

# Marruecos, un mercado “cliente” que se vuelve competidor

**Por Daniel Náger**

Marruecos se ha convertido en los últimos meses en un foco de atención para la industria cerámica, después de que el Gobierno alauí haya bloqueado sus fronteras a la importación de recubrimientos cerámicos mediante la aplicación como obligatoria de una norma internacional de carácter voluntario, el certificado de calidad de la mercancía avalado por la norma internacional ISO 13006, una medida que ha afectado de forma directa a las empresas españolas, que suministran el 85% de todos los productos que entran en este mercado desde el exterior. Además, el pasado 24 de enero se publicó la apertura de un proceso de salvaguardia contra la importación de baldosas cerámicas y Marruecos ha alegado que el incremento de las importaciones puede suponer un daño para su industria local.

España exportó en 2004 a Marruecos baldosas cerámicas por valor de 25,5 millones de euros. España, primer productor cerámico de toda la UE y segundo del mundo, viene pidiendo desde hace semanas una solución para un problema que puede causar importantes daños a un sector estratégico que representa el 1,5% de las exportaciones totales españolas.

La decisión del gobierno alauí esconde un claro interés proteccionista de la industria local, que está en pleno avance, como muestran los datos estadísticos.

La industria cerámica de Marruecos, según un informe elaborado Giorgio Burzacchini, Raimondo Ciccu y Adnane Berbache, bajo la denominación “Estudio de análisis del potencial de la industria cerámica” y financiado por la Unión Europea, se articula en torno a tres polos de fabricación: la producción de baldosas destinadas a suelos y paredes, la producción de sanitarios y la fabricación de objetos en cerámica destinados a usos domésticos.

Marruecos posee una larga tradición artesanal de fabricación de objetos de arte en cerámica, con gran prestigio internacional, que proceden de cuatro centros de producción de reputación mundial: Salé (Safi), Tánger, Larrache (Fès) y Meknès. Asimismo, en Marruecos existe una gran tradición en la fabricación de baldosas cerámicas de tipo artesanal, procedentes especialmente del área de Faiënce.

Esta vocación ha perdurado a lo largo del tiempo con un marcado carácter artesanal, mientras que los artículos cerámicos con carácter industrial y doméstico han sido cubiertos en gran medida por las importaciones. Sin embargo, en los últimos treinta años, la industria cerámica local ha experimentado un importante avance. Así, en el caso de la cerámica sanitaria, la implantación de importantes multinacionales como Jacob Delafon o Porcher, en los años 80, o del gigante Roca, en los años 90, en Settat, representó una gran plataforma para la deslocalización y un impulso para la productividad, al tiempo que una vía de apertura para los avances tecnológicos e industriales.

En el caso de la industria azulejera, el avance también se registró en los años 90, en gran parte beneficiada por el auge del sector de la construcción, la reorganización del mercado inmobiliario impulsado por el programa de construcción de 200.000 viviendas y la aprobación de ventajas fiscales promovidas por el Estado que han contribuido a que las principales promotoras inmobiliarias estén operando sobre el territorio marroquí.

### **La industria azulejera hoy**

Actualmente, la industria cerámica marroquí está concentrada en torno a 40 empresas que emplean alrededor de 5.900 personas y que generaron un valor añadido de 643 millones de dirhams en 2002, según los últimos datos oficiales. Esta actividad económica contribuye con más de 223 millones de dirhams a las exportaciones industriales del país.

El sector cerámico, aprovechándose de una demanda interior al alza, y tal y como queda reflejado en el informe de la Unión Europea, ha tenido que enfrentarse a un proceso de competencia sostenida de importaciones cuyo impacto se ha acentuado a medida que ha avanzado el proceso de desmantelamiento tarifario alcanzado mediante los acuerdos de libre cambio firmados en 1995 entre Marruecos y la Unión Europea y que culminaron en marzo de 2001, cuando Italia, el último país que quedaba pendiente, ratificó el acuerdo. Esta competencia proviene esencialmente de España, que se beneficia de los importadores y distribuidores locales que pueden tener sus pedidos en menos de 48 horas a precios competitivos y evitando los costes de almacenamiento.

Marruecos dispone de un potencial de yacimientos de arcillas, de arenas silíceas y de materiales feldespáticos que permiten afirmar que sus reservas son suficientemente cuantiosas para asegurar la demanda total o parcial de una industria de productos cerámicos en crecimiento.

### **Principales productores cerámicos**

El grueso de los fabricantes de pavimentos y revestimientos cerámicos están concentrados en torno a un grupo de 10 compañías. La mayor parte son sociedades de distribución que, mediante constantes procesos de integración, han terminado por constituir un verdadero núcleo industrial.

<i>(datos año 2003)</i>	<i>Capacidad de producción (en m2/año)</i>	<i>Tasa de rendimiento de las instalaciones</i>	<i>Volumen producido (en m2/año)</i>	<i>Montante en inversiones</i>
<b>UNION CERAME</b>	<b>8.000.000</b>	<b>100%</b>	<b>8.000.000</b>	<b>80.701.754</b>
<b>FACEMAG</b>	<b>7.500.000</b>	<b>100%</b>	<b>7.500.000</b>	<b>-</b>
<b>SUPERCERAM</b>	<b>8.500.000</b>	<b>100%</b>	<b>8.500.000</b>	<b>-</b>
<b>COCEMA</b>	<b>4.500.000</b>	<b>80%</b>	<b>3.600.000</b>	<b>-</b>
<b>GROCIER</b>	<b>3.500.000</b>	<b>80%</b>	<b>2.800.000</b>	<b>87.719.298</b>
<b>ARCO CERAM</b>	<b>2.500.000</b>	<b>80%</b>	<b>2.000.000</b>	<b>116.959.064</b>
<b>OUDRAS</b>	<b>2.700.000</b>	<b>80%</b>	<b>2.160.000</b>	<b>-</b>
<b>CERAMIQUE ARDESA</b>	<b>1.000.000</b>	<b>60%</b>	<b>600.000</b>	<b>-</b>
<b>CERAMIQUE AL BOURAZ</b>	<b>700.000</b>	<b>100%</b>	<b>700.000</b>	<b>-</b>
<b>NUEVA EMPRESA</b>	<b>1.700.000</b>	<b>100%</b>	<b>1.700.000</b>	<b>-</b>

<b>EN CONSTRUCCIÓN</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>40.600.000</b>	<b>-</b>	<b>37.560.000</b>	<b>285.380.117</b>

De este modo, la capacidad instalada en las industrias azulejeras locales alcanza los 42 millones de m<sup>2</sup>/año. Asimismo, y según la información facilitada por el Ministerio de Industria, Comercio y Telecomunicaciones (MICT) de Marruecos, las factorías están trabajando en conjunto a pleno rendimiento, salvo contadas excepciones, como consecuencia del crecimiento de la demanda interior.

### **Diagnóstico de la industria marroquí**

#### **A) Tecnología e innovación**

No existe todavía en Marruecos líneas de corte en continuo, una tecnología que está extendida y consolidada en todo el mundo. Además, las líneas de selección, de control y embalaje del producto no están implantadas de manera generalizada en las empresas. Existe una total ausencia de nuevas máquinas de decoración y los laboratorios disponen de medios técnicos limitados. Por otro lado, la extracción de arcillas, la preparación de moldes y la producción de pantallas serigráficas están integradas en el proceso, salvo alguna excepción.

Aun así, la tecnología utilizada es moderna, es decir, las máquinas italianas instaladas son de última generación, como las que se pueden encontrar en cualquier otro país productor de baldosas cerámicas. Además, la mayor parte de las plantas de producción han reemplazado las viejas líneas de fabricación por otras modernas de gran capacidad. Por este motivo, y debido a las limitaciones físicas en las plantas existentes que imposibilitan las ampliaciones futuras, sería conveniente buscar localizaciones alternativas.

#### **B) Proceso, saber hacer, mano de obra.**

La mayor parte de la producción se reparte entre la bicocción rápida para los revestimientos y la monococción para los pavimentos. Muchas compañías ya contemplan la explotación de la tecnología de monoporosa. Por otro lado, la mano de obra, si bien no se caracteriza por su elevada formación, es de buena calidad y muestra una gran flexibilidad en el trabajo, adaptándose y mejorando sobre el terreno de forma muy rápida.

#### **C) Producto**

En general, la producción en la industria marroquí se reparte entre las pastas rojas para los revestimientos y la monococción en pasta roja. Las dimensiones de las baldosas varían entre el 10x10 y el 40x40.

Para los revestimientos, una buena parte de la producción se centra en la decoración tradicional, mientras que el resto se cubre con productos con diseños que siguen el gusto internacional, sobre todo de esmaltes brillantes. Para los pavimentos, dado que las empresas no han introducido todavía la tecnología del gres cerámico (brillante o mate), la demanda se cubre con la producción española, centrada especialmente en los mármoles brillantes por monococción de pasta roja. Además, está creciendo la introducción de productos que imitan las piedras naturales, los mármoles y los rústicos con relieves que siguen la última moda en Europa.

En el caso de que las empresas deseen el producto de vanguardia, recurren a España e Italia, a las que compran los diseños, las pantallas planas o los cilindros e incluso los moldes que combinan para cada diseño.

En todas las empresas existe una línea complementaria de productos de tercer fuego y piezas especiales.

#### D) Partenariados

En la industria azulejera de Marruecos no existen partenariados o sociedades con capital extranjero.

#### Avance de las importaciones

El documento elaborado por la Unión Europea para el gobierno del reino alauí pone de manifiesto que Marruecos ratificó los acuerdos de libre cambio a pesar de que representaban una amenaza para las empresas locales, que no estaban preparadas para afrontar la competencia exterior.

Tal y como se puede apreciar en la tabla de importaciones incluida en este trabajo, se ha producido una fuerte evolución al alza de la entrada de recubrimientos cerámicos en el mercado de Marruecos, sobre todo a partir del año 2001. En este sentido, el documento oficial alertaba de la tendencia que “deberá ser limitada por la adopción de normas de calidad relativas a la importación de productos”, un aviso que se ha formalizado oficialmente en febrero de 2005.

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AZULEJOS EN MARRUECOS

<i>País</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>TCAM*</i>	<i>% SOBRE EL TOTAL</i>
<b>Emiratos Árabes</b>	-	-	<b>95</b>	<b>1.264</b>	-	<b>3%</b>
<b>China</b>	-	-	-	<b>148</b>	-	<b>0%</b>
<b>Brasil</b>	-	-	<b>107</b>	-	-	<b>0%</b>
<b>España</b>	<b>29.755</b>	<b>28.569</b>	<b>33.668</b>	<b>39.575</b>	<b>10%</b>	<b>85%</b>
<b>Francia</b>	<b>876</b>	<b>697</b>	<b>923</b>	<b>2.429</b>	<b>40%</b>	<b>5%</b>
<b>Gran Bretaña</b>	-	-	-	<b>171</b>	-	<b>0%</b>
<b>Italia</b>	<b>2.484</b>	<b>4.728</b>	<b>3.107</b>	<b>2.347</b>	<b>-2%</b>	<b>5%</b>
<b>Malasia</b>	-	-	<b>145</b>	-	-	<b>0%</b>
<b>Túnez</b>	-	-	<b>288</b>	-	-	<b>0%</b>
<b>Portugal</b>	-	-	-	<b>356</b>	-	<b>1%</b>
<b>Alemania</b>	<b>25</b>	-	-	<b>256</b>	<b>117%</b>	<b>1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33.140</b>	<b>33.994</b>	<b>38.333</b>	<b>46.546</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>

\*TCAM: tasa de crecimiento media anual.

Tal y como queda patente en esta estadística, más del 85% de las importaciones de baldosas cerámicas proceden de España. Este fuerte nivel de penetración está justificado, según el informe, a la superproducción de la industria cerámica española y por unas importaciones a precios competitivos, así como a la proximidad geográfica de los dos países, que permite que los costes de transporte sean accesibles.

Asimismo, y datos más recientes, han puesto de manifiesto que entre el año 2001 y 2003, la entrada de baldosas cerámicas procedentes de todo el mundo aumentaron una media anual por encima del 65%, pasando de 3,6 millones de metros cuadrados a 9,9 millones de metros cuadrados. El valor global de la mercancía importada ha pasado de 174,2 millones de dirhams a 280,7 millones en el año 2003, con un crecimiento medio del 26,9%.

**COSTES Y PRECIOS DE VENTA POR PAÍSES (EN EUROS)  
BASE AÑO 2002**

	<i>Egipto</i>	<i>España</i>	<i>Túnez</i>	<i>Turquía</i>	<i>Italia</i>	<i>Marruecos</i>
<b>Coste medio de producción €/m<sup>2</sup></b>	1,5	4,5	2,2	2	8,35	3,7
<b>% Coste industrial</b>	75	64	70	66	57,19	76
<b>% Costes financieros y administrativos</b>	12,5	13	10	14	22,5	24
<b>% Costes de ventas y comisiones</b>	12,5	23	20	20	20,31	24
<b>% Exportación sobre ventas</b>	15-20	53	40-50	40	71	N.S.
<b>Precio de venta medio €/m<sup>2</sup></b>	2,40	5,38	3,2	3,06	8,52	6,3
<b>Precio de venta interior €/m<sup>2</sup></b>	2,25	4,85	3,4	2,5	8,58	6,3
<b>Precio de venta Exportación €/m<sup>2</sup></b>	2,75	5,86	3	3,9	8,62	N.S.
<b>Estocaje en meses de producción €/m<sup>2</sup></b>	1	4	2	1	5	N.S.

**Posibilidades de futuro**

Todas las previsiones de los expertos apuntan a que el nivel de consumo de recubrimientos cerámicos va a seguir creciendo en Marruecos en los próximos años, gracias a las redes de distribución, los proyectos inmobiliarios y las grandes obras públicas, que van a generar nuevas oportunidades de negocio.

**TABLA DE EVOLUCIÓN DE CONSUMO, PRODUCCIÓN Y EMPLEO EN EL HORIZONTE DEL AÑO 2012**

<b>AÑO</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>TCAM *</b>
<b>Consumo local de baldosas (miles de m2)</b>	38.000	42.180	46.820	51.970	57.687	64.032	71.076	78.894	87.572	100.000	11%
<b>Producción estimada (en millones de Dirhams)</b>	1.406	1.560,66	1.732,33	1.922,88	2.134,4	2.369,19	2.629,80	2.919,08	3.240,18	3.240,18	11%
<b>Empleos directos</b>	6.000	6.480	6.998	7.558	8.163	8.816	9.521	10.283	11.106	11.994	8%

\*TCAM: tasa de crecimiento media anual.

Asimismo, y de cara al futuro, el gobierno de Marruecos se plantea la posibilidad de constituir una empresa especializada en la producción de fritas y esmaltes cerámicos, actualmente dependiente de la producción española, con una capacidad de producción estimada en 32.000 toneladas/año. El objetivo es que en esta compañía participen todas las importadoras locales en partenariatio con una extranjera (uno de los proveedores actuales).

Por otro lado, el Gobierno planea la construcción de una red de distribución de gas natural que conectaría la industria local con los pozos de Argelia. La actual utilización del propano comporta un coste demasiado elevado de producción, que alcanza el 30% del coste del producto.