

Medellín, 17 de junio de 2025

Latinoamérica se posiciona como alternativa estratégica en tiempos de fragmentación comercial

- Colombia se perfila como una plataforma exportadora clave, gracias a su ubicación estratégica, tratados comerciales y condiciones macroeconómicas favorables.
- Casi 6 de cada 10 empresas consideran relocalizar producción o abastecimiento, mientras Latinoamérica gana protagonismo como región confiable y resiliente, según conclusiones de la Allianz Trade Global Survey.

[Solunion Colombia](#), la compañía de seguros de crédito y de servicios asociados a la gestión del riesgo comercial, comparte 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.

El análisis revela una transformación profunda en las dinámicas del comercio global. Las tensiones geopolíticas y la incertidumbre regulatoria han llevado al 60% de las empresas encuestadas a anticipar impactos negativos en su actividad exportadora, mientras que el 42% prevé una caída en su facturación de entre -2% y -10% en los próximos 12 meses. En respuesta, más de la mitad está diversificando activamente sus mercados de exportación y proveedores, y el 54% identifica los riesgos geopolíticos y sociales como amenazas clave para sus cadenas de suministro.

“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 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.

En este nuevo mapa de decisiones comerciales, Latinoamérica emerge como una región estratégica, con una oferta cada vez más atractiva para empresas globales que buscan estabilidad, eficiencia logística y cercanía a mercados clave. Colombia, en particular, se destaca por su ubicación geográfica favorable, el acceso a múltiples mercados a través de acuerdos comerciales, y una base productiva diversa. Estos factores podrían convertir al país en un actor clave para inversionistas que priorizan resiliencia, cumplimiento normativo y sostenibilidad.

El posicionamiento de Latinoamérica como alternativa de relocalización crece con fuerza. Así, el interés de empresas chinas por la región triplicó su nivel tras el 2 de abril, pasando del 5% al 15% como plataforma exportadora hacia Estados Unidos. Asimismo, el 35% de las empresas chinas con cadenas de suministro en América Latina indica que mantendrá operaciones allí, frente al 24% anterior. Por su parte, las empresas estadounidenses con presencia en la región también han reajustado sus prioridades, mostrando un mayor compromiso por quedarse.

Este movimiento también se refleja por sectores. La manufactura, la agricultura, la minería y la energía presentan un crecimiento del interés hacia esta zona del globo, destacando el caso del sector energético, con un salto de 14 puntos porcentuales (del 4% al 18%). La región también gana atractivo para la producción al extranjero y nuevos proveedores, especialmente para empresas con operaciones en América del Norte, Europa Occidental y Asia.

“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.

Por otro lado, el análisis subraya también el deterioro de las condiciones de pago en el comercio exterior. Solo el 11% de las empresas exportadoras sigue recibiendo pagos en menos de 30 días, mientras que más del 25% reporta retrasos de una semana o más.

“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 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.

Finalmente, el estudio advierte que los efectos de esta nueva etapa del comercio global se proyectan más allá del corto plazo. Las decisiones que hoy tomen los Gobiernos y las empresas de la región definirán su capacidad para integrarse a las nuevas cadenas de valor. Latinoamérica ya está en el radar. El reto ahora es convertir ese interés en inversión concreta, productividad sostenible y nuevas oportunidades de exportación para países como Colombia.

Sobre Solunion:

Con sede principal en Medellín, y sucursales en Bogotá, Cali, Barranquilla y Eje Cafetero, [Solunion Colombia](#) es líder del 59% del mercado colombiano de seguro de Crédito. Acompañamos a las empresas colombianas en su crecimiento y desarrollo rentable y sostenible, tanto en el mercado local como en el internacional, gracias a nuestras soluciones y servicios de seguro de Crédito 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 – Marketing y Comunicaciones

Sergio Suescún Silva

Tlf. +57 3005486606

sergio.suescun@solunion.com

Calle 7 sur # 42 – 70

Medellín, Antioquia

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.