

Moda en Australia

A. CIFRAS CLAVE

El sector de la moda en Australia está en constante evolución, impulsado por un crecimiento poblacional del 1,9% en el último año. A pesar de la contracción del PIB en 2020 debido a la pandemia de Covid-19, la economía australiana registró un crecimiento del 2,1% en 2023 y se espera un aumento del 1,5% en 2024.

Según el Instituto Australiano de Estadística, las ventas en el comercio minorista de ropa, calzado y accesorios personales ascendieron a 35.665,9 millones de dólares australianos en 2023, equivalente a unos 21.900 millones de euros. Esto representa un aumento del 3% con respecto a 2022 y un notable incremento del 29% en comparación con 2021.

En términos de comercio exterior, el total de las importaciones desde Australia de productos de moda han experimentado una disminución del 15,2% en el último año, mientras que las exportaciones han mostrado un crecimiento del 3,4% en el último año. No obstante, esta caída se debe a que el año 2022 registró cifras récord, y la tendencia de los últimos cinco años sigue siendo positiva. De hecho, en 2023, las importaciones habían crecido un 18% en comparación con 2019.

En cuanto a las relaciones comerciales con España, se destaca una reducción significativa de las importaciones tanto en el último año (-53,2%) como en los últimos cinco años (-46,6%).



	2022	2023	Variación 22/23
Población¹	26.312.201	26.821.557	1,9%
PIB (precios corrientes)²	1,72 billones USD	1,74 billones USD	1% (2,1% en términos reales)
Ventas (comercio minorista)³	34.687,6 millones de AUD	35.665,9 millones AUD	3%
Total, importaciones Australia⁴	10.214 millones EUR	8.665 millones EUR	-15,2%
Exportaciones de España a Australia⁵	58,11 millones EUR	27,14 millones EUR	-53,3%

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector de la moda abarca una amplia variedad de productos, desde prendas de punto hasta tejidos para ropa masculina, femenina e infantil, cada uno identificado con su correspondiente código TARIC. A continuación, se presentan los principales códigos analizados en este estudio.

Capítulo	Descripción
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos
65	Sombreros, demás tocados y sus partes

B.2. Tamaño del mercado

Al analizar el tamaño de la industria de la moda en Australia, es importante diferenciar entre el comercio minorista (*retail*) y el comercio mayorista. Según datos de IBIS World 2023, los ingresos relacionados con el comercio minorista en el ejercicio fiscal 2023-24 fueron de **23.200 millones** de dólares australianos, mientras que los ingresos por comercio mayorista alcanzaron previsiblemente los **6.900 millones** de dólares australianos (IBIS World, 2023)

En comparación con el periodo anterior, el comercio minorista de moda en Australia muestra un notable **crecimiento del 15,5%** en la cifra de ingresos. Este aumento puede explicarse debido a la recuperación de la pandemia, lo que ha desencadenado en un mayor consumo por parte de los australianos. En contraste, los ingresos en el comercio

¹ Instituto Australiano de Estadística (Australian Bureau of Statistics). "National, state and territory population".

² Fondo Monetario Internacional

³ Instituto Australiano de Estadística (Australian Bureau of Statistics). "Retail Trade: Monthly and Quarterly Estimates of Turnover and Volumes for Retail Businesses, Including Store and Online Sales. Clothing, Footwear and Personal Accessory Retailing".

⁴ Trademap.

⁵ Datacomex, Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. Datos provisionales.



mayorista experimentaron una **caída del 2,7%**, lo que puede reflejar desafíos en las cadenas de suministro, cambios en la demanda o una mayor competencia de empresas internacionales.

El comercio mayorista de moda australiana emplea a alrededor de **14.613 personas**, lo cual es significativo pero menor, en comparación con el comercio minorista, que da trabajo a más de **120.000 personas**. Por otro lado, Australia cuenta con **16.326** empresas centradas en comercio minorista, frente a las **2.487** cuya actividad se agrupa en comercio al por mayor.

B.3. Principales actores

La industria minorista de prendas de vestir y complementos no está dominada por empresas con cuotas de mercado elevadas. Más bien, se compone de segmentos de productos variados y diversificados, lo que limita las oportunidades para que los minoristas puedan destacar sin asumir costes considerables. Algunos grupos empresariales destacables son:

- **Cotton On Group**, Creada en 2007, están centrados en cliente joven ofreciendo un precio bajo y una gama de producto amplia. Tienen una cuota de mercado del 4,2%.
- **Premier Investments**. Con una cuota del 4,2% operan con siete marcas dentro del mercado australiano: Just Jeans, Peter Alexander, Jacqui E, Jay Jays, Portmans, Dotti y Smiggle.
- **Country Road**. Tienen la propiedad de varias marcas alrededor de Australia, Nueva Zelanda, Hong Kong, Singapur y Sudáfrica, entre las que se incluyen Witchery, Trenery, Mimco y Politic. En Australia su cuota de mercado es del 4,1%.

De la misma forma, en el caso del comercio mayorista de ropa, no hay excesivas empresas que dominen por encima del resto. Los mayoristas suelen ofrecer productos similares y usar estrategias de descuentos parecidas, lo que dificulta que una sola empresa pueda controlar el mercado. Sin embargo, existen dos empresas destacables:

- **Sunshine A Pty Ltd**, con una cuota del 4%, es filial del grupo PHV Corp. La empresa, con sede en Nueva Gales del Sur distribuye marcas como Calvin Klein, Tommy Hilfiger y Pierre Cardin bajo el nombre social PVH Brands Australia Pty Ltd.
- **Brand Collective**. Su sede se encuentra en Melbourne, y distribuyen marcas de renombre como Black Pepper, Superdry, Everlast y Reebok. Cuentan con una cuota de mercado del 3%.

Detallando por segmentos, en el mercado de la **moda femenina** en Australia, las siguientes compañías destacaron por su cuota de mercado en 2023: Premier Investments Ltd lidera con un 6,9%; Cotton On Clothing Pty Ltd con un 4,1%; Noni B Ltd con un 3,5%; Hanes Australasia Ltd con un 3,3%; lululemon athletica Australia Pty Ltd con un 3,0%; y Group Zara Australia Pty Ltd con un 2,4%.

En este mismo periodo, la categoría de ropa interior femenina sobresalió como la más dinámica, experimentando un aumento del 4% en las ventas al por menor, alcanzando un valor de 1.200 millones de dólares australianos.

Por otra parte, en 2023, el mercado de la **moda masculina** estaba liderado por Retail Apparel Group Pty Ltd, que posee un 5,6% de la cuota de mercado, seguido por Premier Investments Ltd con un 3,7% y Cotton On Clothing Pty Ltd con un 3,1%.

La demanda de prendas más elegantes o de *smart dressing* en moda masculina ha experimentado un notable aumento durante este periodo. Este crecimiento se reflejó claramente en el incremento de la demanda reportada por la reconocida tienda por departamentos David Jones en esta línea de productos.

La ropa interior masculina fue la categoría con mejor rendimiento en 2023, con ventas de valor al por menor que aumentaron un 5% en términos actuales, alcanzando los 663 millones de dólares australianos.

Según los datos recopilados entre 2018 y 2023 sobre las ventas de **accesorios de moda**, se observa una tendencia general a la baja en el volumen de unidades vendidas. En total, las ventas de accesorios de moda disminuyeron de aproximadamente 38,3 millones de unidades en 2018 a alrededor de 32,1 millones de unidades en 2023.

En 2023, en el mercado de accesorios de moda en Australia, destacan Country Road Ltd, Hugo Boss AG, Gucci Australia y Nike, cada una con una sólida cuota de mercado situada alrededor del 3%.

B.4. Comercio exterior

Australia destaca por ser un país con una balanza comercial superavitaria. Sin embargo, en el sector de la moda australiana las importaciones superan notablemente a las exportaciones. En el año 2023, según datos de Trademap, el valor de las exportaciones australianas de productos de moda ascendió a 525.051 euros, mientras que las importaciones fueron de 8,66 miles de millones de euros.

Los principales socios comerciales de Australia son China, Bangladesh, Vietnam, India e Indonesia. A pesar de la excelente imagen y reputación de los productos españoles, España se sitúa en la posición número 47 en términos de importaciones desde Australia. En el año 2023, esta cifra fue de algo más de cuatro millones de euros.

IMPORTACIONES AUSTRALIANAS DE MODA POR PAÍS

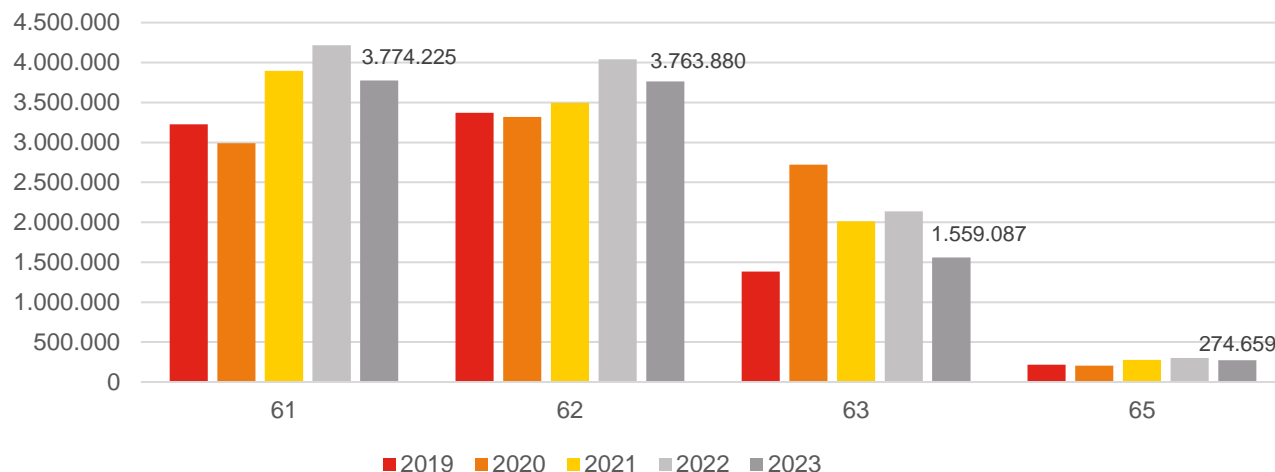
Cifras en miles de euros

	País Exportador	2019	2020	2021	2022	2023	Var 22/23
1º	China	4.656.759	5.646.062	5.150.580	6.286.807	5.176.449	- 17,66%
2º	Bangladesh	659.622	608.777	730.021	930.871	821.150	- 11,79%
3º	Vietnam	294.439	300.830	381.702	553.706	551.747	- 0,35%
4º	India	333.270	296.593	407.123	524.233	465.087	- 11,28%
5º	Indonesia	201.104	183.894	218.756	263.398	239.815	- 8,95%
6º	Italia	136.745	118.322	141.654	190.297	191.940	0,86%
7º	Pakistán	119.866	114.620	146.001	183.424	161.763	- 11,81%
8º	Camboya	105.576	85.864	98.068	138.325	141.923	2,60%
9º	Sri Lanka	78.284	64.119	91.820	115.282	95.291	- 17,34%
10º	Turquía	65.444	53.682	72.209	94.462	91.432	- 3,21%
47º	España	5.223	3.878	3.829	4.006	4.042	- 0,9%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Trademap 2024.

IMPORTACIONES AUSTRALIANAS DE MODA POR PRODUCTO

Evolución de los últimos 5 años del TARIC 61,62,63 y 65. Cifras en miles de euros.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Trademap 2024.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Gracias a las oportunidades que ofrece el mercado australiano, son varias las empresas que, a pesar de la distancia que separa a ambos países, han decidido expandir su actividad en Australia. En el país, destacan compañías españolas de renombre internacional, incluyendo a **Inditex**, que cuenta con representación de marcas como Zara, a través de su red de tiendas físicas y su tienda online, así como Bershka y Pull&Bear, disponibles en la plataforma de comercio electrónico The Iconic. Otras marcas reconocidas como **Loewe**, **Mango**, **Desigual**, **Mr. Boho** y **Adolfo Domínguez** también tienen presencia en Australia.

Los productos europeos, y en particular los españoles, son vistos como sinónimos de **alta calidad, creatividad y estilo**. Las empresas de moda españolas pueden ver en Australia una oportunidad para expandir su presencia global y llegar a nuevos clientes, siempre y cuando desarrollen estrategias de posicionamiento e inviertan adecuadamente en acciones de comunicación para competir con el gran número de compañías ya presentes en el mercado.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Australia es un mercado dinámico y multicultural que favorece la presencia de marcas internacionales europeas, asiáticas, norteamericanas y de otras partes del mundo, así como de diseñadores y empresas locales como Zimmermann, Camilla, Aje y Carla Zampatti. Aunque estos diseñadores son reconocidos en Australia, algunas de sus líneas de productos se fabrican en terceros países debido a la limitada producción local en prácticamente todos los segmentos de la industria de la moda.

El sector de la moda en Australia se encuentra en una fase madura de su ciclo de vida, intensificando la competencia entre las empresas. Aunque las barreras de entrada no son significativas, la amenaza de productos sustitutivos es alta, lo que presenta un desafío constante para diferenciarse. Sin embargo, el poder de negociación de los compradores es moderado y el de los distribuidores es bajo.



Según [The Australian Institute](#), los australianos se han convertido en los primeros compradores per cápita de textiles en el mundo, adquiriendo en promedio 56 productos al año a un precio medio de 13 dólares australianos. El consumidor es diverso, caracterizado por un contraste notable entre aquellos que prefieren adquirir productos a bajo coste y quienes buscan invertir en fondos de armario, piezas duraderas y atemporales. Existe, por tanto, una combinación de demanda por moda accesible y una creciente preferencia por artículos que ofrezcan una buena relación calidad-precio.

Las empresas españolas pueden capitalizar estas condiciones mediante propuestas innovadoras y una sólida identidad de marca que conecte con el consumidor medio australiano. Esto implica enfocarse en materiales de alta calidad, procesos de fabricación cuidados y aprovechar la creciente preferencia por productos duraderos que reduzcan el impacto del *fast fashion*, una tendencia cada vez más relevante en los últimos años.

Para poder abordar el mercado australiano de forma exitosa es importante seguir ciertas estrategias clave:

- **Alineación con las tendencias del mercado.** Producir artículos de moda que sigan las preferencias y tendencias actuales es vital para poder abordar el mercado australiano con éxito. Este artículo de [Vogue Australia](#) define algunas de las tendencias clave para invierno 2024, entre las que se incluyen: tonos granates o borgoña, chaquetas tipo *bomber*, medias en todas sus variedades y enfoque en comodidad a través de zapatillas.
- **Posicionamiento en el mercado.** Es importante definir una identidad de marca y posición de mercado que se diferencien de la competencia y que permitan destacar sobre el resto; bien a través de diseño, ethos de la compañía, y una propuesta de valor única que resuene con los consumidores.
- **Ubicación estratégica y enfoque omnicanal.** Australia cuenta con una población reducida y concentrada en escasos núcleos urbanos. La selección estratégica de puntos de venta en las principales ciudades es crucial. Además, es fundamental adoptar un enfoque omnicanal, que incluya tanto la presencia física en ubicaciones de alto tráfico como centros comerciales y áreas reconocidas por ser puntos neurálgicos de la moda, como Alexandria en Sídney y otros distritos concurridos, así como una sólida presencia en línea para alcanzar a los consumidores en todo el país.
- Personalización de la **experiencia del consumidor**, en respuesta a la creciente preferencia de los clientes por experiencias adaptadas a sus hábitos de compra, tanto en entornos físicos como virtuales.
- **Control de inventario.** Una sólida gestión del stock puede ayudar a minimizar costes y optimizar la rotación. Esto es especialmente crucial en el caso de países como Australia, donde las estaciones son inversas a las de Europa, requiriendo ajustes estratégicos para satisfacer las demandas estacionales locales.

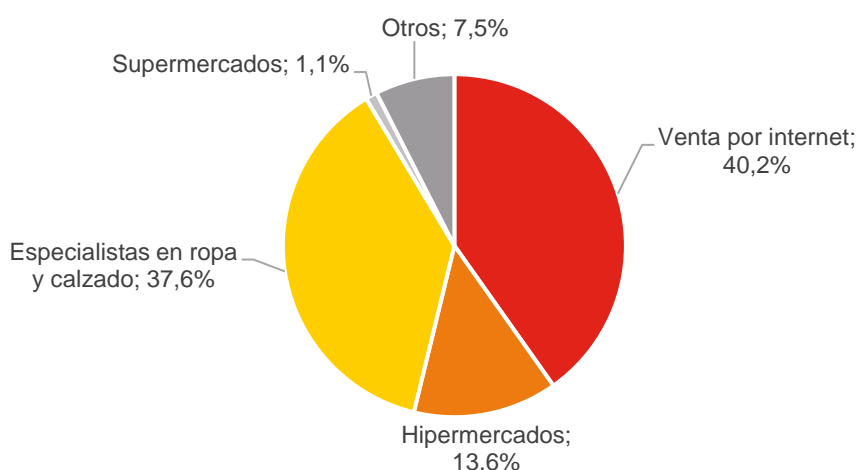
E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

En 2023, según datos de Euromonitor, el 59,8% de las ventas de productos de moda se realizaron a través de canales físicos. El 77,79% de estas ventas se efectuaron en canales no relacionados directamente con grandes superficies, siendo las tiendas especializadas de moda el principal canal. Por otro lado, el 22,21% de las ventas en canales offline se llevó a cabo en grandes almacenes, como supermercados e hipermercados.

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN AUSTRALIA

Año 2023



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor 2024.

Por otro lado, las marcas españolas pueden acceder al mercado australiano de manera más sencilla a través de grandes almacenes *-department stores-*, en lugar de abrir sus propias tiendas con el consecuente coste asociado, y acceder al consumidor final a través de sus tiendas físicas y sus plataformas de comercio electrónico. Entre las más destacadas en este canal se encuentran:

- **[Wesfarmers](#)**, con una cuota del 50,4% en el segmento de grandes almacenes. Son propietarios de Kmart y Target, entre otras grandes empresas.
- **[Woolworths Group](#)**, es uno de los principales minoristas del país, con una cuota del 22,9%.
- **[Myer Holdings](#)**, con alrededor de 60 centros en todo el país, vende productos en las categorías de moda, belleza, artículos del hogar y juguetes, y tiene una cuota del 12,8%.
- **[David Jones](#)**, que comercializa marcas locales e internacionales de moda, cosmética, muebles y artículos del hogar, con una cuota de mercado del 10,2%.

Asimismo, en el comercio electrónico, destaca significativamente **[The Iconic](#)**. Según datos de **[IBIS World 2024](#)**, The Iconic tiene una cuota de mercado del 14,2% en la venta de moda femenina y del 11% en moda masculina. A diferencia de las otras empresas mencionadas, que también operan en este canal, The Iconic se dedica exclusivamente a la venta *online*.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

En Australia, los tipos arancelarios aplicables se encuentran en la **[Customs Tariff Act de 1995](#)**. Las partidas de estudio tienen un arancel del 5% del valor FOB.



Por otro lado, en Australia, el tipo general de IVA, conocido como Goods and Services Tax (GST), es del 10% y se aplica a la mayoría de los bienes y servicios, entre los que se incluyen los productos de moda. Respecto a los requisitos de descripción y etiquetado de productos, se rigen por la ley [Commerce \(Trade Descriptions\) Act 1905](#) y el reglamento [Commerce \(Trade Descriptions\) Regulation 2016](#). Estas normativas establecen qué productos requieren etiquetado al ser importados en Australia y qué información debe incluir dicho etiquetado.

En el caso de los productos de moda, para que estos puedan ser exportados a Australia, la descripción comercial del producto debe cumplir con las siguientes exigencias:

- Estar redactada en inglés y en caracteres que sean legibles.
- Incluir el nombre del país de fabricación del producto.
- Incluir una descripción precisa y fiel del producto.

Finalmente, con relación a las barreras no arancelarias, se encuentran una serie de documentos necesarios para poder operar en el país. Esta documentación está formada por: factura comercial; 3 copias del *Bill of Lading*; original y 3 copias del *Airway Bill*; certificado de seguro, si el exportador corre con estos gastos; *Informal Clearance Document* y *Packing List*.

E.3. Ferias

En Australia, las ferias de moda suelen ser de menor escala y el país no es conocido por albergar una gran cantidad de eventos profesionales en esta industria. No obstante, hay algunos acontecimientos destacados:

- [Life in Style](#). Evento enfocado en el sector minorista que exhibe productos del ámbito del diseño, incluyendo moda femenina, masculina, infantil y accesorios. Se lleva a cabo cada año a mediados de febrero en Sídney.
- [Australian Fashion Week](#). Celebrada cada año en el mes de mayo en Sídney. La semana de la moda australiana es la mayor plataforma de moda global en el país y el evento de moda más grande e influyente en la región de Asia-Pacífico.
- [Global Sourcing Expo \(Melbourne\)](#). Punto de encuentro de fabricantes, proveedores, diseñadores, minoristas, agentes y distribuidores para la adquisición internacional de confección, accesorios, textiles, adornos y calzado.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- [Australian Retailers Association](#) (ARA). Una asociación que defiende los intereses de más de 120.000 tiendas minoristas en todo el país.
- [National Retail Association](#) (NRA). Representa los intereses de los minoristas en Australia, incluidos aquellos que participan en la venta minorista en línea.

A fecha de julio de 2024, se ha [anunciado](#) una propuesta de fusión, aunque aún quedan por perfilar ciertos detalles.

- [National Online Retail Association](#) (NORA). Se enfoca específicamente en el sector minorista en línea en Australia, ofreciendo apoyo, recursos y representación para las empresas que operan en este ámbito.

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Sídney** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Australia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Australia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Centro Edgecliff, Oficina 408, 4º Piso, 203 New South Head Rd, Edgecliff.
Sídney 2026 – Australia
Teléfono: +61 2 9362 4212
Email: sydney@comercio.mineco.es
[Oficina Económica y Comercial de España en Sídney](#)

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORES

Javier Sagüés de la Maza
Virginia Maroto Nieto

Oficina Económica y Comercial
de España en Sídney
sydney@comercio.mineco.es
Fecha: 08/07/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 22424012X

www.icex.es

