registra un importe por valor de casi 48 millones de euros ese año.

Dentro de este sector, los pescados y mariscos suponen el mayor grupo de productos exportados con una cuota del 57% sobre el total de las exportaciones agroalimentarias gallegas a la región con un crecimiento del 162,30% a lo largo del lustro hasta alcanzar la cifra aproximada de 27 millones de euros. Los preparados y conservas de pescados suponen la segunda categoría exportada con una cuota del 23% que se ha visto reducida los últimos años tras caer sus exportaciones un -13,80%, registrando así un importe por valor aproximado de 11 millones de euros el pasado 2019. Los productos lácteos se posicionan como la tercera partida con una cuota del 14% tras registrar un destacable crecimiento del 918,79% a lo largo del lustro analizado y registrando una cifra por valor 6,5 millones de euros el pasado 2019.

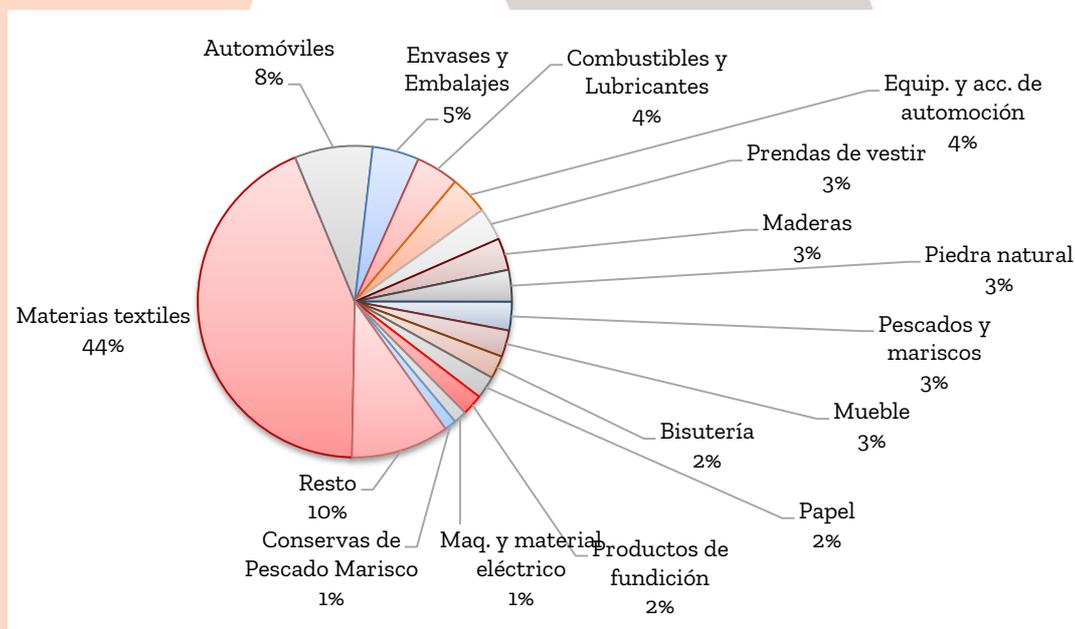
El resto de las partidas agroalimentarias por norma general han registrado crecimientos, algunos más acentuados que otros, a lo largo de estos cinco años; sin embargo, su valor sigue siendo pequeño y residual, acaparándose así el 94% de las exportaciones agroalimentarias gallegas entre las tres categorías de productos comentadas con anterioridad.

Tabla 11. Ranking de sectores de exportación de Galicia al Magreb Datos en millones de euros

	2019	Var. 2015/19	Var. 2018/19
Materias textiles	398,95	66,57%	17,22%
Automóviles	73,47	-28,67%	2,21%
Envases y Embalajes	44,08	203,79%	53,22%
Combustibles y Lubricantes	40,39	-7,81%	-27,89%
Equip. y Acc. de automoción	36,58	1.430,54%	132,25%
Prendas de vestir	30,96	-54,78%	-52,44%
Maderas	30,44	37,36%	-17,73%
Piedra natural	30,23	27,45%	-5,41%
Pescados y mariscos	27,20	162,30%	14,48%
Mueble	25,33	136,51%	41,35%
Bisutería	21,80	2.170,83%	108,02%
Papel	21,32	860,36%	68,67%
Productos de fundición	20,06	-78,89%	-11,67%
Maq. y material eléctrico	12,32	280,25%	-22,12%
Conservas Pescado y Marisco	11,17	-13,81%	-30,40%
Resto	92,31	49,08%	29,23%
Total	916,61	28,20%	9,43%
Agroalimentario	47,95	80,67%	-3,62%
<b>% Agro/Total</b>	<b>5%</b>	<b>40,93%</b>	<b>-11,92%</b>

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

Gráfico 10. Cuota de exportación gallega por sectores en las exportaciones totales al Magreb. Año 2019.



Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ESTACOM (ICEX).

### Efectos del COVID-19 en la exportación gallega al Magreb

Al igual que se realiza en el caso español, en este apartado se realiza un breve análisis de la influencia que está teniendo la pandemia en el comercio exterior gallego, y en específica con las exportaciones al mercado nipón.

El comercio exterior gallego presenta una contracción similar a la comentada para el caso de España en general, viéndose reducido en un -14,35 % entre enero y julio de 2020, en comparación con lo exportado en el mismo periodo un año antes. Por sectores, se extrae que los que presentan un mayor descenso son los agrupados en bienes de consumo (hábitat, moda, ocio e industrias culturales) con un descenso del -32,54 % en su conjunto; dentro de los productos industriales hay muchas diferencias, con descensos muy acusados como maq. y material eléctrico o maq. textil con tasas negativas cercanas al -65 %, y algunos positivos como maq. para piedra o tecnología agroalimentaria con crecimientos del 459,51 % y 163,79 %, respectivamente. Por otro lado, destaca el buen hacer del sector agroalimentario, ya que las bebidas presentan un incremento en su cifra de un 3,93 %, mientras que el resto se mantiene prácticamente con las mismas cifras del año anterior (-0,21 %). Como visión general, las exportaciones con destino a Europa presentan un descenso más estable, mientras que las destinadas a América, África y Asia registran descensos más acusados.

*“Las exportaciones gallegas se han visto reducidas en lo que va de año en un -14,35 %; mientras que las exportaciones al Magreb registraron unas caídas mayores de entorno al -28 %”*

De igual modo que en el caso español, la caída de las exportaciones gallegas se vio agravada en el caso de la región del Magreb, ya que estas descendieron alrededor de un -28 %. Las materias textiles, principal partida gallega exportada vieron reducidas sus actividades en el país en torno a un -28 %; los envases y embalajes, al igual que en el caso español, registraron crecimientos, siendo estos más notorios en el caso gallego tras crecer aproximadamente un +58 % hasta posicionar estos productos en segundo lugar; superando así a los automóviles, que cayeron casi un -15 %.

A modo general, puede apreciarse cómo de las principales categorías de productos gallegos exportados al Magreb a lo largo de este 2020 han visto reducidos sus importes; a excepción de los envases y embalajes como ya se comentó, y el caso de los pescados y mariscos (+2,28 %), los preparados y conservas de pescado y marisco (+32,50 %) y los productos lácteos (+27,31 %). Esto da indicios como en el caso a nivel nacional de que las ventas del sector agroalimentario se han visto incrementadas en esta región, registrado en el caso gallego un crecimiento de casi el 15 % respecto al periodo de 2019, resultando así en que este sector suponga una cuota de casi el 9 % de las exportaciones gallegas al Magreb en lo que va de 2020.

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

Tabla 12. Comparativa de la evolución de las exportaciones gallegas al Magreb, enero-julio 2019 Vs. enero-julio 2020. Datos en millones de euros.

	ene-jul 2019	ene-jul 2020	Tasa variación
Materias textiles	240,06	171,90	-28,39%
Envases y embalajes	20,66	32,69	58,24%
Automóviles	34,17	29,15	-14,70%
Piedra natural y sus manufacturas	16,89	16,34	-3,26%
Pescados y mariscos	14,81	15,14	2,28%
Maderas y semimanufacturas de madera	17,42	14,21	-18,42%
Bisutería	12,15	10,07	-17,09%
Prendas textiles de vestir	19,77	8,73	-55,86%
Mueble	15,79	8,45	-46,46%
Preparados y conservas de pescado y marisco	5,92	7,84	32,50%
Productos lácteos	5,44	6,92	27,31%
Productos de fundición	10,25	6,37	-37,85%
Equipos, componentes y accesorios de automoción	28,14	6,25	-77,77%
Maquinaria y material eléctrico	10,40	5,05	-51,49%
Productos químicos	5,51	4,85	-11,83%
Resto	74,35	37,10	-50,11%
<b>Total</b>	<b>531,70</b>	<b>381,06</b>	<b>-28,33%</b>
Agroalimentario	27,88	32,00	14,79%
% Agro/Total	5,24%	8,40%	60,18%

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de Icesx (Estacom).

## 5. Tendencias de consumo en el mercado

El perfil y tendencias de los consumidores de estos países son muy similares entre sí, con pequeñas o marcadas diferencias a raíz de un mayor desarrollo económico o tecnológico en alguno de ellos con respecto al resto. Pero por lo general, la primera característica que tienen en común los países que componen el Magreb es que de media cuentan con una población de una edad media joven comprendida entre los 25 y los 35 años con la excepción de Marruecos, donde la edad media está situada 40, descartando así una población de una edad media muy avanzada como puede ser el caso de otros países europeos donde la población se caracteriza cada vez por estar más envejecida.

*“Los países del Magreb se caracterizan por tener una población joven o relativamente adulta caracterizada cada vez más por su dinamismo e interés por las nuevas tendencias ”*

Esta población joven o adulta por lo tanto se identifican por ser un segmento poblacional caracterizado por su dinamismo, seguidor de las nuevas tendencias (sobre todo online y de redes sociales), un mayor interés en los últimos años por productos extranjeros, sobre todo en el ámbito gastronómico (factor paralelo al desarrollo económico y mayor poder adquisitivo disponible) y la cultura occidental, en este caso europea por su cercanía, en particular en el caso de Marruecos, Túnez y Argelia por su cercanía al continente y aumento de su demanda internacional y de esta región en los últimos años.

Sin embargo, pese a ser una población caracterizada por ser relativamente joven o adulta, siguen siendo países donde las tasas de desempleo son elevadas, así como importantes porcentajes de la población viven en condiciones de pobreza y el acceso a una sanidad de calidad es complicado, factores que se deben tener en cuenta a la hora de intentar introducir un producto o servicio en alguno de estos países. Estas elevadas tasas de analfabetismo presentadas en mayor parte en la población adulta de estos países hacen que hoy día las campañas publicitarias hayan evolucionado poco en los últimos tiempos, estando estas todavía caracterizadas por campañas publicitarias muy visuales, siendo la televisión o carteles publicitarios los principales medios.

*“Al tratarse de unos países con poder adquisitivo bajo o medio, el precio es el principal factor decisivo a la hora de adquirir un producto independientemente de la naturaleza de este ”*

A la hora de adquirir un producto, el precio sigue siendo el principal factor decisor de la compra a raíz de ser una población con un poder adquisitivo medio o bajo, donde la marca o procedencia del producto no suele tener una importancia relevante. Esta falta de interés de procedencia del producto viene a raíz de que los supermercados y grandes establecimientos de distribución aún no se encuentran muy desarrollados en estos países, no habiendo una amplia oferta o rango de productos similares, sobre todo en el caso de los productos de alimentación, los cuales suelen ser adquiridos normalmente en mercados locales o comercios establecidos en plazas o calles de las ciudades o villas.

*“Los supermercados y grandes cadenas de distribución aún no están desarrollados por lo que los mercados locales siguen siendo el principal canal de distribución donde solamente es aceptado el dinero en efectivo ”*

Esto da lugar a que la gente tenga una preferencia por adquirir sus productos de forma presencial visitando distintos establecimientos (ir a mercados locales está considerada como una importante actividad social) y que los métodos de pago o bien electrónicos o con tarjetas de crédito no estén implementados en estos canales de distribución tradicionales, siendo el dinero en efectivo el único método de pago aceptado.

*“El comercio electrónico está creciendo paulatinamente entre los jóvenes por su mayor comodidad y otras opciones de pago, así como un mayor acceso a productos internacionales ”*

Pese a que los mercados tradicionales y el comercio en las plazas o calles de las ciudades o villas siguen siendo el principal canal de distribución, el comercio electrónico en los últimos años está aumentando (sobre todo en Marruecos y Túnez) entre la población joven, atraída cada vez más por un método de pago y compra más sencillo y rápido, ofreciendo además una mayor apertura a los productos internacionales.

## 6. Oportunidades comerciales y de inversión para las empresas gallegas en los países objetivos

### Oportunidades comerciales identificadas

Tras haber analizado de manera conjunta la evolución de las exportaciones gallegas a esta región durante los últimos años se han identificado una serie de sectores que presentan una serie de oportunidades comerciales y de interés a vistas a futuro para las empresas gallegas en esta región:

- **Sector automovilístico:** Dentro de este sector se destaca la partida de los accesorios y componentes de automoción, la cual en el caso gallego ha registrado un crecimiento del 1.430% durante los últimos años, de igual manera que esta partida supone la principal categoría exportada al Magreb del conjunto de España. Además, los productos complementarios de este sector como son los combustibles y lubricantes, segunda categoría de productos exportada del conjunto español también ha registrado un crecimiento del 66,17% el último lustro, significando así una oportunidad complementaria con perspectivas de futuro para la industria automovilística gallega.

Los efectos del COVID han mermado notablemente las exportaciones gallegas de accesorios y componentes de automoción tras caer un -77,77 % hasta el mes de julio, de igual manera que los automóviles cayeron en un -14,70 %.

- **Sector de la moda:** En este sector se han identificado dos oportunidades comerciales para las empresas gallegas, encontrándose estas en las siguientes categorías de productos:
  - Por un lado se encuentran los materiales textiles y las prendas de vestir, los cuales en conjunto suponen la principal categoría de productos exportados a la región, aumentando los materiales textiles un 66,57% mientras que las prendas gallegas han visto reducidas sus exportaciones un -54,78%, de igual manera que las prendas españolas aumentaron levemente en un 2% sus exportaciones, reflejando así una oportunidad de mercado de productos complementarios que en el caso de las prendas de vestir la industria gallega no está explotando o aprovechando adecuadamente.
  - La otra categoría de productos de este sector que presenta oportunidades para las empresas gallegas se corresponde con la bisutería, ya que ha registrado el mayor crecimiento de todas las partidas de productos gallegos exportados con un 2.170,83%, habiendo pasado de menos de un millón de euros en el año 2015 a casi 22 millones de euros en 2019.

Conviene precisar que este sector está siendo uno de los más perjudicados por los efectos del COVID, ya que hasta el mes de julio las exportaciones gallegas de

materias textiles cayeron en un -28,39 %; la bisutería un -17,09 %; y las prendas de vestir casi un -56 %

- **Sector de las materias primas:** Dentro de este sector se han localizado tres partidas de productos que presentan oportunidades comerciales para las empresas gallegas en la región del Magreb:
  - Por un lado, se destacan la madera y sus manufacturas, habiendo aumentado las exportaciones gallegas de esta categoría en un +37,36% a lo largo del lustro. De igual manera, la piedra natural y sus manufacturas también han aumentado en un +27,45%, acumulando entre ambas partidas de productos un importe exportado de casi 61 millones de euros el pasado 2019.
  - La otra partida de productos se corresponde con el papel y sus manufacturas, ya que en el caso gallego ha registrado un destacable crecimiento del +860,36% a lo largo del lustro y un importe aproximado de 21 millones de euros; de igual manera que esta partida es la novena más exportada por el conjunto español al Magreb, habiendo aumentado de forma paralela en un +35,24% durante los últimos cinco años.

En lo que va de año las exportaciones gallegas de madera y sus manufacturas se han visto perjudicadas a raíz del Covid-19, cayendo sus exportaciones en un -18,42 %.

- **Sector agroalimentario:** Finalmente, dentro de este sector se localizan tres categorías de productos que presentan oportunidades comerciales para la industria gallega, siendo estas:
  - Como se vio con anterioridad, los pescados y mariscos son la principal partida agroalimentaria gallega exportada al Magreb con un crecimiento del +162,26% y un importe aproximado de 27 millones de euros, de igual manera que el conjunto de las exportaciones españolas de esta categoría aumentó también en un +64,28% a lo largo del lustro.
  - Las preparaciones y conservas de pescado supondrían la segunda partida de productos gallegos agroalimentarios que presentan oportunidades comerciales, ya que se pese a haber registrado una caída de sus exportaciones del -13,80%, las exportaciones españolas de este conjunto de productos aumentaron en un +9,90%, demostrando así una situación en la que las perspectivas de futuro son favorables y la industria gallega en este caso parece no estar explotando de manera eficiente la comercialización de estos productos, pese a su fuerte infraestructura pesquera y procesadora de estos productos a nivel nacional y su cada vez mayor reconocimiento de calidad a nivel nacional.

- Finalmente, los lácteos gallegos ofrecen también oportunidades en el Magreb tras aumentar sus exportaciones un notable +918,79% en los últimos años, pasando a un importe de 6,5 millones de euros, de igual manera que las exportaciones españolas de estos productos aumentaron casi un +159%, reflejando así las positivas perspectivas de futuro para estos productos alimentarios en esta región.

Los efectos de COVID incluso han llegado a mejorar considerablemente las exportaciones del sector agroalimentario gallego al Magreb, ya que la mayoría de sus partidas han visto incrementadas sus actividades. Respecto a los pescados y mariscos, estos han crecido levemente un 2,28 % en lo que va de año, mientras que las preparaciones y conservas de pescado aumentaron un 32,50 %; por otro lado, los productos lácteos también han registrado un destacado crecimiento del 27,31 % en el periodo de enero a julio de 2020 en relación al mismo periodo de 2019.

## **Oportunidades de inversión**

### **Argelia**

Los sectores con mayor potencial comercial e inversión en Argelia son: agricultura, industria agroalimentaria, farmacéutico, sanitario, gestión de residuos, así como la gestión hotelera.

*“Tradicionalmente el sector minero y el energético han sido un destino importante de la inversión extranjera”*

Hay que tener en cuenta las dificultades existentes para la inversión extranjera, las trabas burocráticas, la inseguridad jurídica y otros factores hacen de Argelia un país poco atractivo para la inversión extranjera.

En 2019, el país se sitúa en el puesto 157 de un total de 190 países del ranking de Doing Business del Banco Mundial.

### **Libia**

El sector industrial de Libia está basado principalmente en el refinado y procesamiento de petróleo, así como la industria metalúrgica, por lo que la mayoría de las inversiones extranjeras son en este sector.

Según Santander Trade y el gobierno libio, estos son los sectores que presentan un mayor potencial comercial y de inversión en el país:

- Sector de la construcción.
- Sector de energía eléctrica y renovables.
- Telecomunicaciones.
- Equipos y maquinaria para sector de hidrocarburos.

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

- Educación y formación profesional.
- Consultoría e ingeniería.

*“Existe un fuerte crecimiento de presencia de empresas españolas en construcción y materiales de construcción”*

### Mauritania

Según el Ministerio de Economía y Finanzas del país, Mauritania presenta una serie de oportunidades de inversión extranjera en los siguientes sectores:

- Sector de la consultoría, ingeniería y logística.
- Sector energético de hidrocarburos, minería y gas.
- El sector de la pesca, uno de los ejes de la economía del país (13% de sus exportaciones y 8,4% de los ingresos del Estado), en el cual es creciente la demanda de equipos y maquinaria para el procesamiento de pescados y marisco.
- El sector agrícola, también con necesidades industriales debido a la falta de maquinaria y equipamientos agrícolas y de riego.
- Sector de energías renovables.

*“Mauritania sigue importando un 70% de sus necesidades alimentarias, por lo que el sector agroalimentario sigue siendo de interés, en toda su gama de productos.”*

### Marruecos

Las oportunidades comerciales en el país africano para las empresas españolas están sumamente diversificadas.

Destacan las oportunidades observadas en los siguientes sectores:

- Sector de la automoción, donde destaca la demanda de los equipos y componentes de los vehículos. La necesidad de estos bienes viene dada por la instalación de factorías de Renault en Tánger y la fábrica del grupo PSA en Kenitra, además de la inversión de otros grupos automovilísticos por la posición logística del país como entrada a Europa con unos bajos costes de producción.
- Sector de bienes de equipo, maquinaria y equipamiento agropecuario en el sector de la pesca y agricultura.
- Sector de la educación y servicios y programas informáticos de esta.
- Sector de la construcción, resaltando la creciente demanda de maquinaria y materiales de construcción metálicos y eléctricos.
- Sector textil, sobre todo en el caso de maquinaria y equipamientos para confección como la demanda de materias primas.

Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

- Sector energético, abarcando tanto energías no renovables como renovables debido a grandes programas estatales que está llevando a cabo el país en los últimos años y que pretenden ejecutarse durante el próximo lustro aproximadamente.
- Sector del transporte y la logística, así como los servicios que los complementan.

### Túnez

Según el portal gubernamental dedicado a la gestión y atracción de inversiones extranjeras en el país, a continuación, se muestran los sectores que presentan mayores oportunidades de inversión para las empresas españolas:

- Sector de la automoción, destacando la demanda de componentes y accesorios de los automóviles.
- Sector aeroespacial.
- Sector de la agricultura.
- Industria del cuero y el calzado.
- Industria de maquinaria y equipamientos industriales.
- Sector energético y energías renovables.
- Telecomunicaciones.
- Industria química.
- Industria de maquinaria, equipamiento y materiales eléctricos.
- Sector logístico y de transporte.
- Industria de la construcción.

## 7. Métodos de entrada

El sistema de distribución de esta región se caracteriza por unas características similares en los países que la componen, siendo estos poco modernos, obsoletos y fuertemente dominados por los canales de distribución y comercialización tradicionales.

Marruecos y Túnez son los únicos países que están cambiando sus sistemas logísticos y de distribución volcándose cada vez más en los canales modernos con positivas perspectivas de desarrollo de estos en un futuro. Sin embargo, los canales tradicionales aún siguen suponiendo la principal forma de distribución de estos países, independientemente del tipo de producto o servicio ofertado.

A continuación, se muestran las características del sistema logístico y de distribución de los países que componen el Magreb.

### Argelia

Es preciso comenzar comentando la particularidad de Argelia respecto a los otros países, ya que el sector público del país recurre a concursos y licitaciones para poder efectuar compras, permitiendo así las licitaciones internacionales una exportación directa al país sin tener que considerar los canales de distribución del país. En el caso contrario, donde la importación se realice a través del sector privado, un importador acreditado que cuente con los permisos pertinentes ante la Aduana Argelina será la figura necesaria para la intermediación llevando a cabo el pago de los aranceles e impuestos.

Las licitaciones públicas del país se rigen según al reglamento de los contratos públicos recogidos en el JORA (Diario Oficial Argelino) junto con la Ley de Finanzas de cada año, publicándose dichas licitaciones en el BOMOP (Boletín Oficial de Mercados del Operados Público) y en el BAOSEM (Boletín de Ofertas en el Sector Energético y Minero).

Respecto a la distribución comercial del país, la gran distribución aún no se encuentra totalmente implementando en el país, encontrándose los pocos centros comerciales del país en los principales centros urbanos. Además, el formato de las franquicias se encuentra obstaculizado por el Banco Central de Argelia ya que este solamente autoriza el pago de los "royalties" cuando son considerados prestación de servicios.

Tratar con una red de mayoristas-distribuidores repartidos en el territorio es la fórmula más común para poder penetrar de manera duradera en el mercado argelino, ya que no es habitual la negociación directa con los clientes finales a no ser que se traten de entidades importantes, además de evitarse así las dificultades del carácter informal del mercado y la gestión y burocracia derivada de ello.

## Libia

En términos generales el sistema logístico y de distribución libio se encuentra anticuado y opaco sin tener canales especializados, cumpliendo un mismo agente la figura del importador, distribuidor y minorista de varias marcas.

La presencia de centros comerciales, hipermercados y supermercados en el país es casi inexistente, siendo muy bajo el número de minoristas especializados. Debido a la escasez de estos formatos, los productos de alimentación en el país son distribuidos a través de las pequeñas tiendas independientes.

Respecto a la distribución de otros bienes de consumo tampoco hay prácticamente cadenas, encontrándose pequeños comercios independientes sin un grado de especialización.

El régimen de las franquicias tampoco está presente en el país, encontrándose excepciones en los sectores de distribución de alimentos de lujo y en confecciones o complementos.

De igual manera, en el caso de los productos industriales y los bienes de inversión tampoco hay casi distribuidores/minoristas, siendo el producto importado directamente por el usuario final.

Por lo general, el ciclo de distribución del país es de importador/mayorista a tienda minorista (sobre todo en el sector agroalimentario y de higiene y limpieza del hogar), importando estos importadores/mayoristas un amplio rango de productos, los cuales muchas veces son competitivos entre sí.

## Mauritania

Mauritania no cuenta con canales de distribución largos ni modernos, no existiendo la gran distribución en el país. La distribución del país se caracteriza por un canal corto, el cual está formado por importadores que funcionan también como distribuidores y mayoristas.

La cadena logística del país se encuentra totalmente controlada por los grandes importadores y exportadores, asumiendo ellos las funciones de transporte y almacenamiento, así como la manutención portuaria y los procedimientos aduaneros.

La legislación sobre aspectos logísticos y de distribución tampoco está desarrollada en el país, encontrándose únicamente en el Código de Comercio de 2000 y revisado en 2015, una sección sobre este campo. La vigilancia y control de la actividad comercial del país es competencia de la Dirección General de Competencia y Mercados del Ministerio de Comercio.

## Marruecos

El sector del comercio es uno de los pilares de la economía de Marruecos representando el 12% de su PIB y empleando a 1,2 millones de personas, el 13% de la población del país aproximadamente. En la actualidad, todos los formatos comerciales están presentes en la distribución comercial de este país árabe, localizándose en él en torno a 720.000 puntos de ventas según estimaciones del ICEX. Puntualizar que, pese a sus mejoras estructurales en los últimos años, el sector logístico del país aún cuenta con deficiencias en la estructura de la

cadena de suministros, falsificaciones, la venta ambulante, falta de reconocimiento de los derechos del consumidor o la presencia del comercio "informal".

La distribución comercial en Marruecos coexiste con la distribución tradicional de proximidad, la cual representa el 60% del sector, el 36% de los empleos y el 80% de los puntos de venta; mientras que la distribución comercial supone el 40% restante del sector (con una tendencia alcista y perspectivas de crecimiento a futuro).

Esta distribución tradicional se concentra en los conocidos zocos rurales, los mercados municipales, bazares y una amplia implantación de la venta ambulante en los centros urbanos y villas del país.

Respecto a la distribución moderna, la cual comenzó a implantarse en el país a principios de los años 90, cuenta con varias cadenas locales y extranjeras instaladas en el país, contando con un limitado grado de competencia. Las principales cadenas de distribución son las siguientes:

- Grupo Marjane/Acima
- Grupo Carrefour/Atacadao
- Aswak Assalam
- BIM

Finalmente, se ha de destacar el caso de las franquicias, que en los últimos años se ha convertido en uno de los formatos de distribución mayor crecimiento, habiendo en la actualidad más de 1.000 franquicias repartidas a lo largo del país según el Ministerio de Comercio e Industria.

## Túnez

La estructura de distribución comercial en Túnez es similar a la presentada por Marruecos. En este caso, la distribución tradicional con más de 210.000 tiendas de proximidad en el país supone el 75% de las ventas del sector, mientras que la distribución moderna comenzó a implementarse a finales de los años 90 y en la actualidad es el 25% restante de la cifra de negocios del sector, habiendo aumentado su presencia y con positivas perspectivas de futuro en los próximos años.

El sistema de franquicias del país también se encuentra bloqueado, ya que la implantación de franquicias es muy restrictiva debido a que la legislación tunecina solamente permite la instauración de franquicias que procedan de países con los que Túnez haya firmado un acuerdo bilateral sobre ese sector concreto.

Los principales grupos que lideran la distribución moderna del país son Mabrouk, Bayahi y Ulysse Trading & Industrial Companies con cuatro marcas representadas:

- Géant.
- Monoprix.
- Magasin Général
- Carrefour

Junto a estos, la cadena Aziza del grupo Slama, una cadena de formato "hard-discount" está tomando mayor relevancia en los últimos años, contando en la actualidad con alrededor de 110 puntos de venta a lo largo del país.

*Magreb:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta*

Resaltar aparte la distribución de los productos agrícolas y del mar, ya que estos se distribuyen en la red nacional de 135 mercados de producción y mayoristas, así como los 240 mercados municipales conocidos como "souks", los cuales son gestionados por las colectividades locales.

## 8. Entorno legal y fiscal

A continuación, se muestra el análisis tanto del entorno legal como fiscal de los países objetivo de estudio que conforman la región del Magreb, atendiendo a la constitución de sociedades, sus principales impuestos y la contratación de personal.

### 8.1 Constitución de sociedades

#### Argelia

Las principales sociedades de capitales del país argelino son:

- Sociedad por Acciones (SPA). Ha de ser constituida mínimo por siete accionistas con responsabilidad limitada a las aportaciones realizadas. El capital social mínimo de este tipo de sociedad es de cinco millones de dinares si la sociedad realiza un OPV y de un millón si no lo realiza. Este tipo de sociedad puede tener dos sistemas de dirección, siendo uno un Consejo de Administración y el otro con presidente.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (SARL). Formada por dos o más accionistas cuya responsabilidad se limita a sus aportaciones. El número de asociados debe ser inferior a veinte, ya que si la empresa lo supera deberá convertirse a SPA en el plazo de un año. Las aportaciones pueden ser dinerarias o en especie, teniendo los socios derecho a voto y de información.
- Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (EURL). Similar a la SARL, solo que en este caso la sociedad está constituida por un solo socio.
- Sociedad en Comandita por Acciones (SCA). Supone una forma híbrida entre la Sociedad en Nombre Colectivo (SNC) y la SPA, comprendiendo uno o varios socios colectivos y mínimo tres comanditarios. La responsabilidad de los socios es indefinida y solidaria, mientras que la de los socios comanditarios está limitada según sus aportaciones.

Las sociedades personales de Argelia son las siguientes:

- Sociedad en Nombre Colectivo (SNC). Todos los socios tienen la condición de comerciantes y son responsables de manera indefinida y solidaria de las deudas sociales. Para la constitución de esta sociedad no es requerido un capital mínimo.
- Sociedad en Comandita Simple. Similar a la SNC, pero no siendo necesaria la condición de comerciantes de los socios y su responsabilidad está limitada a sus aportaciones.

Para más información sobre las sociedades y su legislación en Argelia se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=DZ#12>

### Libia

Para poder abrir una sucursal en Libia, esta debe ser inscrita en el registro llevado por el Ministerio de Economía y Comercio, siendo necesario que la empresa cuenta con una experiencia mínima de siete años en el sector en el que se registre. Sin un socio social solamente está permitida la apertura de sucursales a empresas extranjeras en los siguientes sectores:

- Sector petrolífero; estudios y planificación; protección medioambiental; inversiones técnicas y estudios; instalación de sistemas de control; instalación y mantenimiento de equipos médicos.

Para todos los demás sectores restantes será necesario formar una joint-venture con un socio local.

Para más información sobre las sociedades y su legislación en Libia se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=LY#12>

### Mauritania

Los distintos tipos de sociedades en Mauritania son los siguientes:

- Sociedad de Nombre Colectivo (SNC). El número de socios es libre, debiendo ser todos ellos comerciantes y su responsabilidad solidaria respecto a las deudas de la empresa. Esta sociedad no requiere un importe mínimo de capital.
- Sociedad en Comandita Simple (SCS). Sin importe mínimo de capital requerido, debe contar con un socio como mínimo, diferenciándose entre socios comanditados y los comanditarios, siendo la responsabilidad de los primeros solidaria y la de los segundos limitada a sus aportaciones.
- Sociedad en Participación. No requiere un número de asociados ni un importe mínimo de capital, siendo la responsabilidad personal cuando el socio contrata en su propio nombre y solidaria cuando actúa en calidad de asociado.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (SARL). Requiere un capital mínimo de un millón de MRO (ouguiya mauritano), siendo cincuenta el máximo posible de socios estando su responsabilidad limitada a sus aportaciones.
- Sociedad Anónima (SA). Su capital está dividido en acciones, siendo el capital mínimo requerido de cinco millones de MRO, siendo de veinte millones de MRO en el caso de empresas de ahorro financiero. El mínimo de socios requeridos es cinco.

Para más información sobre las sociedades y su legislación en Mauritania se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=MR#12>

### Marruecos

Los principales tipos de sociedades en Marruecos son los siguientes:

- Sociedad Anónima. Su capital mínimo debe ser de tres millones de dirhams para la empresa que cotice en bolsa y de 300 mil dirhams para el resto, no pudiendo ser sus acciones inferiores a 100 dirhams y el número de accionistas inferior a cinco.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada. La empresa puede ser constituida por uno o varios socios, no pudiendo excederse el número de socios en cincuenta, en cuyo caso se transformará en SA. El capital mínimo es fijado por los socios y la sociedad puede ser administrada por uno o varios gerentes, los cuales pueden ser socios o no, siendo responsables solidarios ante terceros.
- Sociedad Colectiva. Puede ser constituida por dos o más socios siempre y cuando tengan la condición de comerciante y, por tanto, respondiendo solidariamente ante las deudas sociales, no siendo requerido un capital mínimo para la constitución de la sociedad.
- Sociedad en Comandita Simple. Se constituye por socios comanditados y por socios comanditarios, con responsabilidad limitada según sus aportaciones para estos últimos.
- Sociedad en Comandita por Acciones. Su capital está dividido por acciones y está conformada por socios comanditados que tengan la condición de comerciante y respondan solidariamente a las deudas, y por socios comanditarios que tengan condición de accionistas y solamente responden no más allá de sus aportaciones.
- Sociedad en Participación. Carece de personalidad jurídica propia y se rige por las convenciones y acuerdos establecidos por las partes interesadas, no estando sometida a ninguna exigencia de inscripción ni publicidad.
- Agrupación de Interés Económico. Permite a dos o más personas jurídicas agruparse para realizar actividades económicas tras obtener de dicha unión la condición de persona jurídica tras su inscripción en el Registro Mercantil, no siendo requerido un capital social mínimo.
- Groupement Momentané d'Entreprises (Unión Temporal de Empresas). Su constitución es con el objetivo de acudir a una licitación de forma conjunta y no cuenta con una personalidad jurídica. Puede ser una Groupement Conjoint (Conjunto), donde cada uno de los miembros se compromete a realizar una o varias partes del contrato; o bien, una Groupement Solidaire (Solidario), donde la responsabilidad de todos los miembros es solidaria y el no cumplimiento de una parte del contrato de uno de ellos obligaría al resto.

Para más información sobre las sociedades y su legislación en Marruecos se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=MA#12>

### **Túnez**

En Túnez existen tres grandes grupos de sociedades, dentro de los cuales se recogen sociedades concretas. Los grupos con sus respectivas sociedades son los siguientes:

#### Sociedades personales:

- Sociedad en Nombre Colectivo (SC). En ella dos o más personas responden solidariamente de las deudas sociales, no siendo requerido ningún capital mínimo.
- Sociedad en Comandita Simple (SCS). Compuesta por socios comanditas (responsabilidad ilimitada) y los comanditarios (responsabilidad imitada a sus aportaciones), no siendo requerido ningún capital mínimo.

#### Sociedades de responsabilidad limitada:

- Sociedad de Responsabilidad Limitada (SARL). Constituida por dos o más socios no siendo requerido ningún capital mínimo.
- Sociedad Unipersonal de Responsabilidad Limitada (SUARL). En este caso una persona es la responsable de las deudas sociales de la empresa con su patrimonio personal, no siendo requerido ningún capital mínimo al igual que en la SARL.

#### Sociedades por acciones:

- Sociedad Anónima (SA). Siendo requerido un capital mínimo de 5.000 TND (dinar tunecino) para su constitución y conformada por siete o más asociados con responsabilidad limitada a su capital aportado.
- Sociedad en Comandita por Acciones (SCA). Con el mismo capital requerido que la SA, siendo en este caso formada por uno o más socios comanditas y comanditarios.

Para más información sobre las sociedades y su legislación en Túnez se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=TN#11>

## 8.2 Contratación de personal

### Argelia

La Ley 1990/01 del 21 de abril de 1990 recoge las relaciones laborales que se rigen en Argelia, donde se tratan aspectos como la remuneración del trabajo, jornada laboral, etc.

Respecto a la remuneración, esta es acordada entre el empresario y el trabajador, nunca pudiendo ser inferior al salario mínimo interprofesional de 18.000 dinares netos al mes. Los trabajadores extranjeros que deseen trabajar en el país deberán contar con un permiso de trabajo o autorización temporal concedida por el Instituto de Trabajo junto a un permiso de residencia.

La jornada laboral está repartida en cinco días laborales de domingo a jueves (ambos incluidos), estando la parcial establecida en 20 horas semanales y la completa en 40 horas, no pudiendo superarse una jornada diaria de 12 horas. presuponiéndose que el contrato sea indefinido cuanto no haya otra cláusula que estipule lo contrario.

Las pagas extras no están reconocidas en el país por lo que el salario anual es repartido en doce pagas mensuales similares.

Para más información sobre el mercado de trabajo en Argelia se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/mercado-de-trabajo/index.html?idPais=DZ>

### Libia

El derecho laboral libio y sus disposiciones básicas vienen recogidos en la ley 58/1970, modificada en 1982.

El contrato laboral se considerará indefinido si no se especifica lo contrario, estableciéndose la jornada laboral máxima en ocho horas diarias teniendo derecho el empleado a un día libre a la semana y 16 días al año de vacaciones retribuidas. En el caso de que haya estado empleado 3 años con el mismo empresario también tienen derecho a 25 días de vacaciones para poder peregrinar a la Meca, y 24 días de vacaciones anuales pasados cinco años.

Puntualizar el caso de la mujer y el menor, los cuales tienen prohibido el trabajo desde las 20:00h hasta las /00h del día siguiente con un máximo de 48 horas semanales.

Para más información sobre el mercado de trabajo en Libia se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/mercado-de-trabajo/index.html?idPais=LY>

### **Mauritania**

La Ley nº 2004-015 regula la legislación laboral en Mauritania, recogido aspectos como la contratación, sindicatos, salario mínimo, etc.

El contrato de duración determinada o el indefinido son los únicos contratos reconocidos en el país, existiendo la posibilidad de un periodo de prueba de 1 a 3 meses.

La edad de jubilación está fijada en 60 años para el hombre y 55 años para la mujer.

La jornada laboral asciende a 40 horas semanales con un salario mínimo mensual de 21.000 MRO, estableciéndose el salario medio del país en 40.000 MRO aproximadamente.

Para más información sobre el mercado de trabajo en Mauritania se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/mercado-de-trabajo/index.html?idPais=MR>

### **Marruecos**

El Código del Trabajo del 2003 y su ley nº 65-99 recogen la mayoría de la materia laboral en el país, quedando este complementado por los Decretos que desarrolla el mismo Código. El Código de Trabajo de marroquí desde abril de 2019 acordó con la patronal y sindicatos una modernización del modelo laboral del país, esperándose que las negociaciones puedan iniciarse este 2020 o a inicios de 2021.

Dentro de este acuerdo se esperan importantes innovaciones como la reducción de la jornada laboral de 48 horas semanas a 44 horas, la prohibición del trabajo forzado y el trabajo infantil, igualdad en la remuneración, entre otros.

En Marruecos están reconocidos tres modelos de contrato, siendo estos el contrato de duración indeterminada, el contrato de duración determinada y un tercer caso especial reservado para el contrato de trabajo interino.

La jornada laboral actual está fijada en 44 horas semanales y un límite diario de 10 horas diarias para sectores no agrícolas.

El salario mínimo del país se establece en 1.994,20 dirhams/hora, debiendo todos los trabajadores además recibir una prima de antigüedad.

Para más información sobre el mercado de trabajo en Marruecos se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/mercado-de-trabajo/index.html?idPais=MA>

### **Túnez**

La materia laboral tunecina viene recogida en su Código de trabajo donde se recogen aspectos como la jubilación, jornada laboral, salario mínimo, etc.

En el país se reconocen dos tipos de trabajo, siendo estos el de duración indeterminada y el de duración determinada.

La jornada laboral está establecida en 48 horas semanales, no pudiendo excederse. Sin embargo, puede verse reducida sin poder ser inferior a 40 horas semanales por convenio colectivo o acuerdos entre sindicatos y patronales.

La edad mínima para trabajar está fijada en 16 años y la edad de jubilación en 60 años.

El sistema vacacional está establecido en un día de vacaciones por mes trabajado, nunca pudiendo excederse los 15 días de vacaciones (descartando los días festivos que son fijados por decreto).

El salario mínimo del país está establecido en los 326,4 DT al mes (115€) para la jornada laboral de 48 horas semanales y de 288 DT mensuales (100€) para la jornada de 40 horas semanales. Aparte se encuentra el salario mínimo agrícola fijado en 130 €.

Para más información sobre el mercado de trabajo en Túnez se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/mercado-de-trabajo/index.html?idPais=TN>

## **8.3 Principales impuestos**

### **Argelia**

La fiscalidad argelina está centralizada y constituida por impuestos directos e indirectos. Además, su sistema impositivo está compuesto por el impuesto regional (90% de las recaudaciones del Estado) y el impuesto local (10% restante).

Dentro de los impuestos directos destaca el IRPF del país, siendo sus gravámenes del 0% para las rentas menores a 120.000 dinares al año; 20% para rentas de entre 120.001 y

Japón:

Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

360.000 dinares al año; y el 30% para rentas de entre 360.001 y 1.440.000 dinares anuales (35% para más de esta última cifra).

El Impuesto de Sociedades gravará a aquellas empresas reguladas por el Código de Comercio y siempre que su cifra de negocios sea igual o superior a 30 millones de dinares al año, siendo el tipo de gravamen aplicado del 19% para actividades de producción de bienes; 23% para la construcción y obras públicas; y del 26% para el resto de las actividades.

En el caso de os impuestos indirectos, el TVA (Tasa de Valor Añadido, similar al IVA) es el más importante siendo del 19% el general, y otro gravamen reducido del 9% aplicado a ciertos productos.

Para más información sobre el régimen fiscal de Argelia se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/regimen-fiscal/index.html?idPais=DZ>

### Libia

La Ley 11/2004 recoge el sistema impositivo del país y simplificó notoriamente la normativa de los años 70 usada hasta el momento. El sistema establecido es similar al de otros países, recogándose tanto un sistema impositivo estatal, regional y local.

Dentro de los impuestos directos del país, el IRPF aplica diferentes gravámenes dependiendo de la renta percibida por el trabajador. El mínimo gravamen aplicado del 8% es aplicado a rentas de hasta 4.800 LD; del 10% para rentas de entre 4.801 y 9.600 LD; y del 15% de rentas iguales o superiores a 9.601 LD. Respecto al Impuesto de Sociedades la tarifa aplicada es del 20% independientemente de los beneficios totales de la empresa.

En Libia no hay un impuesto como el IVA, pero sí un impuesto de producción y otro de consumo. El primero grava la producción local en el momento de su puesta a consumo siendo su gravamen del 2%; mientras que el impuesto de consumo es aplicado sobre productos importados, oscilando entre el 5% y el 150% "ad valorem" dependiendo del tipo de producto.

Destacar también el papel del Impuesto Jihad que recae sobre cualquier tipo de ingresos de personas físicas, oscilando entre el 1 y el 3%.

Para más información sobre el régimen fiscal de Libia se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/regimen-fiscal/index.html?idPais=LY>

## Mauritania

El sistema fiscal mauritano viene recogido en el Código General de Impuestos de 1982 y sus posteriores y sucesivas modificaciones a lo largo del tiempo.

Dentro de los principales impuestos directos se encuentra el IGR (similar al IRPF), el cual es progresivo y fluctúa considerablemente dependiendo de la renta percibida. Para personas que perciben entre 0 y 90.000MRO el tipo impositivo aplicado es del 15%; en el caso de rentas de entre 90.001 y 210.000MRO el gravamen es del 25%; y se aplicará un 40% a rentas de más de 210.000MRO.

El BIC (Similar al Impuesto de Sociedades) se aplicará incluso si la persona o empresa esté domiciliada en el extranjero, siendo el tipo impositivo aplicado del 25% para todas las empresas independientemente de sus beneficios obtenidos.

Respecto al consumo, destaca el TVA (similar al IVA), con un tipo general aplicado del 16%. Sin embargo, este tipo impositivo será del 18% para productos petrolíferos y servicios de telefonía, estando los productos alimenticios esenciales, medicinas, libros, periódicos y algunos inputs industriales exentos de este impuesto.

Para más información sobre el régimen fiscal de Mauritania se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/regimen-fiscal/index.html?idPais=MR>

## Marruecos

El sistema fiscal marroquí se encuentra comprendido en el Código General de Impuestos aprobado en el año 2007 y estando en su 14º edición este 2020, ya que es modificado anualmente por la Ley de Finanzas. En el país existen dos niveles de imposición, estatal y el local, comprendiéndose tres tipos de tributos, los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales.

Dentro de los impuestos directos destaca el IR (similar al IRPF) aplicados a personas físicas que tengan o no su domicilio fiscal en Marruecos. Su gravamen es progresivo dependiendo de la renta percibida, siendo este: del 0% para rentas menores a 30.000 dirhams; del 10% para rentas de entre 30.001 y 50.000 dirhams; 20% para rentas de entre 50.001 y 60.000 dirhams; del 30% para rentas de entre 60.001 y 80.000 dirhams; 34% para rentas de 80.001 a 180.000 dirhams; y del 38% para rentas superiores a 180.001 dirhams.

El impuesto de sociedades es aplicado a las empresas independientemente de que tengan su sede o no en Marruecos, siendo su impositivo del 10% para beneficios iguales o inferiores a 300.000 dirhams; 20% de entre 300.001 y 1.000.000 de dirhams; y del 31% para empresas con un beneficio superior a 1.000.000 de dirhams. Existen tipos de

empresas con bases imponibles superiores al millón de dirhams que están gravadas a un 20%.

El TVA (similar al IVA) aplicará un tipo impositivo general del 20%, teniendo un tipo impositivo del 7% para agua, productos farmacéuticos, escuela, entre otros; y del 10% para la alimentación del sector horeca, cine, museos y teatro, aceite alimentario, pastas, etc.; y del 14% para mantequillas, transporte de viajeros, energía eléctrica y servicios de seguros.

Para más información sobre el régimen fiscal de Marruecos se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/regimen-fiscal/index.html?idPais=MA>

### Túnez

El Ministerio de Finanzas es la entidad responsable del sistema fiscal tunecino, que comprende dos grandes clases de impuestos, los directos e indirectos, estando regulados por leyes y decretos.

El IR (similar al IRPF) es progresivo y está estructurado en cinco tramos. Para ingresos iguales a inferiores a 5.000 dinares el tipo impositivo es del 0%; del 26% para ingresos de entre 5.001 y 20.000 dinares; 28% para ingresos de entre 20.001 y 30.000 dinares; del 32% para ingresos de entre 30.001 y 50.000 dinares; y un gravamen del 35% para ingresos superiores a 50.000 dinares.

El Impuesto sobre Sociedades tiene un gravamen general del 25%, junto a otras imposiciones. Existe un gravamen reducido del 10% para beneficios procedentes de la exportación y las sociedades artesanales, agrícolas y pesqueras. Por otro lado, las empresas del sector financiero, seguros, petróleo y telecomunicaciones percibirán un gravamen del 35%.

Respecto a los impuestos directos, destaca el sistema impositivo que recae sobre el consumo en Túnez, comprendiéndose tres tipos de gravámenes:

- En primer lugar, se encuentra el IVA con un gravamen general del 18%. Recoge un tipo impositivo especial del 12% para ciertos bienes y servicios; y del 6% para actividades sanitarias, transporte y el sector horeca.
- El impuesto de consumo, que es aplicado a turismos, carburantes, tabaco, alcohol y bebidas alcohólicas entre otros, con una tasa "ad valorem" de entre el 10% y el 267%; y unas tarifas específicas para carburantes, alcohol y vino.
- Tasas de competitividad.

Japón:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

Para más información sobre el régimen fiscal de Túnez se facilita se facilita el siguiente enlace:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/regimen-fiscal/index.html?idPais=TN>

## 9. Cultura de negocios en el país objetivo. Criterios para hacer negocios

Pese a ser cinco países distintos, al pertenecer al grupo de países que conforman la comunidad árabe, el estilo de vida, tanto en aspectos como cotidianos como en los negocios en Marruecos, Mauritania, Libia, Túnez y Argelia está regido por el Islam, por lo que su parecido estilo de vida también resulta en una cultura de negocios muy similar. A la hora de querer entablar relaciones comerciales y de negocios en la región del Magreb, es necesario tener en consideración los siguientes aspectos a la hora de tratar con su gente:

- Primero de todo, comentar la percepción de los negocios que tienen los árabes respecto a la visión occidental, ya que en su cultura no suele existir una separación entre la vida personal y profesional como tal, por lo que un socio comercial puede llegar a considerarse como un amigo potencial, siendo así necesario y preferible organizar reuniones presenciales, pudiendo así conocer más a la contraparte para poder generar confianza a futuro.
- Respecto al saludo, el típico apretón de manos es el saludo inicial para entablar una relación con los hombres del Magreb. En el caso de ser una mujer, se debe esperar a que ella extienda su mano. El orden de saludo debe primar a las personas de mayor edad, así como por jerarquía en la empresa, por lo que es preferible conocer los puestos de la gente que componen la reunión antes de que esta comience.
- Como se comentó con anterioridad, los negocios son vistos de una manera flexible y acuerdos cordiales entre las personas, más que acuerdos estrictamente formales. Por ello, las reuniones no siguen una agenda con objetivos y plazos fijos, resaltando que la puntualidad en sus reuniones no es un aspecto muy relevante en su cultura. Sin embargo, que el negociador extranjero se presente a tiempo se ve como una muestra de respeto al anfitrión.
- El aspecto informal de las reuniones también se extrapola a los temas sobre los que se puede hablar con la contraparte, ya que por lo general la primera media hora o incluso hora se tratan aspectos como la familia, arte, cultura y deporte, debiendo evitarse temas como la política y la religión.
- Por este aspecto informal de las reuniones es normal que las negociaciones sean bastante más lentas que en el mundo occidental, siendo clave la paciencia y no apresurar al anfitrión, ya que esto provoca desconfianza y una falta de respeto sobre ellos.

Japón:

Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

- Pese a su occidentalización en los últimos años, siguen siendo sociedades tradicionales donde el precio es el aspecto clave de la negociación por encima de otros, por lo que, si la contraparte no está convencida de que ha conseguido el mejor precio, no llegará a un acuerdo.
- El desacuerdo público no es aconsejable ni está bien visto en su cultura, por lo que el lenguaje corporal adquiere una gran importancia en el contexto de su cultura, ya que a los negociadores árabes no les gusta decir “no” expresamente.
- También es preciso tener en cuenta unas consideraciones particulares, como es el uso de la mano derecha para comer, no usar un tono de voz elevado ni discutir en público, así como nunca mostrar la suela de los zapatos o señalar con el pulgar hacia arriba.
- Respecto a la etiqueta, en el caso de los hombres lo más común y aceptado es vestirse de manera tradicional y conservadora (gris, negro o azul oscuro), mientras que las mujeres deben también vestirse de manera conservadora, cubriendo sus brazos (al menos hasta el codo), sus piernas y su torso, siendo aconsejable que también lleven un pañuelo en su cabeza. Sin embargo, la vestimenta, sobre todo en el caso de los hombres, es más flexible según la confianza e incluso amistad que se tenga con el anfitrión.

## 10. Contactos de interés

### Argelia

Embajada de Argelia en España ([www.emb-argelia.es](http://www.emb-argelia.es))

 Calle del Gral Oraá, 12. 28006, Madrid, España.

 0034 915 629 705

Embajada de España en Argelia

 3 Rue Youcef Ziryab, Argel. B.P 185

 (+213 21) 23 97 86

 [Emb.Argel@maec.es](mailto:Emb.Argel@maec.es)

Oficina Económica y Comercial de España en Argelia.

 Rue Cesaree Hydra 5. Hydra.

 (+213) 23473 220/221 /224

 [argel@comercio.mineco.es](mailto:argel@comercio.mineco.es)

### Libia

Embajada de Libia en España ([www.embajadadelibia.com](http://www.embajadadelibia.com))

 Av. comandante Franco, 32. 28016, Madrid, España.

 0034 913 455 537

Embajada de España en Libia

 Al Hawana - Bin Ashour. P.O.B. 23302 Trípoli. Libia

 (+218 21) 362 00 51

 [emb.tripoli@maec.es](mailto:emb.tripoli@maec.es)

#### Oficina Económica y Comercial de España en Libia.

 Wesait EL Ebdery - Zona Fashlum - P.O. Box 3572. Trípoli, Libia.

 (+218 21) 3402 363/64/66/67

 tripoli@comercio.mineco.es

#### Mauritania

#### Embajada de Mauritania en España

 Calle Piedralaves, 4. 28035, Madrid, España.

 0034 915 75 70 06

#### Embajada de España en Mauritania

 Rue Mamadou Konate S/N; B.P. 232

 (+222) 45 29 86 50

 emb.nouakchott@maec.es

#### Oficina Económica y Comercial de España en Mauritania.

 Avenue Carde 3-5. B.P 4146 Dakar.

 (+221 33) 889 23 60

 dakar@comercio.mineco.es

#### Marruecos

#### Embajada de Marruecos en España (www.embajada-marruecos.es)

 Calle de Serrano, 179. 28002, Madrid, España.

 0034 915 63 10 90

#### Embajada de España en Marruecos

 Rue Ain Khalouiya, Av. Mohamed VI. Souissi, 10170 Rabat

 (+0537) 63 39 00

 emb.rabat@maec.es

Japón:  
Oportunidades comerciales y aspectos a tener en cuenta

### Oficina Económica y Comercial de España en Marruecos.

 33, B.D Moulay Youssef. 20000, Casablanca, Marruecos.

 002125 2231 3118

 casablanca@comercio.mineco.es

### Túnez

### Embajada de Túnez en España (www.embajada-marruecos.es)

 Av. Alfonso XIII, 64. 28016, Madrid, España.

 0034 914 47 35 08

### Embajada de España en Túnez

 22 y 24, Avenue Ernest Conseil. Cité Jardin. 1002.

 (+2167) 1782 217

 emb.tunez@maec.es

### Oficina Económica y Comercial de España en Túnez.

 130 Avenue Jugurtha, 1082 Túnez

 00216 71 788 103

 tunez@comercio.mineco.es

