

Óscar Aguer*

EL SECTOR TURÍSTICO-HOTELERO EN MARRUECOS

Gracias a su emplazamiento estratégico entre el Mundo Árabe, Europa y África, Marruecos constituye un polo de atracción para los intercambios internacionales y una plataforma ideal para los grandes grupos que desean penetrar en esos mercados. Tras valorar la situación de Marruecos desde esta perspectiva, así como desde la óptica de la inversión internacional, se analiza el sector turístico de este país y se comenta el Plan estratégico de turismo de Marruecos para 2010, o Plan Azur.

Palabras clave: desarrollo turístico, industria hotelera, inversiones extranjeras, Marruecos.

Clasificación JEL: F21, L83, N77, O55.

1. Introducción

Marruecos, verdadero cruce de caminos entre el Mundo Árabe, Europa y África, constituye un polo de atracción para los intercambios internacionales y una plataforma ideal para los grandes grupos que desean penetrar en los mercados europeos, africanos y de Medio Oriente. Gracias a su emplazamiento estratégico, Marruecos mantiene importantes relaciones de colaboración, entre ellas el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, que entró en vigor en mayo de 2000 y que trata esencialmente sobre el establecimiento progresivo, a partir de 2012, de una zona de libre cambio y la reciprocidad de un trato comercial preferente.

Ejemplo de estabilidad política en la región MENA, el Reino es una monarquía constitucional democrática y social, dirigida por Su Majestad el Rey Mohammed VI. El Soberano y su Gobierno conducen una estrategia que contempla reducir las desigualdades sociales e ins-

cribir Marruecos en un sendero de modernidad y de apertura. Buena muestra de ello es la creación del «Fondo Hassan II» para financiar proyectos generadores de empleo y riqueza.

Situación económica

En la década de los ochenta, se llevó a cabo una política de estabilización y de reformas estructurales auspiciada por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y por el Banco Mundial (BM), que dio como resultado la estabilidad macroeconómica y la liberalización y apertura de su economía. Así, se ha logrado reducir el índice de inflación a niveles similares a los de países industriales, se ha reforzado la posición exterior y se ha atraído un importante volumen de inversión extranjera que incluso ha superado los 500 millones de dólares, cifra promedio registrada desde principios de los años noventa, especialmente en los años 1997, 1999, 2000 y 2001.

Marruecos fue el mayor receptor de inversiones de África, inversiones que subieron de 500 millones de dó-

* THR, Asesores en Turismo, Hotelería y Recreación, S. A.

CUADRO 1
DATOS DE INTERÉS

Número de turistas: 4.439.003 (2003)
Número de pernoctaciones en hoteles: 10.676
Llegadas de turistas por vía aérea: 1.607.705
Llegadas de turistas por carretera: 233.407
Llegadas de turistas por vía marítima: 382.763
Llegadas de turistas por ocio, recreo y vacaciones: 2.302.000 (OMT)
Llegadas de turistas por negocios: 283.000 (OMT)
Número de habitaciones en hoteles: 67.968 (OMT)
Número de plazas-cama en hoteles: 130.668 (OMT)
Tasa de ocupación: 47,60 por 100
Duración media en el país: 6,90 noches
Ingresos en divisas por turismo: 2.526 millones de dólares (OMT)

lares en 2002 a 2.300 millones en 2003, debido al programa de privatizaciones de este país.

Ante el desafío que representa este acuerdo con los organismos internacionales y la consiguiente creación de una zona de libre cambio para el año 2012, así como la progresiva integración en la economía mundial, el Gobierno marroquí ha puesto en marcha un Programa de Modernización (*Mise à Niveau*) de la economía. Se trata de un programa global, que no afecta sólo al sector industrial, sino que pretende modernizar las empresas, fomentando la inversión en tecnología e I+D, así como en formación de los recursos humanos.

La estructura de la economía se caracteriza por el significativo peso de la agricultura (20 por 100), la artesanía (19 por 100), el comercio (12,6 por 100) y el sector público (11 por 100) en el PIB. En cuanto a la industria, destacan el sector textil, la industria alimentaria, la industria química, los componentes eléctricos y electrónicos (buena parte destinada a la industria del automóvil) y la construcción. Otros sectores destacados, especialmente por su enorme importancia en las exportaciones son el de la minería y el de la pesca. Por otra parte, en los últimos años el sector servicios se está desarrollando aunque de manera lenta. Un ejemplo es el sector tu-

rístico, cuya contribución al PIB supera levemente el 5 por 100, si bien con un estancamiento en el número de turistas, pese a los esfuerzos de Gobierno y operadores privados materializados en la construcción de decenas de nuevos hoteles y en la creación de zonas turísticas.

Principales países inversores

En el período 1997-2002, los principales países inversores en Marruecos fueron Francia (44,6 por 100), Portugal (9 por 100), Estados Unidos (8,1 por 100), Países Bajos (7,9 por 100), España (5,6 por 100), Suecia (4,2 por 100), Alemania (3,9 por 100) y Reino Unido (2,3 por 100). En el ejercicio 2001, y debido a la toma de parte del capital de Maroc Telecom por el grupo multinacional de comunicación francés Vivendi Universal, el conjunto de inversiones francesas alcanzó más de 2.450 millones de dólares, lo que representó el 83,7 por 100 del flujo de inversiones extranjeras recibidas por Marruecos en 2001. En 2002, las inversiones extranjeras alcanzaron unos 525 millones de dólares y los principales países inversores fueron Francia (41,19 por 100), Alemania (8,70 por 100), España (6,80 por 100), EE.UU. (6,0 por 100) y Reino Unido (5,40 por 100).

En el primer semestre de 2003, la inversión extranjera, con casi 321 millones de dólares, había descendido un 4,1 por 100 respecto al mismo período de 2002, pero la venta del 80 por 100 de la Régie des Tabacs en julio de 2003 a la compañía hispano-francesa Altadis por 14.000 millones de dirhams (más de 1.400 millones de dólares) y de la participación del Estado en la Somaca a la multinacional gala Renault podría permitir que se alcance un importe similar al de 2001.

Principales sectores de inversión

En cuanto a los sectores que captaron la inversión extranjera en el período 1997-2002 fueron, por orden de importancia: telecomunicaciones (51,5 por 100), industria (14,6 por 100), banca (8,1 por 100), energía y minas (5,6 por 100), petróleo (4,7 por 100), inmobiliario (4,4

por 100), comercio (3,1 por 100), turismo (2,1 por 100) y *holding* (1,8 por 100). En 2002, por orden de importancia, los principales sectores fueron: industria (37,04 por 100), inmobiliario (20,94 por 100), telecomunicaciones (7,25 por 100), energía y minas (2,8 por 100), comercio (2,66 por 100) y turismo (1,57 por 100).

Establecimientos multinacionales

Gracias a estos esfuerzos, numerosos grupos de fama mundial confían e invierten en Marruecos, en particular:

- Telefónica y Portugal Telecom se han implantado en 1999 y poseen Mediatecom, segundo operador GSM de Marruecos, para una inversión inicial de 1.000 millones de euros.
- Vivendi, que ha comprado el 35 por 100 de Marruecos Telecom, primer operador GSM en Marruecos en 2000 por 2.300 millones de euros.
- Kraft Foods International ha comprado los Cafés Ennasr en 2000 y se convierte así en líder de la torrefacción de cafés en Marruecos.
- ST-Microelectronics tiene previsto instalar una importante planta de producción de semiconductores en Casablanca, con una inversión por importe de 300 millones de euros.
- Accor, que llegó en 1996, que explota actualmente la primera cadena hotelera en Marruecos. El importe global del proyecto se acerca a los 300 millones de euros.

2. Características del sector turístico

Marruecos forma parte del «Gran Mediterráneo», primer destino turístico del mundo, y se encuentra a menos de tres horas de vuelo de las principales capitales de Europa, que constituye el primer mercado emisor del mundo.

El país dispone de una naturaleza y un clima muy diversificados, que le permiten ofrecer una amplia variedad de productos turísticos: clima mediterráneo en las costas, menos templado en el interior del país, fresco y vigorizante en las montañas del Atlas y desértico en el

sur. Las temperaturas medias se sitúan a lo largo de todo el año en torno a los 20° C.

A pesar que el destino Marruecos (2,3 millones de visitantes) ocupa un lugar modesto en el turismo mundial y sur-mediterráneo (35 millones de visitantes en 2000), el sector constituye la segunda fuente más importante de divisas del país, después de la repatriación de los capitales de los marroquíes residentes en extranjero, pero antes de las ventas del fosfato y derivados.

En 2003, los ingresos turísticos se han elevado desde 2000 a 29.000 millones de dirhams frente a 22.000 millones de dirhams en 2000, lo que supone un incremento del 28,3 por 100. Los ingresos por turismo han contribuido en un 7 por 100 a la formación del PIB en 2002 (6,1 por 100 en 2000). Los ingresos netos del turismo han representado, por su parte, un 5 por 100 del PIB. La participación del turismo en la economía no está limitada a la hotelería y restauración. En un sentido amplio, el turismo marroquí podría participar, aproximadamente, con el 10 por 100 en la formación del PIB marroquí. Actualmente genera 640.000 empleos directos.

Las llegadas de turistas extranjeros a Marruecos entre los meses de enero y julio del año 2004 se incrementaron en un 19 por 100, con respecto al mismo período del año anterior, según ha confirmado el ministro marroquí de Turismo.

Según las cifras dadas hoy a conocer por el ministro marroquí de Turismo y Artesanía, Adil Douiri, 3,16 millones de turistas han visitado el país en la primera mitad del año, siendo el principal grupo de turistas europeos los franceses, seguidos de españoles y alemanes.

Tan sólo en el mes de julio, el número de llegadas de turistas alcanzó los 1,2 millones, lo cual representa un crecimiento de un 17 por 100 en comparación al mismo mes en 2003, informó Douiri durante la celebración de una reunión de trabajo sobre el sector turístico, presidida por el monarca marroquí, Mohamed VI.

Mientras tanto, la industria turística marroquí sigue apostando por conseguir su objetivo de acoger hasta diez millones de turistas anuales en el año 2010. Tan sólo para el próximo 2005 está proyectada la finaliza-

ción de siete nuevos complejos hoteleros en Casablanca, El-Jadida, Essaouira, Marrakech, Ouarzazate y Tánger.

Potencial turístico y principales clusters

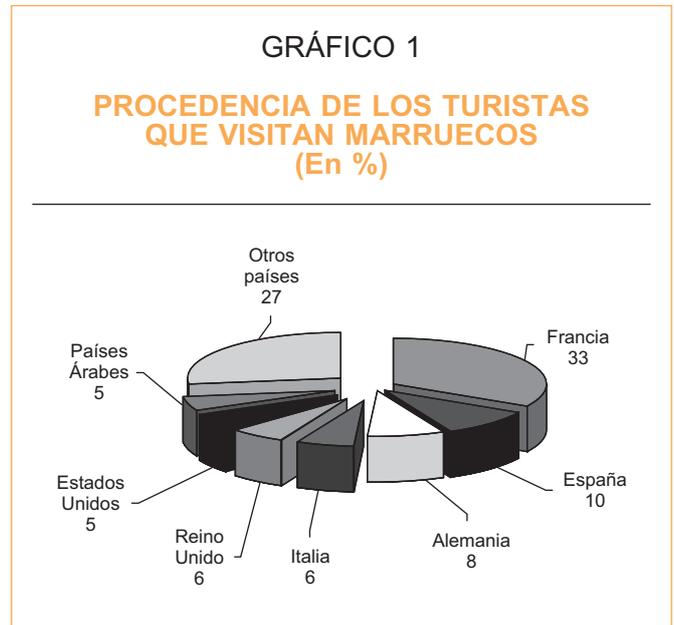
El turismo europeo (77 por 100 del total de visitantes) y, en particular, el francés está en una progresión constante. Francia es el proveedor más importante de turistas, seguida de España, Alemania, Italia y Gran Bretaña, Estados Unidos y los países árabes.

El descenso coyuntural de turistas ha sido compensado por los regresos de los marroquíes residentes en extranjero. Al número oficial de turistas internacionales, conviene añadir 1,9 millones de marroquíes residentes en el extranjero, que vienen a Marruecos de vacaciones (con una progresión del 70 por 100 en 1998). Este turismo nacional constituye un cimiento al desarrollo del turismo internacional en Marruecos, y contribuye a reducir los efectos de regresión que puede conocer este sector durante el período de crisis.

Grandes playas, sol durante todo el año, exotismo y ciudades con un gran valor artístico... Marruecos tiene potencial para poner en marcha una interesante y diversificada oferta de productos turísticos, desde balnearios y turismo cultural y artístico, hasta el de aventura y naturaleza, capaces de ofrecer una oferta diferente para cada tipo de visitante.

La zona costera del norte, desde Săidia hasta Asilah, cuyo centro de actividad turística es Tánger, fue una de las primeras regiones turísticas del país y actualmente intenta reactivarse como zona de balneario mediante un plan de inversiones que resuelva los problemas de saneamiento y modernice la oferta hotelera.

La costa mediterránea, que es virgen todavía entre Tetuán y Alhucemas es uno de los lugares para captar inversiones que contribuyan al desarrollo turístico y general de Marruecos, objetivo que se ha propuesto el Gobierno del país vecino. Existe un extenso panorama de oportunidades de inversión desde la zona más próxima al estrecho de Gibraltar, con Tánger como punto prefe-



rente hasta la ciudad de Nador próxima a Melilla. El Gobierno de Marruecos creó en 1998 la Agencia de Desarrollo del Norte de Marruecos con tal objetivo.

En el litoral central, entre Asilah y El Jadida —donde se encuentran Rabat y Casablanca, las dos ciudades más importantes del país—, las visitas tienen como motivo principal los viajes de negocios. Este tipo de turismo, que durante muchos años ha sido marginal, se convirtió a partir de la década de 1980 en eje fundamental del desarrollo turístico de la zona.

Agadir es el principal enclave turístico de Marruecos. Ciudad moderna, reconstruida después del terrible terremoto, cuenta con las mejores infraestructuras turísticas del país a lo largo de sus 6 km. de playa. Su clima, parecido al de Canarias, posibilita una alta ocupación durante todo el año. Su aeropuerto internacional, Al Massira, a 25 km. de la ciudad recibió en 1999 cerca de 350.000 pasajeros.

La región de Marrakech es uno de los principales centros de turismo marroquí y ofrece un 21 por 100 de las camas clasificadas, pero en los últimos años, el acoso a los turistas dañó la imagen del destino. Marrakech y Ouarzazate, dos ciudades con grandes palacios de congresos, siguen siendo importantes destinos para viajes de negocios.

Fez y Meknés, las dos ciudades imperiales que han sido declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, son los pilares del turismo cultural marroquí. En los últimos 12 años se ha producido un espectacular aumento de la demanda, convirtiéndose los circuitos de las ciudades imperiales en una de las rutas culturales más importantes del Mediterráneo. Para aprovechar mejor las oportunidades que, desde el punto de vista turístico, ofrece ese patrimonio, se está cuidando el estilo arquitectónico de las nuevas construcciones, construyendo nuevos museos y formando a guías más profesionales, que no den la sensación al visitante de que acortan las visitas culturales en beneficio de los bazares.

En cuanto a las zonas desérticas y de montaña, a pesar del creciente interés mundial por el turismo de deporte y de aventura y del evidente potencial de Marruecos —por su situación geográfica, por la gran extensión de litoral, por su naturaleza aún virgen en muchas zonas del país—, su oferta es aún escasa y no existe una infraestructura suficiente para hacer frente a la demanda internacional.

3. Características del sector hotelero

Marruecos ha apostado tradicionalmente por un turismo de gama alta y de hecho, en general, los hoteles de cinco estrellas están bien dotados y conservados, aunque la oferta de gama media es todavía insuficiente.

El análisis de la distribución de la capacidad hotelera revela una fuerte concentración en las grandes aglomeraciones marroquíes que sirven de polos de atracción del turismo. Menos de diez ciudades concentran cerca del 82 por 100 de la capacidad total, siendo la ciudad de Agadir el primer centro turístico del Reino con el 24 por 100 de la capacidad de acogida en alojamiento homologado. El litoral representa cerca del 70 por 100 de la capacidad, frente al 40 por 100 de las zonas del interior.

En 2002 los hoteles clasificados ascendían a 621, con 103.138 camas disponibles, mientras que los no clasifi-

RECUADRO 1

EL TURISMO MARROQUÍ

Fuerzas

- Una estacionalidad poco acusada
- Un patrimonio natural, histórico y étnico rico y variado
- La proximidad de Europa
- Una artesanía caracterizada por su vitalidad
- Importante comunidad en el extranjero
- Un posicionamiento diferenciado
- Un marco político y económico estable

Oportunidades

- Potencial turístico aún por explotar
- Marco inversor muy favorable a las inversiones extranjeras
- Una reestructuración de destinos en el ámbito mundial
- Las interacciones crecientes entre el *business*, turismo incentivo y de negocios
- Las nuevas tecnologías
- Capacidad para atraer inversores y operadores internacionales

Debilidades

- Mercado emisor concentrado en Europa
- Promoción insuficiente, poca visibilidad
- Un sector a profesionalizar
- Una infraestructura turística insuficiente
- Unos canales de distribución poco diversificados (el 90 por 100 está constituido por *packages* —en Europa se sitúa en el 56 por 100—)
- Escasa flexibilidad y competencia en el transporte aéreo

Amenazas

- La vulnerabilidad a los efectos de la moda
- Competidores potenciales en la región: inversores italianos en Libia, estabilidad política en Argelia
- Una competencia orientada a precios entre competidores mediterráneos

cados sumaban 1.160, con 33.667 camas, y el número de campings era de 97. La tasa de ocupación hotelera no superó el 47,6 por 100 cuando el objetivo de los profesionales del sector es alcanzar, en promedio, una tasa del 60 por 100. No todos tienen la calidad exigida por el turismo internacional y se estima que tan sólo existen unas 65.754 camas comercializadas de 3, 4 ó 5 estrellas o en clubes de vacaciones.

El análisis de la distribución de la capacidad hotelera revela una fuerte concentración en las grandes

aglomeraciones marroquíes, que sirven de polos de atracción del turismo. Menos de diez ciudades concentran cerca del 82 por 100 de la capacidad total, siendo la ciudad de Agadir el primer centro turístico del Reino con el 24 por 100 de la capacidad de acogida en alojamiento homologado.

Como se ha indicado, el litoral representa cerca del 70 por 100 de la capacidad, frente al 40 por 100 de las zonas del interior.

El Gobierno de Marruecos ha puesto en marcha un programa de desarrollo turístico hasta el año 2010, que tiene un presupuesto de 10.000 millones de dólares (11.400 millones de euros) y con el que pretende impulsar seis destinos en las costas atlántica y mediterránea (Nador, Larache, Casablanca, Essaouira, Agadir y Guelmim). El proyecto prevé el desarrollo de 150 hoteles, con 90.000 camas y otras 20.000 plazas en promociones residenciales y numerosos campos de golf. El Gobierno marroquí ha establecido importantes ventajas fiscales e incentivos públicos para impulsar el proyecto.

El plan, denominado «Marruecos Visión 2010», tiene el respaldo del Banco Mundial, que ha destinado 2 millones de dólares para el desarrollo de proyectos y estudios de viabilidad.

Dentro de este plan global se encuentran el Plan Azur y el Plan Renovotel. El primero de ellos tiene la intención de ofertar 80.000 nuevas camas, creando seis nuevos balnearios de playa. La intención del Gobierno marroquí es encontrar inmobiliarias privadas que urbanicen los balnearios, a los que el Estado dotará con infraestructuras de acceso. Las inmobiliarias recuperarán su inversión vendiendo lotes de terreno a hoteleros a un precio preestablecido de 3 € por m². Éstos saldrán a licitación en los próximos meses.

Los complejos turísticos incluidos en este plan se enumeran en el Recuadro 2.

El Plan Renovotel incluye la renovación de los hoteles del Reino del que se beneficiarán, en una primera fase, 1.500 habitaciones con más de 7 años de antigüedad en hoteles de tres estrellas o más. El Estado ofrecerá financiación al 2 por 100 por medio de un fondo en que parti-

RECUADRO 2

COMPLEJOS TURÍSTICOS INCLUIDOS EN EL PLAN AZUR

- Khemis Sahel: cerca de Larache con 10.000 camas; urbanizarlo costará 59 millones de euros.
- El Haouzia: cerca de Casablanca con 7.000 camas; su urbanización costará 48 millones de euros.
- Mogador: con 8.000 camas; coste aproximado de 43 millones de euros.
- Taghazoute: el mayor de todos, con 20.000 camas.
- Plage Blanche: son 28 hoteles con un coste de 100 millones de euros.
- Saïdia

cipan la Caja Central Garantía, Dar Addamane y el Fondo Hassan II.

4. Marco jurídico de las inversiones

Debido a su situación geográfica, a su marco institucional, a ser un polo de estabilidad en la región, a su infraestructura industrial y de comunicación de calidad, a una mano de obra barata y a un mercado potencial de más de 30 millones de habitantes, Marruecos ofrece numerosas ventajas comparativas para los inversores extranjeros. Se han hecho importantes esfuerzos para mejorar la productividad y para solucionar el problema de la capacitación, aumentando el nivel de cualificación del personal. Este esfuerzo se extiende también a la infraestructura, a las redes de carreteras y a las telecomunicaciones. La concesión de servicios públicos, principalmente el servicio del agua o la producción de energía, apunta reducir los costes energéticos y mejorar los servicios.

De forma paralela a la apertura y a la liberalización, se han realizado esfuerzos significativos en materia de promoción de las inversiones, principalmente las extranjeras. Desde 1993, el Gobierno marroquí procedió a la derogación de la Ley de la marrocanización, discriminatoria respecto a los extranjeros.

GRÁFICO 2

LLEGADAS DE LOS TURISTAS POR REGIÓN DE PROCEDENCIA

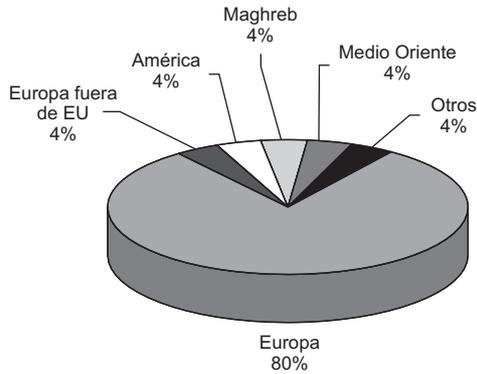


GRÁFICO 3

LLEGADAS DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS DE ESTANCIA, POR VÍA DE TRANSPORTE AÑO 2003

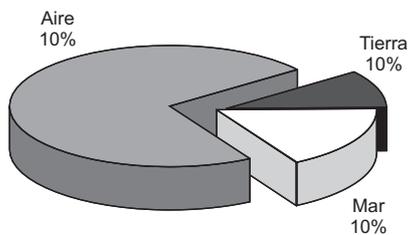
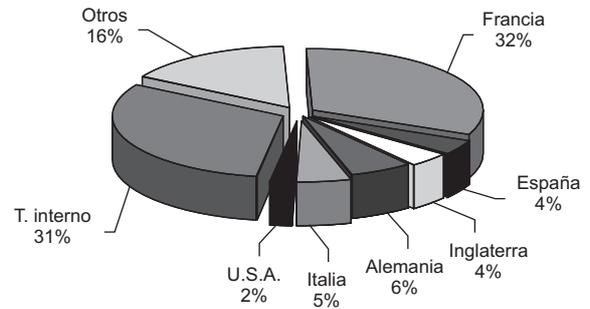


GRÁFICO 4

LLEGADAS A LOS HOTELES CLASIFICADOS AÑO 2003



La Carta de Inversiones

La Carta de Inversiones, promulgada por el dahír el 8 de noviembre de 1995, pretendía promover las inversiones extranjeras directas (IED), a través de medidas para reducir el coste de inversión y simplificar procedimientos y trámites, así como una serie de nor-

mas y exenciones tributarias como, entre otras, las siguientes:

- La libre transferencia de los capitales extranjeros invertidos y de las plusvalías realizadas.
- Cualquier inversor, excepto en materia agrícola, goza de las mismas ventajas y garantías que los inversionistas nacionales.
- Las inversiones extranjeras pueden realizarse sin autorización previa, cada vez que éstas se financien en divisas, con la libertad de transferencia de beneficios y de capitales.
- En el ámbito fiscal, el tipo general es del 35 por 100 existiendo un tipo reducido de entre el 10 por 100 y 12 por 100 aplicable a las sociedades extranjeras en general y con otras reducciones y exoneraciones específicas que se detallan más adelante.
- Régimen de «admisión temporal». Las empresas instaladas en Marruecos pueden beneficiarse del régimen de «admisión temporal», el cual les permitirá la importación de bienes en suspensión de derechos de aduana, siempre que dichas mercancías sean incorporadas a un proceso productivo y posteriormente reexportadas.
- Dividendos y rentas asimiladas. Los dividendos pagados por una sociedad marroquí, los beneficios de

una sucursal que sean puestos a disposición de su casa matriz en el extranjero y otros rendimientos del capital, están sometidos en Marruecos al pago de un impuesto llamado «TPA, Taxe sur les Produits des Actions, Participations sociales et revenus assimilés», cuyo tipo es del 10 por 100.

- Exenciones sobre rendimientos financieros. La remuneración de determinadas financiaciones, consideradas concesionales por el Ministerio de Finanzas, está exenta de estas retenciones sobre el rendimiento de acciones e intereses de préstamos. Es el caso, por ejemplo, de los rendimientos de acciones y los intereses de algunos de los fondos otorgados por el Banco Europeo de Inversiones (BEI).

Zonas francas

Actualmente, Marruecos cuenta con una zona franca en el Puerto de Tánger y proyectos de nuevas zonas francas en Tánger, Nador, Nouaceur y Jorf Lasfar. El primero de ellos se encuentra en una fase avanzada de realización, aunque todavía no hay fecha cierta para su inauguración.

Las ventajas concedidas a los inversores en las zonas francas de exportación, de acuerdo con lo que la legislación marroquí prevé para este tipo de recintos, son las siguientes:

- a) La zona no se sujeta al régimen de control de comercio exterior ni de cambios.
- b) Gozarán de un régimen aduanero especial, con exoneración de todos los derechos, tasas y recargos que se imponen a la importación, circulación, consumo, producción o exportación de las mercancías.
- c) Un régimen fiscal ventajoso con:
 - Exención del impuesto de sociedades (IS) durante 5 años a empresas instaladas en zonas francas a partir de enero de 2001, y aplicación de una reducción del 8,75 por 100 para plazos posteriores.
 - Exoneración del pago de los derechos de registro y timbre para los actos de constitución de sociedades, ampliación de capital o compra de terrenos.

- Exoneración del IVA para las mercancías procedentes del extranjero o de Marruecos.

- Exoneración del impuesto sobre el rendimiento de acciones o participaciones.

- Sociales y rentas asimiladas (TPA) para los no residentes.

- Reducción de este impuesto al 7,5 por 100 para los residentes.

- Para los 15 primeros años desde el comienzo de la explotación:

- Exoneración del impuesto de patentes (IP).

- Exoneración de la tasa urbana (TU).

- Exoneración del 80 por 100 del impuesto general sobre la renta (IGR).

- Exoneración de la participación en la solidaridad nacional (PSN).

Ventajas arancelarias para los inversores

Las importaciones de bienes de equipo, materiales y herramientas, así como sus partes y piezas sueltas, estarán sujetos a un derecho mínimo del 2,5 por 100 y máximo del 10 por 100, según lo dispuesto en el artículo 3 de la Carta de Inversiones. No obstante, para los inversores europeos, el Acuerdo de Asociación firmado por Marruecos y la UE supone en muchos casos la superación de esta ventaja, puesto que en virtud del desarme arancelario puesto en marcha por dicho acuerdo, la mayor parte de los bienes de equipo han quedado exentos de derechos de aduana desde marzo del 2000, siempre que procedan de la UE.

Condiciones impositivas específicas para empresas turísticas

Las empresas del sector turístico gozarán de los siguientes beneficios fiscales:

- Exención del Impuesto de sociedades (IS) durante 5 años para empresas turísticas constituidas a partir del 1 de julio de 2000, aplicable a la cifra de negocios facturada en divisas, y más allá de este período, reducción del 50 por 100 del impuesto.

- Exoneración de los derechos de registro los actos de compra de terrenos destinados a la realización de proyectos de inversión.
- Facilidades para la obtención de licencias y permisos para la compra de los terrenos.
- Subvención de la compra de los terrenos destinados a proyectos hoteleros por un fondo estatal hasta el 50 por 100 del valor del terreno.
- Posibilidad de convenios especiales para inversiones superiores a 200 millones de dirhams.

Ventajas adicionales por volumen de inversión

Las empresas que satisfagan alguno de los siguientes criterios tienen la posibilidad de firmar convenios especiales con el gobierno:

- Invertir una cantidad igual o superior a 200 millones de dirhams.
- Crear un número igual o mayor a 250 empleos permanentes.
- Realizarse en las regiones o provincias más pobres previstos por el decreto número 2-98-520 del 30 de junio de 1998.
- Asegurar una transferencia tecnológica.
- Contribuir a la protección del medio ambiente.

En el marco de un posible convenio especial bilateral con el Gobierno, el inversor podría beneficiarse, además de las condiciones impositivas específicas para empresas turísticas ya mencionadas, de ventajas específicas adicionales como, entre otras, las siguientes:

- En lo que respecta a los terrenos, subvención de la compra de los terrenos por un fondo estatal hasta casi el 100 por 100 del valor del terreno, y participación del Estado hasta en un 20 por 100 de los gastos relacionados con la adquisición de terreno,
- En el área de infraestructuras, una participación del Estado en los gastos externos necesarios para la ejecución del programa de inversión, dentro de un límite de 0 a 5 por 100 del monto global del programa de inversión. Ahora bien, en el marco del desarrollo del Plan

Azur y de las nuevas zonas turísticas, el Estado llevará a cabo y financiará la totalidad de las infraestructuras necesarias.

- A nivel de la formación, participación del Estado en la financiación de los gastos de capacitación profesional, prevista en el programa de inversión, hasta el 20 por 100 del costo de dicha capacitación.

Acuerdos comerciales

Aparte de estas ventajas, Marruecos busca desde hace muchos años la liberalización de sus intercambios con el exterior, situación que contribuye a la atracción de las inversiones extranjeras directas.

Efectivamente, desde 1993, Marruecos se adhirió a las disposiciones del artículo VII del convenio del FMI, y consiguientemente la convertibilidad de su moneda (el dirham) y canceló las restricciones, debido a la flexibilidad de la reglamentación en materia de cambio.

Por otro lado, Marruecos es, desde 1994, miembro de la OMC. Por consiguiente, sus intercambios se rigen, por una parte, por los acuerdos de dicha organización y por la otra, por el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, que entró en vigor el 1 de marzo de 2000.

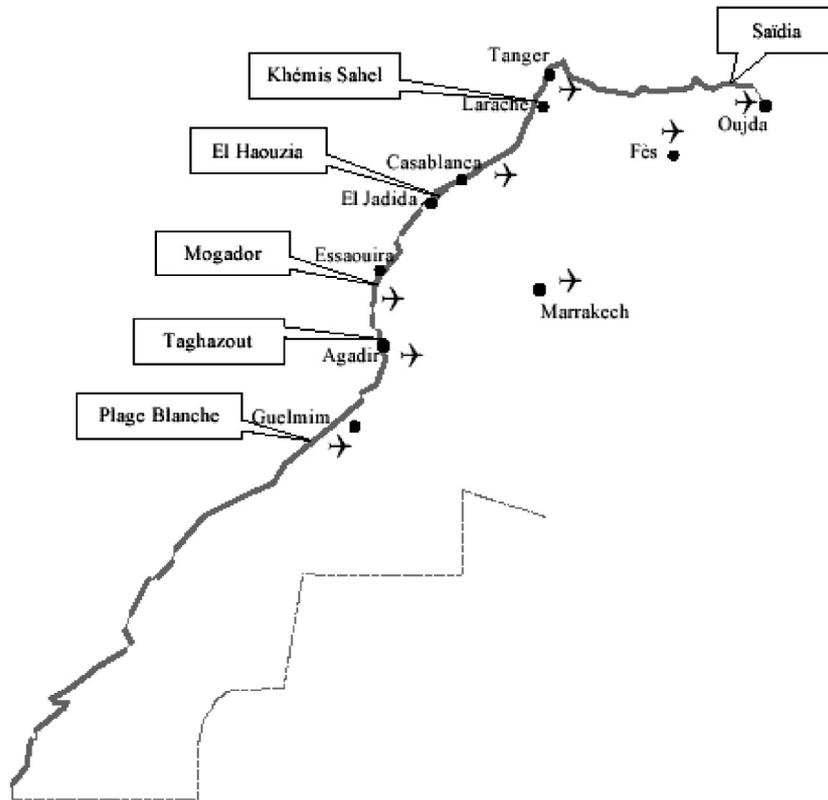
En el marco de la cooperación «Sur-Sur», el país concluyó acuerdos comerciales importantes con países árabes como Egipto, Túnez y Jordania. Hay negociaciones pendientes con algunos países de Europa del Este para la conclusión de acuerdos de libre cambio.

Más allá de su relativo impacto sobre el crecimiento, las inversiones extranjeras directas contribuyen de manera significativa a la financiación del déficit corriente.

Régimen de inversiones extranjeras

Las inversiones extranjeras en Marruecos obedecen al régimen de convertibilidad, el cual garantiza a los inversores extranjeros residentes o no residentes y a los inversores marroquíes establecidos en el extranjero una total libertad para:

MAPA 1
PLAN AZUR



— realizar sus operaciones de inversiones en Marruecos o transferir los ingresos generados por sus inversiones;

— transferir el producto de cesión o de liquidación total o parcial de sus inversiones, incluyendo la plusvalía.

5. El Plan estratégico de turismo de Marruecos para 2010: Plan Azur

Dentro de la Visión 2010, se encuentra el Plan Azur que tiene previsto construir seis nuevos centros turís-

ticos, con 80.000 nuevas camas, en un plazo de ocho años. Esos centros a construir serían dotados con complejos balnearios, en distintas zonas del país. La intención del Gobierno marroquí es encontrar inmobiliarias privadas que urbanicen los balnearios a los que el Estado dotará con infraestructuras de acceso. Las inmobiliarias recuperarán su inversión vendiendo lotes de terreno a hoteleros a un precio preestablecido de 3 € por m².

El Gobierno marroquí ha confiado el acondicionamiento de los emplazamientos seleccionados a promotores privados. Para alcanzar este objetivo, se ha pue-

to en marcha una política metodológica con el apoyo del Banco Mundial.

En este marco, las estaciones a desarrollar han sido objeto de estudios muy detallados, llevados por consultores internacionales cualificados, que han conducido a planes de acondicionamiento detallados y a *business plans* que permiten medir la rentabilidad previsual de las operaciones de acondicionamiento.

Los resortes incluidos en este plan son los que aparecen detallados en el Recuadro 2.

Se espera concluir el total de los proyectos, en el año 2010.

El primero de los nuevos complejos turísticos ya ha sido adjudicado a un grupo financiero y se ha iniciado el proceso de admisión de candidaturas para el segundo de los proyectos, en Playa Blanca, situado en la provincia de Gulmin.

Este proyecto de Playa Blanca necesita en un principio, según el gobierno marroquí, una inversión mínima

de 100 millones de euros, esperando así contar con una oferta turística que ofrecería capacidad para unas 26.000 plazas hoteleras y que contará con unos 28 hoteles.

Para la explotación de este proyecto en Playa Blanca se ha recibido ya la candidatura del grupo turístico portugués Pestana. El responsable del grupo en Marruecos, Ferreira Da Silva, ha explicado que el interés de Pestana en esta zona turística se debe a su estratégica situación, al sur de Agadir y dentro del eje de las Islas Canarias.

Al mismo tiempo, el grupo portugués ha declarado ya su interés en una posible adquisición de centros hoteleros en Rabat o en Marrakech para facilitar la entrada del grupo en Marruecos.

Por otro lado, los centros que han sido adjudicados para realizar han sido el de Taghazut, atribuido al grupo financiero Dallah El Baraka, y el de Saïdia a Fadesa.

Todas las publicaciones de
INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA
se pueden adquirir en

Ministerio de Economía

Paseo de la Castellana, 162, vestíbulo. 28071 MADRID

Teléfono: (91) 349 36 47 - Fax: (91) 349 36 34

E-mail: venta.publicaciones@mineco.es

PUNTOS DE INFORMACION DE LAS PUBLICACIONES ICE

03002 ALICANTE

Rambla Méndez Núñez, 4

Teléfono: (96) 514 52 89 - Fax: (96) 520 31 66

04071 ALMERIA

Hermanos Machado, 4, 2.º

Teléfonos: (950) 24 38 88 y (950) 24 34 76

Fax: (950) 25 85 48

06002 BADAJOZ

Ronda del Pilar, 4, 3.º dcha.

Teléfono: (924) 22 92 12 - Fax: (924) 23 96 52

08021 BARCELONA

Vía Augusta 197-199

Teléfono: (93) 216 50 36 - Fax: (93) 216 51 89

48009 BILBAO

Plaza Federico Moyúa, 3, 5.º

Teléfonos: (94) 415 53 05 y (94) 415 53 00

Fax: (94) 416 52 97

39001 CANTABRIA

Juan de Herrera, 19, 6.º

Teléfono: (942) 22 06 01 - Fax: (942) 36 43 55

51001 CEUTA

Agustina de Aragón, 4

Teléfono: (956) 51 29 37 y (956) 51 17 16

Fax: (956) 51 86 45

26003 LA RIOJA

Villamediana, 16

Teléfono: (941) 27 18 90 - Fax: (941) 25 63 53

35007 LAS PALMAS

Franchy Roca, 5, 3.º

Teléfono: (928) 47 26 55 - Fax: (928) 27 89 75

28001 MADRID

Recoletos, 13, 1.º Dcha.

Teléfono: (91) 781 14 20 - Fax: (91) 576 49 83

30008 MURCIA

Alfonso X El Sabio, 6, 1.ª

Teléfono: (968) 27 22 00 - Fax: (968) 23 46 53

33007 OVIEDO

Plaza de España, s/n.

Teléfono: (985) 96 31 19 - Fax: (985) 27 24 10

07007 PALMA DE MALLORCA

Ciudad de Querétaro, s/n.

Teléfono: (971) 77 49 84 - Fax: (971) 77 18 81

20005 SAN SEBASTIAN

Guetaria, 2, triplicado, entresuelo izqda.

Teléfono: (943) 43 35 92 - Fax: (943) 42 68 36

38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE

Pilar, 1 (Apdo. Correos, 54 - 38080)

Teléfono: (922) 53 40 10 - Fax: (922) 27 19 02

41013 SEVILLA

Plaza de España. Puerta de Navarra

Teléfono: (95) 429 80 70 - Fax: (95) 423 21 38

45071 TOLEDO

Plaza Alfonso X el Sabio, 1

(Atención al público por Plaza de las Tendillas, 1)

Teléfono: (925) 28 53 90 - Fax: (925) 22 11 10

46002 VALENCIA

Pascual y Genis, 1, 4.º

Teléfono: (96) 350 91 48 /- Fax: (96) 351 18 24

47014 VALLADOLID

Jesús Rivero Meneses, 2, 3.º

Teléfono: (983) 36 03 40 - Fax: (983) 34 37 67

36201 VIGO

Plaza de Compostela, 29, 2.º

Teléfono: (986) 44 12 40 - Fax: (986) 43 20 48

50004 ZARAGOZA

Paseo Independencia, 12, 2.º

Teléfono: (976) 48 28 30 - Fax: (976) 21 41 15

Y también en el Centro de Publicaciones

del Ministerio de Economía

Plaza del Campillo del Mundo Nuevo, 3. 28005 Madrid

Teléfono: (91) 506 37 40 - Fax: (91) 527 39 51.