

# El calzado en Australia

## A. CIFRAS CLAVE

El sector del calzado en Australia ha experimentado un ligero crecimiento en los últimos años, aunque atraviesa una coyuntura marcada por la elevada competencia y creciente sensibilidad al precio. Aproximadamente la mitad de estas ventas se llevaron a cabo a través de canales en línea. Australia es un país netamente importador de calzado, con una cifra de importación en 2025 de 1.861,61 millones de euros, ya que la producción local es limitada y especializada. Los principales socios comerciales del país son China, Vietnam e Indonesia. En 2025, España ocupó el noveno lugar en términos de importaciones desde Australia, con un valor de 13,9 millones de euros.

### INDICADORES DE REFERENCIA DEL SECTOR DEL CALZADO EN AUSTRALIA

	2024	2025	Var 24/25
<b>Población<sup>1</sup></b>	27.376.058	27.594.464	0,8 %
<b>PIB (precios corrientes)<sup>2</sup></b>	1,54 billones EUR	1,11 billones EUR	4,6 %
<b>Ingresos por venta al por menor<sup>3</sup></b>	3.662,7 millones EUR <sup>4</sup>	3.771,6 millones EUR	3,0 %
<b>Importaciones de calzado<sup>5</sup></b>	1.797,6 millones EUR	1.861,6 millones EUR	-13,9%
<b>Importaciones procedentes de España<sup>6</sup></b>	14,7 millones EUR	13,9 millones EUR	-5,2 %

Fuente. Elaboración propia.

<sup>1</sup> Australian Bureau of Statistics ([ABS](#))

<sup>2</sup> Fondo Monetario Internacional ([IMF](#))

<sup>3</sup> Euromonitor. *Footwear in Australia (December 2025)*

<sup>4</sup> Tipo de cambio actual (20 de marzo de 2026) 1 EUR = 1.64 AUD ([BCE](#))

<sup>5</sup> [Trademap](#)

<sup>6</sup> [Trademap](#)



## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

Los productos de calzado están englobados en el **capítulo 64 del código TARIC**. Dentro de este capítulo se incluyen las siguientes partidas arancelarias:

Código arancelario	Descripción
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
6405	Los demás calzados.
6406	Partes de calzado, incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela; plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.

### B.2. Tamaño del mercado

La población de Australia aumentó un 0,8 % entre los años 2024 y 2025, hasta situarse en 27.594.464 habitantes ese último año. En este contexto, el **volumen de ventas minoristas de calzado en Australia** alcanzó los **126 millones de unidades** en 2025, lo que representa un crecimiento del 2 % respecto a 2024, mientras que el gasto de los consumidores en el sector ascendió a **6.200 millones de AUD**, con un incremento del 3 %<sup>7</sup>.

Por su parte, el índice de confianza del consumidor se situó en **-1,1**, lo que refleja un clima de cierta cautela, aunque sin un deterioro significativo. A ello se suma una inflación todavía por encima del 3 %, superior a los niveles previos a la pandemia. En la práctica, este contexto se traduce en un consumidor más prudente: compara más, retrasa algunas decisiones de compra y prioriza el gasto esencial. Para un producto como el calzado, esto implica una mayor presión en los segmentos más sensibles al precio, mientras que las gamas medias y altas tienden a resistir mejor, apoyadas en factores como la calidad, la durabilidad o el diseño.

En 2025, el mercado del calzado en Australia registró un crecimiento general moderado, siendo el segmento de **calzado femenino** el principal impulsor, respaldado por una población femenina empleada que en Australia alcanzó los siete millones en el año del estudio, lo que indica una fuerza laboral estable que influye en los patrones de gasto de los consumidores. No obstante, tanto el **calzado infantil** como el **calzado masculino** también mostraron un comportamiento positivo, destacando este último por el aumento de la demanda de estilos tanto casuales como deportivos, ya que la comodidad y la versatilidad siguieron siendo factores especialmente relevantes.

Se espera que las ventas minoristas aumenten a una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (CAGR) del 3 % alcanzando **7.374 millones de AUD en 2030**. El aumento del coste de la vida y los cambios en las prioridades de los consumidores profundizarán todavía más la ya existente **división** del cliente australiano entre, por una parte, las **opciones más económicas** y, por otra, el **calzado premium/lujo** y la búsqueda de un zapato **artesanal, duradero y de alta calidad**, característico de la moda sostenible y lenta.

<sup>7</sup> Euromonitor. *Footwear in Australia (December 2025)*

### B.3. Principales actores

Por una parte, en relación con la producción local de calzado en Australia, esta se halla muy concentrada. Destacan nombres como [RM Williams](#), [Blundstone Australia](#), [Redback](#) o [Rossi Boots](#). Aunque el volumen manufacturado por estas marcas no es elevado, alguna de ellas, como la primera, está experimentando un crecimiento relevante, de hecho, comienza su apuesta internacional en Reino Unido. Por otra parte, los principales *retailers* del sector son:

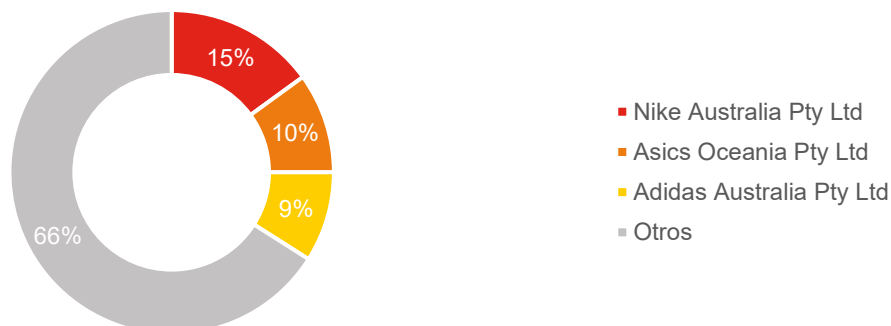
#### PRINCIPALES RETAILERS DE CALZADO EN AUSTRALIA (2026)

Empresa	Cuota de mercado	Actividad comercial
<a href="#">Accent Group Ltd</a>	21,5 %	Distribuyen más de 34 marcas de calzado, entre las que se incluyen Vans, Dr. Martens o Timberland. Propietarios de la cadena <a href="#">Glue</a> ( se encuentra en proceso de cierre de su red de tiendas).
<a href="#">Super Retail Group</a>	7,6 %	Opera la cadena de <i>retail</i> deportivo Rebel.
<a href="#">Munro Footwear</a>	5,3 %	Cuentan con alrededor de 290 tiendas en todo el país y distribuyen marcas como Mollini o Midas.
<a href="#">Nike Australia</a>	4,7 %	Filial de la empresa estadounidense Nike Inc., que se expandió a Australia en 1992.
Otros	60,8 %	Adidas Australia, Spendless Shoes, R.M. Williams, Novo Shoes o Betts.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [IBIS World 2026](#).

En cuanto a los actores más relevantes del comercio minorista de calzado australiano, el **grupo Accent** concentra una parte importante de la cuota de mercado (21,5 %), seguido por otras empresas como [Super Retail Group](#) o [Munro Footwear](#), tal y como presenta en la tabla anterior. La relevancia de [Accent Group](#) se espera todavía mayor en 2026, cuando la marca prevé desplegar sus tiendas **Sports Direct** en toda Australia, con planes de alcanzar hasta 100 establecimientos, respaldados por un canal *online*. La firma está aprovechando la infraestructura de distribución ya consolidada para ampliar rápidamente su presencia en el mercado australiano, donde ya ha comenzado a abrir sus tiendas ([InsideRetail](#)). Esta expansión está llamada a alterar el mercado de los minoristas de deporte y estilo de vida ya consolidados, al ofrecer calzado deportivo y ropa activa de gama económica a precios competitivos. La distribución del **segmento deportivo** actual es la siguiente:

#### CUOTA DE MERCADO MARCAS CALZADO DEPORTIVO (2026)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

Como se puede observar, la distribución de cuota de mercado en 2026 es la siguiente: [Nike Australia](#) alcanzó el 15 %, seguida del 10 % de [Asics Oceania](#), el 9 % de [Adidas Australia](#) y lo restante por otras marcas. La participación de estas empresas fluctuó durante el período analizado, aunque Adidas registró un crecimiento especialmente fuerte en 2025, impulsado por colaboraciones de marketing de alto perfil y lanzamientos de productos centrados en la sostenibilidad.

### B.4. Comercio exterior

#### IMPORTACIONES AUSTRALIANAS DE CALZADO POR PAÍS

Cifras en miles de euros

Posición	País exportador	2021	2022	2023	2024	2025	Var 24/25	Var 21/25
1	<b>China</b>	728.043	913.875	757.550	754.667	757.473	0,4 %	4,0 %
2	<b>Vietnam</b>	356.613	543.834	458.177	509.932	544.346	6,8 %	52,6 %
3	<b>Indonesia</b>	130.583	198.295	173.028	184.166	215.398	17,0 %	65,0 %
4	<b>Italia</b>	108.411	142.188	132.771	113.213	106.367	-6,1 %	-1,9 %
5	<b>Alemania</b>	17.979	31.928	43.092	44.575	51.644	15,9 %	187,2 %
6	<b>Camboya</b>	28.336	44.824	30.705	35.678	42.040	17,8 %	48,4 %
7	<b>India</b>	23.097	32.162	26.447	22.574	22.128	-2,0 %	-4,2 %
8	<b>Tailandia</b>	13.298	14.667	12.660	10.791	14.240	32,0 %	7,1 %
9	<b>España</b>	<b>13.963</b>	<b>13.631</b>	<b>17.738</b>	<b>14.655</b>	<b>13.900</b>	<b>-5,2 %</b>	<b>-0,5 %</b>
10	<b>Portugal</b>	13.817	15.510	19.563	14.044	13.535	-3,6 %	-2,0 %
	<b>Total</b>	<b>1.531.818</b>	<b>2.061.397</b>	<b>1.773.294</b>	<b>1.797.555</b>	<b>1.861.613</b>	<b>3,56 %</b>	<b>21,53 %</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.

Australia presenta en el sector del calzado una clara dependencia del exterior, como consecuencia de la limitada producción local. Esto se traduce en un mercado desequilibrado comercial, con un volumen de importaciones muy superior al de las exportaciones. En el año 2025, según datos de [Trademap](#), el valor de las importaciones de calzado a Australia ascendió a 1.861,61 millones de euros, lo que supone un crecimiento de un 4 % respecto al año anterior. Por otro lado, las exportaciones desde Australia supusieron un total de 123,68 millones de euros.

En torno al **81 % de las importaciones de calzado de Australia proceden de China, Vietnam e Indonesia**, siendo China el principal proveedor, con más del 40 % de las ventas. Los principales mercados europeos son Italia y Alemania. Los productos que más se importan, dentro del capítulo arancelario 64, son los recogidos en la partida 64.03 con 798,68 millones de euros. Le siguen la partida 64.04 con 571,04 millones y la 64.02 con 427,317.

**España es el noveno país con relación a la cifra de importación desde Australia.** Según datos de TradeMap, en el año 2025, Australia importó cerca de 13,8 millones de euros en calzado español, lo que supone una caída respecto al año anterior del 5,15 %. En cuanto a las importaciones por producto, como se presenta a continuación, los zapatos más demandados son aquellos con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado. Entre ellos, destacan los de parte superior de cuero natural (partida 64.03); seguidos por los de material textil (64.04), que son los que más crecen entre 2024 y 2025; y por último todos los demás dentro de esta categoría (64.02). Las partes de calzado, zapatos impermeables y demás productos son las partidas con menor volumen de importación en 2025.

En cuanto a las **exportaciones de calzado de España** al resto del mundo en el año 2025, se pueden observar las siguientes tendencias. Por una parte, los principales destinos son europeos (Francia, Italia, Alemania, Portugal y Polonia), y de hecho Estados Unidos es el único importador no europeo dentro de los diez primeros clasificados. Por otra parte, **Australia ocupó el puesto 31** en el periodo estudiado, una posición coherente dados los elevados costes derivados de transportar la mercancía entre la distancia que separa estos dos países. No obstante, como se verá más adelante en la presente ficha, la presencia de zapatos de procedencia española en tiendas australianas

no es irrelevante, de ahí que, pese a los costes logísticos, las importaciones australianas de calzado español sigan concentrando un peso importante.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

El calzado español goza de una sólida valoración en el mercado australiano. La relevancia del origen del producto contribuye a que la **etiqueta *Made in Spain*** se asocie con tradición artesanal y materiales de alta calidad. En este contexto, destacan especialmente las alpargatas, las sandalias y otros tipos de calzado abierto.

La oferta española se encuentra accesible en Australia a través de distintos canales. En primer lugar, tiene **presencia directa** a través de tiendas como [Zara](#) o [Camper](#) y comercio electrónico con web local, como es el caso de [Joni Shoes](#). Además, existen **distribuidores** como [Peter Sheppard](#), que actúa como importador, pero se trata de una red de tiendas especializada en calzado europeo y ofrece zapatos de origen principalmente europeo. Otro ejemplo relevante es [David Jones](#), cadena de grandes almacenes, que distribuye marcas nacionales como Pedro García.

Asimismo, existen una gran variedad de **importadores especializados**<sup>8</sup>, como [Cresta Holdings](#), que representan marcas europeas. Más en particular, en cuanto a las españolas, como [Pikolinos](#), [Hispanitas](#) o [El Naturalista](#), las acercan al mercado australiano actores como [Focus on Footwear](#). Por último, se puede encontrar calzado nacional en **tiendas independientes** de relevancia como por ejemplo [Sissa Sorella](#) o [The House of Shoes](#).

### TIENDA PETER SHEPPARD EN SÍDNEY



Vista exterior de la tienda en Pitt Street y detalle de calzado de marca española JONI, con cartel *Made in Spain*<sup>9</sup>.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En cuanto a las oportunidades identificadas para el mercado del calzado australiano, destacan las siguientes. Por un lado, como se puede observar en tiendas como Peter Sheppard, las marcas españolas gozan de muy buen reconocimiento entre el cliente local, lo que les permite posicionar sus zapatos a precios considerablemente superiores que en España. Pese al coste logístico de transportar la mercancía entre ambos países, la posibilidad

<sup>8</sup> Para conocer más importadores, así como las marcas que representan, visitar la página [European Footwear](#). Organizan diferentes eventos en hoteles (Melbourne, Sídney, Brisbane...) en los cuales estos importadores y distribuidores presentan las colecciones de las marcas europeas a las que representan a las tiendas y otro comercio minorista, es decir, se trata de transacciones B2B.

<sup>9</sup> En la tienda de Sídney se venden una gran variedad de marcas españolas como Pikolinos, Callaghan, Toni Pons o Hispanitas, entre otras. Todas ellas se encuentran expuestas bajo un cartel indicado el origen *Made in Spain*.



de seguir consolidando la **percepción de calidad del producto español** y los beneficios asociados en términos de márgenes comerciales, representan una ventana de crecimiento para el sector del calzado en nuestro país.

La sostenibilidad seguirá siendo un motor clave, con marcas australianas de calzado aumentando el uso de materiales reciclados, componentes biodegradables y modelos de fabricación circular. Empresas como RM Williams están explorando programas de reparación ([Repairs Program](#)), reventa y reciclaje para responder a la demanda de opciones más respetuosas con el medio ambiente. Esta oportunidad también está impulsada por la evolución de la normativa ambiental y las preferencias de los consumidores por productos sostenibles.

Además, la integración de inteligencia artificial permite recomendaciones de zapatos altamente personalizadas, herramientas de prueba virtual y análisis predictivos de la demanda, con grandes minoristas adoptando estas tecnologías para optimizar tanto la experiencia *online* como en tienda. Esto está reduciendo las devoluciones y mejorando las tasas de conversión, ya que los consumidores pueden visualizar ajuste y estilo antes de comprar.

En términos generales, la tendencia con más repercusión es la **polarización del mercado** del calzado en Australia. Por una parte, consumidores de altos ingresos invierten en marcas *premium* como [RM Williams](#) y etiquetas de lujo globales, que integran IA y sostenibilidad. Por otro, compradores más sensibles al precio optan por minoristas económicos como [Kmart](#) y [Big W](#). Esto abre **oportunidades en ambos extremos del mercado**, mientras que las marcas de calzado de gama media enfrentan cada vez más presión, tal y como ilustra el caso de [Wittner](#)<sup>10</sup>, tanto por el atractivo de las marcas *premium* como por los precios de los competidores con alternativas más asequibles.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

En 2025, el **comercio electrónico** minorista se mantuvo como el principal canal de distribución de calzado en Australia, con una cuota en valor del 47 % y un crecimiento del 9 % (Euromonitor). Este desempeño se debe a la creciente preferencia por la comodidad, los precios competitivos y el acceso a una amplia variedad de productos en línea, además de la posibilidad de comparar precios de forma rápida. El casi 50 % de cuota restante lo componen los siguientes canales, ordenados de mayor a menor peso relativo: especialistas en ropa y calzado, tiendas de deporte y ocio, hipermercados y grandes almacenes.

El canal *online* supone una fuerte competencia para las tiendas físicas, ya que ofrece una experiencia de compra fluida y, a menudo, mejores precios. El calzado deportivo y las zapatillas casual destacan especialmente en este segmento, impulsados por el *marketing* digital de las marcas y las colaboraciones con *influencers*. Por ello, marcas como Nike, Adidas y Asics están priorizando cada vez más las estrategias de venta directa al consumidor a través de canales en línea, lo que refuerza aún más el desarrollo del comercio electrónico.

De esta forma, se espera que el mercado local del calzado esté cada vez más influido por la creciente tendencia de **venta directa al consumidor (DTC)**. Este modelo permite a las empresas vender sus productos a los consumidores finales, sin necesidad de intermediarios ([Shopify](#)). Este cambio está impulsado por el deseo de ofrecer experiencias y narrativas auténticas, permitiendo a las empresas obtener información valiosa sobre el comportamiento del cliente.

### E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

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 incluye el calzado. 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 del calzado, para que este pueda

<sup>10</sup> En abril de 2025, el minorista australiano de calzado **Wittner**, una marca tradicional de gama media, entró en *voluntary administration* debido al aumento de los costes operativos y a un rápido cambio en la demanda de los consumidores hacia marcas de moda rápida y asequible como **Kmart**, **Shein** y **Temu**, o hacia firmas de alta gama como **Gucci** y **RM Williams**.



ser exportado 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 y una descripción precisa y fiel de este.

Además, [Standards Australia](#) es la organización encargada de asegurar que los productos que entran en el país cumplan con las obligaciones establecidas, desde la composición hasta el etiquetado. Las mercancías que no cumplan con estos requisitos pueden ser requisadas por las autoridades fronterizas pertinentes. Por otro lado, el Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías tiene dos columnas de derechos arancelarios: una para derechos generales y otra para preferenciales. Las mercancías españolas se rigen por los derechos generales. En Australia, los tipos arancelarios aplicables se encuentran en la [Customs Tariff Act de 1995](#). Para el calzado, las partidas de estudio tienen un arancel del 5 % del valor FOB<sup>11</sup>.

Finalmente, con relación a las barreras no arancelarias, se encuentran una serie de documentos necesarios para poder operar en el país. Esta 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 los gastos; *Informal Clearance Document* y *Packing List*.

### E.3. Ferias

La inmensa mayoría de los compradores australianos viajan regularmente a ferias internacionales de referencia como MICAM Milano para identificar tendencias, descubrir nuevas marcas. Las ferias locales son a pequeña escala.

- [Life in Style](#): Evento centrado en el sector minorista, que presenta productos relacionados con el mundo del diseño, entre los que se incluye el calzado. En 2026, tuvo lugar del 14 al 17 de febrero en el International Convention Centre (ICC), en Sídney.
- [Global Sourcing Expo](#): Se trata de una feria de textil, calzado y accesorios, centrada en exposición de producto del sudeste asiático e India, como puede contemplarse en la lista de expositores. En 2026, se desarrollará entre el 16 y 18 de junio en el International Convention Centre de Sídney y del 17 al 19 de noviembre en el Exhibition & Convention Centre (Melbourne).

Paralelamente, el [European Footwear Importers Group](#) organiza varias veces al año encuentros en ciudades como Melbourne, Sídney o Brisbane. Aunque no están abiertos al público, son citas muy relevantes para el sector, ya que conectan directamente a importadores y distribuidores locales representando sus respectivas marcas internacionales con comercio minorista local (B2B). Cuentan con un importante número de asistentes cada año.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Asociaciones sectoriales:**
  - [National retail Association](#) (NRA): Asociación que representa los intereses de más de 120.000 tiendas minoristas en el país, incluidos aquellos involucrados en la venta minorista en línea.
  - [National Online Retail Association](#) (NORA): Organización centrada en el ecosistema digital del *retail*, abarcando comercio electrónico, tecnología, logística e innovación en Australia.
- **Publicaciones del sector:**
  - Revistas especializadas o vinculadas directamente al calzado, destaca [Frankie Magazine](#).
  - Revistas de moda general, claves para entender las tendencias en cada momento, que incluyen artículos dedicados en particular al sector del zapato ([Vogue Australia](#)).

---

<sup>11</sup> A fecha de cierre de esta Ficha Sector se ha anunciado la conclusión de las negociaciones del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Australia. Su eventual entrada en vigor, una vez completados los procesos de ratificación, podrá suponer cambios en el tratamiento arancelario del calzado. Puede consultarse el texto al completo [en este enlace](#).

## 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

Correo electrónico: [sidney@comercio.mineco.es](mailto:sidney@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:

### Información y atención al cliente

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[www.icex.es/es/contacto](http://www.icex.es/es/contacto)

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.

### AUTOR

Alba Franco Hernández

Oficina Económica y Comercial  
de España en Sídney

Buzón oficial de la Oficina: [sidney@comercio.mineco.es](mailto:sidney@comercio.mineco.es)

Fecha: 26/04/2026

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

NIPO: 224260134

[www.icex.es](http://www.icex.es)

FICHAS SECTOR AUSTRALIA

