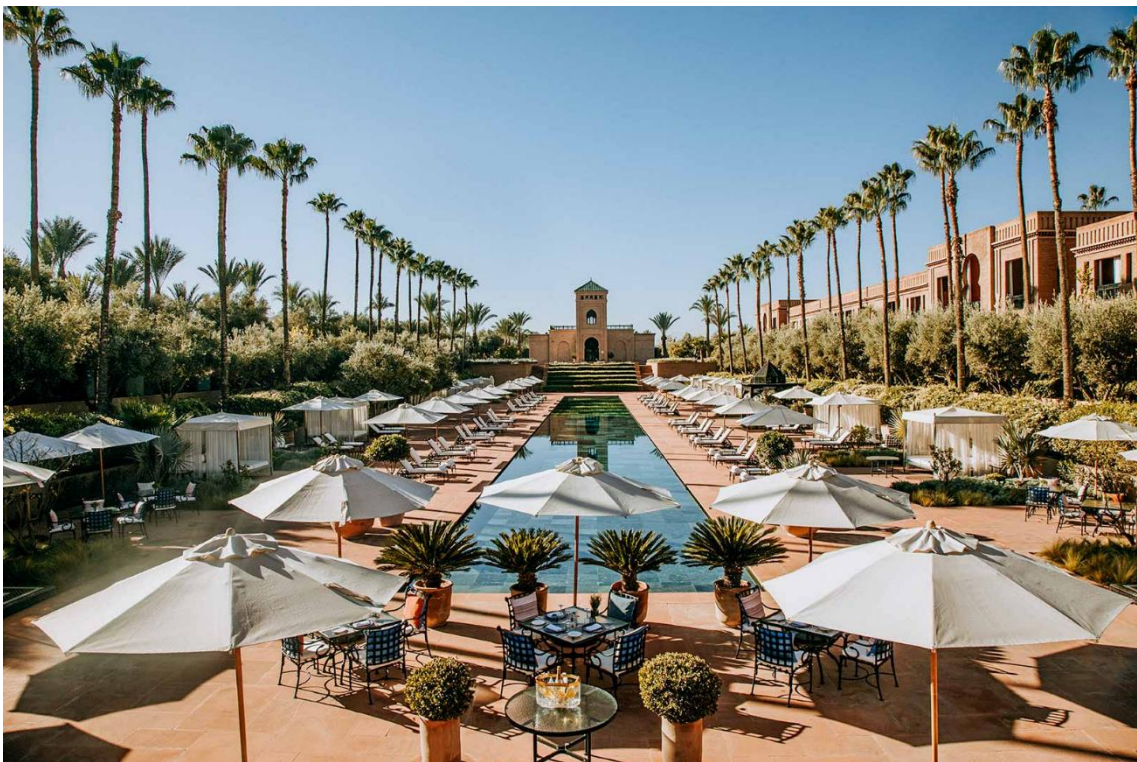


# El Sector Contract en Marruecos



Esta nota sectorial ha sido elaborada por:

**Djibril Diouf y Jorge Lois Diez**

Bajo la supervisión de la Antena Igape [Marruecos]

## Índice general

1.	Introducción.....	3
1.1.	Recomendaciones estratégicas clave.....	3
2.	Contexto macroeconómico y político.....	4
2.1.	Situación económica general.....	4
2.2.	Estabilidad política y clima de negocios.....	4
2.3.	Principales países inversores.....	5
3.	Análisis del sector contract de Marruecos.....	6
3.1.	Perspectivas del mercado.....	7
4.	Apoyo gubernamental.....	7
5.	Análisis de la Demanda.....	9
5.1.	Hostelería.....	9
5.2.	Residencia de lujo.....	12
5.3.	Espacios Corporativos.....	13
6.	Análisis de la oferta.....	14
7.	Análisis de la competencia.....	16
8.	Barreras Arancelarias.....	17
9.	Canales de acceso.....	22
10.	Gestores de Proyectos Contract.....	23
10.1.	Arquitectos y Estudios de Arquitectura.....	23
10.2.	Decoradores e Interior Designers.....	24
10.3.	Empresas FF&E (Furniture, Fixtures & Equipment).....	25
11.	Conclusión.....	26
12.	Eventos del Sector.....	28
13.	Bibliografía.....	29

## 1. Introducción

El sector contract en Marruecos atraviesa una fase de expansión sostenida impulsada por el turismo, la inversión inmobiliaria, las zonas francas industriales y la modernización de infraestructuras. Para fabricantes de mobiliario, iluminación, textiles y revestimientos, el país representa un mercado en crecimiento con oportunidades derivadas de hoteles y resorts, residencias de lujo, oficinas corporativas y espacios de coworking. La demanda es estable, diversificada y cada vez más exigente en calidad, sostenibilidad, suministro flexible y soluciones a medida.

Las estimaciones de mercado indican que el segmento contract en conjunto (mobiliario, iluminación, decoración, equipamiento profesional) puede estar entre 650 y 900 millones de euros anuales, con un crecimiento aproximado del 6 y 8% en los últimos 3 años. El grueso procede de hotelería (40-45%), seguido por oficinas (25-30%) y residencial premium (20-25%). Marruecos importa más del 55% de los productos contract, lo que beneficia a fabricantes extranjeros con propuestas competitivas.

Las ciudades clave son:

**Casablanca** (capital económica): Concentra la mayoría de los proyectos de oficinas (Casablanca Finance City), sedes corporativas, retail y hoteles de negocios.

**Marrakech:** Capital del turismo de lujo y residencial premium. Foco principal para hostelería boutique, resorts y villas de alto standing.

**Rabat:** Capital administrativa. Proyectos institucionales de gran envergadura, embajadas y desarrollos urbanísticos de alto nivel.

**Tánger:** Hub industrial y logístico; existe una demanda creciente en hoteles de negocios y residencias para expatriados vinculados a las zonas francas (Tánger Med).

**Agadir y Taghazout:** Foco creciente del turismo de sol y playa, y resorts de surf/bienestar.

La inversión hotelera continúa firme con proyectos de cadenas internacionales y reformas de activos. El sector oficinas crece más moderadamente, concentrado en Casablanca Finance City y Tánger.

### 1.1. Recomendaciones estratégicas clave

- **Priorizar segmentación premium:** hoteles upscale y lujo, riads boutique, branded residences y oficinas multinacionales.
- **Establecer alianzas** con distribuidores locales y estudios de arquitectura con capacidad de prescripción.
- **Participar en ferias** profesionales y abrir showroom o partnership físico.
- **Adaptar la oferta** a necesidades locales: mobiliario outdoor resistente, mobiliario a medida para riads y hoteles, soluciones modulares para oficinas.

## 2. Contexto macroeconómico y político

### 2.1. Situación económica general

En 2024, Marruecos registró un crecimiento del PIB real del 3,2 %, marcado por la fuerte contracción del sector agrícola debido a la sequía. No obstante, el dinamismo del sector no agrícola, que creció alrededor del 4 %, permitió sostener en parte la actividad económica. Para 2025, las proyecciones del Banco Mundial y de otros organismos apuntan a una moderada aceleración hasta el 3,6 %, sustentada en la recuperación agrícola y en la continuidad del impulso industrial y de los servicios.

La inflación cayó de forma notable en 2024 y se situó por debajo del 1 %, lo que llevó a Bank Al-Maghrib a relajar su política monetaria. La reducción del tipo de interés oficial ha mejorado las condiciones de financiación para el sector privado, favoreciendo tanto la inversión como el consumo interno.

El mercado laboral sigue siendo uno de los principales desafíos socioeconómicos. En 2024, la tasa de desempleo alcanzó un nuevo máximo histórico, pasando del 13 % al 13,3 %. El problema es especialmente grave en determinados colectivos:

- Jóvenes (15-24 años): 36,7 %.
- Diplomados: 19,6 %.
- Mujeres: 19,4 %.

En el ámbito externo, la balanza por cuenta corriente registró un déficit moderado entre el 1,2 % y el 2,3 % del PIB, reflejo de un equilibrio relativamente estable entre los flujos comerciales y los ingresos por turismo, remesas e inversión extranjera. Este desempeño contribuye a sostener la posición externa del país y proporciona un margen razonable de estabilidad frente a posibles tensiones internacionales.

En materia fiscal, el déficit presupuestario rondó el 4 % del PIB en 2024, en consonancia con los esfuerzos de consolidación emprendidos por las autoridades. La deuda pública se mantiene cercana al 70 % del PIB, un nivel elevado pero manejable dentro de la estrategia fiscal vigente.

El contexto económico de Marruecos combina una relativa estabilidad macroeconómica con una creciente diversificación productiva. Sin embargo, persisten vulnerabilidades estructurales vinculadas a la dependencia del ciclo agrícola, a la volatilidad de las precipitaciones y a la necesidad de acelerar la creación de empleo, especialmente entre jóvenes y mujeres.

### 2.2. Estabilidad política y clima de negocios

Marruecos ofrece un entorno institucional y regulatorio que lo posiciona como uno de los destinos más atractivos de África para la inversión extranjera. Esta percepción favorable se apoya en su estabilidad política estructural, un marco regulatorio moderno y un compromiso estatal con la liberalización económica y la promoción de los flujos de inversión.

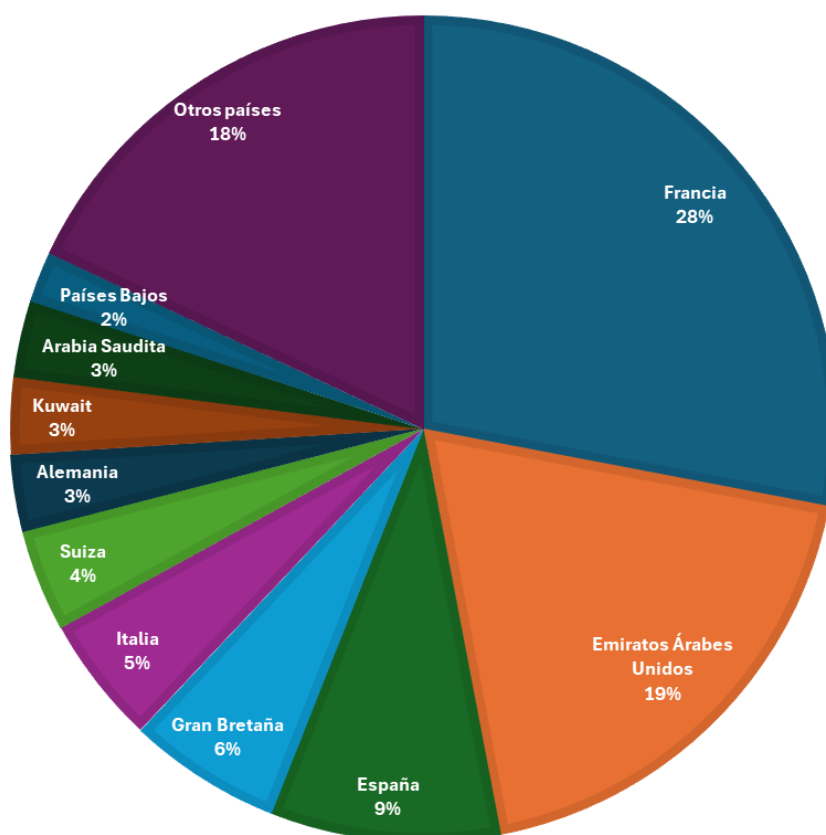
La diversificación productiva del país, especialmente en sectores como la automoción, manufacturas, energías renovables, industria y servicios, reduce la dependencia de sectores tradicionales y agrícolas, aumentando la resiliencia económica frente a choques externos.

Las infraestructuras de puertos, redes de transporte, zonas industriales, capacidades logísticas, junto con una mano de obra cada vez más calificada, refuerzan la posición de Marruecos como plataforma de producción, exportación o distribución para Europa y África.

La suma de un entorno de negocios sólido, una estabilidad política real, un marco regulatorio atractivo y políticas activas para fomentar la IED y la diversificación económica convierte al país en un mercado emergente con un perfil competitivo, especialmente para empresas que buscan establecer operaciones industriales, exportar hacia Europa o acceder a mercados africanos.

### 2.3. Principales países inversores

Según el informe publicado en 2024 por la Oficina de Cambios (Office des Changes) de Marruecos, los principales inversores extranjeros en 2023 fueron Francia, los Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Francia. Según datos más recientes, Francia ha sido superada por los EAU, como primer país inversor extranjero.



Fuente: Office des Changes – 2024 - Maroc

### 3. Análisis del sector contract de Marruecos

Como se mencionó anteriormente, el sector contract en Marruecos atraviesa una fase de expansión significativa, impulsada fundamentalmente por el crecimiento constante del turismo, la modernización del parque hotelero y el desarrollo de nuevos espacios corporativos y financieros, entre ellos Casablanca Finance City, que se ha consolidado como uno de los polos económicos más dinámicos del continente. Este contexto ha favorecido una demanda creciente de soluciones profesionales de diseño interior, mobiliario, iluminación, revestimientos y equipamiento especializado, tanto para proyectos de nueva construcción como para renovaciones de hoteles, restaurantes, oficinas y espacios comerciales.

La evolución del mercado refleja un interés creciente por mejorar la calidad de los espacios y alinearse con estándares internacionales en términos de estética, funcionalidad, sostenibilidad y experiencia del usuario. Las cadenas hoteleras internacionales, las empresas multinacionales y los nuevos actores locales apuestan cada vez más por propuestas de interiorismo y equipamiento de alta gama, lo que eleva el nivel de exigencia y diversifica la oferta disponible.

El mercado marroquí destaca no solo por su tamaño, sino por su importancia estratégica en el norte y oeste de África. Su crecimiento sostenido se ve acompañado por una diversificación de segmentos y por la profesionalización de los actores implicados. Esto permite atender tanto proyectos de lujo, especialmente en zonas turísticas como Marrakech, Casablanca, Agadir o Tánger, como desarrollos más funcionales orientados a cadenas hoteleras de gama media o corporaciones en expansión.

Asimismo, Marruecos se beneficia de varios elementos que refuerzan su atractivo como hub regional para empresas del ámbito contract y de la construcción especializada:

- **Infraestructura moderna**, con puertos, aeropuertos y zonas francas que facilitan la importación de productos y materiales.
- **Ecosistema industrial consolidado**, especialmente en sectores como metalurgia, madera, textil, cerámica y manufactura, que permite complementar la oferta internacional con producción local.
- **Políticas públicas** favorables a la inversión, con incentivos fiscales, programas de apoyo al turismo y marcos regulatorios que facilitan la implantación de empresas extranjeras.
- **Crecimiento del turismo internacional**, que impulsa la renovación continua de la planta hotelera y la apertura de nuevos establecimientos.
- **Estabilidad macroeconómica** y **posicionamiento geoestratégico**, que convierten al país en una plataforma de entrada hacia mercados africanos.

### 3.1. Perspectivas del mercado

Las perspectivas para el sector contract en Marruecos son positivas, favorecidas por:

- El aumento de proyectos hoteleros vinculados a los planes nacionales de desarrollo del turismo.
- El crecimiento de las inversiones inmobiliarias y corporativas.
- La entrada de nuevas marcas internacionales en el hospitality
- La renovación constante de activos existentes para mantener estándares globales.
- El interés creciente por el diseño sostenible y la eficiencia energética.

Este conjunto de factores consolida a Marruecos como un mercado altamente atractivo para fabricantes y empresas especializadas en proyectos contract, con oportunidades tanto en el segmento premium como en soluciones de gama media adaptadas a proyectos de gran volumen.

## 4. Apoyo gubernamental

El apoyo del gobierno marroquí al sector de la hostelería se ha convertido en un factor clave para el aumento de la demanda de mobiliario y de otros materiales vinculados a la renovación del sector. Entre las iniciativas más importantes destaca la Hoja de Ruta Turística 2023-2026, un plan estratégico destinado a modernizar y transformar el sector, dotado con un presupuesto superior a 6.000 millones de dirhams (más de 500 millones de euros). En la actualidad, ya se está trabajando en una nueva hoja de ruta para el periodo 2027-2030, cuya publicación está prevista próximamente.

Este programa persigue, entre otros, los siguientes objetivos:

- Modernizar la oferta de alojamiento turístico.
- Desarrollar actividades de animación y servicios de ocio.
- Impulsar la transformación digital del sector.
- Mejorar las competencias del capital humano.
- Fomentar la innovación en las cadenas turísticas.
- Atraer a más de 17 millones de turistas.
- Crear 200.000 nuevos empleos.
- Generar 120.000 millones de dirhams en ingresos de divisas (~11,18 mil millones).

Además de este gran plan estratégico, existen otros programas de subvenciones y de acompañamiento dirigidos a mejorar la competitividad de los operadores turísticos:

### Cap Hospitality

Este programa, impulsado por el Ministerio de Turismo junto con la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT) y con la colaboración de varias entidades bancarias, está orientado a financiar la renovación y ampliación de los establecimientos de alojamiento turístico clasificados (EHTC). Está dotado con un presupuesto aproximado de 7.000 millones de dirhams (~650 millones de euros), de los cuales 4.000 millones (~370 millones de euros) se conceden como préstamos bonificados, con intereses parcial o totalmente cubiertos por el Estado.

- Condiciones de financiación:
- Créditos de entre 3 y 100 millones de dirhams.
- Plazo de amortización de 12 años, con 2 años de gracia.
- Tipo de interés asumido parcial o totalmente por el Estado.

### Go Siyaha

El programa Go Siyaha es una iniciativa nacional destinada a apoyar a las empresas turísticas, especialmente PYME y microempresas, incluidas aquellas dedicadas al alojamiento, la animación, el ocio y el turismo sostenible. Cuenta con un presupuesto de 720 millones de dirhams (~67 millones de euros) y aspira a acompañar hasta 1.700 empresas, de las cuales 1.000 proyectos ya se encuentran en fase de concreción.

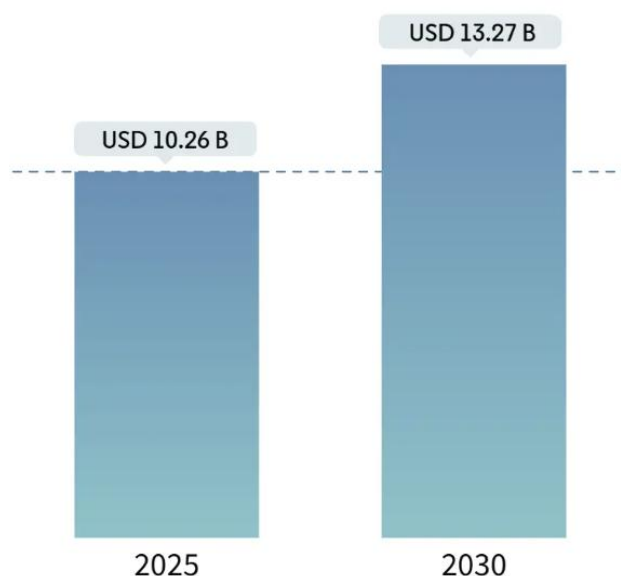
Ayudas financieras:

- 35 % de subvención para proyectos de animación turística.
- 30 % de subvención para establecimientos de alojamiento vinculados a estos proyectos.
- 40 % de subvención para proyectos de sostenibilidad, con un coste máximo de 10 millones de dirhams.
- Cobertura de hasta el 90 % de los costes de asistencia técnica (estudios, asesoramiento, auditorías).

## 5. Análisis de la Demanda

### 5.1. Hostelería

El sector hotelero es uno de los principales motores económicos del país y vive una fase de desarrollo sin precedentes. En 2024, Marruecos superó los 17 millones de turistas internacionales, consolidándose como el primer destino turístico de África. Las previsiones confirman esta tendencia, con un valor estimado del mercado hotelero por encima de los 10 mil millones de euros en 2029 y una tasa de crecimiento anual del 5,3 % entre 2025 y 2030.

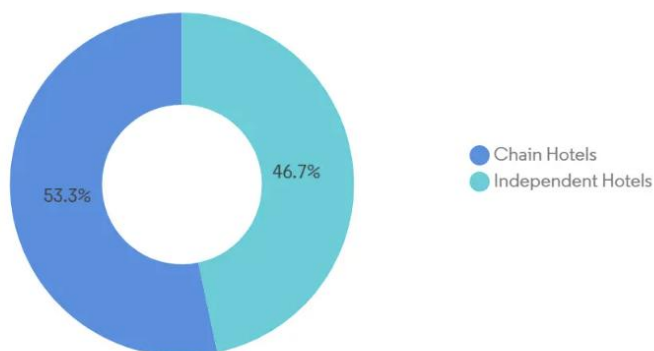


Source: Mordor Intelligence



En 2023 se inauguraron 135 nuevas unidades hoteleras con una inversión total de 717 millones de euros, y solo en la primera mitad de 2024 las inversiones aumentaron un 7%, alcanzando los 376 millones de euros. Actualmente, el país cuenta con 4.742 establecimientos hoteleros clasificados, donde operan más de 150 marcas internacionales y locales, y dispone de una capacidad total de 270.000 habitaciones. Más de la mitad de los establecimientos hosteleros están formados por las grandes cadenas internacionales como Accor, Marriott, Hilton, Radisson, Four Season, Iberostar, Barceló....

Morocco Hospitality Market: Market Share by Type, 2024



Source: Mordor Intelligence



Se prevé la construcción de entre 20.000 y 30.000 nuevas habitaciones en los próximos años para satisfacer la creciente demanda. Casablanca, capital económica del país, simboliza esta dinámica con la construcción de entre 30 y 40 nuevos hoteles de aquí a 2030, reflejo de la confianza de los inversores en el potencial de la ciudad como polo turístico y de negocios.

El mercado hotelero marroquí se estructura en varios segmentos, pero el lujo concentra las principales oportunidades para el canal contract. Ciudades como Marrakech, Casablanca, Agadir, Rabat y Tánger albergan la mayor parte de los proyectos de alto nivel, con la presencia de cadenas internacionales y grupos nacionales que apuestan por estándares de calidad europeos. Este segmento demanda soluciones estéticas, personalizadas y sostenibles, lo que favorece la entrada de empresas extranjeras especializadas en diseño, mobiliario y acabados de prestigio.

En el siguiente [link](#) se puede consultar un listado completo de todos los hoteles de 4 y 5 estrellas en funcionamiento en el país en 2018. No obstante, en estos 7 años ha habido una revolución en el sector turístico local y tanto las marcas presentes en ese momento como otras nuevas han construido o renovado una gran cantidad de establecimientos turísticos.

En la siguiente tabla se pretende mostrar algunos ejemplos de cadenas hoteleras marroquíes e internacionales, desgranando las ciudades en las que están presentes y el número de hoteles con los que cuentan.

<b>Cadena Hotelera</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>Número de Hoteles</b>	<b>Ciudades en las que está presente</b>
<a href="#">ONOMO Hotels</a>	Marroquí	6	Casablanca (4) Rabat (1) Tánger (1)
<a href="#">Kenzi Hotels</a>	Marroquí	10	Casablanca (3) Tánger (1) Marrakech (3) Agadir (1) Ouarzazate (1) Errachidia (1)
<a href="#">Royal Mansour</a>	Marroquí (Propiedad del holding de la Casa Real Marroquí)	6	Marrakech (1) Casablanca (1) Tamuda Bay (1) Rabat (En curso) Agadir (En curso) <a href="#">Tanger</a> (En curso)
<a href="#">Barceló</a> Hotel Group	Española	9	Tanger (2) Agadir (1) Marrakech (2) Casablanca (2+1 en curso) Fez (1) Rabat (1)
<a href="#">Iberostar</a> Hotels & Resorts	Española	3	Agadir (1) Marrakech (1) Saidia (1)
<a href="#">RIU</a> Hotels & Resorts	Española	6	Agadir (4) Marrakech (2)
<a href="#">Accor</a> Hotels (Adagio Premium, Angsana, Banyan Tree, Fairmont, Ibis, Mercure, Mgallery, Movenpick, Novotel, Pullman, Sofitel y otras marcas)	Francesa	+40	Marrakech 7 Ouarzazate 1 Casablanca 9 El Jadida 2 Mohammedia 2 Rabat 6 Essaouira 1 Meknes 1 Agadir 4 Fez 1 Tanger y zona norte 7 Nador 1 Oujda 1

<a href="#">Marriott</a> International	EEUU	12	Casablanca 4 Tamuda Bay 2 Fez 1 Rabat 2 Marrakech 3
<a href="#">Hilton</a> Worldwide	EEUU	13	Marrakech 3 Ben Guerir 1 Agadir 1 Casablanca 2 Rabat 2 Essaouira 1 Tánger 2
<a href="#">Four Seasons</a>	Canadiense	3	Casablanca Marrakech Rabat
<a href="#">Radisson</a> Hotel Group	EEUU	10	Agadir 1 Alhucemas 2 Casablanca 2 Marrakech 1 Saïdia 3 Taghazout 1
<a href="#">Pestana</a> Hotels & Resorts	Portugal	3	Casablanca Marrakech Tánger
<a href="#">Mandarin</a> Oriental	China	1	Marrakech

## 5.2. Residencia de lujo

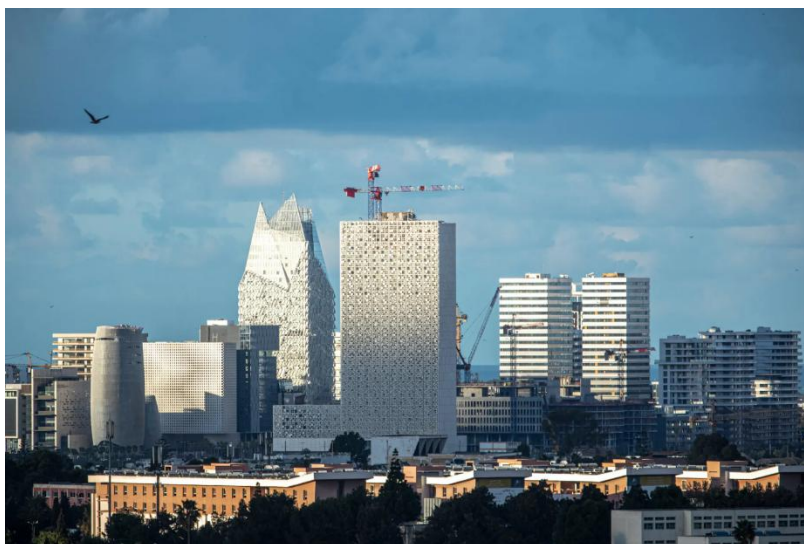
El segmento residencial de lujo en Marruecos se concentra en ciudades como Marrakech, Casablanca, Rabat, Tánger y Agadir, así como en zonas costeras como Rincón, Saïdia o Essaouira. La demanda proviene de marroquíes de alto poder adquisitivo, extranjeros residentes y un creciente número de europeos, incluidos muchos jubilados, que eligen Marruecos por su clima favorable, la proximidad a Europa y un coste de vida inferior.

La oferta se basa principalmente en villas individuales dentro de urbanizaciones cerradas, ubicadas en las afueras, con diseños homogéneos, seguridad privada y zonas comunes amplias. Algunos desarrollos comercializan parcelas urbanizadas que permiten construir villas personalizadas manteniendo una estética común. Un subsegmento destacado lo constituyen las urbanizaciones vinculadas a campos de golf, como Marrakech Golf City o Bouskoura Golf City del promotor [Prestigia Luxury Homes](#), que integran viviendas de alta gama con servicios centralizados y entornos de baja densidad.

En cuanto al diseño interior y decoración, predomina un estilo contemporáneo europeo combinado con elementos artesanales marroquíes: alfombras bereberes, lámparas, cerámicas y piezas decorativas locales que aportan carácter sin romper la estética moderna. El mobiliario exterior tiene un peso importante debido al buen clima y al uso intensivo de terrazas y jardines. La mayoría de compradores recurre a decoradores o interioristas, y en este segmento el precio no suele ser un factor limitante, primando la calidad y la personalización.

### 5.3. Espacios Corporativos

El sector de oficinas en Marruecos está impulsado por la creciente implantación de empresas internacionales, con Casablanca y Rabat como principales polos de servicios. En este contexto destaca Casablanca Finance City (CFC), que goza de un estatus especial con ventajas fiscales y exoneraciones y actúa como plataforma regional para África. A finales de 2024 reúne 222 empresas de 25 países, incluidas 44 financieras (21 holdings), 100 de servicios auxiliares, 74 de servicios técnicos y administrativos y 4 de negocios, configurando un ecosistema corporativo orientado a actividades de alto valor añadido y a la demanda de oficinas premium.



Además de CFC, el país cuenta con parques tecnológicos y un número creciente de espacios de coworking, impulsados por programas públicos de apoyo al emprendimiento, la digitalización y las startups, lo que está diversificando la oferta de espacios de trabajo y fomentando modelos más flexibles.

Junto a las multinacionales del sector terciario que se implantan en Casablanca y Rabat, grandes grupos de la automoción, aeronáutica y energía operan desde Tánger, Kénitra y Casablanca, combinando plantas productivas con oficinas administrativas. Esta dinámica genera una sólida demanda de espacios modernos y bien equipados.

En cuanto a las necesidades, existen diferencias claras: para las empresas locales, el precio y la durabilidad del mobiliario son factores prioritarios; las multinacionales extranjeras, en cambio, buscan calidad, ergonomía y resistencia, alineadas con sus estándares internacionales.

## 6. Análisis de la oferta

La capacidad de producción de materiales destinados al sector contract en Marruecos es algo limitada para satisfacer la demanda interna. En el caso del mobiliario, por ejemplo, se estima que únicamente alrededor del 20% de la oferta se fabrica localmente, lo que deja un amplio espacio cubierto por importaciones.

Esta restricción productiva responde, entre otros factores, a la persistencia de técnicas de fabricación poco avanzadas y a la insuficiente modernización del tejido industrial. La falta de inversión en tecnologías y procesos más eficientes frena la competitividad del sector y reduce su capacidad para responder a la demanda interna con estándares internacionales de calidad.

De acuerdo con el Ministerio de Industria, la modernización de las plantas de producción requeriría una inversión aproximada de 200 millones de dólares. Esta cifra refleja la magnitud del esfuerzo necesario para actualizar la maquinaria, incorporar sistemas productivos más avanzados y elevar el nivel tecnológico de las fábricas, elementos imprescindibles para fortalecer la oferta local y disminuir la dependencia exterior.

Algunos de los proveedores locales más importantes de mobiliarios para hoteles, residencias u oficinas son los siguientes:

### Kitea

Es una empresa marroquí fundada en 1993, dedicada a la distribución de mobiliario y decoración para el hogar, oficina y espacios domésticos; cuenta con más de 30 tiendas en todo el país.

### Trarem Afrique

Se dedica a la fabricación e importación de mobiliario, especialmente mobiliario metálico para oficinas, así como equipamiento interior para distintos tipos de espacios profesionales: call-centers, instituciones, etc.

### Interlux

Se dedica al mobiliario, interiorismo y agenciamiento de espacios. Sus principales áreas de actividad son:

- **Mobiliario residencial:** muebles de interior y exterior, decoración y ambientación para viviendas y villas.
- **Agenciamiento a medida:** cocinas, armarios, vestidores, soluciones de almacenamiento y carpintería personalizada para proyectos residenciales y comerciales.
- **Mobiliario y equipamiento profesional/contract:** oficinas, hoteles, restaurantes, espacios públicos, incluyendo diseño, suministro, instalación y gestión integral de proyectos.

### Dolidol

A nivel nacional, es el líder en la fabricación y comercialización de productos de cama y mobiliario de descanso. Colaboran con muchas empresas internacionales, entre ellas Pikolin.

Su actividad abarca varias líneas complementarias; entre ellas están las siguientes:

- Producción y comercialización de mobiliario de descanso: colchones, somieres, sofás y espuma de poliuretano, así como otros muebles tapizados y accesorios relacionados.
- Proyectos contract y hospitality: equipamiento integral para hoteles, residencias y alojamientos, incluyendo ropa de cama y mobiliario a medida, con capacidad de adaptación a proyectos de gran escala.

### Richbond Hospitality & Contract

Se trata de un filial del grupo marroquí Richbond Grupo y provee soluciones completas para el sector hospitality (Hoteles, riads, aparthoteles, residencias, etc.) incluyendo:

- Mobiliario de interior: camas, somieres, cabeceros, mesitas, armarios, sofás, sillones, mesas, muebles de almacenamiento, muebles de salón, etc.
- Textiles para hostelería: ropa de cama, ropa de baño, lencería, mantelería, toallas, decoración textil, etc.
- Equipamiento integral de espacios: tanto habitaciones individuales, como áreas comunes, zonas de restauración, salones, espacios contract.

### Eurolux

Es un proveedor de soluciones integrales: iluminación, mobiliario y equipamiento para hogares, oficinas y proyectos contract/residenciales. Trabajan en las siguientes áreas:

- Iluminación / Luminarios: Ofrecen luminarios decorativos, técnicos, para interior y exterior, domótica y aparellaje de iluminación.
- Mobiliario de oficina: Ofrece mobiliario para oficinas (puestos individuales, oficinas open-space, salas de reuniones, mobiliario de recepción, paneles de separación, almacenamiento, etc.), así como equipamiento para proyectos contract

## 7. Análisis de la competencia

Aunque Marruecos representa un mercado dinámico y en plena expansión para el canal contract, las empresas extranjeras, incluidas las españolas, deben prestar atención a una serie de desafíos estructurales y competitivos que podrían influir en su evolución a medio plazo.

La competencia internacional es cada vez más intensa. Diversas agencias y asociaciones sectoriales han identificado Marruecos como un mercado estratégico para el diseño, el mobiliario y los acabados, lo que ha incrementado la presencia de actores extranjeros. Un ejemplo es la feria Médinit, organizada anualmente en Casablanca, que reúne a destacadas empresas italianas del sector en un formato B2B dirigido a arquitectos, importadores y promotores locales.

Asimismo, las firmas francesas e italianas de diseño e interiorismo cuentan con una sólida implantación en el país, operando de forma permanente y manteniendo una amplia red de contactos con arquitectos, estudios locales y cadenas hoteleras. Esta situación puede dificultar la entrada de nuevos actores sin alianzas locales o sin referencias previas en el mercado marroquí.

El cliente marroquí de gama alta es cada vez más exigente y está bien informado. Valora la exclusividad, la calidad y el diseño diferenciador, pero también exige un alto nivel de servicio, plazos ajustados y seguimiento local. Una oferta sin propuesta de valor clara, sin adaptación estética o sin acompañamiento comercial puede pasar desapercibida, incluso si procede de un país cercano y con buena reputación como España.

Además de la competencia internacional, no hay que perder de vista a la nacional. Aunque no representa una gran amenaza por el momento, Marruecos cuenta con fábricas de mobiliario cuya capacidad productiva sigue siendo limitada en comparación con la de países como España, Italia o Francia, especialmente en términos de volumen, variedad y grado de especialización técnica.

A pesar de lo anterior, existe un ecosistema industrial en desarrollo: muchas empresas marroquíes combinan la fabricación propia con la importación de productos terminados que luego distribuyen en el mercado interno. Esta mezcla de producción local y actividad comercial les permite ampliar su catálogo y competir en segmentos donde aún no cuentan con suficiente capacidad productiva.

## 8. Barreras Arancelarias

Marruecos mantiene diversos acuerdos comerciales con numerosos países con el objetivo de facilitar los intercambios y dinamizar el comercio exterior. Sin embargo, la existencia de estos acuerdos no implica la eliminación total de las barreras comerciales; el país continúa aplicando determinados aranceles y medidas de protección para proteger a su producción nacional, especialmente en sectores donde aún no existe una capacidad industrial suficientemente desarrollada.

Gracias a los acuerdos firmados con la Unión Europea, muchos productos originarios de países comunitarios pueden importarse sin aranceles, siempre y cuando el importador presente un certificado de origen que demuestre que la mercancía cumple los requisitos de procedencia establecidos en el acuerdo. Esta ventaja contribuye a que numerosos proveedores europeos tengan una posición competitiva en el mercado marroquí.

En el ámbito del sector contract, una parte significativa de los materiales y bienes utilizados se importa principalmente desde Europa y China.

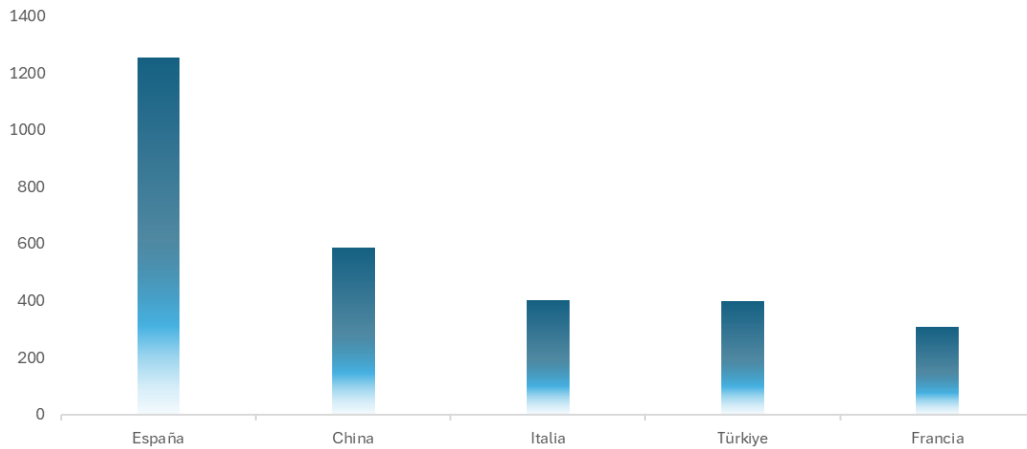
Los proveedores europeos destacan por la calidad de sus productos, la constancia en los estándares y la proximidad geográfica. Por otro lado, las importaciones procedentes de China registran una demanda elevada, debido a sus precios muy competitivos y a la amplia variedad de productos disponibles; sin embargo, a diferencia de los europeos, estas no se benefician de reducciones arancelarias.

A continuación, se puede observar los principales países de origen de determinados productos habitualmente utilizados en proyectos contract en Marruecos y las tasas arancelarias generales que les aplican (Como hemos dicho los productos europeos se encuentran en la mayor parte de casos exentos):

### **Muebles de Oficina**

A los bienes incluido en la partida arancelaria 940310 (muebles de metal para oficina), por norma general se les aplica una tasa del 30%, a lo que hay sumar un 0,25% en concepto de tasa parafiscal y el 20% del Iva para realizar el despacho de importación. En cuanto al valor de lo importado, los principales países de origen son España, seguida de China, Italia, Turquía...

### 940310 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



Fuente: [trademap.org](https://www.trademap.org)

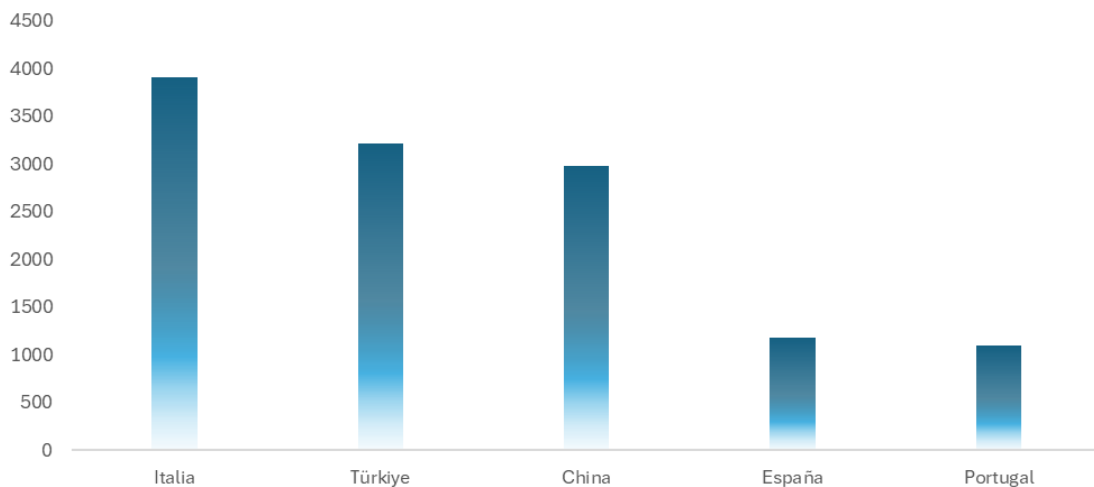
<b>Droit d'Importation ( DI ) : 30 %</b>
<b>Taxe Parafiscale à l'Importation ( TPI ) : 0,25 %</b>
<b>Taxe sur la Valeur Ajoutée à l'Import. ( TVA ) : 20 %</b>

Fuente: [douane.gov.ma](https://www.douane.gov.ma)

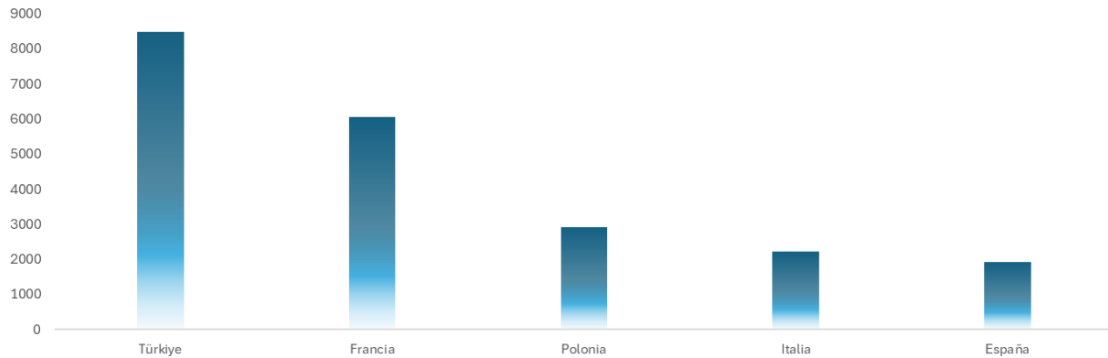
A diferencia de los anteriores, se aplicará una tasa interna extra del 6% a los mobiliarios fabricados de madera como los incluidos en la partida 9403.30 (muebles de madera para oficina) o 9403.50 (muebles de madera para dormitorio).

Si nos basamos en el valor de lo importado, los principales países de origen de los bienes incluidos en el **940330** son Italia, Turquía y China. En cuanto a los incluido en el **940350**, Turquía lidera la lista seguido de Francia y Polonia.

### 940330 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



940350 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



Fuente: [trademap.org](https://trademap.org)

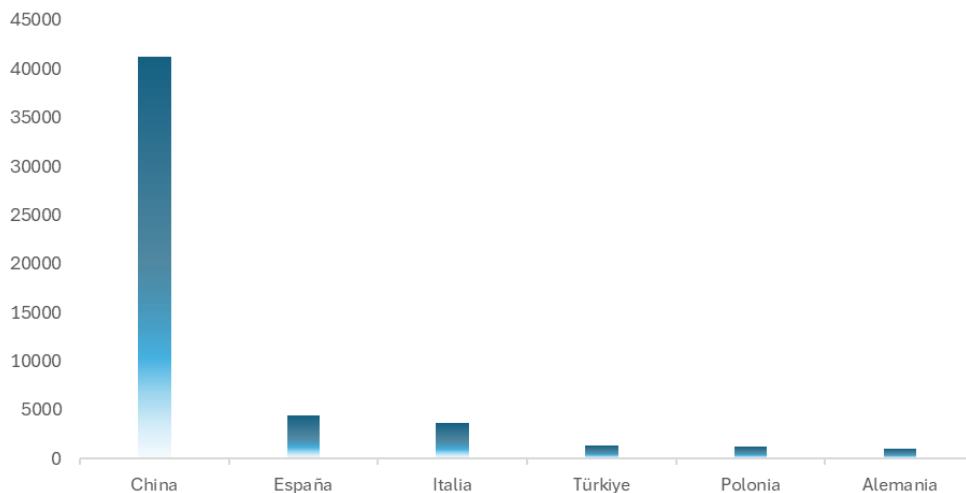
- Droit d'Importation (DI) : 30 %
- Taxe Parafiscale à l'Importation (TPI) : 0,25 %
- Taxe sur le Bois Importé (TBI) : 6 %
- Taxe sur la Valeur Ajoutée à l'Import. (TVA) : 20 %

Fuente: [douane.gov.ma](https://douane.gov.ma)

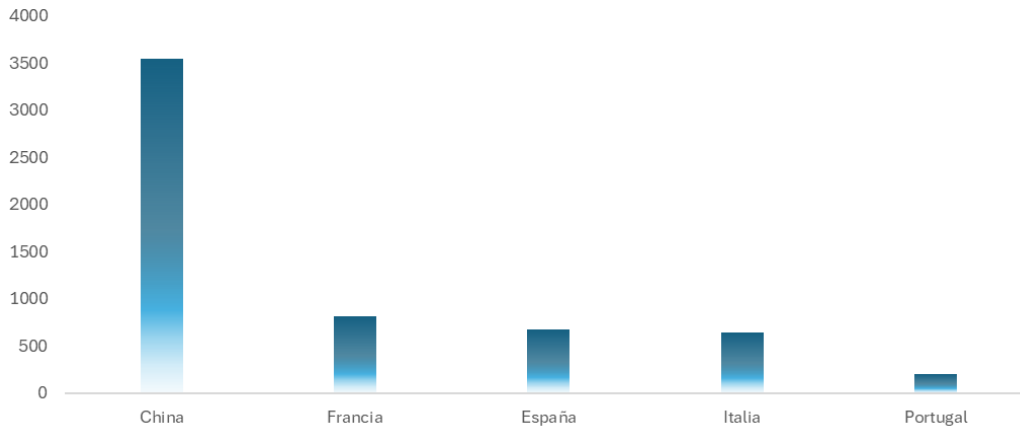
### Luminarias

En cuanto a las luminarias, para los productos incluidos en el 940511 (lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar al techo o a la pared...) o **940520** (lámparas eléctricas de cabecera, mesa, oficina o de pie), la tasa general aplicada es del 2,5% para los primeros y 30% para los segundos. En cuanto al origen de las mercancías, China es el principal país exportador seguido de España en el primer gráfico y de Francia en el segundo.

940511 VALOR IMPORTADO EN (MILES/USD) 2024



### 940520 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



Fuente: [trademap.org](https://trademap.org)

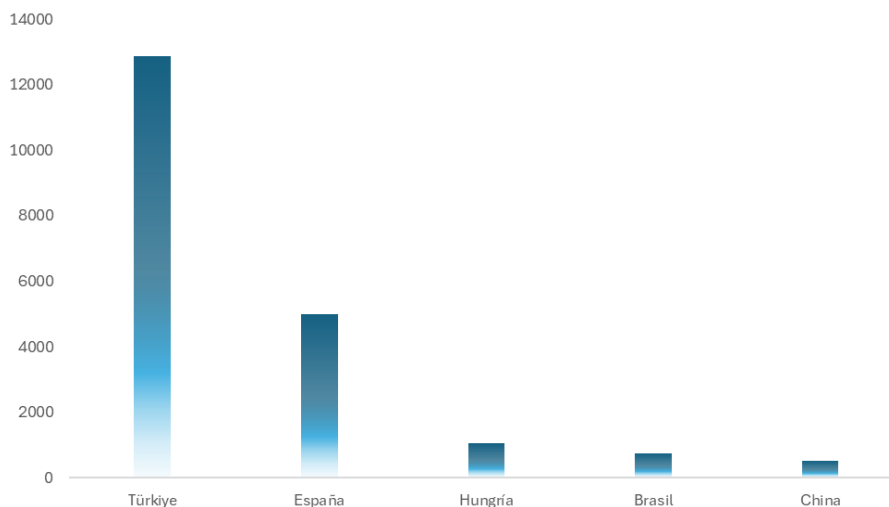
- Droit d'Importation ( DI ) : 2.5 %
- Taxe Parafiscale à l'Importation ( TPI ) : 0,25 %
- Taxe sur la Valeur Ajoutée à l'Import. ( TVA ) : 20 %

Fuente: [douane.gov.ma](https://douane.gov.ma)

### Tableros de fibra de madera

Los tableros de madera con un espesor inferior a 5 mm destinado a la decoración de interiores, entre otros usos, tienen una tasa genérica del 17,5%. De cara al despacho de importación además del 20% de IVA y las tasas parafiscales del 0,25%, hay que sumar una tasa del 12% más en concepto de importación de madera.

### 441112 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



Fuente: [trademap.org](https://trademap.org)

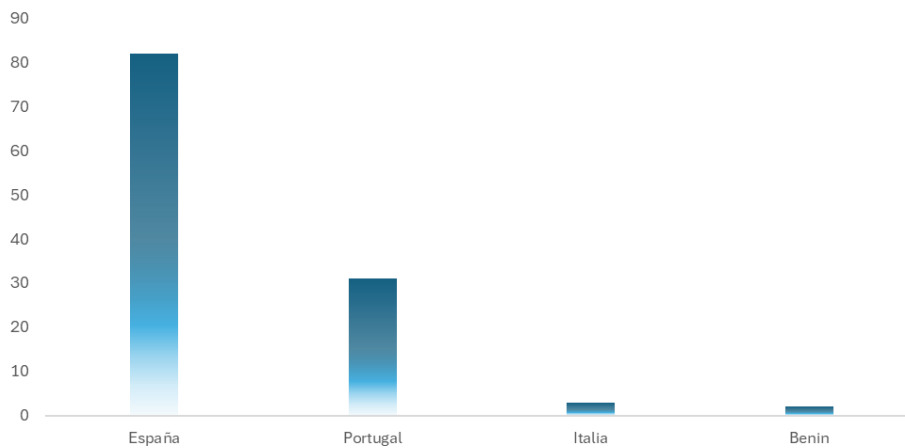
<b>Droit d'Importation ( DI ) : 17.5 %</b>
<b>Taxe Parafiscale à l'Importation ( TPI ) : 0,25 %</b>
<b>Taxe sur le Bois Importé ( TBI ) : 12 %</b>
<b>Taxe sur la Valeur Ajoutée à l'Import. ( TVA ) : 20 %</b>

Fuente:[douane.gov.ma](http://douane.gov.ma)

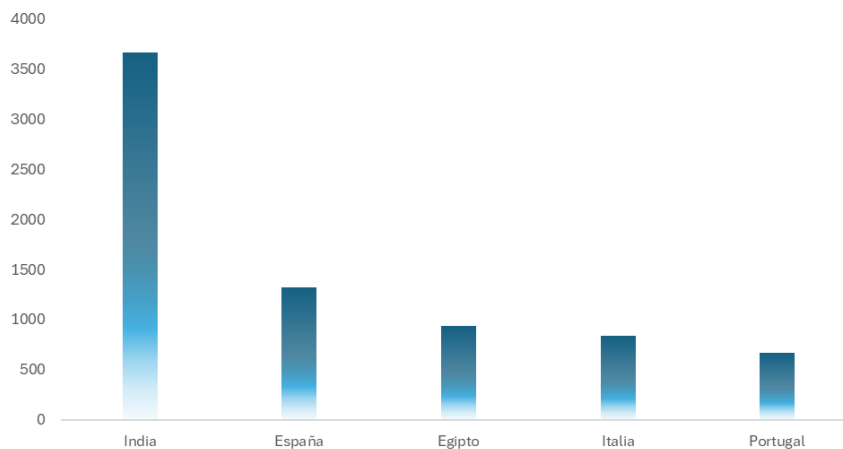
### Marmol y travertino / Granito

Las piedras de mármol o granito incluidas en las partidas **251520** (Marmol y travertinos cortados, en bloques o en placas) y **680223** (Granito y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa) cuentan con una tasa genérica del 30%. En el caso del primero, España lidera la lista en cuanto al valor importado y respecto al granito ocupa el segundo puesto superado por la India, según los datos obtenidos de TradeMap.

251520 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



680223 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)

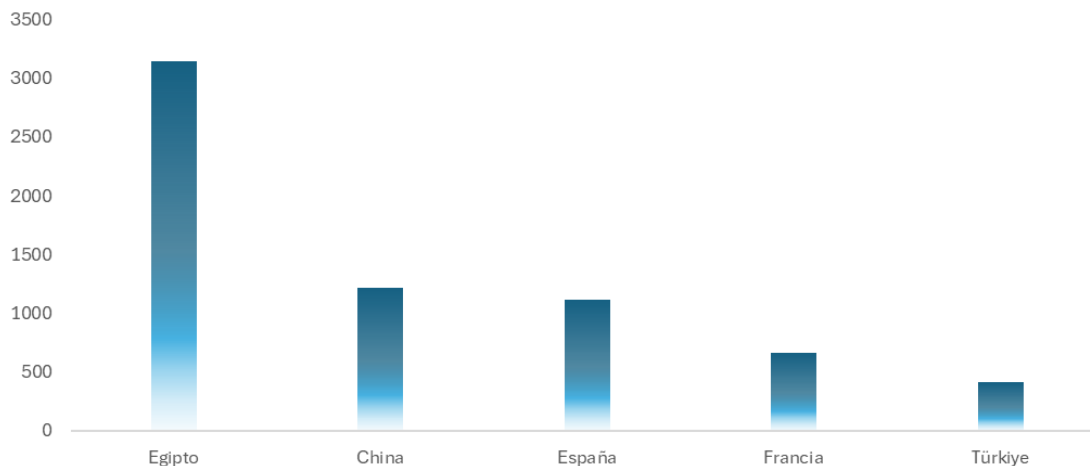


Fuente:[trademap.org](http://trademap.org)

## Textil

Al igual que la gran parte de los productos anteriores, los productos textiles incluidos en la partida **630100** (Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama y artículos similares de la partida 9404) también tienen una tasa genérica del 30%. Los principales países de origen según el valor importado en 2024 han sido Egipto, China y España.

### 630100 VALOR IMPORTADO EN 2024 (MILES DE USD)



Fuente: [trademap.org](https://trademap.org)

## 9. Canales de acceso

El acceso al mercado marroquí requiere en general de una estrategia bien estructurada basada en relaciones profesionales, presencia continuada y una comprensión profunda del ecosistema local. A diferencia de otros mercados más estandarizados, en Marruecos la toma de decisiones en proyectos de alto nivel depende en gran medida de los prescriptores claves, por lo que establecer vínculos sólidos con ellos es un punto de partida fundamental.

En lo que respecta al canal contract, uno de los canales de entrada más efectivos es la colaboración con estudios de arquitectura, diseñadores de interiores, promotores inmobiliarios y constructoras involucradas en proyectos de categoría media y alta, especialmente en los segmentos de hospitality, restauración, corporativo premium y retail de nivel medio-alto.

Estos profesionales influyen directamente en la selección de mobiliario, acabados, iluminación, revestimientos y equipamiento, por lo que su recomendación resulta decisiva para posicionar productos y soluciones dentro de proyectos llave en mano.

La cooperación con firmas consolidadas no solo permite acceder a proyectos locales, sino también a iniciativas respaldadas por grupos internacionales presentes en

Marruecos, que suelen aplicar estándares de calidad globales y buscan proveedores confiables capaces de cumplir plazos y especificaciones técnicas.

Otra vía de entrada interesante es la alianza con integradores, empresas de ejecución de proyectos (fit-out) y consultoras especializadas en contract.

Estos actores gestionan proyectos de gran escala y se encargan de coordinar las distintas fases: diseño, obra civil, instalación, suministro de mobiliario y equipamiento técnico. Para ellos, resulta clave trabajar con proveedores que ofrezcan:

- productos adaptados a normativas internacionales,
- flexibilidad en acabados y materiales,
- capacidad logística y postventa,
- fiabilidad en tiempos de entrega,
- calidad adecuada al nivel del proyecto.

Transmitir de forma clara el valor añadido del producto (durabilidad, diseño, certificaciones, posibilidad de personalización, sostenibilidad) es determinante para que integradores e instaladores lo incluyan dentro de sus propuestas globales.

Por último, dado que el mercado marroquí se basa en gran medida en la confianza y las relaciones personales, es imprescindible realizar visitas periódicas al país y participar activamente en eventos y encuentros sectoriales, que permiten establecer contactos directos con prescriptores, operadores y otros actores estratégicos. La presencia continuada refuerza la credibilidad de la empresa y facilita la apertura de nuevas oportunidades de negocio.

Estas estrategias pueden complementarse con muestras en showrooms, presentaciones adaptadas al mercado y materiales promocionales específicos, lo que ayuda a fortalecer la notoriedad de la marca y a consolidar su reputación en un entorno altamente competitivo, donde la calidad, la innovación y el servicio integral son factores decisivos para el éxito.

## 10. Gestores de Proyectos Contract

En Marruecos, los proyectos contract especialmente en hoteles, oficinas premium, retail y espacios corporativos se estructuran alrededor de varios actores clave que intervienen en fases distintas del proyecto y cuyos intereses y niveles de decisión conviene entender bien para operar eficazmente en el mercado.

### 10.1. Arquitectos y Estudios de Arquitectura

Son los responsables de definir el concepto global del proyecto, los planos, los materiales y la coherencia estética. En Marruecos, los arquitectos suelen tener una influencia significativa sobre la selección de proveedores, especialmente cuando el

proyecto requiere estándares internacionales. Suelen buscar fiabilidad, cumplimiento de plazos y solvencia técnica en los fabricantes. En proyectos de mayor tamaño, trabajan en colaboración con estudios internacionales, lo que eleva los requisitos en certificaciones y calidad.

Ejemplos de estudios de arquitectura que trabajan en proyectos contract:

- **Archigram:** Es un gabinete de arquitectura interior comercial fundado en 2012, especializado en el diseño y la creación de espacios a medida para sectores como retail, bienestar, restauración y eventos. Con una metodología propia y un ecosistema de entidades especializadas, ofrece un acompañamiento integral que abarca desde la estrategia creativa hasta la ejecución.
- **Studio YN:** Es una agencia de arquitectura con sede en Casablanca, fundada por Yasmine El Kasri y Nihad Berberović, que trabaja con un equipo multidisciplinar y una red de socios especializados.
- **Klarte:** Es una agencia de arquitectura de interiores con sede en el Triángulo de Oro de Casablanca, que combina un estudio de 300 m<sup>2</sup> con un showroom propio. Fundada por Zhor Jaidi —diseñadora formada en París y con trayectoria internacional en EE. UU. y Asia—, la firma desarrolla proyectos que abarcan grandes promociones inmobiliarias, aeropuertos, clínicas, clubes privados, oficinas, holdings, viviendas de alto nivel y otros espacios prestigiosos.

## 10.2. Decoradores e Interior Designers

Tienen un papel central en la elección de muebles, iluminación, textiles y accesorios decorativos, y suelen ser quienes concretan la propuesta estética final del espacio. Valoran especialmente la flexibilidad, la capacidad de customización y la adaptación a estilos híbridos (europeo + toques marroquíes). Suelen trabajar directamente con fabricantes para ajustes de diseño, por lo que son un interlocutor clave para cerrar especificaciones técnicas.

- **Primarios:** Es el fabricante de mobiliario de lujo más relevante de Marruecos, operando con un perfil bajo y sin presencia digital, pero con una trayectoria sólida en proyectos de alta exigencia. No actúa como decorador ni interiorista: su especialidad es la fabricación a medida para proyectos institucionales y premium, incluidos palacios reales, embajadas, hoteles de alta gama y oficinas de prestigio. Aunque controla internamente la producción principal, colabora con empresas locales y extranjeras para componentes específicos como tejidos, piezas singulares o mobiliario técnico, lo que le permite ejecutar soluciones totalmente personalizadas y de máxima calidad dentro del sector contract.

### 10.3. Empresas FF&E (Furniture, Fixtures & Equipment)

Son las más completas en el ecosistema contract. Actúan como integradores, gestionando desde la selección y compra del mobiliario hasta la instalación final. Suelen centralizar las importaciones, coordinar a los distintos proveedores y garantizar que el proyecto cumpla con los estándares técnicos y estéticos definidos por el cliente final. Para los fabricantes, son un canal prioritario porque aportan volumen, continuidad y una visión global del proyecto.

Ejemplos de empresas FF&E

- **HFS Partners:** Es una consultora hispano-marroquí con sede en Casablanca especializada en gestión y desarrollo hotelero, con más de 15 años de experiencia internacional y más de 100 proyectos realizados en cuatro continentes. La firma trabaja con entidades financieras, fondos de inversión y grupos hoteleros, ofreciendo servicios de diseño y gestión de proyectos, consultoría y reposicionamiento, revenue management y asset management. Cuenta con una sólida cartera de clientes que incluye referencias como Eurostars, Barceló, Marriott, Radisson, Rotana y Gulf Air.
- **Soluziona Group:** Es otra empresa hispano-marroquí, con sede en Casablanca, especializada en el diseño, equipamiento y acondicionamiento integral de espacios de trabajo. Ofrece soluciones completas que combinan marcas internacionales de mobiliario seleccionadas por su calidad, confort y diseño con servicios de asesoría, elección de materiales y ejecución de trabajos de segundo-obra.
- **Eximcom :** Es una empresa hispano-marroquí con sede en Casablanca, especializada en proyectos de arquitectura interior, fabricación y ejecución dentro del sector contract. En colaboración con la firma española Summum Wood, transforma los diseños y planos de estudios de arquitectura y decoración en soluciones reales, asumiendo la producción y el acondicionamiento de espacios comerciales, residenciales e institucionales. Su actividad se articula alrededor de servicios FF&E completos y personalizados.

## 11. Conclusión

Marruecos se ha convertido en un mercado especialmente atractivo para el canal contract, con un fuerte dinamismo en proyectos de lujo vinculados a hoteles, restaurantes y oficinas de alto nivel. Este crecimiento está impulsado por la modernización del sector hospitality, la expansión de infraestructuras corporativas y la preparación de grandes eventos internacionales como la Copa Africana de Naciones 2025 y el Mundial 2030. Aunque existen desafíos como la competencia internacional consolidada y la necesidad de un posicionamiento claro, el país ofrece un entorno en expansión, clientes sofisticados y proyectos de alto nivel. Las empresas que integren calidad, innovación, servicio integral y una estrategia local bien adaptada podrán consolidar su presencia y aprovechar plenamente el potencial del canal contract en el país.

En este contexto, varias empresas gallegas del sector contract han demostrado que Marruecos es un mercado con capacidad real para acoger proyectos de alto valor añadido y para consolidar implantaciones estables.

Un ejemplo destacado es [Martinez Otero](#), compañía especializada en transformar ideas de interiorismo en proyectos contract llave en mano para hoteles, retail, corporaciones e instituciones. Su desembarco en Marruecos marcó el inicio de una evolución muy relevante: tras varios años ejecutando proyectos en el país, la empresa ha consolidado su posición como una de las líderes del sector y cuenta incluso con una fábrica propia en Marruecos.

Otro caso significativo es el de [Migán](#), empresa gallega con amplia experiencia internacional en equipamiento de cocinas, comedores y espacios de restauración. La compañía anunció la realización del equipamiento completo de un nuevo hotel de lujo en Marrakech, un proyecto plenamente alineado con su estrategia de expansión global.

También el sector hotelero gallego ha encontrado oportunidades de crecimiento en el país. El grupo [Hotusa](#) avanza en su expansión en Marruecos con la apertura prevista de varios hoteles en Casablanca entre ellos el Eurostars Casa Anfa 4\*, el Eurostars Californie 4\* y el Exe Zerktouni 4\*, que sumarán más de doscientas habitaciones en uno de los principales centros de negocios del norte de África.

A nivel de inversión turística, Inveravante constituye otro caso de éxito representativo. La compañía ha desarrollado en Marruecos diversos complejos hoteleros de referencia internacional, como Hilton Tanger City Center Hotel & Residences, Hilton Garden Inn, Pestana Tanger City, Pestana Casablanca y Four Seasons Casablanca.

Para tener éxito en este entorno, las empresas deben adoptar un enfoque estratégico y plenamente alineado con la realidad local. La creación de relaciones sólidas con arquitectos, estudios de diseño, promotores y constructoras resulta esencial, lo que exige presencia regular en el país y un seguimiento constante de los proyectos. Contar

con socios locales o agentes comerciales facilita el acceso a oportunidades, la comprensión de las normativas y la adaptación a las preferencias del cliente marroquí, cada vez más exigente y atento a la calidad, la innovación y la diferenciación.

Entre los aspectos prácticos más relevantes para operar en Marruecos destacan:

- Realizar visitas periódicas y mantener una presencia constante, ya que la confianza y las relaciones personales son fundamentales en la cultura empresarial marroquí.
- Ofrecer soluciones integrales y personalizadas que combinan diseño, funcionalidad y sostenibilidad.
- Adaptar productos, formatos y presentaciones a los gustos y expectativas locales sin perder la identidad de marca.
- Gestionar con precisión plazos, logística y coordinación de proyectos, elementos críticos en el canal contract.
- Mantener flexibilidad comercial y capacidad de respuesta ágil, dado que los tiempos de decisión suelen ser más prolongados que en otros mercados.

## 12. Eventos del Sector



### MAROCOTEL

Es un salón internacional celebrado en Marruecos dedicado al equipamiento profesional para la hostelería, la restauración, el turismo y el bienestar. Reúne a fabricantes, distribuidores y profesionales del sector para presentar novedades, generar contactos comerciales y conocer tendencias en equipamiento y servicios para establecimientos hoteleros y de ocio. La próxima edición tendrá lugar en Casablanca del 1 al 4 de abril.



### MADESIGN Expo

Se trata de una feria dedicada al diseño de interiores, la decoración, el mobiliario, los textiles para el hogar, la iluminación y el equipamiento doméstico y de espacios interiores. El evento reúne a fabricantes, distribuidores, diseñadores, arquitectos y profesionales del sector interesados en mobiliario, decoración, revestimientos y tendencias de interiorismo.



### MOROCCO HOMETEX

Es un evento dedicado al textil para el hogar, decoración, muebles y productos relacionados con el equipamiento doméstico. Reúne a fabricantes, distribuidores, diseñadores, mayoristas y compradores del sector del hogar y el interiorismo. La próxima edición tendrá lugar en Casablanca del 1 al 5 de abril.



### SIB

Se trata de un evento del sector de la construcción celebrado de forma bienal. Reúne a fabricantes, distribuidores, empresas de construcción, arquitectos, promotores, proveedores de materiales y equipamiento, maquinaria, tecnologías para la edificación, decoración, climatización, fontanería, electricidad, etc. La próxima tendrá lugar del 26 al 29 de noviembre en El Jadida.

## 13. Bibliografía

[https://www.kenresearch.com/morocco-furniture-interiors-market?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.kenresearch.com/morocco-furniture-interiors-market?utm_source=chatgpt.com)

<https://www.worldbank.org/en/country/morocco/overview?utm>

[https://www.oecd.org/en/publications/2024/09/oecd-economic-surveys-morocco-2024\\_d4786047.html?utm](https://www.oecd.org/en/publications/2024/09/oecd-economic-surveys-morocco-2024_d4786047.html?utm)

<https://www.morocroworldnews.com/2025/03/188086/world-bank-morocco-economic-growth-set-to-reach-3-6-in-2025/?utm>

<https://www.atalayar.com/articulo/economia-y-empresas/marruecos-espera-que-crecimiento-economico-mejore-46-2025/20240726190000203389.html?utm>

<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2025/03/26/strategic-and-targeted-reforms-can-strengthen-morocco-s-business-landscape-report?utm>

<https://mtaess.gov.ma/fr/>

<https://smit.gov.ma/>

<https://agence-immobiliere-agadir.ma/>

<https://architectesmaroc.ma/>

<https://fnbtp.ma/>

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-morocco>

[https://agenz.ma/es/acheter/guide/achat-de-villas-de-luxe-au-maroc-une-tendance-en-pleine-croissance?utm\\_source](https://agenz.ma/es/acheter/guide/achat-de-villas-de-luxe-au-maroc-une-tendance-en-pleine-croissance?utm_source)

<https://www.futurehospitality.com/africa/content-library/hotel-chain-development-pipelines-in-africa-2024?utm>

<https://www.worldbank.org/en/businessready/economy/morocco>

<https://ambitcluster.org/es/actualidad/noticias/3244-42-empresas-socias-de-ambit-exploran-el-mercado-contract-de-marruecos-en-un-nuevo-meet-share>