
El comercio entre Andalucía y Marruecos: oportunidades y desafíos

M^a del Mar HOLGADO MOLINA

1. Introducción

Marruecos constituye el área geográfica de mayor importancia política y estratégica para Andalucía, en la que confluyen intereses políticos y de seguridad, intereses económicos y socio-culturales.

Las relaciones entre Andalucía y Marruecos han sido siempre de notable intensidad, y la Junta de Andalucía mantiene fluidas relaciones institucionales con el país alauita. No obstante, no faltan causas de fricción, como la actividad de la flota pesquera andaluza en las aguas marroquíes, la competencia del sector agrícola andaluz y marroquí en el mercado europeo, así como la masiva corriente migratoria que busca su entrada natural en España, o en la UE, por las costas andaluzas.

Marruecos constituye un mercado natural para Andalucía, al que nos unen numerosos vínculos, y que presenta muchos atractivos que justifican la apuesta por el país alauita. Debe convertirse en un polo de atención prioritaria para las empresas andaluzas, por su proximidad, su potencial económico y la amplia ayuda financiera que recibe de España y la UE. Además, ante un mercado europeo cada día más saturado, deben buscarse nuevas salidas para los productos andaluces.

La economía marroquí presenta grandes expectativas comerciales para la Comunidad andaluza ante la futura zona de libre comercio. Estamos pues en un momento histórico en el que Andalucía y Marruecos pueden dinamizar sus relaciones para integrarlas dentro de una estrategia de asociación que sobrepasa el marco tradi-

cional. Son numerosos los sectores con grandes posibilidades de cooperación.

Se trata de un gran mercado potencial. Es una economía en expansión, con muchas potencialidades y buenas expectativas, a pesar de los malos resultados económicos de los últimos años. El conjunto de reformas estructurales y políticas aperturistas que viene desarrollando la Autoridad marroquí, se están transformando en nuevos estímulos para las relaciones bilaterales, ya que Marruecos ha alcanzando un notable grado de apertura exterior. Además, su mercado puede ser utilizado como plataforma de nuestras exportaciones, como eje del tráfico de perfeccionamiento pasivo, o simplemente como ampliación o deslocalización del proceso industrial andaluz.

Este trabajo se estructura del siguiente modo: 1) Se aborda el estudio del marco institucional en el que se desarrollan las relaciones comerciales entre Andalucía y Marruecos, configurado esencialmente por la Política Exterior y la Política Comercial de la Unión Europea, y por los acuerdos políticos hispano-marroquíes. 2) Se analiza la evolución de dichos intercambios mediante la utilización de indicadores que nos permiten detallar la estructura sectorial de los flujos, la ventaja comparativa andaluza, su especialización exportadora y su dependencia importadora. 3) Se definen cuáles son los numerosos atractivos que presenta la economía marroquí para Andalucía, y las expectativas que genera la zona de libre comercio euromediterránea, habida cuenta de la progresiva liberalización del mercado alauita frente a la producción europea. 4) Se exponen las principales conclusiones derivadas de nuestro estudio.

2. Marco institucional de los intercambios

Las relaciones entre Andalucía y Marruecos se caracterizan por desarrollarse en un contexto dominado por la política comercial competencia de la UE y unas relaciones internacionales de carácter político competencia básicamente del Estado. De este modo, es necesario hacer referencia al régimen comercial y financiero que disfruta el Reino marroquí en el mercado europeo y, por tanto, también andaluz (HOLGADO, M., 2001).

Las relaciones de Marruecos con la UE se desarrollan en el marco de la Política Mediterránea¹, que ha colocado al país alauita en una posición privilegiada a través de importantes concesiones comerciales y financieras.

En el ámbito comercial, Marruecos ha disfrutado de un trato preferencial muy ventajoso respecto a otros países competidores no privilegiados por la UE. Los productos industriales marroquíes han gozado tradicionalmente de un acceso libre al mercado comunitario, exceptuando los textiles, que hasta su integración en la normativa de la Organización Mundial del Comercio (OMC), han estado sujetos a restricciones voluntarias a la exportación, aunque residuales y no siempre exigidas.

El sector agrícola ha disfrutado también de cierto trato de favor (con progresivas reducciones arancelarias y aumentos de cuotas). La UE, según el periodo y el producto, ha otorgado reducciones arancelarias entre el 20% y el 100% para más del 80% de las exportaciones agrícolas marroquíes, de manera inversa a su grado de autosuficiencia. No obstante, la mayoría de estas exportaciones se encuentran limitadas por otras medidas proteccionistas impuestas por la Política Agrícola Comunitaria (PAC) como precios de referencia, eliminación del elemento fijo en los productos agrícolas transformados, calendarios de importación (como para las frutas y hortalizas) y contingentes arancelarios.

Sin embargo, este trato preferencial que ofrecía la UE a Marruecos no era recíproco, y los productos comunitarios sólo gozaban en el mercado marroquí, hasta la firma del reciente Acuerdo de Asociación, de la Cláusula de nación más favorecida².

Atendiendo a la vertiente financiera de la Política Mediterránea, Marruecos ha recibido una importante ayuda comunitaria mediante los cuatro Protocolos Financieros, la cooperación descentralizada y los programas MEDA. Es, después de Egipto, el país mediterráneo que más financiación comunitaria ha recibido, así como mayor volumen de subvenciones frente a los préstamos BEI³.

El nuevo Acuerdo de Asociación orientado a crear una zona de libre comercio, abre una nueva fase en las relaciones euromarroquíes, que deja a un lado la cooperación al desarrollo y pasa a una lógica de asociación que implica cooperar en ambas direcciones. La gran novedad es que las relaciones dejan de ser preferenciales y concesionales, a tener cierta reciprocidad, ya que Marruecos debe abrir su mercado a las manufacturas europeas.

El progresivo establecimiento de dicha zona hasta el año 2010 abarcará la mayoría de los intercambios y se conseguirá a través de la eliminación progresiva tanto de las barreras arancelarias como no arancelarias marroquíes que recaen sobre los productos manufacturados, así como la liberalización gradualmente del sector agrícola mediante un régimen de acceso preferente recíproco (pero aplazado hasta su negociación en 2001).

Aunque el mayor peso de los convenios en materia comercial y económica recaen en el ámbito euromarroquí, España también ha concluido con este país acuerdos bilaterales de gran relevancia. La cooperación financiera de España se concibió inicialmente como una contrapartida dineraria de los acuerdos de pesca, pero resultaba poco significativa para asegurar una corriente regular de suministro de bienes de equipo españoles y

1. Concretamente se han regido por el Acuerdo de Cooperación de 1976, el Protocolo Adicional de 1988 y la firma en 1995 del nuevo Acuerdo Euromediterráneo de Asociación.

2. Cláusula de nación más favorecida que ha venido garantizando a los productos comunitarios el trato más favorable que ofreciera Marruecos a terceros países.

3. La UE ha aportado a través de asignaciones presupuestarias (ayudas y subvenciones no reembolsables) y préstamos en condiciones favorables del BEI, una importante ayuda a los planes de desarrollo y las reformas estructurales de Marruecos, financiando un creciente número de sectores.

para mejorar su participación en las licitaciones internacionales marroquíes. Por ello, tras la adhesión de España a la Comunidad Europea y en un momento de mayor apertura de Marruecos, se adoptó una nueva línea en la cooperación financiera, recogida inicialmente en el Acuerdo Marco de Cooperación Económica y Financiera⁴, y en el Tratado de Amistad, Buena Vecindad y Cooperación.

Estos acuerdos de nueva generación tienen un rasgo común, son «acuerdos marco» que pretenden diseñar un marco estable para las relaciones institucionales que faciliten la cooperación económica y financiera a medio y largo plazo, así como las medidas encaminadas a fomentar la inversión, la pequeña y mediana empresa, las empresas mixtas, el contacto entre los empresarios de ambos países, el envío de misiones, la celebración de exposiciones, ferias, etc.

El Acuerdo de Cooperación Económica y Financiera de 1996 ha profundizado en el desarrollo de la cooperación, con la participación activa de los sectores público y privado, destacando el interés en promover la inversión y el establecimiento de empresas en los dos países. El Programa Global de Cooperación Económica y Financiera (1996-2001) ha puesto a disposición de Marruecos más de 150.000 millones de pesetas, destinados a créditos comerciales y garantías, a ser un apoyo financiero a la adquisición de bienes y servicios españoles, a fomentar la inversión, la creación de empresas conjuntas y la intensificación de contactos empresariales.

Desde 1996 España ha establecido un mecanismo de conversión de deuda en inversiones, siguiendo las directrices del Club de París, con el propósito de fomentar la inversión española en Marruecos y facilitar su desarrollo económico-social. Su montante se fijó en

6.250 millones de pesetas, equivalente al 40% de la deuda pública marroquí con España, suponiendo el mayor esfuerzo proporcional hecho por un acreedor de Marruecos. Fruto de las numerosas ventajas de este mecanismo (comerciales y financieras)⁵ ha tenido un gran éxito y ha propiciado dos nuevos programas de conversión. España responde así positivamente, dinamizando la inversión privada española, a las oportunidades abiertas por el proceso de reformas estructurales marroquíes (liberalización del comercio exterior y la inversión, privatización de empresas públicas, reforma fiscal, del mercado financiero, etc.) y que se verá agudizado por los compromisos de la Asociación Euromediterránea⁶.

En definitiva, el fomento del comercio y de las inversiones, tanto públicas como privadas, ha sido el eje de la normalización de las relaciones hispano-marroquíes.

Por su parte, la Junta de Andalucía viene promoviendo desde hace tiempo la cooperación con Marruecos, especialmente con proyectos de desarrollo en el Norte del país, que se ha acentuado a mediados de los noventa con la firma de acuerdos como la «Declaración de intenciones para la cooperación entre la Junta de Andalucía y el Renio de Marruecos, periodo 1996-2000», complemento de otras acciones de cooperación del Gobierno autonómico, fundamentalmente en el marco del programa Interreg II.

La multiplicidad de eventos celebrados ha permitido a los empresarios informarse sobre las posibilidades de negocio en el país vecino, además de facilitar una amplia gama de contactos y asesoramiento financiero, económico y legal.

El Programa Operativo Interreg II de la UE para 1994-1999 (seguido por Interreg III) ha marcado una etapa

4. El Programa Integrado del Acuerdo (1988 y 1992) estableció una ayuda financiera de 125.000 millones de pesetas (créditos FAD y créditos comerciales en condiciones del Consenso OCDE).

5. Frente a otros mecanismos utilizadas para aliviar la carga de la deuda de los países en desarrollo, esta alternativa genera múltiples ventajas. España consigue hacer efectivo el pago de una parte de la deuda marroquí. Supone un nuevo instrumento de cooperación al desarrollo mediante la condonación parcial de la deuda. Marruecos cambia una deuda en divisas por un desembolso en dirham, que repercute en su propio territorio, a través de la financiación de proyectos de inversión que fomentan el desarrollo económico-social. Se trata de un instrumento de financiación y apoyo a las inversiones españolas en un mercado con múltiples potencialidades y un incentivo para nuestros intercambios comerciales. Además, se produce un abaratamiento del coste total de la inversión.

6. Otros acuerdos que configuran el contexto económico bilateral de las relaciones hispano-marroquíes son el Convenio de Asistencia Mutua Administrativa con vistas a Prevenir, Investigar y Reprimir las Infracciones Aduaneras y el Acuerdo sobre Promoción y Protección Recíproca de Inversiones.

nueva en las relaciones Andalucía-Marruecos, puesto que presta especial atención a dicha frontera, con el fin de desarrollar la cooperación transfronteriza, reducir las barreras y acelerar el ritmo de adaptación de la región en el mercado único⁷ (DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS EUROPEOS, 2001).

Su tramo regional dedica acciones a mejorar la cooperación empresarial entre Andalucía y Marruecos, apostando por la consolidación del tejido económico basado en la pequeña y mediana empresa (predominantes en la estructura productiva andaluza), con acciones dirigidas a mejorar la capacidad financiera de la pymes, incrementar su presencia en los mercados internacionales y fomentar su modernización tecnológica⁸.

Interreg II ha ofrecido el marco idóneo para el Programa de Cooperación empresarial e institucional Andalucía-Marruecos a través de las Cámaras de Comercio. Su fin ha sido consolidar las relaciones empresariales e institucionales, mediante promoción comercial, asesoramiento empresarial y creación de empresas mixtas. También debemos destacar la labor del Instituto de Fomento de Andalucía al eliminar las barreras psicológicas de los jóvenes empresarios respecto al país vecino y permitir los contactos profesionales.

3. Relaciones comerciales entre Andalucía y Marruecos

3.1. Consideraciones generales

El Plan de Internacionalización de la empresa andaluza 2002 persigue una acción integrada de apertura de las empresas andaluzas a los mercados (dado que su presencia comercial exterior es reducida y concentrada en

determinados productos), mediante la consolidación de la empresa exportadora, el aumento de la propensión exportadora del tejido empresarial y el fomento de la inversión exterior.

En este marco, resulta primordial el mercado marroquí, visto hasta hace muy poco por el empresario andaluz como un mercado lejano, conflictivo y simplemente de venta. Hoy resulta un destino natural de las exportaciones andaluzas. Además, Marruecos puede ser para el empresario andaluz una plataforma para abordar otros mercados.

El comercio Andalucía-Marruecos, a pesar de sus continuos altibajos, muestra una tendencia creciente en el tiempo. Entre 1993 y 2000 dichos intercambios se han doblado⁹. No obstante, aunque puede parecer que el comercio bilateral ha gozado de un notable desarrollo en los últimos años, éste se ha producido en niveles similares a la progresión sufrida por el comercio andaluz en su conjunto. Por tanto, no ha habido un especial crecimiento de los flujos con el país vecino, como cabría esperar por su proximidad geográfica, histórica y cultural, algo que también sucede con el comercio hispano-marroquí, derivado de nuestra mayor vinculación comercial con la UE.

La significación de Marruecos como socio comercial andaluz no es demasiado elevada. Las ventas a Marruecos en el 2000 han supuesto el 1,46% de exportaciones andaluzas totales (similar a 1993-1996, tras su reciente recuperación)¹⁰ alcanzando el país alauita la 11ª posición como país cliente de Andalucía, el 2º país no perteneciente a la OCDE tras Turquía (14ª en 1999), la misma posición como cliente de España.

Como país proveedor, la significación marroquí es algo menor, con la 15ª posición en 1999 y 2000, siendo además el 8º país proveedor ajeno a la OCDE (tras Argelia, Nigeria, Arabia Saudí, Irak, Rusia, Indonesia y

7. El programa ha estado dirigido a las provincias andaluzas de Cádiz y Málaga, y a las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, con una financiación de doscientos millones de euros.

8. El tramo regional, administrado por el Gobierno autonómico, cuenta con un presupuesto de 53,3 millones de euros (26,76% del total).

9. Las exportaciones andaluzas al país alauita han pasado en dicho periodo de 10.787 millones de pesetas a 23.944 millones, y las importaciones de 21.977 millones de pesetas a 42.915 millones.

10. Después de los malos resultados de 1997, año en que las exportaciones andaluzas a Marruecos tan sólo supusieron el 0,88% de sus exportaciones totales (1,15% en 1998 y 0,96% en 1999).

Libia). Las compras andaluzas en el país vecino suponen el 2,16% de sus importaciones totales, con una tendencia decreciente en los últimos años (máxima significación del 3,59% en 1998).

La expansión comercial entre Andalucía y Marruecos no ha sido una constante, sino que ha experimentado notables altibajos, e incluso retrocesos, como en 1997 y 1999, así como notables discrepancias con la evolución del comercio total andaluz.

Andalucía ha presentado históricamente una situación ampliamente deficitaria con Marruecos, situándose el saldo comercial en 2000 en -18.971 millones de pesetas, después de cierta recuperación tras los abultados déficits de 1997 y 1998 (unos 28.000 millones). La tasa de cobertura andaluza, que alcanzó el mínimo en esos años (32% y 35% respectivamente), se situó en 2000 en el 56%, alcanzando el máximo nivel de cobertura de la década (próximo a los de 1995 y 1996). Esta situación deficitaria respecto a Marruecos difiere radicalmente con el saldo del comercio total andaluz que, aunque en 2000 muestra una tasa de cobertura tan sólo del 82,5% (el peor resultado de la década) ésta se ha venido situando durante el periodo analizado en torno al 100%, llegando incluso a presentar en ocasiones superávit.

3.2. Concentración y similitud de los patrones comerciales

En cuanto a la estructura sectorial del comercio, debemos hacer algunas consideraciones preliminares. Al contrario que las importaciones, las exportaciones an-

daluzas a Marruecos se caracterizan por tener un considerable nivel de diversificación. Su índice de concentración se situó en torno al 25% en 1997-1999 y en el 28,59% en 2000. Además, la creciente diversificación, aunque lenta, ha permitido que las ventas a Marruecos se hayan ido aproximando al nivel de desagregación de las exportaciones totales andaluzas y de las ventas españolas al mercado alauita, situándose actualmente en niveles similares, algo que no sucedía hace unos años.

Por otra parte, esta progresiva equiparación de los niveles de concentración, se ha traducido también en una cierta aproximación de nuestros patrones sectoriales de exportación, ya que también se ha constatado un notable incremento del índice de similitud de estos flujos comerciales.

La situación es bien distinta para las importaciones andaluzas de Marruecos. Su concentración sigue siendo no despreciable, situándose en el periodo considerado en torno al 46% (53% en los dos últimos años). Esta notable concentración es debida a nuestras elevadas compras de pescado. No debemos olvidar que los puertos andaluces suponen una entrada prioritaria de las importaciones de productos marinos al mercado español (Andalucía compra en torno al 43% del total de importaciones españolas de pescado marroquí) y que gran parte de la flota que faena en Marruecos es andaluza.

Esta situación difiere de la que ofrecen las importaciones totales andaluzas, con una concentración menos acusada. No obstante, existe aún un mayor diferencial frente a las compras españolas en Marruecos, con una concentración más reducida y estable, en torno al 37%.

Tabla 1. **INDICE DE CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO DE ANDALUCÍA CON MARRUECOS. ALGUNAS COMPARACIONES (%)**

INDICE DE CONCENTRACIÓN	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Exportaciones Andaluzas a Marruecos	33,00	33,51	30,88	40,88	26,64	25,89	24,50	28,59
Exportaciones Andaluzas al Resto del Mundo	23,00	23,27	23,72	23,33	22,88	23,62	22,85	24,94
Exportaciones Españolas a Marruecos	26,60	21,62	21,68	22,86	21,09	21,28	22,59	24,63
Exportaciones Españolas al Resto del Mundo	26,82	27,72	27,73	27,85	26,95	28,16	28,08	28,11
Importaciones Andaluzas de Marruecos	47,13	50,40	47,64	46,01	46,62	45,98	53,15	53,30
Importaciones Andaluzas del Resto del Mundo	45,71	43,12	40,01	42,31	42,01	37,71	39,30	50,42
Importaciones Españolas de Marruecos	38,38	39,24	38,28	36,72	37,19	35,51	37,27	37,64
Importaciones Españolas del Resto del Mundo	24,62	23,71	23,59	24,66	24,65	25,61	26,61	27,04

Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos de ICEX.

Tabla 2. **INDICE DE SIMILITUD DEL COMERCIO DE ANDALUCÍA Y ESPAÑA CON MARRUECOS Y EL RESTO DEL MUNDO (%)**

INDICE DE SIMILITUD	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Exportaciones Andaluzas y Españolas a Marruecos	51,54	56,72	62,48	60,51	67,06	65,10	68,38	69,20
Exportaciones Andaluzas a Marruecos y al Resto del Mundo	32,55	27,04	27,38	30,68	43,01	35,12	40,63	40,46
Importaciones Andaluzas y Españolas de Marruecos	74,87	74,74	73,29	75,80	74,05	69,07	64,85	65,04
Importaciones Andaluzas de Marruecos y del Resto del Mundo	22,19	19,44	17,55	21,50	19,99	27,57	13,30	15,90

Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos de ICEX.

Así, el índice de similitud entre dichos flujos incluso ha decrecido.

La estructura sectorial de la exportación andaluza y española a Marruecos ha experimentado una notable aproximación, existiendo en la actualidad una apreciable semejanza. Su índice de similitud, cercano al 50% en 1993-1994, se sitúa ahora próximo al 70%. No obstante, a pesar de dicho avance, Andalucía aún registra alguna discrepancia respecto a la similitud de otras Comunidades Autónomas frente a las ventas españolas. Igualmente, la estructura de las ventas andaluzas al mercado alauita (como las españolas) presenta una serie de peculiaridades propias respecto al total de sus ventas exteriores. Este hecho se confirma con un índice de similitud notablemente bajo, por debajo del 41%, y en torno al 30% en los primeros años considerados.

Aún es mucho mayor la divergencia que existe entre la composición de las importaciones andaluzas totales y las procedentes de Marruecos. Su similitud, en el 20% habitualmente, alcanza el mínimo en 1999 y 2000 (13,3% y 15,9%). Sin embargo, la similitud entre las importaciones andaluzas y españolas del mercado marroquí es la mayor de los casos analizados, ya que se ha situado cercana al 75% (sólo el 65,04% en 2000), pues ambos flujos están dominados por las compras de pescado.

3.3. Ventaja comparativa revelada

El índice de ventaja comparativa revelada muestra que Andalucía, en sus intercambios con el país alauita, ostenta ventaja comparativa en la mayoría de sectores.

La mayor desventaja andaluza se produce en Animales vivos y productos del reino animal, siendo una constante en nuestras relaciones bilaterales, debido a la intensiva importación de pescado y crustáceos. Además, la desventaja andaluza con el resto del mundo es notablemente menor y decreciente, prueba de nuestra gran dependencia de Marruecos en el abastecimiento de productos pesqueros.

La importante desventaja andaluza en Productos minerales derivada de su deficiencia energética, es notablemente inferior en su comercio con Marruecos, debido a que importamos fosfatos y exportamos combustibles minerales.

Contrariamente, Andalucía presenta una destacable ventaja comparativa en sectores con un mayor grado de elaboración. Son diez los sectores en los que su ventaja es superior al 100%¹¹. Debemos puntualizar que, aunque la Comunidad andaluza muestra una importante ventaja en Materias textiles y sus manufacturas, acudiendo a una mayor desagregación observamos que ésta es mucho más elevada en relación a las materias textiles y los tejidos, mientras que presenta desventaja en prendas confeccionadas y complementos de vestir. Esto es fruto de la creciente vinculación que existe entre los sectores textiles de ambos mercados y de las inversiones realizadas en territorio marroquí, en aras de aprovechar sus menores costes de producción. Mientras que Andalucía exporta materias textiles, especialmente algodón y fibras sintéticas, importa de Marruecos prendas y complementos de vestir.

En definitiva, en el comercio bilateral, la economía marroquí sólo ostenta una situación ventajosa en bie-

11. La generalidad del comercio exterior andaluz, aunque presenta importantes ventajas y desventajas relativas en numerosos sectores, muestra una situación notablemente más equilibrada que en sus intercambios con Marruecos, donde especialmente las ventajas son mucho más elevadas, siendo ésta una de las consecuencias de la notable divergencia existente entre los patrones sectoriales de las exportaciones andaluzas a ambos destinos.

Tabla 3. **INDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA DE ANDALUCÍA EN SU COMERCIO CON MARRUECOS (%).**

SECCIONES TARIC	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Animales vivos y prod. reino animal	-64,65	-62,05	-68,99	-69,22	-47,52	-51,50	-52,87	-70,09
Productos del reino vegetal	41,18	30,53	26,08	12,92	37,82	-4,73	-5,76	-9,73
Grasas y aceites animales o vegetales	-6,18	136,60	-54,73	-56,83	-20,48	9,02	-10,73	128,37
Prod. industrias alimentarias, bebidas y tabaco	35,66	-43,39	-54,11	-33,46	-30,43	23,85	-41,53	1,70
Productos minerales	-13,56	-21,01	-18,38	0,43	-18,42	-28,26	-37,77	-13,38
Productos de industrias químicas	66,06	70,39	29,93	29,97	45,95	26,64	39,49	22,62
Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	85,09	129,45	126,86	128,85	148,14	145,00	142,06	114,94
Pieles, cueros, peletería y manufacturas	28,23	-18,71	19,51	22,32	45,50	62,09	62,29	80,06
Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	59,64	116,79	114,42	112,93	144,16	126,33	81,51	46,30
Pasta de madera u otras mat. fibrosas, papel, cartón y aplic.	134,14	135,90	129,45	127,30	145,98	140,83	145,23	128,22
Materias textiles y sus manufacturas	53,94	58,27	42,95	21,07	39,86	65,22	63,76	46,24
Calzado, sombrerería, paraguas, quitasoles, bastones	24,34	67,34	91,68	117,21	128,49	109,59	-38,84	126,29
Manufact. piedra, yeso, cemento, vidrio; prod. cerámicos	102,49	114,14	23,28	28,32	72,38	57,51	50,19	11,74
Perlas, piedras preciosas y semipr., metal chapado y manuf., bisutería	-65,85	133,39	-70,34	-	13,28	-52,39	-53,70	-29,39
Metales comunes y manufacturas de estos metales	108,54	107,16	95,92	90,93	107,83	111,59	132,93	47,57
Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes	0,79	96,33	127,92	127,99	148,92	146,15	142,96	116,44
Material de transporte	-35,87	-10,58	123,79	41,82	20,51	11,91	143,45	115,99
Instrm. y apar. óptica, fotog, cinem, medida, médico-quirúrgico	72,57	130,47	127,04	69,34	135,83	123,58	146,30	128,25
Armas y municiones, y sus partes y accesorios	-	-	129,66	-	-	-	-	-
Mercancías y productos diversos	117,68	125,29	128,86	125,18	145,43	124,37	112,99	102,65
Objetos de arte, de colección o de antigüedad	-65,85	19,66	-70,34	130,05	-48,18	141,03	91,23	-
No clasificables	134,15	23,12	79,97	97,30	-28,01	140,81	138,06	118,95

Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos de ICEX.

nes intensivos en recursos naturales y mano de obra no cualificada, de bajo valor añadido y escaso contenido tecnológico. Por el contrario, muestra importantes desventajas en productos industriales, especialmente los de tecnología avanzada, intensivos en I+D y capital humano.

3.4. Estructura sectorial del comercio entre Andalucía y Marruecos.

Las exportaciones andaluzas a Marruecos están muy concentradas en dos secciones TARIC, Materias textiles y sus manufacturas y Productos minerales, que suponen la mitad de nuestras ventas, siendo también considerable el peso de Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, y Metales comunes y sus manufacturas.

El mercado marroquí sólo resulta relevante como destino de los productos andaluces en el caso de Materias

textiles y sus manufacturas. Andalucía vende a dicho mercado en torno al 20% de sus exportaciones. Por productos destacan, en mayor o menor medida, todas las materias textiles, como seda, tejidos de punto (prácticamente el 100% de las exportaciones), lana, fibras sintéticas y tejidos (por encima del 60%).

Las importaciones andaluzas de Marruecos presentan un nivel de concentración aún mayor, ya que tan sólo la sección Animales vivos y productos del reino animal supone casi la mitad de las compras andaluzas en el 2000 (45,49%, y siempre superior al 30% en el periodo considerado). Se trata exclusivamente de pescado y crustáceos con un volumen total de importación en dicho año de 19.522 millones de pesetas.

Si consideramos las tres primeras secciones, incluyendo Productos minerales y Materias textiles y sus manufacturas, el peso relativo asciende a casi el 87% de las compras de Marruecos. Se trata de Sal; azufre; tierras y

piedras (10.874 millones de pesetas) y Prendas y complementos de vestir excepto los de punto (3.984 millones).

En cuanto al grado de abastecimiento de las importaciones andaluzas en Marruecos, destacan Pescados, crustáceos y moluscos (con un abastecimiento del 35%-31%), Preparaciones de carne, pescado o crustáceos (más del 50%), Sal; azufre; tierras y piedras (actualmente el 45% y en años anteriores casi el 70%), y Prendas y complementos de vestir excepto los de punto (entre el 30% y 40%).

Las diferencias cualitativas entre los distintos patrones comerciales que se detectan a través del índice de similitud, se ratifican con los índices de especialización exportadora y de dependencia importadora. Estos indi-

cadorees sirven para comparar la importancia relativa de las exportaciones e importaciones sectoriales andaluzas destinadas al mercado marroquí con el peso relativo de las exportaciones e importaciones andaluzas con el resto del mundo, así como de España con Marruecos.

El rasgo más característico y diferenciador del comercio Andalucía-Marruecos respecto al patrón general de las exportaciones andaluzas, es el bajo nivel de especialización andaluz en Productos del reino vegetal, que sin embargo tienen un importante peso relativo en las ventas exteriores de Andalucía (20%-25%). Algo semejante ocurre, aunque en menor medida, con Material de transporte, Grasas y aceites animales o vegetales, y Productos de las industrias alimentarias, bebidas y tabaco.

Tabla 4. ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN EXPORTADORA DE ANDALUCÍA RESPECTO A MARRUECOS Y AL RESTO DEL MUNDO (%) (1)

SECCIONES TARIC	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Animales vivos y prod. reino animal	33,55	30,01	28,80	13,64	23,29	26,41	24,75	34,35
Productos del reino vegetal	11,40	10,98	8,15	14,01	21,87	9,36	16,21	10,32
Grasas y aceites animales o vegetales	1,14	0,85	7,28	7,71	43,84	9,01	12,29	38,68
Prod. industrias alimentarias, bebidas y tabaco	19,53	5,75	7,60	19,41	12,21	63,12	12,14	55,11
Productos minerales	289,12	342,51	317,28	362,72	197,42	192,10	88,44	131,78
Productos de industrias químicas	262,98	268,92	225,73	143,34	118,40	119,84	104,68	60,41
Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	254,45	766,10	576,14	454,14	247,98	290,55	188,65	200,01
Pieles, cueros, peletería y manufacturas	1373,72	182,10	246,97	235,71	334,75	260,82	246,43	216,71
Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	192,71	235,12	275,56	346,26	686,54	573,35	844,00	401,60
Pasta de madera u otras mat. fibrosas. papel, cartón y aplic.	372,11	200,68	121,93	122,27	312,21	211,71	175,39	118,21
Materias textiles y sus manufacturas	1846,70	1817,85	1833,16	1294,57	1432,39	1207,83	1844,06	1537,18
Calzado, sombrerería, paraguas, quitasoles, bastones	41,81	229,29	171,01	617,31	95,16	22,11	9,65	1064,86
Manufact. piedra, yeso, cemento, vidrio; prod. cerámicos	362,98	208,86	106,92	77,14	196,79	20,03	37,87	47,72
Perlas, piedras preciosas y semipr., metal chapado y manuf., bisutería	0,00	18,26	0,00	0,00	0,91	0,00	0,00	0,13
Metales comunes y sus manufacturas	372,11	200,68	121,93	122,27	312,21	211,71	175,39	118,21
Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes	321,92	348,14	424,91	276,09	200,95	154,54	160,23	157,10
Material de transporte	9,11	7,04	6,14	4,81	42,18	82,53	42,67	19,55
Instrm. y apar. óptica, fotog. cinem. medida, médico-quirúrgico	4,57	13,98	11,60	3,06	5,91	3,28	21,67	52,77
Armas y municiones, y sus partes y accesorios	0,00	0,00	54,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mercancías y productos diversos	280,33	264,34	561,80	319,91	387,10	161,11	199,31	184,37
Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,00	75,78	0,00	33,81	0,00	241,32	130,33	0,00
No clasificables	14,33	6,04	16,95	30,85	25,08	126,27	105,90	215,94

Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos de ICEX.

(1) Compara el peso relativo de las distintas secciones TARIC en las exportaciones andaluzas destinadas a Marruecos respecto al peso relativo de éstas en las exportaciones totales andaluzas.

Por el contrario, en sus exportaciones a Marruecos, Andalucía muestra una sobresaliente especialización en Materias textiles y sus manufacturas, derivado de sus elevadas ventas. Otros capítulos con elevada especialización, aunque no tan aguda, son Calzado, Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas, Piel, cueros, peletería y manufacturas, Productos minerales, Materias plásticas, caucho y sus manufacturas, y Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes.

En estos sectores (salvo los dos últimos) la elevada especialización regional es además superior a la de las exportaciones españolas al país vecino, al igual que otros sectores como Productos del reino vegetal, Grasas y aceites animales o vegetales y Productos de las industrias alimentarias, bebidas y tabaco. Por tanto, el patrón de especialización andaluz presenta notables diferencias con el español, lo que explica que la similitud

de ambos patrones sea aún reducida a pesar de su paulatina aproximación. Por el contrario, la mayor especialización nacional, respecto a la regional, se da de forma muy sobresaliente en Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, Material de transporte y Productos de industrias químicas.

En cuanto al índice de dependencia importadora, Andalucía ofrece una muy elevada dependencia del mercado marroquí (y creciente), en relación a sus compras totales, en Animales vivos y productos del reino animal.

Esta situación es debida a las elevadas compras andaluzas de pescado, crustáceos y moluscos como consecuencia de la fuerte dependencia alimenticia española en el sector, y debido a las exigencias planteadas por los acuerdos pesqueros que han marcado la actividad de la flota andaluza en las aguas jurisdiccionales ma-

Tabla 5. **ÍNDICE DE DEPENDENCIA IMPORTADORA DE ANDALUCÍA RESPECTO A MARRUECOS Y AL RESTO DEL MUNDO (%) (1)**

SECCIONES TARIC	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Animales vivos y prod. reino animal	741,29	807,52	933,69	907,71	917,10	765,54	1047,79	1391,56
Productos del reino vegetal	15,94	18,65	11,69	37,97	35,88	44,08	77,21	78,42
Grasas y aceites animales o vegetales	6,08	0,00	58,22	138,93	478,26	39,21	33,64	0,00
Prod. industrias alimentarias, bebidas y tabaco	16,19	46,82	88,04	85,74	59,21	48,10	91,02	78,69
Productos minerales	75,04	100,10	91,63	78,58	73,58	104,78	89,34	54,32
Productos de industrias químicas	62,07	57,40	102,14	69,58	36,44	44,39	39,11	38,30
Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	11,89	4,01	1,27	0,50	0,79	0,74	1,13	7,16
Piel, cueros, peletería y manufacturas	793,45	378,88	207,98	175,35	116,78	58,05	68,32	55,32
Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	32,39	6,42	5,86	8,90	4,61	11,96	54,48	84,39
Pasta de madera u otras mat. fibrosas, papel, cartón y aplic.	0,01	0,46	0,11	0,94	3,28	2,75	0,45	0,07
Materias textiles y sus manufacturas	398,13	370,94	582,46	826,86	535,67	400,39	496,62	690,49
Calzado, sombrerería, paraguas, quitasoles, bastones	28,59	55,17	12,64	13,29	1,14	1,23	22,61	4,34
Manufact. piedra, yeso, cemento, vidrio; prod. cerámicos	10,84	8,57	50,00	24,39	24,70	10,62	17,24	35,12
Perlas, piedras preciosas y semipr., metal chapado y manuf., bisutería	0,56	0,59	0,29	0,00	0,90	0,19	4,32	0,48
Metales comunes y sus manufacturas	0,01	0,46	0,11	0,94	3,28	2,75	0,45	0,07
Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes	88,95	13,42	0,69	0,63	0,40	0,17	0,57	3,53
Material de transporte	78,85	29,54	0,36	5,05	68,59	153,13	0,74	1,85
Instrm. y apar. óptica, fotog, cinem, medida, médico-quirúrgico	2,86	0,58	0,19	2,03	0,44	0,39	0,00	0,06
Armas y municiones, y sus partes y accesorios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mercancías y productos diversos	7,25	3,92	1,05	6,06	5,09	12,10	22,10	23,02
Objetos de arte, de colección o de antigüedad	3,65	10,96	16,30	0,00	0,03	1,32	12,93	0,00
No clasificables	0,00	378,79	602,52	20,49	120,19	16,84	9,03	38,41

Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos de ICEX.

(1) Compara el peso relativo de las distintas secciones TARIC en las importaciones andaluzas originarias de Marruecos respecto al peso relativo de éstas en las importaciones totales andaluzas.

roquís y que nos han obligado a desembarcar un volumen creciente de las capturas en los puertos alauitas. El resultado es obvio, pues el peso relativo de esta sección en las compras a Marruecos está en torno al 40%, mientras que en el total de las compras exteriores andaluzas es tan sólo algo superior al 3%.

Andalucía también tiene una alta dependencia marroquí en Materias textiles y sus manufacturas, prueba de la fuerte vinculación existente entre los sectores textiles de ambos mercados debido a la deslocalización de la producción andaluza en busca de las ventajas que ofrece Marruecos en términos de mano de obra barata.

En el resto de secciones se da un índice muy reducido. Concretamente, el bajo índice de Productos minerales se deriva de que, aunque Andalucía realiza elevadas compras en Marruecos, nuestra Comunidad cuenta con una fuerte dependencia energética del exterior. Otras secciones con un peso relativo significativo en la balanza bilateral, como Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, y Metales comunes y sus manufacturas, muestran una casi total dependencia andaluza del resto del mundo.

Por otra parte, Andalucía presenta una notable dependencia importadora del mercado marroquí muy superior a la española en los sectores más relevantes en la estructura importadora, Animales vivos y productos del reino animal, Productos minerales, además de en Productos de las industrias alimentarias, bebidas y tabaco. Por el contrario, en Materias textiles y sus manufacturas, es muy superior la dependencia española de Marruecos como consecuencia de la mayor vinculación con la industria textil marroquí de otras Comunidades Autónomas distintas a la andaluza.

4. Atractivos de la economía marroquí y expectativas de la zona de libre comercio

Marruecos es un gran mercado potencial, formado por 27 millones de consumidores y con un importante cre-

cimiento demográfico, y cuyo proceso de desarrollo e industrialización requieren una gran cantidad de bienes y servicios.

El conjunto reformas estructurales y políticas aperturistas que ha desarrollado Marruecos bajo los auspicios del Fondo Monetario Internacional, tendentes a liberalizar el comercio y la inversión exterior, se están transformando en nuevos estímulos para las relaciones bilaterales, ya que Marruecos ha alcanzando una notable apertura exterior.

Es una economía en expansión, con muchas potencialidades y buenas expectativas, a pesar de los malos resultados económicos de los últimos años. Comienza a ser un país en el que la inversión exterior está adquiriendo un notable auge, lo que indica la confianza que inspira y su ventaja comparativa frente a otros destinos. Su relativa estabilidad económica y política es un rasgo diferenciador frente a otros países en vía de desarrollo.

Este mercado debe convertirse en un destino prioritario de la inversión andaluza, en el proceso de deslocalización empresarial andaluza y de tráfico de perfeccionamiento pasivo. Ante el actual desarrollo de la inversión andaluza en Marruecos, puede hablarse de una deslocalización empresarial en el sector textil, en algunas producciones agrícolas y, en cierta medida, en el sector pesquero¹².

Existe la creencia de que se trata de un país eminentemente exportador de fosfatos y hortalizas, sin embargo, más de la mitad de sus exportaciones son productos semielaborados y manufacturados. Además, cuenta con abundante y barata mano de obra que, aunque con baja cualificación, ofrece un adecuado ratio calidad/precio en relación a otros países en desarrollo. Pero la competitividad marroquí no se basa sólo en este factor, sino también en los costes de electricidad, energía, telecomunicaciones, transportes, materias primas básicas, etc. No obstante, existen algunos obstáculos como los lentos y costosos trámites burocráticos.

Son numerosos los sectores con grandes expectativas de cooperación. Marruecos está poniendo en marcha grandes obras de infraestructura (autopistas, presas, electrificación rural y construcción de viviendas) y las

12. Como consecuencia de la crisis de la industria textil en España, algunas empresas han trasladado las gamas bajas de su producción a Marruecos. La inversión agrícola, sin embargo, trata de luchar contra la creciente competencia de la producción agraria marroquí en el mercado europeo, y la inversión en pesca pretende hacer frente al continuo recorte de la capacidad pesquera andaluza en aguas marroquíes.

grandes empresas españolas pueden ofrecer su experiencia a las marroquíes, apoyadas por la importante asistencia financiera. En cuanto al turismo, Marruecos es un país que dispone de un gran potencial, existiendo numerosas posibilidades de cooperación, a través de la inversión y la experiencia andaluza, y de la creación de paquetes turísticos conjuntos (VARCÁRCEL, D. y FAJUL, E. (Eds), 1997/98, pp. 33-34).

Los sectores llamados sensibles, la agricultura y la pesca (fuente de conflictos) deben ser los sectores que marquen la pauta de la asociación Andalucía-Marruecos. Juntos pueden ser líderes en el mercado mundial de frutas, verduras y pesca, si existe un cambio de actitud y una colaboración a largo plazo en todos los eslabones de la cadena (producción, comercialización, investigación, calidad, embalaje, transporte, etc.).

En este sentido, debemos destacar la labor que están desarrollando las instituciones españolas y andaluzas para mejorar el conocimiento que nuestra clase empresarial tiene de las oportunidades de negocio en Marruecos.

Finalmente, el reciente Acuerdo de Asociación entre la UE y Marruecos y la consiguiente creación de una zona de libre comercio en el 2010, plantea amplias expectativas para el desarrollo de los intercambios, pues supone la liberalización unilateral del mercado marroquí respecto a las manufacturas de la UE (ya que ésta eliminó hace años su protección frente a las marroquíes), mediante la eliminación progresiva de los obstáculos arancelarios y no arancelarios al comercio.

Por tanto, los exportadores europeos serán los primeros beneficiarios de la integración comercial, pues actualmente acceden al mercado marroquí básicamente según la Cláusula de nación más favorecida¹³. Las empresas europeas entablarán una lucha legítima por incrementar sus cuotas de mercado y la empresa andaluza deberá posicionarse para competir con el resto de empresas españolas y comunitarias¹⁴.

Por el contrario, la situación agrícola no presenta tan buenas expectativas en relación a las exportaciones andaluzas al mercado europeo. En el apartado agrícola del Acuerdo de Asociación, mientras la UE profundizará aún más la liberalización para algunos productos marroquíes, Marruecos concederá progresivamente un régimen preferencial a los productos comunitarios de los que es importador neto.

Se estableció que en el 2001 se examinaría la situación, producto a producto, para fijar las medidas liberalizadoras. Es aquí donde el Ejecutivo español debe presionar para evitar una excesiva competencia marroquí en el mercado comunitario.

Muy al contrario, Marruecos ha propuesto su exportación de tomates sin límite prácticamente y, en contrapartida, aceptaría mayores importaciones de productos comunitarios, como cereales, carnes, leche y oleaginosas, donde los principales beneficiados serían Francia, Reino Unido y Holanda. Este plan perjudicaría sobre todo a España, uno de los mayores productores de tomate de Europa. Para la Federación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas (Fepex), esa concesión supondría la ruina de los productores españoles ya que, como ha sucedido en el pasado, un aumento de las exportaciones de tomate marroquí suponía la caída de los precios.

La solución al conflicto agrícola ha de fundamentarse en la rúbrica de un Pacto Agrícola Mediterráneo, difícil de alcanzar hasta que el sector pierda la relevancia económica y política que aún ostenta en la región. Además, en primer término será necesaria una negociación intracomunitaria para hacer frente a las reivindicaciones de los colectivos agrícolas de la Europa meridional y para delimitar las compensaciones europeas internas para cubrir la asimetría de los costes (LORCA y ESCRIBANO 1998).

Por tanto, aunque la UE da un trato discriminatorio a los productos agrícolas (ya que a éstos no se aplicará

13. Por el contrario, los exportadores marroquíes no gozarán de un mejor trato en un mercado europeo de productos industriales ya liberalizado.

14. La Asociación supondrá tanto un desafío como una oportunidad para el país aluaita, y siempre bajo la condición de que lleve a cabo la estrategia económica y comercial adecuada que incremente la competitividad de sus producciones (para hacer frente a la creciente competencia internacional), y que mantenga estabilizadas sus macromagnitudes fundamentales. Está obligado a reestructurar y liberalizar su economía y adaptarla a una mayor competencia exterior e interior, así como fomentar el sector privado y la inversión exterior (MELLA, J.M., 1997, p. 42.). Por tanto, será necesaria una inyección de capital extranjero, para desarrollar la modernización de los sectores productivos y el aumento de la competitividad, y que derivará a su vez en nuevos incentivos para la inversión.

con el mismo énfasis la regla general de apertura de la Asociación), optando sólo por un régimen de acceso preferente¹⁵ para defender a los agricultores europeos de la fuerte competencia de Marruecos, es innegable la repercusión negativa que puede tener sobre las exportaciones andaluzas si España no apuesta decididamente por la defensa de nuestro sector agrícola.

5. Conclusiones

Marruecos constituye un mercado natural para Andalucía, al que nos unen numerosos vínculos, y que presenta grandes expectativas comerciales ante la futura zona de libre comercio. Estamos pues en un momento histórico en el que Andalucía puede dinamizar sus relaciones con Marruecos, que debe convertirse en un polo de atención prioritaria para las empresas andaluzas, por su proximidad y su potencial económico, y como salida ante un mercado europeo cada día más saturado.

El mercado marroquí puede ser utilizado como plataforma de nuestras exportaciones hacia otros mercados, como eje del tráfico de perfeccionamiento pasivo, o como ampliación o deslocalización del proceso industrial de las empresas andaluzas. Son numerosos los sectores con grandes posibilidades de cooperación.

El comercio Andalucía-Marruecos muestra una tendencia creciente en el tiempo, pero con una progresión similar a la sufrida por el comercio total andaluz. Por tanto, no ha habido un especial crecimiento de los flujos con el país vecino, como cabría esperar por su proximidad geográfica, histórica y cultural. La significación de Marruecos como socio comercial no es demasiado elevada, suponiendo en torno al 2% del comercio exterior andaluz. Además, Andalucía presenta históricamente una situación ampliamente deficitaria con Marruecos, con una tasa de cobertura muy baja, derivada de las masivas compras de pescado que entran a España por los puertos andaluces y de que gran parte de la flota que faena en Marruecos es andaluza.

En el comercio bilateral, la economía marroquí sólo ostenta una situación ventajosa en bienes intensivos en recursos naturales y mano de obra no cualificada, de

bajo valor añadido y escaso contenido tecnológico. Por el contrario, presenta notables desventajas en productos industriales, especialmente los de tecnología avanzada, intensivos en I+D y capital humano.

Las exportaciones andaluzas están muy concentradas en Materias textiles y sus manufacturas, y Productos minerales, que suponen la mitad de nuestras ventas, aunque las importaciones sufren aún una mayor concentración, ya que las compras de pescado, crustáceos y moluscos suponen casi la mitad de las importaciones andaluzas.

El nuevo Acuerdo de Asociación orientado a crear una zona de libre comercio, abre una nueva fase en las relaciones. Ante la liberalización del mercado marroquí frente a las manufacturas comunitarias, surgen nuevas oportunidades para el empresariado andaluz que habrá de aprovechar las relaciones privilegiadas que mantiene con el mercado alauita y que deberá hacer un esfuerzo para mejorar su cuota de mercado y convertirse en un socio principal de su vecino del Sur, como corresponde a nuestra situación geográfica, así como a nuestros lazos históricos y culturales.

Aunque en el sector agrícola la Asociación ha optado tan sólo por un régimen preferencial para defender al agricultor europeo de la fuerte competencia marroquí, es innegable la repercusión negativa que puede tener sobre las exportaciones andaluzas.

A pesar de los numerosos atractivos de Marruecos para la economía andaluza, y de las potencialidades y complementariedades de ambas economías, parece evidente que los respectivos sectores productivos aún se dan la espalda. En ocasiones se concibe Marruecos como un país lejano, que ejerce desconfianza. Existe aún un notable desconocimiento de la realidad económica y social del país vecino, por tanto, resulta fundamental el papel que están desarrollando las instituciones de ambos lados del Estrecho en aras a facilitar el conocimiento de las expectativas y posibilidades de cooperación de ambas economías. Un mayor conocimiento por parte del empresario andaluz de los logros conseguidos en la última década por la economía marroquí, de los numerosos atractivos que presenta para los sectores productivos y el capital español, debe traducirse en un incremento de los intercambios comerciales y de las inversiones.

15. Acceso preferente dominado por las exigencias de la PAC y por los intercambios agrícolas tradicionales.

La globalización en marcha supone tanto una oportunidad como un desafío. El debate se plantea entonces sobre las políticas necesarias para aprovechar esta dinámica y potenciar la competitividad y modernización de la economía andaluza.

Las instituciones andaluzas tienen un claro papel en la promoción de las relaciones con Marruecos. La conclusión de acuerdos ha resultado fundamental, produciéndose, especialmente en los últimos años, un importante avance tanto cuantitativo como cualitativo en la

cooperación en numerosos sectores (económico, financiero, cultura,...). Es básica la función orientadora y asesora de nuestras instituciones dirigida a las empresas andaluzas que, con la Junta de Andalucía a la cabeza, tienen también la función de orientación en la oferta hacia aquellos sectores prioritarios, y de organización de ferias internacionales, viajes institucionales, reuniones empresariales, etc., debiendo potenciar los factores de atracción con nuestro vecino del Sur (geográficos, sociales, históricos, culturales, etc).

Bibliografía

BENSIDON, I. y CHEVALLIER, A. (1996): *Libre-échange euro-méditerranéen: marché de dupes ou pari sur l'avenir?*, La Lettre du CEPII, nº 147, junio.

DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS EUROPEOS. (2001): Actuaciones desarrolladas por la Junta de Andalucía en el marco de la iniciativa comunitaria Interreg II España-Marruecos (1994-1999), Consejería de Economía y Hacienda, Sevilla.

HOLGADO, M. (2001): Relaciones Comerciales entre España y Marruecos, Ed. Universidad de Granada.

JAIDI, L. y ZAIM, F. (1997): «El nuevo Acuerdo de Asociación entre la UE y Marruecos», Información Comercial Española, nº 759, diciembre-enero.

LORCA, A. y ESCRIBANO, G. (1998): *Las economías del Magreb. Opciones para el siglo XXI*, Pirámide, Madrid.

MELLA, J.M. (1997): "La Asociación Euro-mediterránea en el actual contexto de globalización y regionalización", en Información Comercial Española, pp. 33-42.

REVISTA DE LA SOCIEDAD INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (2000): *Jornadas socioeconómicas España/Marruecos*, nº 29.

SEHIMI, M. (1996): "Las relaciones hispano-marroquíes", *Política Exterior*, nº 49, X enero-febrero, pp. 110-120.

VARCÁRCEL, D. y FAJUL, E. (Eds) (1997/98): *Marruecos. Inversiones, comercio, tecnologías. Apoyos de la Unión Europea*, *Economía Exterior*, nº 3.