

BARÓMETRO DE RELACIONES ECONÓMICAS BILATERALES ESPAÑA – AUSTRALIA 2022

DICIEMBRE DE 2022

Resumen de conclusiones

Empresas españolas en Australia

En general, las empresas españolas tienen una visión altamente positiva del mercado australiano.

A pesar de la distancia, es un mercado rentable, fiable y con perspectivas de crecimiento. La mayoría de las empresas prevén incrementar sus actividades con Australia.

Su experiencia previa en Australia ha sido positiva. La distancia y las diversas barreras de entrada presentan problemas, pero son superables.

Valoran la estabilidad, seguridad y perspectivas de crecimiento de Australia, y piensan que España tiene una buena imagen en ese país, aunque mejorable.

Empresas australianas en España

La percepción de España para las empresas la mayoría de las empresas australianas es positiva.

Es un mercado rentable y con perspectivas positivas, ya que más del 80% de las empresas australianas que contestaron a la encuesta indicaron su plan de incrementar actividad.

Los aspectos más valorados son calidad de vida, infraestructuras y acceso a terceros mercados y proveedores mientras que como principales amenazas se identifican los costes energéticos, el riesgo político y el entorno regulatorio.

Valoran positivamente la imagen-país de Australia en España, si bien todavía es relativamente desconocida.

Encuesta sobre el mercado australiano

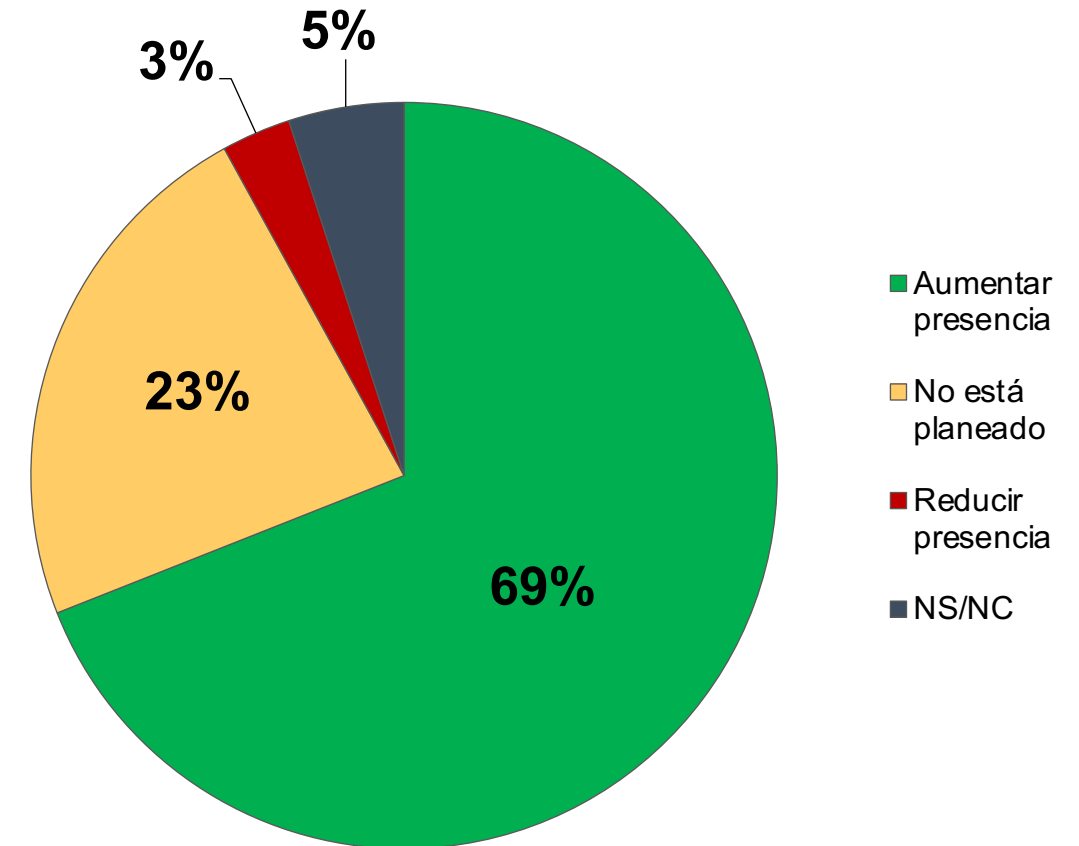
Encuesta a empresas españolas con actividades en Australia, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en Australia.

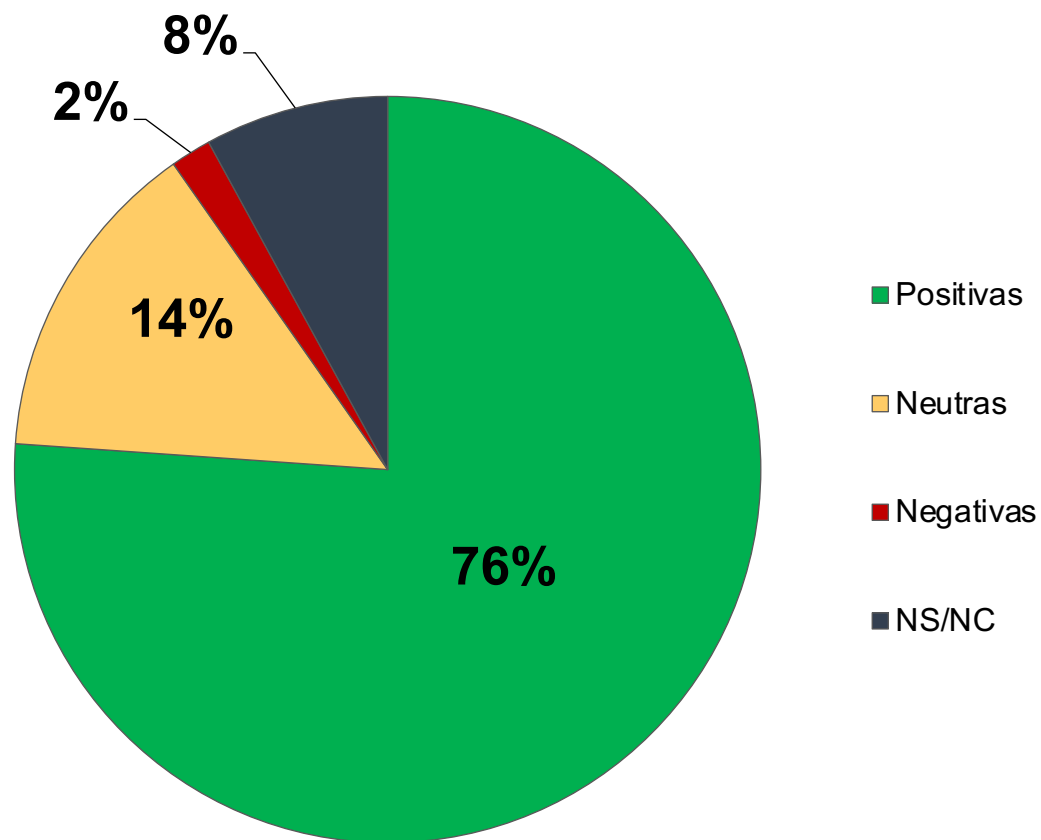
Presencia en Australia

Preguntamos a las empresas españolas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en Australia.

Más de dos tercios de las empresas españolas con actividad exportadora o filial en Australia que contestaron a la encuesta indicaron su plan de incrementar actividad.

Para la mayoría de las empresas españolas que trabajan con Australia, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas.**





Preguntamos a las empresas españolas su opinión sobre las perspectivas económicas del país.

Tres cuartas partes de las respuestas indican unas perspectivas positivas para la economía australiana.

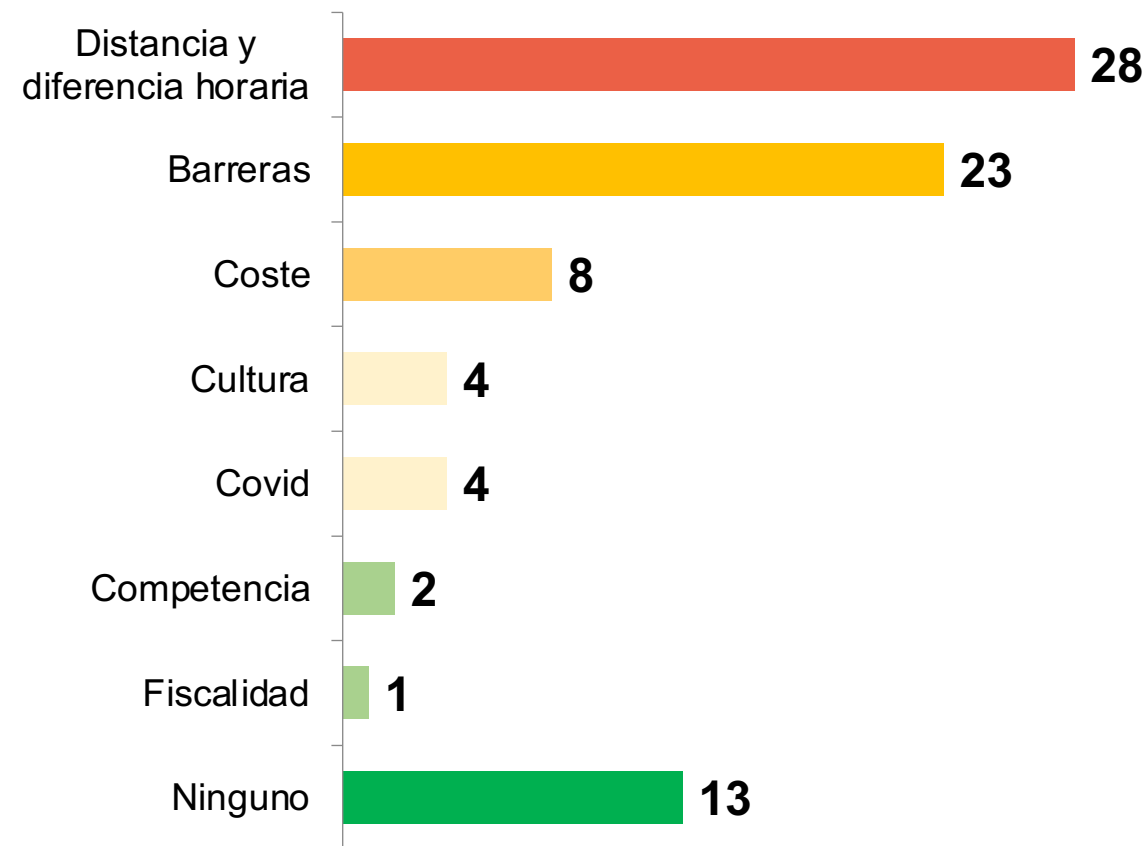
Solamente un 2% de las respuestas indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

Las respuestas son muy claras: **Australia es una economía estable y potente, incluso en condiciones negativas.** Recordemos que la encuesta ha tenido lugar en el segundo trimestre de 2022, con eventos negativos como la invasión de Ucrania y la inflación afectando ya a las previsiones de las empresas.

Preguntamos a las empresas españolas qué problemas han sufrido durante su experiencia en Australia.

El resultado más destacable es que 13 empresas han declarado no haber tenido ningún problema importante.

Los problemas más mencionados son los derivados de la distancia y la diferencia horaria, así como diferentes barreras de entrada (certificaciones, procedimientos aduaneros, etc.). También se mencionan los altos costes, diferencias culturales (demanda, hábitos de consumo) y las restricciones por Covid.





Preguntamos a las empresas españolas qué amenazas les preocupan más con respecto a su actividad en Australia.

Las amenazas más mencionadas son:

- Las derivadas de la distancia y la diferencia horaria
- La competencia de otros países, sin especificar cuáles (Europa, Estados Unidos, etc.).
- Específicamente, los competidores chinos y del resto de Asia, que son más baratos y tienen la ventaja de la proximidad.
- Con menor importancia, diferentes restricciones a la importación y tendencias proteccionistas, así como los costes de operar con Australia.
- Sólo dos empresas mencionan la coyuntura global (invasión de Ucrania, precios energéticos y materias primas, etc.).
- 6 empresas no esperan ninguna amenaza relevante.

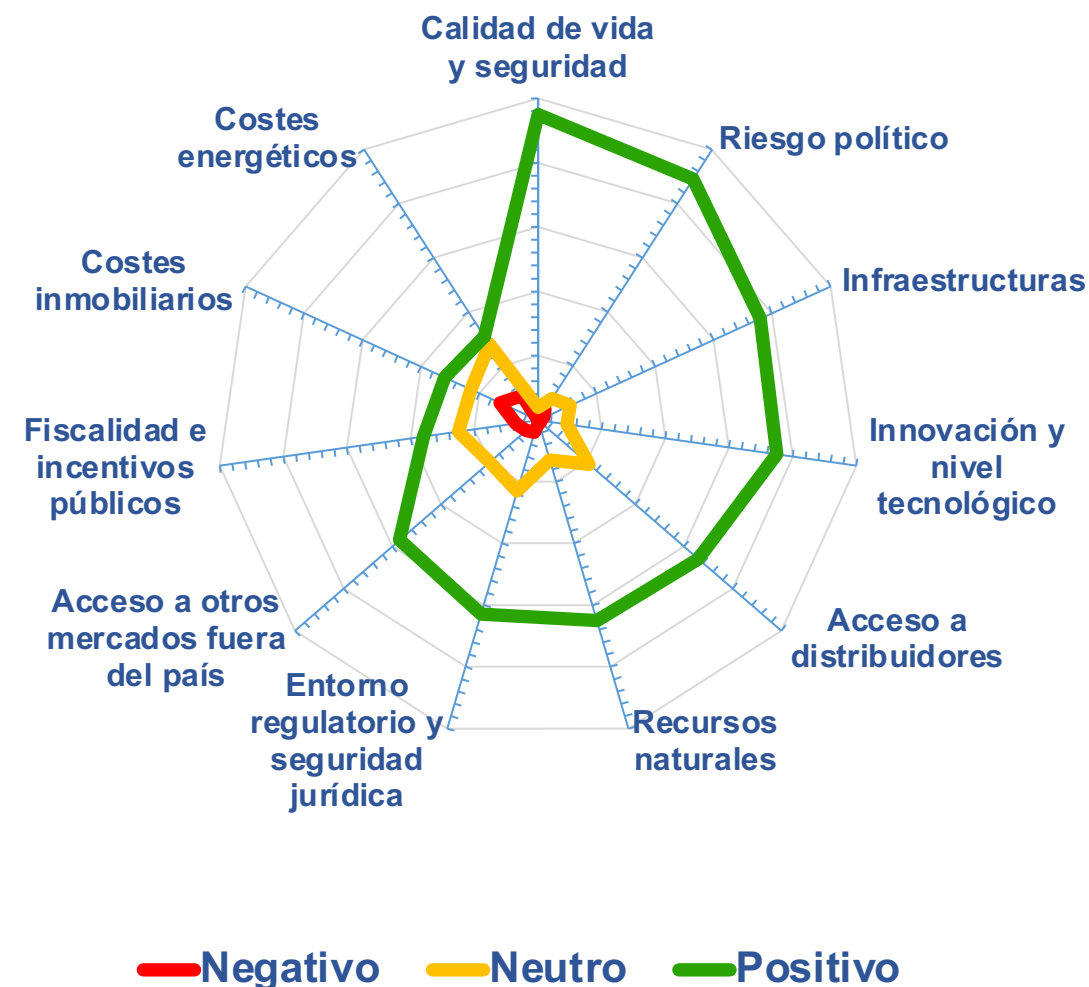
Factores de atracción

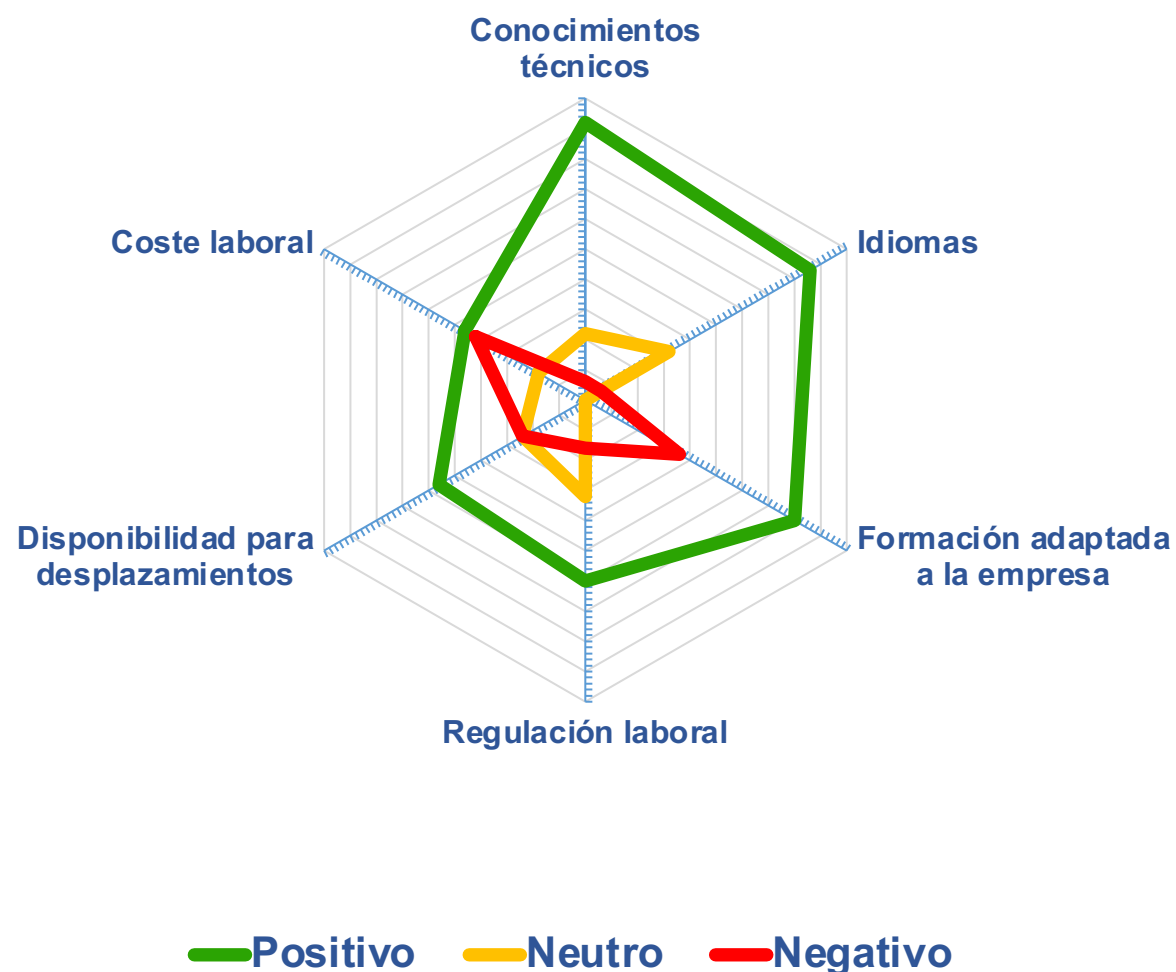
Pedimos a las empresas españolas que valorasen diferentes factores de la economía de Australia.

Los **aspectos más fuertes** son típicos de las economías más desarrolladas: calidad de vida, nivel tecnológico, infraestructuras.

Los **menos destacados**, como también es habitual en economías altamente desarrolladas, son los costes, especialmente energéticos e inmobiliarios.

En cualquier caso, en todos los factores consultados **la valoración fue mayoritariamente positiva**, y solo unas pocas empresas destacaron factores negativos.





Pedimos a las empresas españolas que valorasen diferentes factores del mercado laboral de Australia.

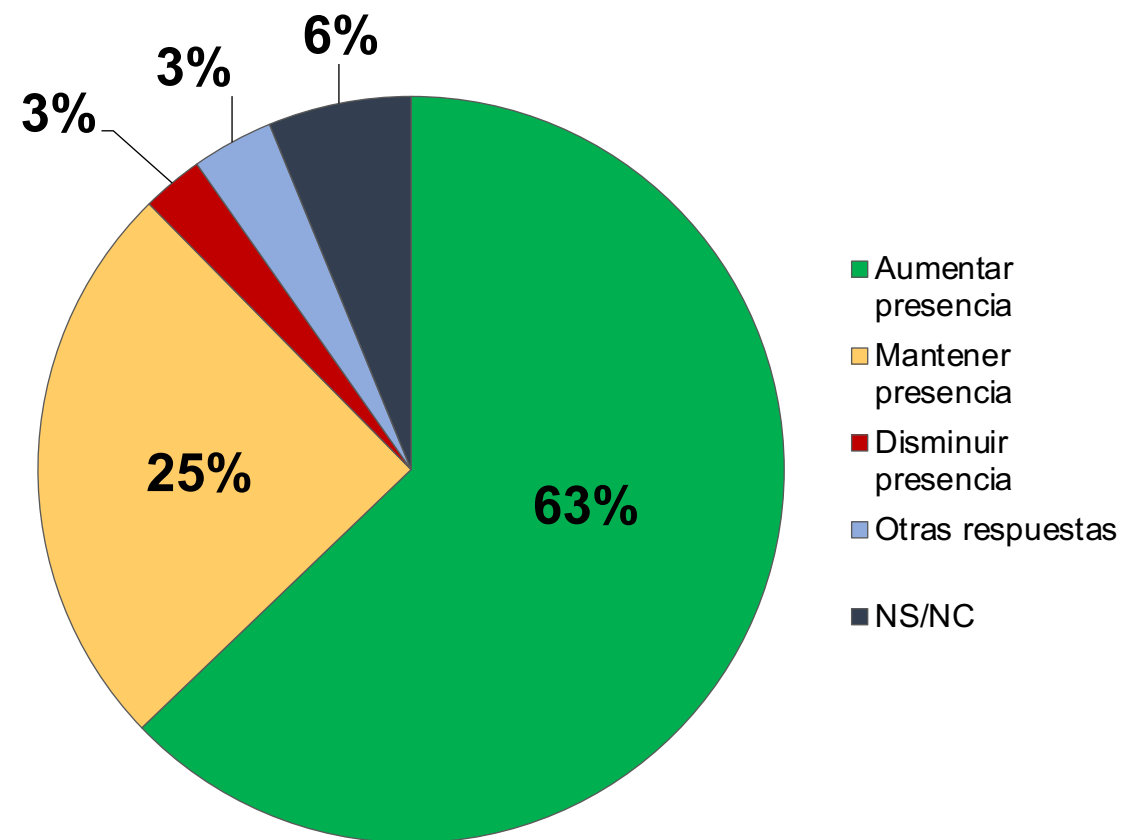
Los **aspectos más fuertes** son los relacionados con la formación del capital humano: conocimientos técnicos, idiomas, formación adaptada a las necesidades de la empresa.

El factor **menos destacados** es el coste laboral.

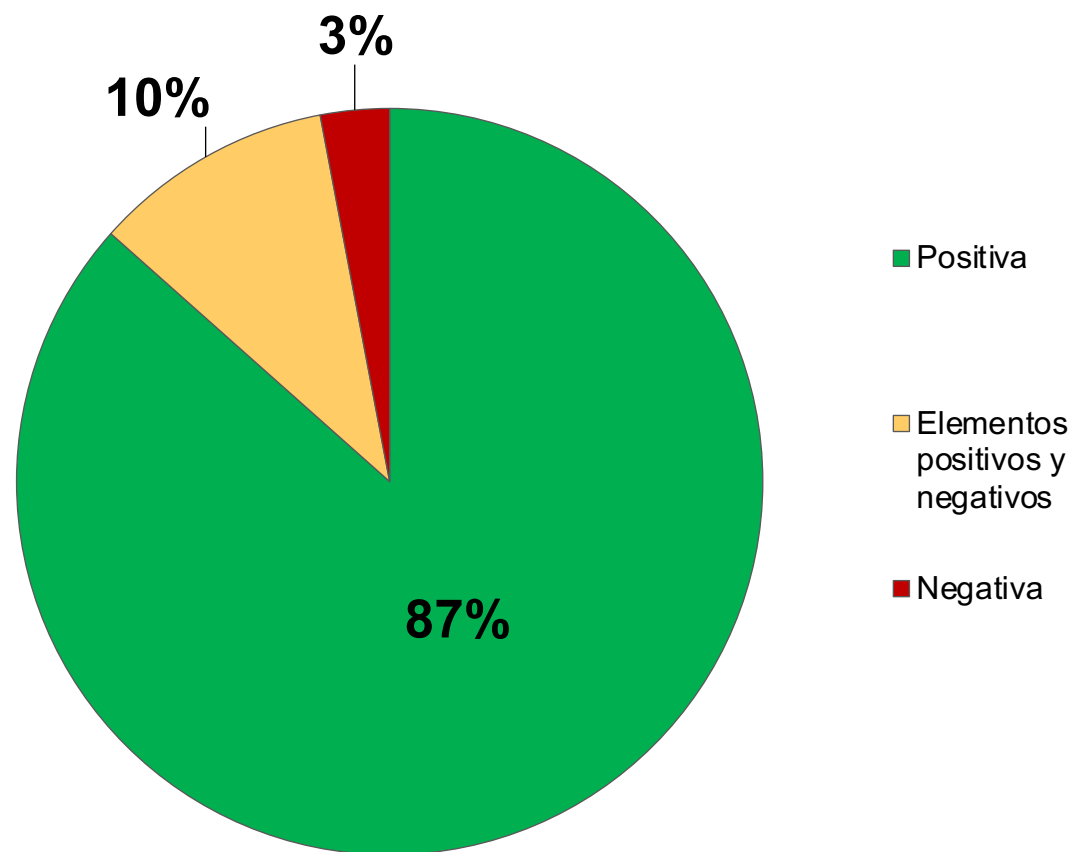
En cualquier caso, en todos los factores consultados **la valoración fue mayoritariamente positiva**, y solo unas pocas empresas destacaron factores negativos.

Preguntamos a las empresas españolas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven Australia como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.

El 63% de las empresas indicaron que su presencia en Australia era una forma de diversificación frente a los riesgos inesperados que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría aumentar su presencia.



Percepción



Preguntamos sobre la percepción de las empresas españolas en Australia.

La inmensa mayoría de los encuestados piensa que **las empresas españolas tienen buena imagen en Australia**. Sólo un 3% piensa que no la tienen, y un 10% destacan que hay elementos tanto positivos como negativos en la percepción.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: asociación de España con la buena imagen de Europa, seriedad y alta calidad, prestigio en determinados sectores.

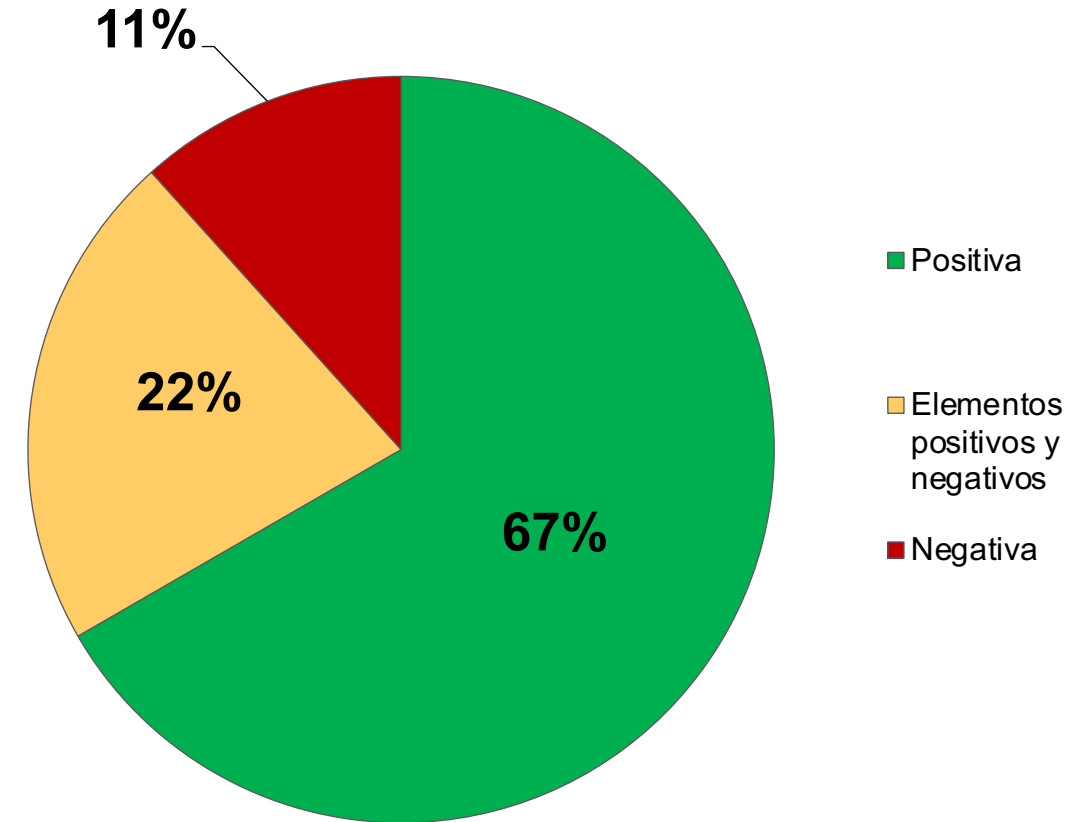
Entre los **aspectos negativos** citan: falta de imagen, desconocimiento, falta de diferenciación con otros competidores europeos como Italia, encasillamiento en ciertos sectores.

Preguntamos por la percepción que las empresas españolas, en general, tienen sobre el mercado australiano.

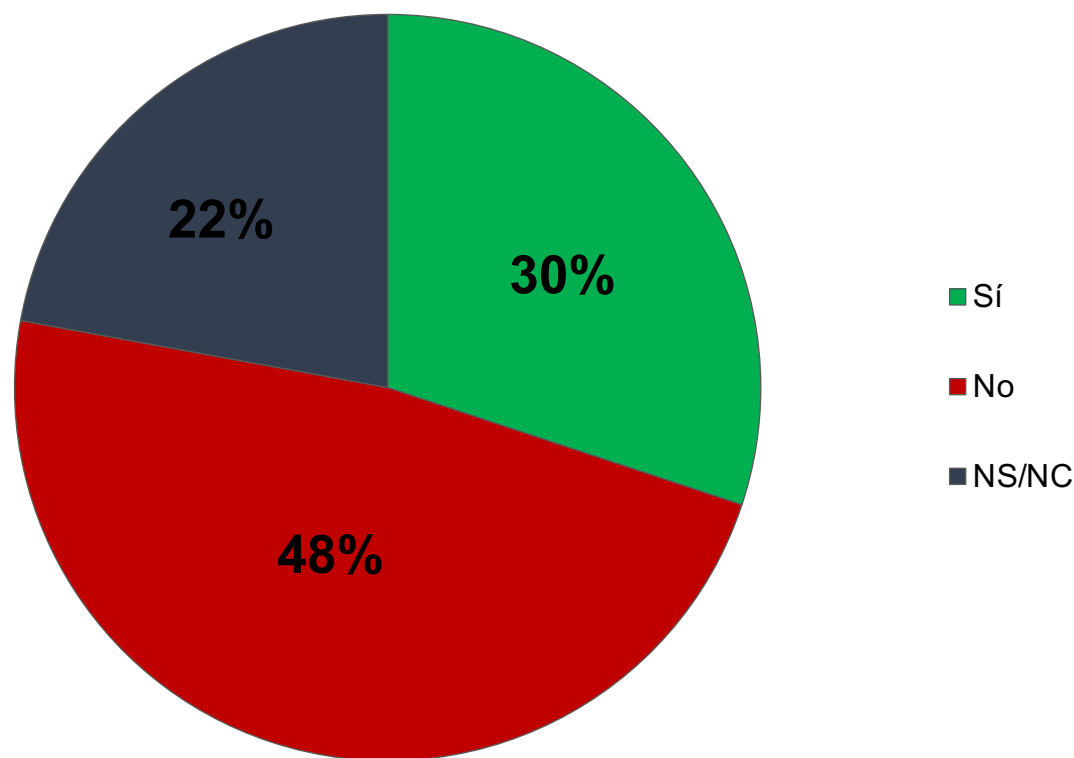
Dos tercios de las empresas contestaron que en España se tiene una **visión positiva del mercado australiano**, y un 11% opinaron que la percepción es negativa. El 22% habló de ambos aspectos.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: alto nivel económico y poder adquisitivo, estabilidad, economía avanzada, seguridad y fiabilidad.

Entre los **aspectos negativos** citan: miedo a la distancia, barreras de entrada y proteccionismo, desconocimiento, mercado no muy grande.



Sostenibilidad



Preguntamos a las empresas españolas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado australiano.

Menos de un tercio de las empresas encuestadas (empresas con filiales en Australia y empresas exportadoras a Australia) declararon tener una estrategia de sostenibilidad que afecte a sus actividades en Australia.

Casi la mitad declararon no tenerla.

Esto indica que la sostenibilidad no es vista por las empresas como un componente de su competitividad en Australia.

Las empresas pudieron dejar comentarios sobre su estrategia de sostenibilidad.

Estos son algunos de los aspectos destacados:

- Foco en la reducción de emisiones, a través del consumo energético y de materiales.
- Adaptación de productos al mercado australiano.
- El cliente australiano valora la sostenibilidad del producto.

Preguntamos a las empresas cómo compararían las estrategias de sostenibilidad de las empresas australianas con las de las empresas españolas.

La mayoría respondieron que las estrategias de sostenibilidad son similares en España y en Australia, o bien que Australia está algo más avanzada que España. Hubo muy pocas respuestas indicando lo contrario.

Algunos destacan aspectos de esa similitud entre España y Australia:

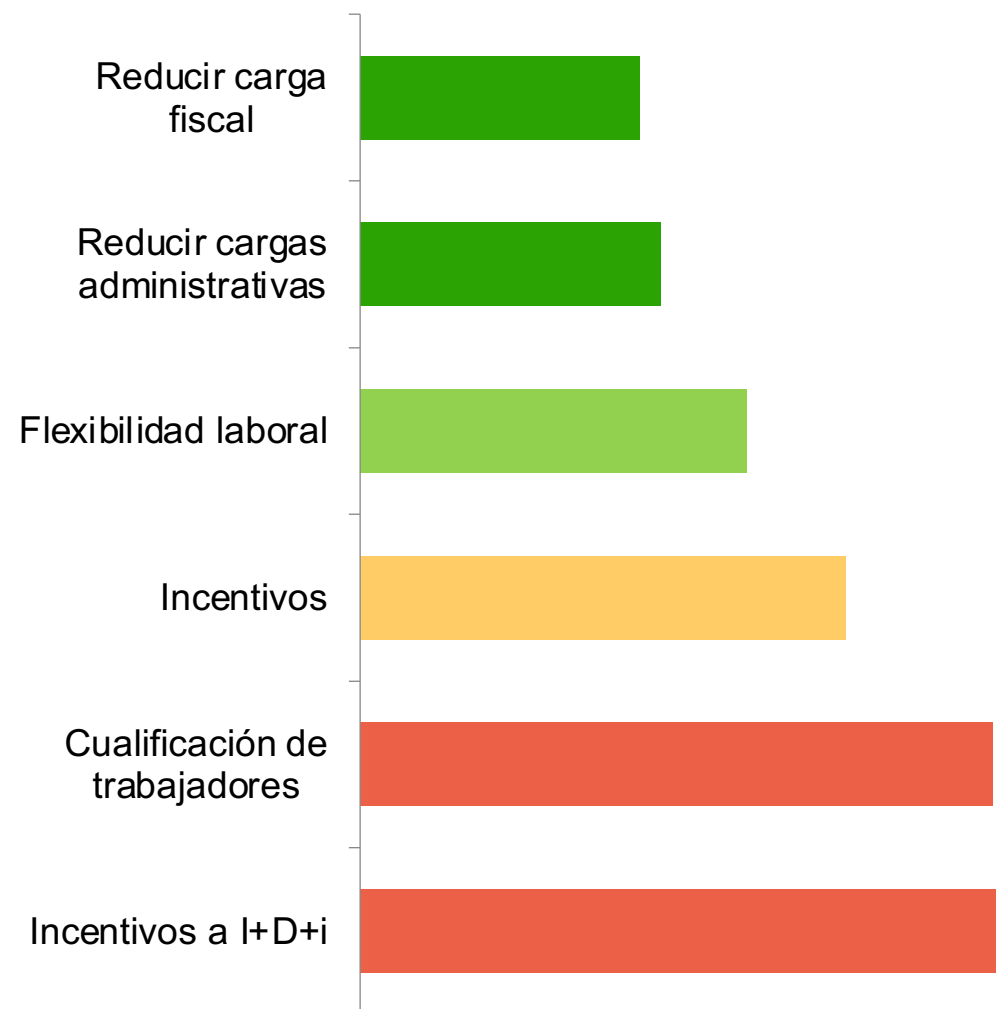
- Estándares de sostenibilidad similares.
- Presión de los inversores por avanzar en sostenibilidad.

Valoración de reformas

Preguntamos a las empresas españolas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado australiano. Esta pregunta estaba orientada, fundamentalmente, a las empresas españolas con filial en Australia.

Reducir las cargas fiscales y administrativas, así como mejorar la flexibilidad laboral serían las reformas preferidas.

En cambio, dar más incentivos desde el sector público y mejorar la cualificación de los trabajadores son las reformas menos valoradas por los encuestados.



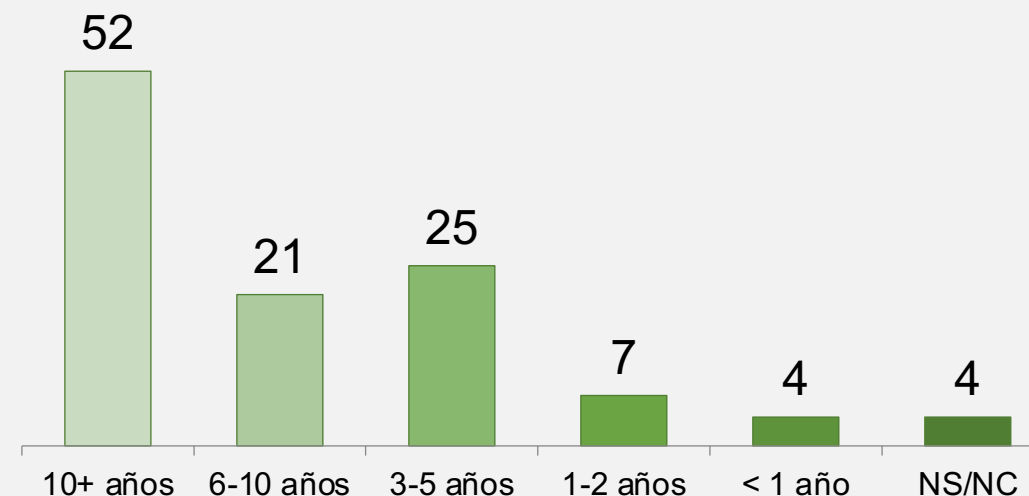
*Las reformas están ordenadas por preferencia.
A menor valor, más preferida por los encuestados.*

Muestra

Sectores de empresas encuestadas



Años de presencia en Australia



La muestra de empresas que contestaron a la encuesta presenta diversidad sectorial, aunque con dominio claro de la alimentación y la industria.

Por otra parte, la mayoría de las empresas tienen una experiencia larga en el mercado australiano, lo que indica que tienen un conocimiento profundo del mismo.

Encuesta sobre el mercado español

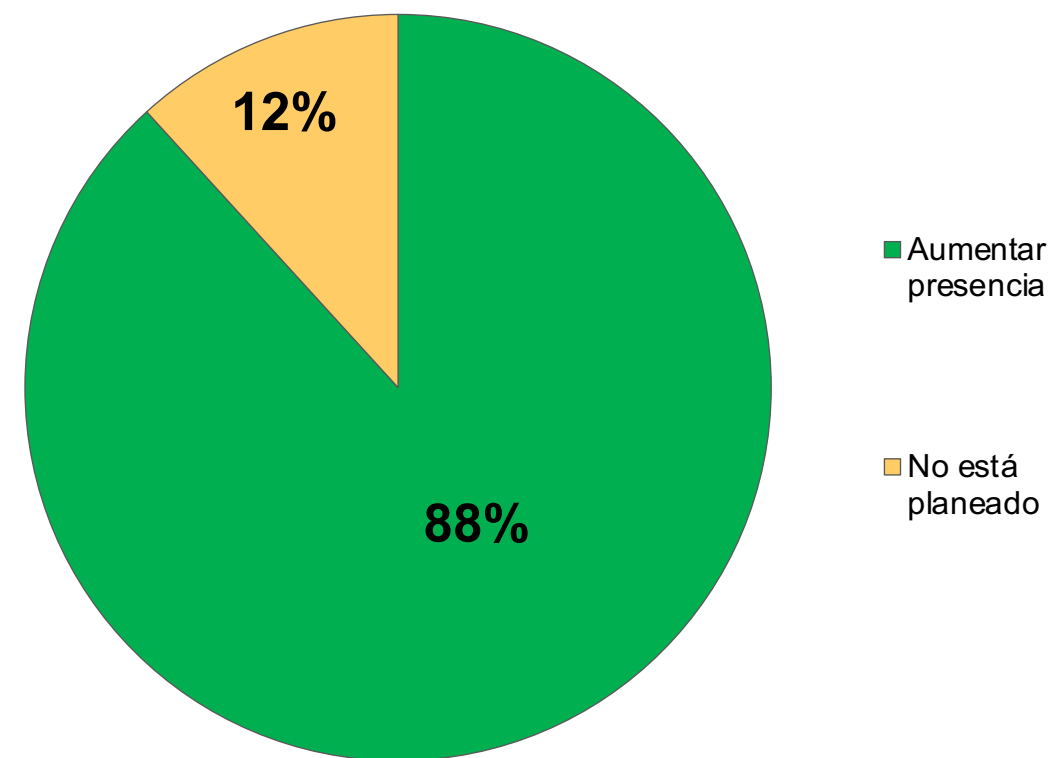
Encuesta a empresas australianas con actividades en España, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en España.

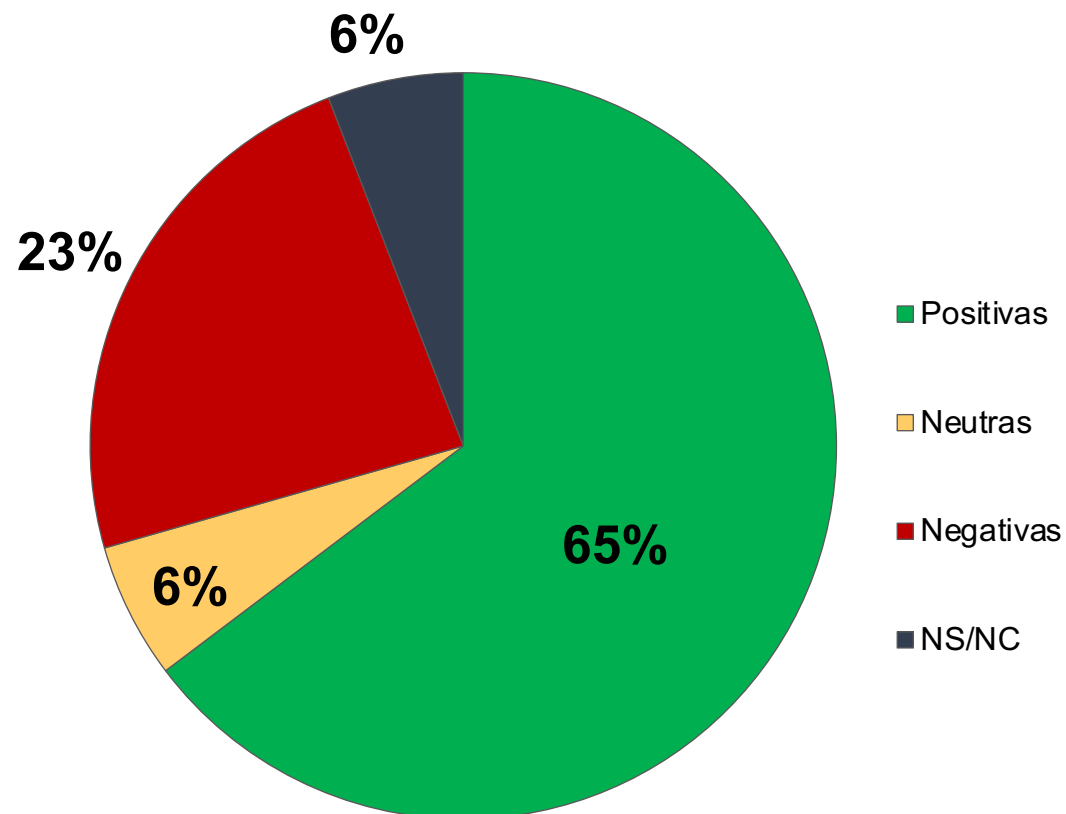
Presencia en España

Preguntamos a las empresas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en España.

Más del 80% de las empresas australianas con actividad exportadora o filial en España que contestaron a la encuesta indicaron su plan de incrementar actividad.

Para la mayoría de las empresas australianas que trabajan con España, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas.**





Preguntamos a las empresas españolas su opinión sobre las perspectivas económicas del país.

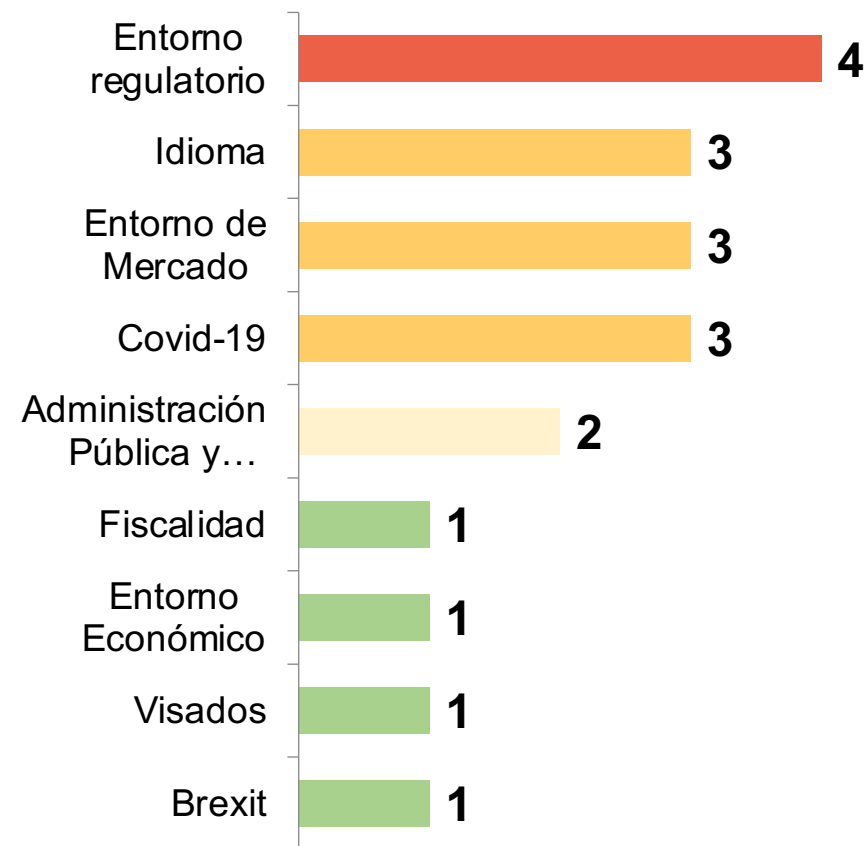
El 65% de las respuestas indican unas perspectivas positivas para la economía española.

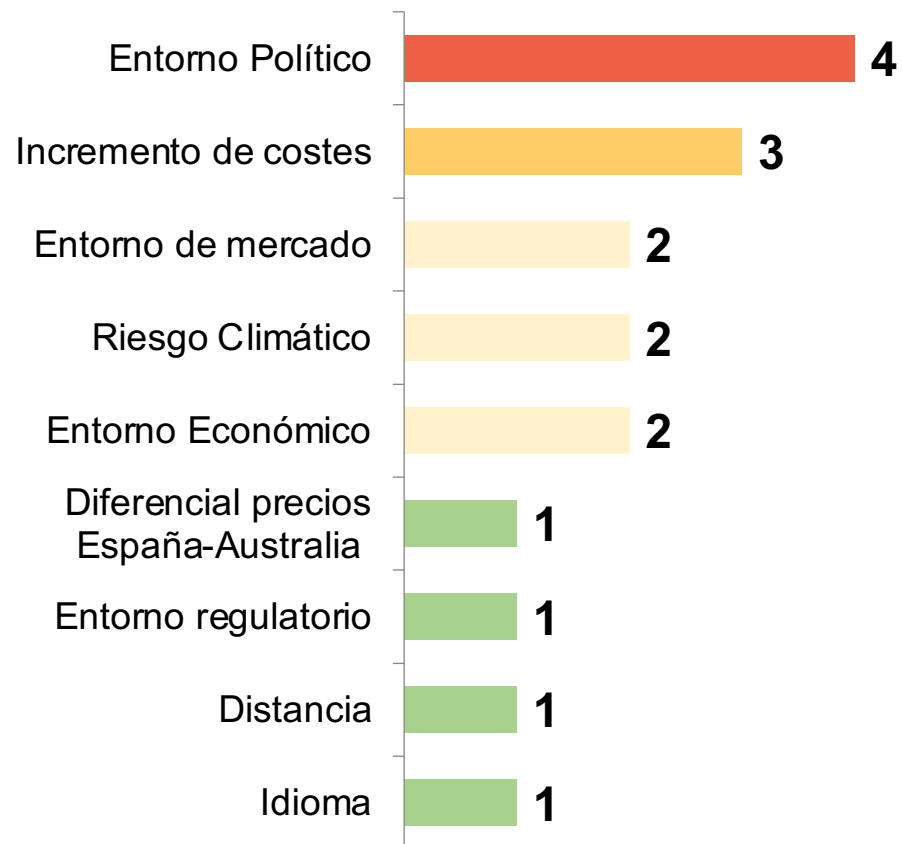
Un 23% de las respuestas indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

Las respuestas son muy claras: **España es una economía atractiva incluso en un contexto negativo**. Recordemos que la encuesta ha tenido lugar en el segundo trimestre de 2022, con eventos negativos como la invasión de Ucrania y la inflación afectando ya a las previsiones de las empresas.

Preguntamos a las empresas australianas qué problemas han sufrido durante su experiencia en España.

Los problemas más mencionados son los derivados del distinto entorno regulatorio existente a nivel España y Unión Europea, seguido de las barreras idiomáticas, aspectos propios del mercado/sector donde opera la empresa y el impacto asociado al covid-19 en nuestra economía.





Preguntamos a las empresas australianas qué amenazas les preocupan más con respecto a su actividad en España.

Las amenazas más mencionadas son:

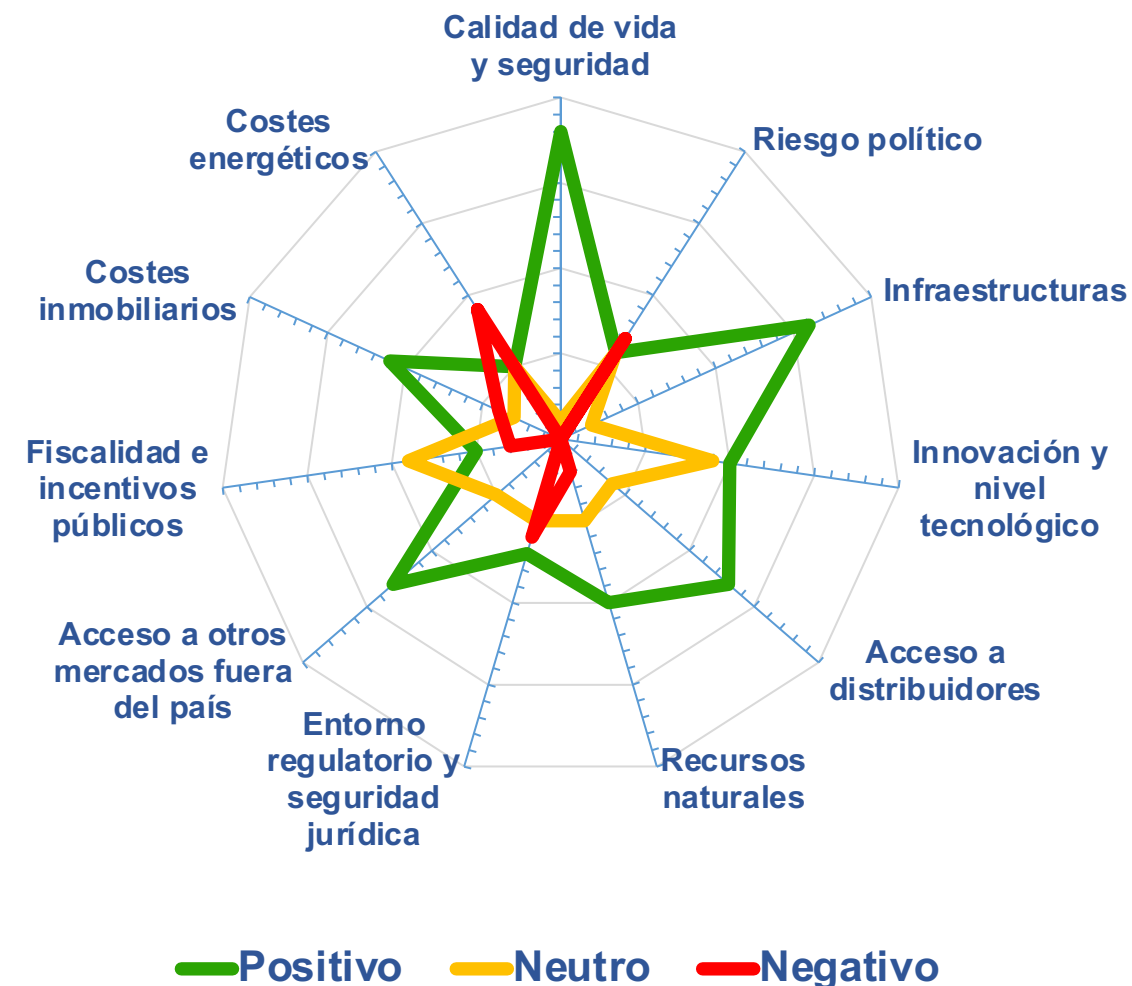
- Un contexto político más volátil.
- El incremento de costes, especialmente los costes energéticos.
- El impacto del riesgo climático en la economía.
- Factores propios del mercado y del contexto económico.
- Con menor importancia, el diferencial de precios entre Australia y España, más bajo en España, el entorno regulatorio a nivel europeo y autonómico, la distancia entre ambas economías y las barreras idiomáticas.

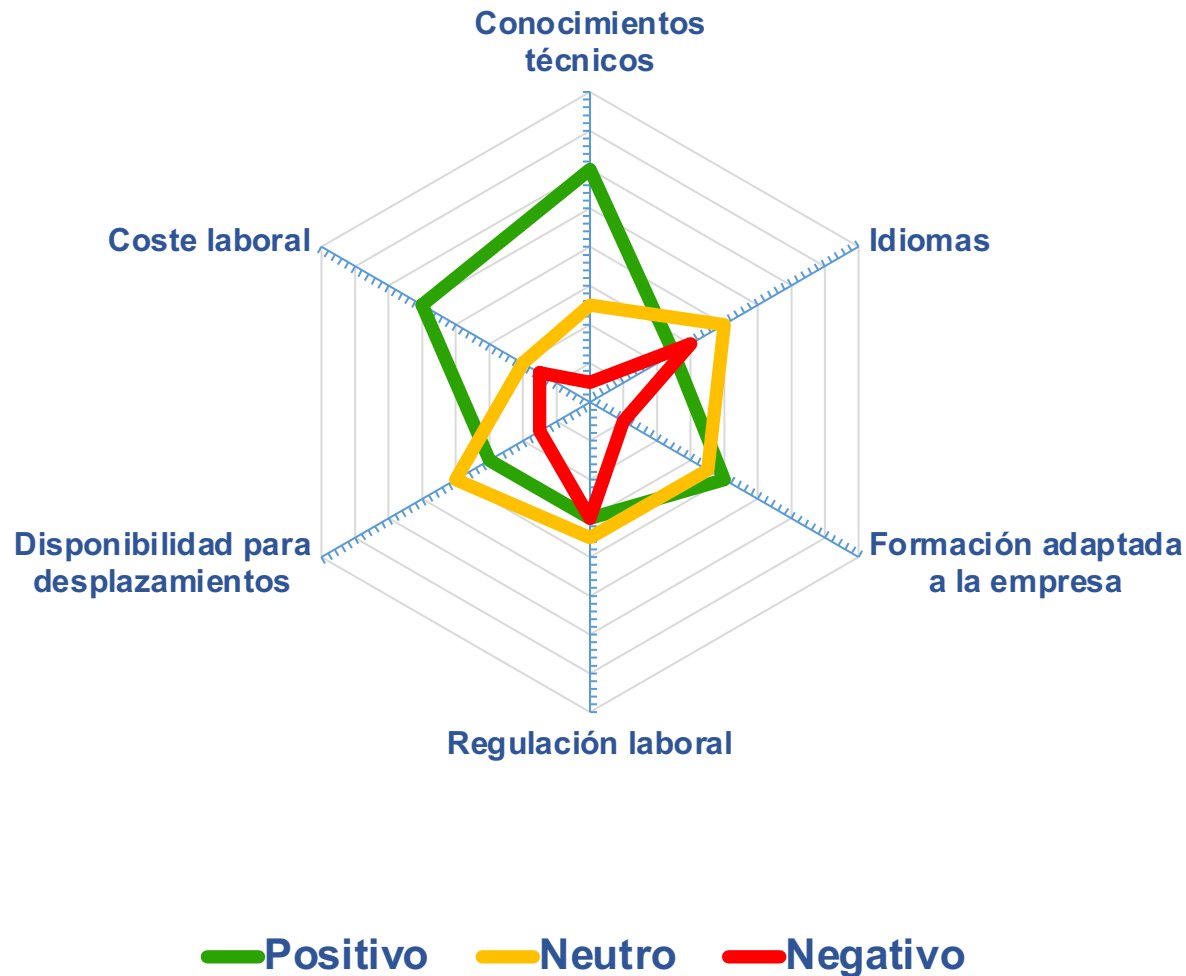
Factores de atracción

Pedimos a las empresas australianas que valorasen diferentes factores de la economía de España.

Los **aspectos más fuertes** son típicos de las economías más desarrolladas: calidad de vida, infraestructuras y acceso a terceros mercados y proveedores

Los **aspectos peor destacados** son los costes energéticos, el riesgo político y el entorno regulatorio.





Pedimos a las empresas australianas que valorasen diferentes factores del mercado laboral de España.

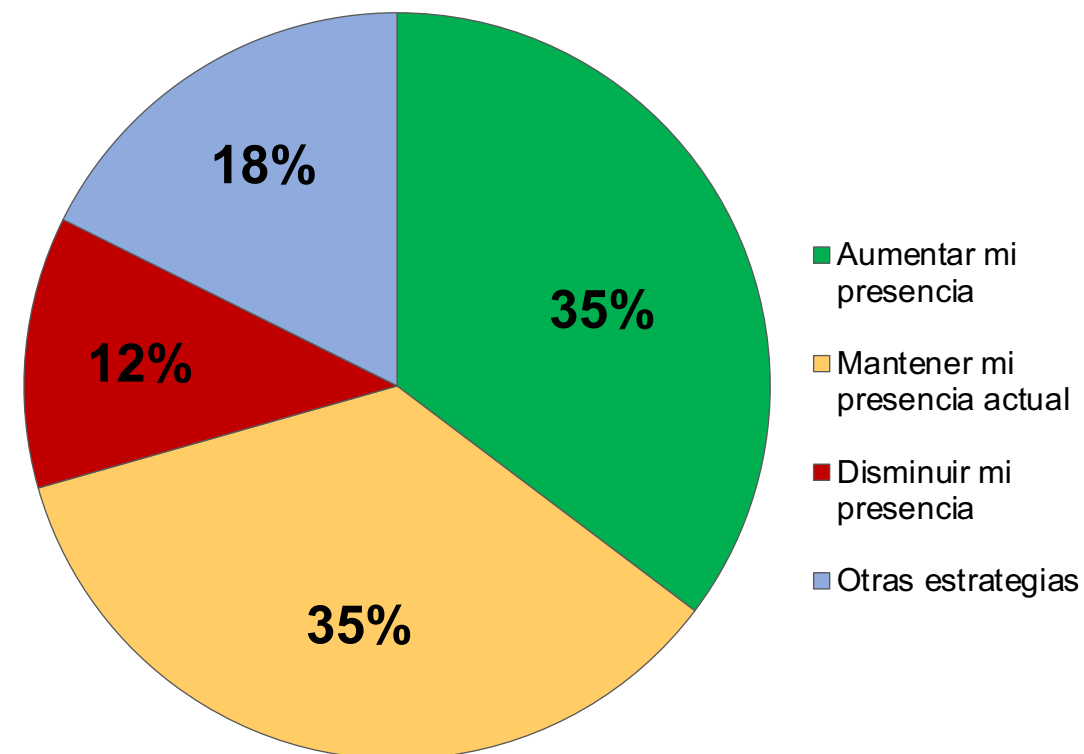
Los **aspectos más fuertes** son los conocimientos técnicos, el coste laboral y la formación adaptada a las necesidades de la empresa.

Las **principales debilidades** se observan en los conocimientos de idiomas y en la regulación laboral.

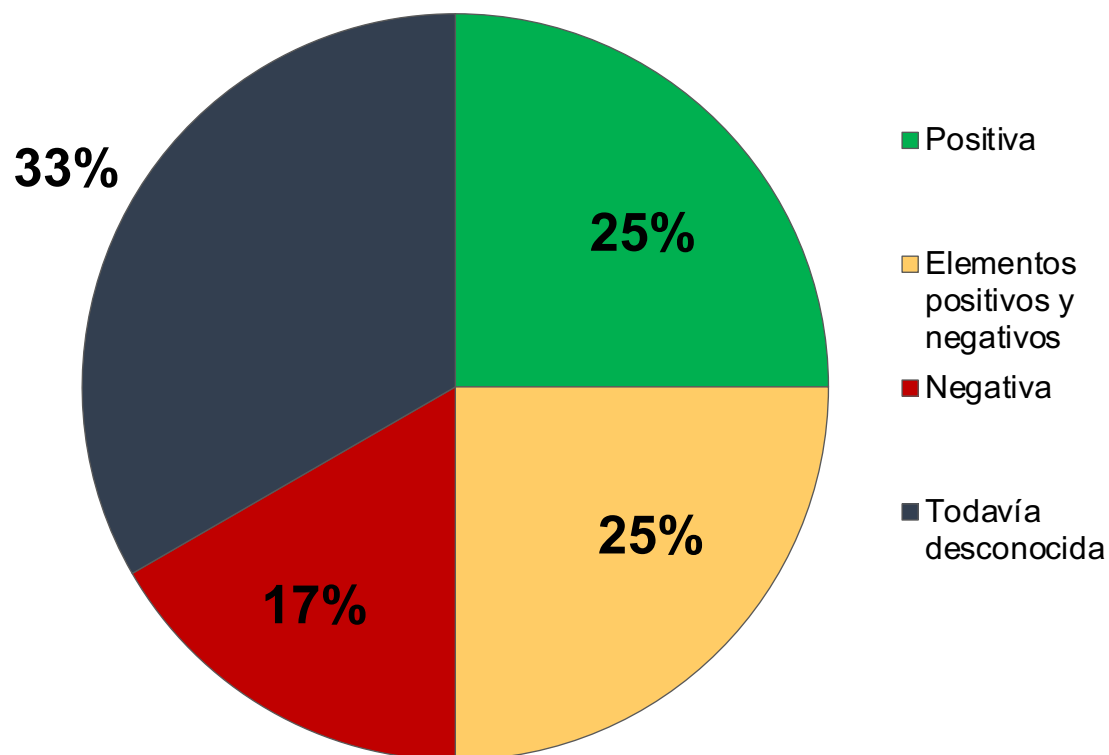
Preguntamos a las empresas australianas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven España como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.

El 70% de las empresas indicaron que su presencia en España les permite diversificarse frente a los riesgos que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría aumentar su presencia o mantener la que actualmente tienen.

Solo un 12% estaría planteando reducir su presencia en el mercado español



Percepción



Preguntamos sobre la percepción de las empresas australianas en España.

La percepción más frecuente (33% de los encuestados) que tienen las empresas australianas es que su **imagen todavía es poco conocida** en España, debido a su limitado número y presencia, aunque cada vez mayor.

Un 25% considera que las empresas australianas tienen una **buena imagen en España**, y otro 25% considera que existen aspectos positivos y negativos respecto a su imagen.

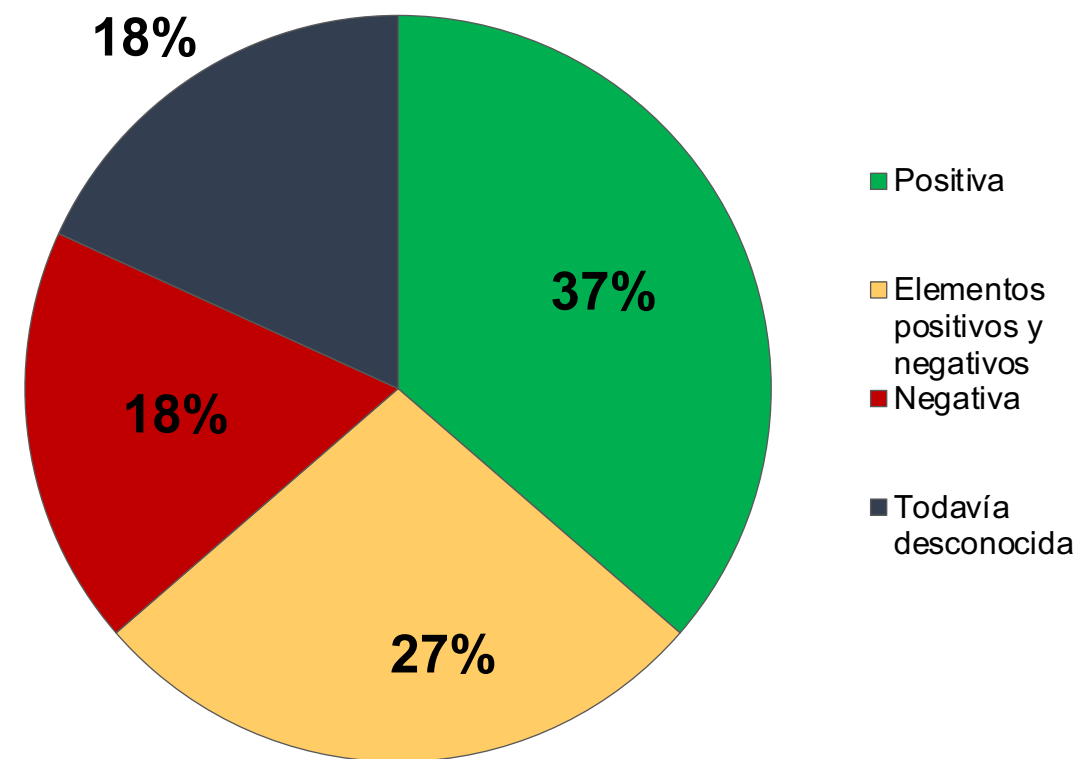
Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: país innovador, destino turístico y de estudios atractivo, imagen en crecimiento global.

Preguntamos por la percepción que las empresas australianas tienen, en general, sobre el mercado español.

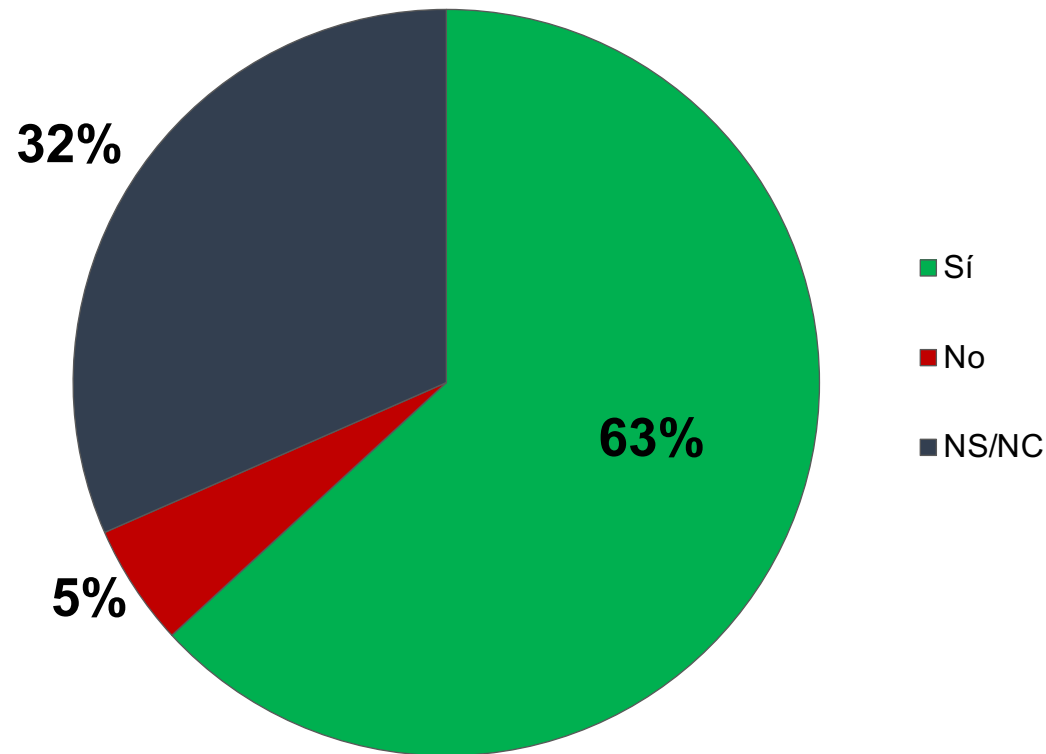
El 37% de las empresas contestaron que en Australia se tiene una **visión positiva del mercado español**, junto a un 27% que observan aspectos positivos y negativos, y un 18% opinaron que la percepción es negativa. El 18% considera que sigue habiendo desconocimiento del mercado español en Australia.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: país moderno, con oportunidades de inversión, serio, con productos de alta calidad.

Entre los **aspectos negativos** citan: barreras lingüísticas, distancia, burocracia excesiva respecto a Australia.



Sostenibilidad



Preguntamos a las empresas australianas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado español.

Más del 60% de las empresas encuestadas (empresas con filiales en España y empresas exportadoras a España) declararon **tener una estrategia de sostenibilidad** que afecta a sus actividades en España.

Solo un 5% indicaron no tener una estrategia de sostenibilidad.

Esto indica que los factores asociados a la sostenibilidad son considerados, por las empresas australianas, como componentes de su competitividad en España.

Las empresas pudieron dejar comentarios sobre su estrategia de sostenibilidad.

Estos son algunos de los aspectos destacados:

- La sostenibilidad es un factor prioritario para conseguir un modelo de excelencia de la empresa y generar un impacto positivo en las personas y las comunidades.
- Desarrollo de productos más sostenibles adaptados al mercado.
- Generar un impacto positivo en la comunidad local y reducir la huella medioambiental.

Preguntamos a las empresas cómo compararían las estrategias de sostenibilidad en España con Australia.

Existe una percepción muy amplia en este sentido,
entre estos aspectos se destaca:

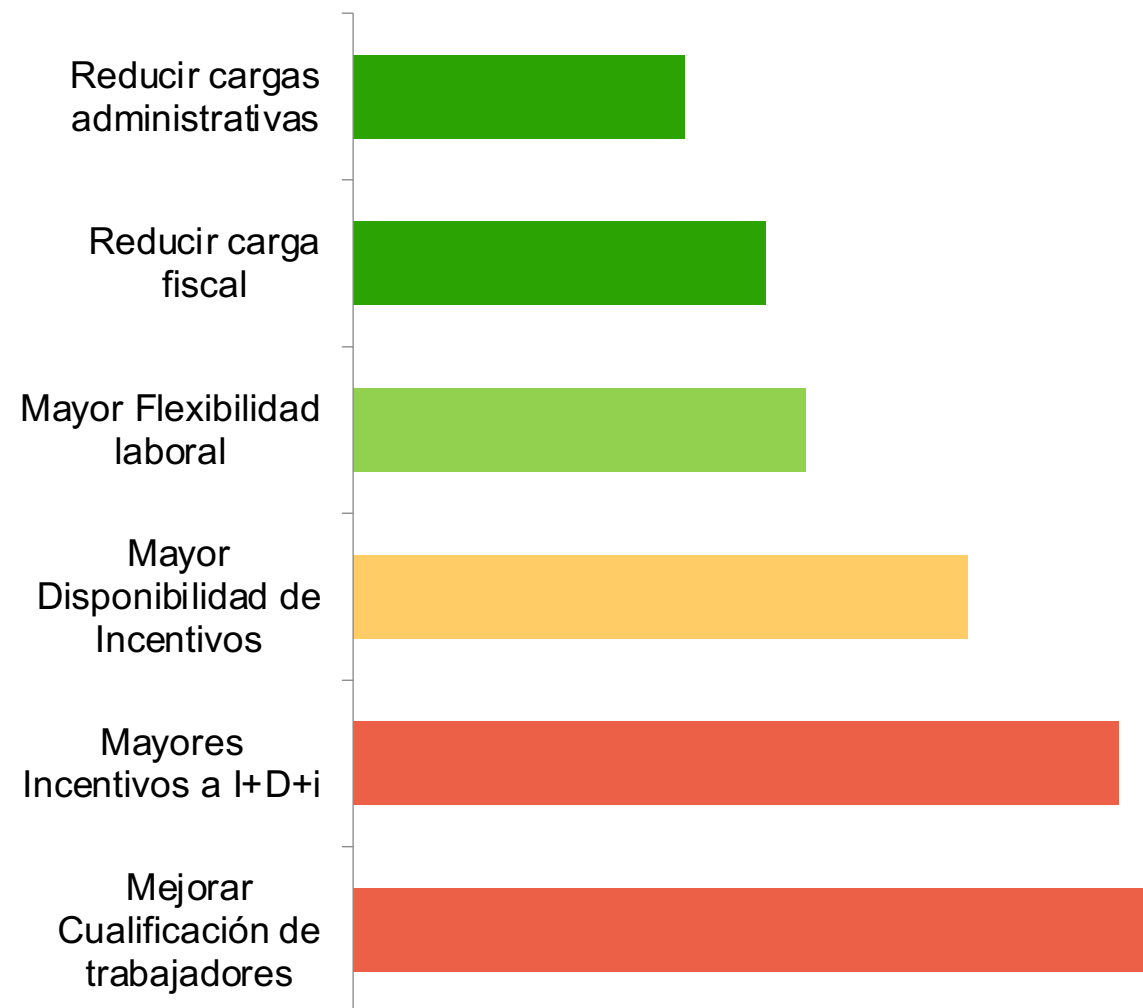
- Estándares de sostenibilidad similares.
- España tiene excelentes estrategias de sostenibilidad en el sector energético en comparación con Australia.
- La sostenibilidad en España viene determinada en gran medida por la normativa comunitaria.

Valoración de reformas

Preguntamos a las empresas australianas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado español.

Reducir las cargas administrativas y fiscales, así como mejorar la flexibilidad laboral serían las reformas preferidas.

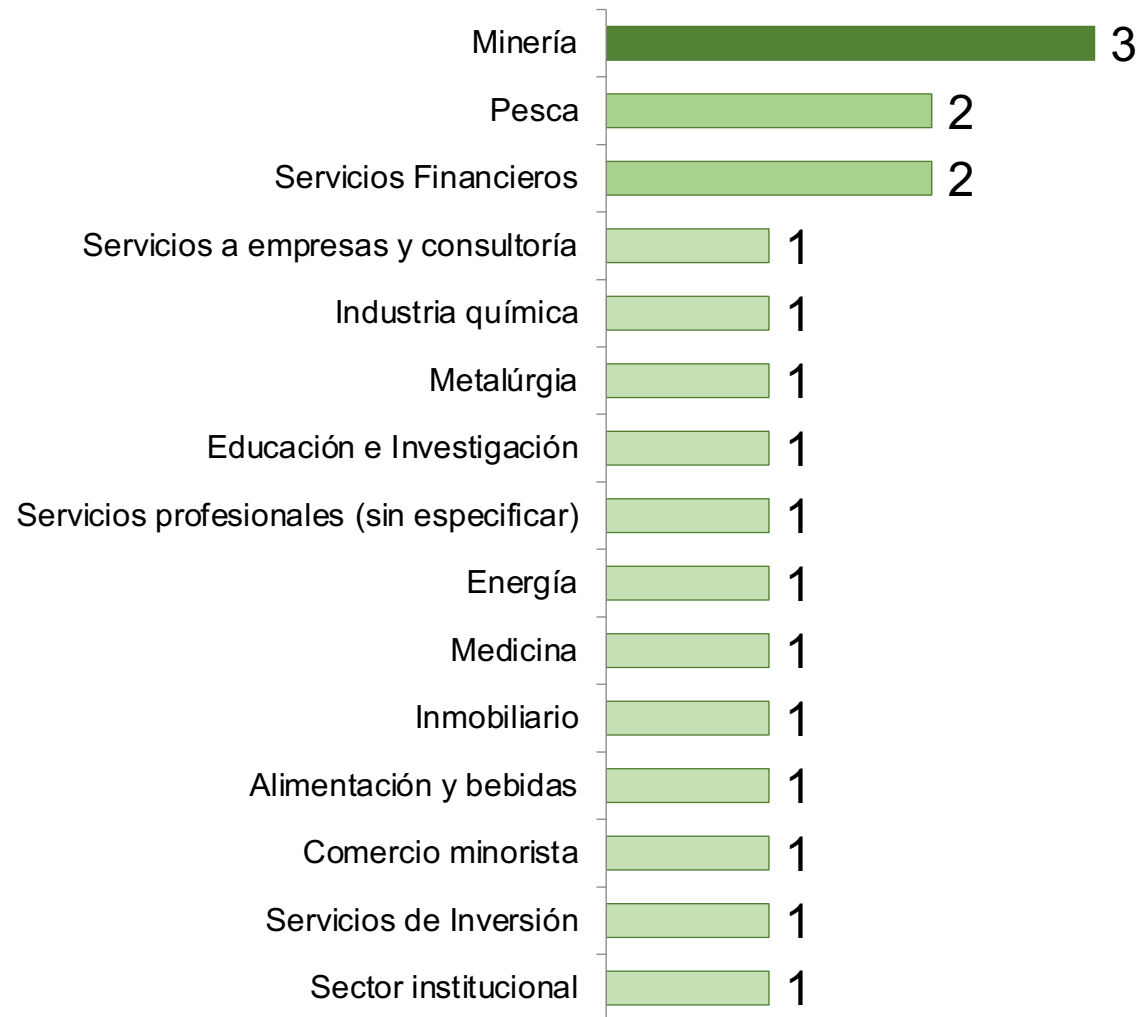
En cambio, no se observan prioritarias por los encuestados aquellas reformas para mejorar la cualificación de los trabajadores o disponer de más incentivos a la I+D+i.



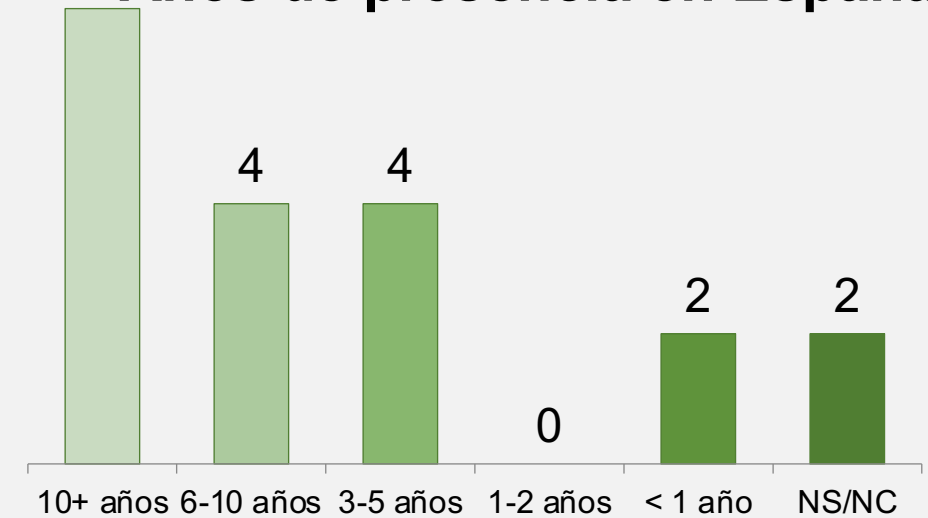
*Las reformas están ordenadas por preferencia.
A menor valor, más preferida por los encuestados.*

Muestra

Sectores de empresas encuestadas



7 Años de presencia en España



La muestra de empresas que contestaron a la encuesta presenta diversidad sectorial, aunque con dominio claro de la minería.

Por otra parte, la mayoría de las empresas tienen una experiencia larga en el mercado español, lo que indica que tienen un conocimiento profundo del mismo.

Metodología

Universo

El universo de la encuesta incluye a todas las empresas españolas y australianas con intereses económicos en el otro mercado. Esto se concreta en:

Empresas exportadoras: españolas que venden al mercado australiano y australianas que venden al mercado español.

Empresas con filiales: empresas españolas de capital australiano, así como su matriz, y empresas australianas de capital español, así como su matriz. Se ha intentado hacer la encuesta tanto a la empresa filial como a la matriz.

Muestra y fuentes

Para tener la muestra más completa posible, hemos identificado empresas de los tipos deseados en múltiples fuentes:

- Experiencia previa y conocimiento personal de Gedeth Network y la Fundación Consejo
- Australia-Spain Business Association (ASBA)
- Base de datos ORBIS
- Directorio de empresas exportadoras de la Cámara de Comercio de España (directorio.camaras.org)
- Directorio de empresas españolas instaladas en Australia de ICEX
- Asociaciones sectoriales australianas y españolas, solicitando reenvío a sus asociados
- Catálogos de ferias en España con presencia australiana

Realización de la encuesta

La recogida de respuestas se ha llevado a cabo a través de una **plataforma web** de encuestas alojada en servidores europeos (survey.zoho.eu).

No se han preguntado datos identificativos de las empresas ni de las personas que responden, para darles mayor confianza, y porque no eran necesarios para los fines del estudio.

Hay **dos versiones de la encuesta**, y cada contacto ha recibido solo una. Las preguntas son iguales en ambas versiones, pero en una se pregunta sobre España, y en otra se pregunta sobre Australia. En todos los casos, la encuesta está en inglés y español.

Difusión

La difusión se ha realizado en dos fases.

Primero se ha enviado un **correo electrónico** a cada contacto de la muestra, con un enlace a la encuesta.

Posteriormente se ha intentado **contactar telefónicamente** para solicitar que contestaran la encuesta, o recoger sus respuestas telefónicamente. Se ha realizado campaña telefónica tanto a los contactos en España como a los contactos en Australia.

Acciones y resultados

Empresas contactadas	126 (sobre España) 699 (sobre Australia)
Llamadas realizadas	1700
Número total de respuestas válidas	19 (sobre España) 131 (sobre Australia)
Fecha de inicio	7-4-2022
Fecha de fin	6-6-2022
Medio	Formulario online