



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado de alimentación y bebidas en Malta Septiembre 2016

Este estudio ha sido realizado por  
Beatriz Romero Mora, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Roma

## EL MERCADO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN MALTA

El mercado de alimentación y bebidas en Malta se caracteriza por una **demand**a potencial limitada, debido al reducido tamaño de su población, la cual no supera los 434.403 habitantes. No obstante, existen diversos factores estadísticos, publicados por el Instituto Nacional de Estadística de Malta (NSO), que fomentan el atractivo del sector para los exportadores, y los cuales se resumen a continuación:

- La industria alimentaria desarrolla un papel fundamental en el mercado maltés, especialmente si se tiene en cuenta que la isla recibe más de un millón y medio de turistas al año, los cuales realizan un gasto total de, aproximadamente, €1.643,9 millones. El mercado alimentario total anual de Malta factura más de 600 millones de euros al año.
- La producción nacional de alimentos y bebidas en Malta apenas cubre el 20% de las necesidades reales del país. Así, la agricultura y la pesca han supuesto, en 2015, tan sólo el 1,4% del Producto Interior Bruto. Ello se debe a los serios problemas de suministro y de acceso al agua, que influyen decisivamente en el sector primario, permitiendo un cultivo muy limitado y una producción de carne y leche insuficiente para abastecer a la población.
- En los últimos cinco años, se ha importado entre el 65 y el 75% de los alimentos que se han consumido en Malta al año. Así, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2015 alcanzó los €522.231.377, ocupando España el cuarto puesto en el ranking de países proveedores, con un 7% sobre el total (€27.145 millones).
- Las partidas que dominaron la importación, dentro del sector de alimentos y bebidas, fueron “Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería”, las cuales representaron el 11,5% del total, seguida de “Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre”, con el 11,4%, y en tercer lugar, “Carne y despojos comestibles” la cual representó el 10,2% de las importaciones. Se observa como el comercio del vino español, a pesar de ocupar un sexto puesto en términos de importación, no resulta significativo, representando solo el 3,6% del total (€570.636).
- Las exportaciones agroalimentarias de Malta alcanzaron en 2015 los €241.492.096, destacando la partida de “Pescados y crustáceos”, la cual aglutina el 49,1% del total de las exportaciones del sector.
- En los últimos años, el gasto en alimentación, por parte de los hogares malteses, se ha situado en torno al 11% del gasto privado total de los consumidores finales en el mercado local.

Por el lado de la **oferta**, el sector de la alimentación y bebidas en Malta se encuentra claramente dominado por empresas de propiedad 100% maltesa. Así, el 80% de las compañías que operan en el sector pertenecen a socios malteses, mientras que el 20% restante son propiedad de capital extranjero. Cabe señalar que, únicamente un 35% de las empresas han logrado implementar una estrategia satisfactoria de internacionalización, por lo que se puede afirmar que el sector se encuentra en fase de crecimiento.

En cuanto al modelo de **distribución** maltés, éste se caracteriza por la existencia de numerosos pequeños comercios, muchas veces de origen familiar. Se trata de una red densa de pequeños negocios y de vendedores ambulantes. Las figuras del importador, exportador y mayorista están representadas por empresas individuales que, gracias a las cortas distancias, efectúan la totalidad de las operaciones logísticas, encargándose de la importación y la distribución.

## EL MERCADO DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN MALTA

Las **relaciones bilaterales** con España en el sector de alimentación y bebidas se han intensificado en los últimos años. Así, en 2015 las importaciones españolas se cifraron en €9.488.716, lo que supone un aumento del 60,3% con respecto a 2014. Se mantiene, por tanto, la tendencia ascendente que caracteriza a las importaciones agroalimentarias desde la isla, poniéndose de manifiesto la relevancia del presente estudio de mercado.

Cabe señalar que Italia, beneficiándose de la cercanía física del país, aglutina la mayor parte de las importaciones agroalimentarias de Malta. La contención de los costes logísticos, les permite repercutir el ahorro sobre el precio final, y obtener así una ventaja competitiva.

Por el lado de las **exportaciones** en el año 2015 se cifraron en €31.077.134, un 8,3% superior que la cifra de 2014. Al igual que las importaciones, las exportaciones mantienen un ritmo de crecimiento constante. En cuanto al ranking de productos, ocupa el primer puesto las exportaciones de “Carne y despojos” abarcando el 18,3% del total de exportaciones del sector, a continuación, “Pescados, crustáceos y moluscos” con un 14,2% y, en tercer puesto, “Frutas y frutos secos” los cuales representaron el 12,2%.

Tomando en consideración las conclusiones expuestas, se puede afirmar que, a pesar del reducido tamaño del mercado agroalimentario, la dependencia de las importaciones para el abastecimiento de la población facilita la existencia de diversas posibilidades de inversión. Ya que, los costes de transporte y distribución, para las empresas españolas, pueden ser elevados en comparación con la rentabilidad alcanzable, se aconseja abordar el mercado maltés con productos que aporten un valor añadido reseñable, y que permitan obtener un mayor margen de beneficio.