

Madrid, 14 de abril de 2026

## **El 39,5% de las empresas españolas prevé que se incremente su riesgo de impago en 2026**

- A pesar del conflicto en Oriente Medio, el 75% de las empresas encuestadas en la Allianz Trade Global Survey espera un crecimiento positivo de las exportaciones en 2026.
- El 46% de las compañías españolas participantes indica que sus plazos de pago en exportación se incrementarán en los próximos 6-12 meses tras la guerra de Irán, según la encuesta difundida por Solunion.

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

Según la [Allianz Trade Global Survey 2026](#), la situación en Oriente Medio no ha frenado las expectativas de crecimiento de las exportaciones, aunque sí ha modificado el panorama de riesgos tras un año de guerra comercial. La encuesta, en la que han participado 6.000 empresas de 13 países, ha evaluado en dos fases, realizadas entre febrero y marzo de 2026, el impacto del conflicto en las expectativas de las compañías respecto a las exportaciones, el comercio mundial y las cadenas de suministro.

### **Confianza en las exportaciones, pero previsión de aumento del riesgo de impago**

“La encuesta global de Allianz Trade revela que el 75% de los exportadores espera un crecimiento positivo de las exportaciones para 2026. El impacto del conflicto en Oriente Medio parece moderado, sobre todo si lo comparamos con la crisis arancelaria de 2025, donde las expectativas descendieron 40 puntos porcentuales. No obstante, este optimismo podría desvanecerse rápidamente si se prolongase la situación”, explica Aylin Somersan Coqui, CEO de Allianz Trade. “De hecho, las empresas vietnamitas, americanas y españolas han mostrado una pérdida de más de 10 puntos porcentuales de confianza debido al conflicto, mientras que las corporaciones chinas lo hicieron en 9 puntos. El riesgo geopolítico y político se ha situado como la principal amenaza para el 65% de las empresas, superando a la complejidad y concentración de la cadena de suministro, con un 45%, que fue la principal preocupación en 2025 con motivo de la guerra comercial. Los problemas relacionados con el suministro, como la quiebra de proveedores y la escasez de insumos, han subido al segundo puesto, con el 57%. Sin embargo, menos de una cuarta parte de las compañías han mostrado preocupación por las repercusiones del conflicto en la energía o el transporte marítimo: o bien confían en sus mecanismos de respuesta, o esperan que el conflicto sea de corta duración”, señala.

Pese a esta confianza, el impacto de la situación en Oriente Medio está endureciendo las condiciones de financiación comercial. Los plazos de pago se están alargando y, según el estudio, el porcentaje de empresas a las que se paga en un plazo de 30 días ha descendido del 10% al 7% desde el inicio del conflicto, mientras que el de aquellas que esperan más de 70 días

ha aumentado del 15% al 24%. Además, el 43% de las empresas prevé que las condiciones de pago se deterioren en el medio y largo plazo, lo que supone un incremento de 5 puntos porcentuales respecto a antes del conflicto.

Además, el riesgo de impago también se ha agravado: el porcentaje de organizaciones que espera un mayor riesgo ha aumentado hasta el 40%, lo que refleja un incremento de 6 puntos porcentuales respecto a antes del conflicto.

Por sectores, los más expuestos según la muestra son el farmacéutico, la construcción y el de informática/telecomunicaciones, mientras que las empresas de mayor tamaño se enfrentan a ciclos de pago más largos.

### **España, una posición estratégica con foco en Latinoamérica**

“España ocupa una situación estratégica, como actor consolidado, al igual que Francia y Alemania, en su posicionamiento ante los acuerdos de libre comercio y las cadenas de suministro, pero cuenta con un corredor de influencia hacia Latinoamérica único que ningún otro país de Europa Occidental posee. Su exposición comercial está orientada, por tanto, al Atlántico y no a Oriente Medio, lo que explica por qué España ha sido, en gran medida, inmune al impacto de la guerra de Irán”, indica Lluís Dalmau, Economista de Allianz Trade. Así, tras el conflicto bélico, el riesgo de impago entre las corporaciones españolas tan solo aumentó 1,6 puntos porcentuales, el segundo menor incremento de toda la muestra. Una reacción notablemente distinta a la registrada por la economía nacional tras el “Día de la liberación” de 2025, donde la preocupación por el riesgo de impago pasó del 32% al 51%.

“En este contexto, los riesgos más relevantes para España proceden del oeste, con la inestabilidad en Latinoamérica y los aranceles estadounidenses que afectan a México y Brasil, y de su incapacidad estructural para relocalizar producción”, concluye el experto.

Respecto al **riesgo de impago**, según el informe difundido por Solunion, el 38% de las compañías españolas esperaba un aumento del riesgo de impago antes de la guerra de Irán, mostrando a su vez un incremento mínimo mencionado de 1,6 puntos porcentuales tras el conflicto bélico, y situándose en un 39,5%. Según datos de la Global Trade Survey, este aumento se sitúa por debajo de la media global del estudio, que reflejó una subida de 6,3 puntos. Asimismo, el 45,8% prevé un aumento de los plazos de pago en exportación y el 39% ha dejado de exportar debido a fricciones fronterizas.

Además, el 46% de las empresas españolas espera que sus plazos de pago en exportación se alarguen en los próximos 6-12 meses, frente al 38,7% registrado antes de la guerra de Irán, lo que refleja el mayor incremento porcentual entre los países de Europa Occidental.

“El contexto global, donde la incertidumbre y los distintos conflictos geopolíticos impactan de manera decisiva en la actividad comercial, exige que las compañías cuenten con herramientas que permitan anticipar los distintos riesgos que pueden afectar a su negocio”, señala Yamil Nazur, Director de Riesgos e Información de Solunion España. “La flexibilidad y la monitorización constante son esenciales para aquellas empresas que quieran seguir creciendo, tanto en el mercado nacional como en el de exportación”, concluye.

Entre los países de la zona euro, España muestra las expectativas de aceleración de la relocalización más elevadas antes de la guerra. De hecho, el 25% de las empresas españolas

esperaba que este proceso se acelerara, un porcentaje superior al reflejado en los datos de Francia (14%), Italia (15%) o Alemania (16%). En 2026, el consenso más amplio sobre la relocalización (empresas que esperan que se acelere o continúe el proceso) alcanza el 72%, por encima de Francia (66%), Alemania (64%) e Italia (64%). La guerra de Irán apenas ha alterado estas expectativas de aceleración de la relocalización, con un incremento de 2 puntos porcentuales, frente a los 14 señalados por las empresas francesas o los 12 de las de Reino Unido.

En este sentido, el 88% de las compañías españolas cita la disponibilidad del ecosistema de proveedores como una barrera para materializar esa intención, situándose en el valor más alto de todo el estudio.

Las empresas españolas participantes en la Global Trade Survey indican su predilección por Latinoamérica como destino para la relocalización y foco de sus cadenas de suministro y flujos de exportación, un patrón estable durante las sucesivas ediciones de la encuesta.

“Sin embargo, esta concentración genera un riesgo de crédito estructural que no existe para los países más centrados en la Unión Europea. Brasil, México y Argentina, los tres principales mercados latinoamericanos para España, presentan niveles de riesgo superiores en términos de impago por parte de los compradores, volatilidad de los tipos de cambio y disrupción europea frente a las contrapartes europeas”, señala Lluís Dalmau.

### **Europa y Asia se presentan como las regiones líderes para el futuro crecimiento**

La guerra comercial ha reducido el atractivo de Estados Unidos para los exportadores consultados en la muestra, donde solo el 13% lo considera un mercado en crecimiento. En un contexto de reconfiguración de las cadenas de suministro y de los recientes acuerdos de libre comercio, Europa y Asia se sitúan como prioridades para el crecimiento en el futuro, ya que las empresas buscan cada vez más estabilidad y apertura de los mercados.

Los resultados de la Allianz Trade Global Survey indican que el interés por Europa como destino de exportación ha crecido de forma generalizada, donde los exportadores de Singapur (+10 p.p. respecto a 2025) y Estados Unidos (+9 p.p. vs 2025) reflejan los mayores aumentos de dicho interés.

Por su parte, Asia se mantiene como destino exterior predilecto, aunque el atractivo de inversión de China se ha desplomado. Solo el 23% de las compañías encuestadas planea aumentar su presencia en el país (-30 p.p. respecto a 2025), aunque solo el 10% está planeando activamente su salida.

“Las oportunidades de crecimiento se ven reforzadas por una oleada de nuevos acuerdos comerciales: el 93% de las empresas tiene previsto expandirse tras la firma de los nuevos tratados, como los de India-UE y Mercosur-UE, donde India, Brasil, Vietnam y Francia se presentan como mercados prioritarios. Sin embargo, el potencial de estos acuerdos sigue estando limitado: las barreras no arancelarias, en especial los requerimientos de licencia y certificación, siguen siendo el principal obstáculo que impide a las empresas transformar el acceso a los acuerdos comerciales en un crecimiento real de las exportaciones”, concluye 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 85 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. Contamos con los ratings de solidez financiera A+ a largo plazo de S&P y A (Excelente) con perspectiva estable de A.M. Best. Más información en [www.solunion.com](http://www.solunion.com)

## Contacto de prensa:

### Solunion – Departamento de Comunicación Corporativa

Eva Muñoz

Tlf. +34 91 417 80 11

[eva.munoz@solunion.com](mailto: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.