

Madrid, 21 de mayo de 2025

El 51% de las empresas españolas prevé que se incremente su riesgo de impago en exportación

- Cerca del 60% de las compañías encuestadas a nivel global en la Allianz Trade Global Survey, elaborada por Allianz Trade, indica que su actividad comercial se verá impactada negativamente por el nuevo contexto arancelario.
- El 39% de las empresas españolas espera que su facturación exportadora se reduzca en 2025.
- China, Australia y Francia, entre los principales destinos valorados por las organizaciones de nuestro país para buscar nuevos proveedores o trasladar centros de producción.

[Solunion](#), la compañía de seguros de crédito y de caución y de servicios asociados a la gestión del riesgo comercial, presenta los resultados de la última edición de la encuesta sobre el comercio mundial elaborada por Allianz Trade, uno de sus dos accionistas.

La Allianz Trade Global Survey recoge las respuestas de más de 4.500 compañías exportadoras de China, Francia, Alemania, Italia, Polonia, Singapur, España, Reino Unido y Estados Unidos, recopiladas en dos oleadas: antes y después del “Día de la Liberación” del pasado 2 de abril. Así, el informe analiza, en su cuarta edición, las principales perspectivas del mercado exportador para esta muestra que representa cerca del 60% del PIB mundial.

Según la encuesta, la política arancelaria de Estados Unidos ha incrementado la incertidumbre de las compañías en todo el mundo. Asimismo, los resultados de la encuesta indican un cambio en las expectativas de crecimiento, la percepción de los riesgos - especialmente en lo que respecta a los retrasos en los pagos - y las diversas estrategias para mitigar los efectos de la guerra comercial. Incluso con los últimos acuerdos comerciales bilaterales alcanzados en las últimas semanas, la incertidumbre persiste.

Así, la Allianz Trade Global Survey revela que cerca del 60% de las empresas espera un impacto negativo provocado por esta guerra comercial, y el 45% prevé que su facturación del negocio exportador disminuya. Este efecto va más allá del volumen comercial, ya que más de una de cada cuatro compañías está considerando la posibilidad de detener temporalmente la producción debido a la combinación de aranceles y volatilidad de las divisas, especialmente en aquellos sectores que dependen de bienes intermedios importados.

“En contraste con el optimismo mostrado en la primera oleada de la encuesta, esta edición de la Global Survey confirma lo que hemos venido observando en todos los mercados: la incertidumbre y la fragmentación se están convirtiendo en estructurales. El “Día de la liberación” puso de manifiesto las vulnerabilidades de aquellas compañías con cadenas de suministro y mercados de exportación muy concentrados. Las cifras hablan por sí solas: las expectativas positivas de exportación a escala mundial descendieron del 80% al 40%, y el 42% de las empresas espera que su volumen de negocio exportador caiga entre un -2% y un -10% comparado con el 5% que mostraba esta previsión antes de los anuncios del 2 de abril. A pesar de los recientes acuerdos bilaterales con Reino Unido y China, estimamos que las

Nota de prensa

pérdidas globales de exportación alcancen los 305.000 millones de dólares en 2025. Pero las empresas no se quedan paradas. Tras haber sorteado sucesivas crisis desde 2020, se están adaptando de nuevo, diversificando socios, reconfigurando logísticas e integrando el riesgo compartido a lo largo de toda su cadena de valor. En el entorno comercial actual, el éxito depende cada vez más de la capacidad de adaptación”, indica Aylin Somersan Coqui, CEO de Allianz Trade.

Las compañías españolas esperan que su negocio exportador se reduzca en 2025

El informe difundido por Solunion indica que el 39% de las compañías españolas encuestadas espera que su volumen de negocio exportador descienda, y el 46% considera que su actividad internacional se verá afectada negativamente por la guerra comercial.

En este sentido, la expansión hacia nuevas líneas de negocio se presenta como la principal estrategia de inversión de las empresas de nuestro país participantes en la muestra para hacer frente al contexto económico de incertidumbre (36%), seguida de la reducción de costes y eficiencia operativa (30%), y la paralización de grandes inversiones, una opción por la que opta el 20%.

Asimismo, más de la mitad de las empresas españolas (51%) participantes en la encuesta espera que se incremente el riesgo de impago de las exportaciones en los próximos 6-12 meses. Además, China (18%), Australia (13%) y Francia (13%) se presentan como los principales países que las organizaciones seleccionarían para elegir nuevos proveedores o trasladar sus centros de producción.

“Nos encontramos en un contexto donde la vigilancia, la monitorización constante y la flexibilidad serán esenciales para una correcta gestión de los riesgos asociados a la actividad comercial, que permita a las compañías seguir desarrollando sus negocios en esta situación compleja”, indica Jochen Wilmes, Director de Riesgos e Información de Solunion España.

Las empresas siguen en la cuerda floja y recurren a mecanismos como la imputación de los costes, la diversificación o la búsqueda de rutas marítimas alternativas

Es probable que este alivio temporal anime a las compañías a seguir anticipando sus importaciones hasta que finalicen las pausas de 90 días (el 12 de agosto para China y el 8 de julio para el resto del mundo), como hicieron a principios de año. Así, el 86% de las empresas estadounidenses declaró haber adelantado sus compras a China y la Unión Europea antes de que entraran en vigor los aranceles.

Pocas compañías tienen previsto absorber el aumento de los costes o recortar los precios de exportación para mantener su cuota de mercado, especialmente en Estados Unidos, donde más de la mitad de las empresas (54%) planea incrementar sus precios. Asimismo, el abastecimiento de nuevos mercados continuará en aumento como estrategia para mitigar el impacto de los aranceles, especialmente en Polonia (45%) y España, donde el 38% de las compañías encuestadas apuesta por esta opción para hacer frente a la nueva situación. La diversificación de las cadenas de suministro y de las bases de clientes se presentan como una estrategia duradera a la hora de mitigar riesgos, algo que no sorprende, dado que el 54% de los encuestados considera los riesgos geopolíticos y el malestar social entre las tres principales amenazas para sus cadenas de suministro. En este sentido, más de un tercio de

Nota de prensa

las empresas encuestadas ya ha encontrado nuevos mercados a los que exportar, mientras que casi dos tercios tenían previsto hacerlo.

En lo que respecta al control de los costes relacionados con las aduanas, la mayoría de las compañías está buscando rutas de transporte alternativas, incluido el 62% de las empresas estadounidenses. En España, este porcentaje desciende hasta el 49%, mientras que el 63% apuesta por ajustar los plazos de entrega. A su vez, el 51% se inclina por reducir la frecuencia o el volumen de los envíos.

Desconexión Estados Unidos–China, acercamiento Europa–Asia, y Latinoamérica como ganadora silenciosa de la guerra comercial

Es probable que la disociación entre Estados Unidos y China continúe a medio plazo, a pesar de la pausa de 90 días en los aranceles. La intención de las empresas estadounidenses de exportar a China y a Asia Oriental se redujo a la mitad, hasta el 10%, tras el “Día de la Liberación”, mientras que las expectativas de las firmas chinas de exportar a Norteamérica se desplomaron del 15% al 3%.

“Aunque el nuevo acuerdo comercial reduce la tasa media de aranceles de exportación de Estados Unidos sobre China al 39%, sigue siendo mucho más alta que el 13% aplicado antes de la segunda administración Trump. En este contexto, el friendshoring continúa ganando terreno: Europa y Latinoamérica están surgiendo como alternativas atractivas para las empresas chinas, mientras que las compañías europeas están, a su vez, cada vez más interesadas en exportar a China y Asia. Entre ambas encuestas, la intención de exportación aumentó hasta el 36%, y el interés hacia el mercado del sur y el Sudeste Asiático se duplicó hasta el 14%. Mientras tanto, Latinoamérica se perfila como la triunfadora en las estrategias de búsqueda de alternativas comerciales, ya que tanto las empresas chinas como las europeas buscan en la región un acceso a Estados Unidos a menor coste”, afirma Françoise Huang, Economista Senior para Asia-Pacífico y Comercio Global de Allianz Trade.

Cerca de la mitad de los exportadores prevé plazos de pago más largos y un mayor riesgo de impago

La guerra comercial ha afectado a las expectativas en los plazos de pago: tras el “Día de la liberación”, el 25% de los exportadores prevé retrasos en los plazos de pago por encima de los 7 días, lo que supone un incremento de 13 puntos porcentuales.

Tan solo el 11% de las empresas exportadoras siguen cobrando en un plazo de 30 días, según el informe difundido por Solunion, aunque este porcentaje es notablemente inferior entre los principales exportadores, como Estados Unidos, China y Alemania, mientras que en España se sitúa en el 13%. Además, aproximadamente, el 70% de las empresas españolas de la muestra recibe sus pagos en un plazo de entre 30 y 70 días, en línea con la media global, aunque la cifra varía según el sector y el tamaño de la compañía.

“Las empresas de mayor tamaño tienden hacia plazos de pago más largos: el 26% de las compañías encuestadas con un volumen de negocio superior a 5.000 millones de euros se enfrentó a plazos de cobro superiores a 70 días, frente al 18% de la media de la muestra global. Esto sugiere que las grandes organizaciones están asumiendo cada vez más el rol de banco invisible para las empresas más pequeñas. A medida que los exportadores se

Nota de prensa

enfrentan a ciclos de pago más largos y a mayores riesgos de insolvencia, se ven presionados para repercutir costes, abastecerse en nuevos mercados o incluso reconsiderar su presencia internacional", indica Ana Boata, Jefa de Estudios Económicos de Allianz Trade.

Sobre Solunion:

Ofrecemos productos y soluciones de seguro de Crédito y de Caución y servicios asociados a la gestión del riesgo comercial para compañías de España y Latinoamérica. Somos una joint venture constituida en 2013 y participada al 50/50 por dos grandes aseguradoras, [MAPFRE](#) y [Allianz Trade](#). Ponemos al servicio de nuestros clientes una red internacional de vigilancia de riesgos desde la que analizamos la estabilidad financiera de más de 80 millones de empresas. Con una extensa red de distribución, respondemos a las necesidades de compañías de todos los tamaños en un amplio rango de sectores industriales. www.solunion.com

Contacto de prensa:

Solunion – Departamento de Comunicación Corporativa

Eva Muñoz

Tlf. +34 91 417 80 11

eva.munoz@solunion.com

Avda. General Perón, 40 – 2ª planta
28020 Madrid

Advertencia:

Algunas de las afirmaciones contenidas en el presente documento pueden tener la naturaleza de meras expectativas o previsiones basadas en opiniones o puntos de vista actuales de la Dirección de la Compañía. Estas afirmaciones implican una serie de riesgos e incertidumbres, tanto conocidos como desconocidos, que podrían provocar diferencias importantes entre los resultados, actuaciones o acontecimientos reales y aquellos a los que explícita o implícitamente este documento se refiere. El carácter meramente provisional de las afirmaciones que aquí se contienen puede derivarse tanto de la propia naturaleza de la información como del contexto en el que se realizan. En este sentido, las construcciones del tipo "puede", "podrá", "debería", "se espera", "pretende", "anticipa", "se cree", "se estima", "se prevé", "potencial" o "continúa" y otras similares, constituyen la expresión de expectativas futuras o de meras previsiones.

Los resultados, actuaciones o acontecimientos reales pueden diferir materialmente de aquellos reflejados en este documento, debido, entre otras causas a (i) la coyuntura económica general; (ii) el desarrollo de los mercados financieros y, en especial, de los mercados emergentes, de su volatilidad, de su liquidez y de crisis de crédito; (iii) la frecuencia e intensidad de los siniestros asegurados; (iv) la tasa de conservación de negocio; (v) niveles de morosidad; (vi) la evolución de los tipos de interés; (vii) los tipos de cambio, en especial el tipo de cambio Euro-Dólar; (viii) la competencia; (ix) los cambios legislativos y regulatorios, incluyendo los referentes a la convergencia monetaria y la Unión Monetaria Europea; (x) los cambios en la política de los bancos centrales y/o de los gobiernos extranjeros; (xi) el impacto de adquisiciones, incluyendo las integraciones; (xii) las operaciones de reorganización y (xiii) los factores generales que incidan sobre la competencia, ya sean a nivel local, regional, nacional y/o global. Muchos de estos factores tienen mayor probabilidad de ocurrir o pueden ser de carácter más pronunciado, en caso de actos terroristas.

La compañía no está obligada a actualizar las previsiones contenidas en el presente documento.