



# **El mercado de la confección textil y el calzado en Malta**

## **Diciembre de 2015**

Este estudio ha sido realizado por  
María Díaz Díaz, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Roma

## EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN TEXTIL Y EL CALZADO EN MALTA

El sector de la confección textil y del calzado ha sido tradicionalmente uno de los más relevantes para la economía maltesa, si bien la producción local no ha logrado abastecer a todo el país. En los últimos años la industria ha ido perdiendo peso y han aumentado las importaciones.

En el presente estudio se analizan los capítulos arancelarios comprendidos entre el 50 y el 67, ya que se estudian tanto las **materias textiles** como las **prendas** fabricadas con ellas.

Por otra parte, también se examina el mercado del **calzado** y de ciertos complementos como sombreros y paraguas.

En lo que respecta a la oferta, está condicionada por el **reducido tamaño del país**, que abarca una superficie de 316 km<sup>2</sup> y cuya población no alcanza el medio millón de habitantes. Si bien el sector de la confección textil y el calzado ha sido tradicionalmente uno de los más importantes para la economía maltesa, no ha logrado nunca satisfacer la demanda local.

Por otra parte, en los últimos años la industria ha perdido fuerza y en el mercado de la confección textil y el calzado de Malta se han incrementado las **importaciones**. Paralelamente, ha ido aumentando paulatinamente la presencia de marcas extranjeras que se han establecido en el país y, en la actualidad, la mayor parte del mercado está copada por productos de importación.

Cabe destacar el descenso del número de empleados en el sector, que en los últimos cinco años ha disminuido en un 11% para la fabricación de textiles y en un 10% para la confección de prendas. Se observa una gran caída de la facturación tanto para la fabricación de textiles como para la confección de prendas y tanto para el mercado nacional maltés como para las exportaciones al resto de países.

Como sucede en el resto de sectores, también en confección textil y calzado la economía maltesa es muy abierta. La gran mayoría de los productos proceden de intercambios con el exterior, principalmente de otros países de la Unión Europea.

Al analizar la **balanza comercial** maltesa para el sector confección textil y calzado con todos los países, se concluye que es **muy deficitaria**, con periodos con tasas de cobertura muy bajas. En algunos meses analizados la tasa de cobertura se sitúa incluso por debajo del 30% (principalmente en los meses de verano).

En cuanto a las **relaciones bilaterales** del sector con España, la balanza comercial es negativa para Malta. Los principales productos que han comprado a España en los primeros meses de 2015 han sido pantalones, camisas y chaquetas para hombre o niño. España es el cuarto proveedor de Malta, por detrás de Reino Unido, Italia y China.

En lo que respecta a la **demanda**, el mercado de confección textil y calzado maltés presenta unos datos muy positivos en cuanto a **crecimiento**. Entre los años 2013 y 2014 el consumo se incrementó en un 13% y en los seis primeros meses de 2015 ha aumentado un 10,9% en comparación con el mismo periodo de 2014.

Los datos son positivos tanto para confección como para calzado, si bien entre 2013 y 2014 la demanda creció un 12,5% para confección y un 13,9% para calzado.

## EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN TEXTIL Y EL CALZADO EN MALTA

En el momento de establecer los **precios** se debe tener en cuenta que son ligeramente superiores a la media de los precios de confección textil y calzado en España. En 2014 la inflación del sector fue del 2,5%, aunque en los primeros diez meses de 2015 los precios presentan tendencia a la disminución.

Ya hay **empresas españolas** del sector establecidas en Malta y gozan de buena aceptación. Mango lleva más de veinte años en el mercado y sus productos son muy demandados. El grupo Big Bon es el aliado del grupo Inditex en su expansión por Malta y ha llevado al país la mayoría de marcas de Inditex, como Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear... El mismo grupo Big Bon también introdujo en 2011 en Malta a la firma de moda nupcial Pronovias.

De los **canales de distribución** cabe mencionar que la fórmula de centro comercial ha vivido una expansión en los últimos años frente a las tiendas situadas en las zonas centrales de las ciudades. Malta es un destino muy turístico y muchos de sus visitantes aprovechan para realizar compras durante su estancia. Además, se trata de un país muy bien comunicado con buenas infraestructuras portuarias.

Es importante tener en cuenta el canal de venta online, que ha experimentado un gran desarrollo en los últimos años. En 2014 el 73% de la población maltesa tenía acceso a Internet y el 39% realizó compras a través de comercio electrónico. Además, se espera que este canal de distribución siga creciendo en los próximos años.

Las barreras comerciales han desaparecido progresivamente tras la incorporación de Malta a la **Unión Europea** en 2004 y adoptó el euro en 2008.

Las perspectivas de la economía maltesa son positivas y se prevé que registre crecimientos en los próximos años.

Por tanto, se concluye que aunque el mercado maltés sea de tamaño reducido, puede ser **interesante** abordarlo debido a las posibilidades que ofrece y a la dependencia del país de las importaciones para satisfacer la demanda local.