Conclusión

El Santander Global Trade Barometer 2026 muestra una comunidad empresarial que se mantiene ambiciosa a pesar del crecimiento más lento, de la inestabilidad geopolítica, la inflación y los cambios en la política comercial. En lugar de cerrarse en el mercado nacional, muchas empresas están buscando más allá de sus fronteras nuevos clientes, alianzas más sólidas y fuentes de crecimiento adicionales.

Las empresas internacionales se encuentran entre las más optimistas sobre el futuro. Aunque la expansión internacional no garantiza el éxito, las empresas con un alcance geográfico más amplio suelen ver oportunidades en más mercados y pueden depender menos de las condiciones de una sola economía.

Esa ambición se extiende más allá de los exportadores consolidados y crea oportunidades tanto para las compañías que entran en su primer mercado extranjero como para las que ya tienen experiencia internacional y buscan profundizar o diversificar sus actividades.

La expansión ofrece nuevas posibilidades, pero también mayores desafíos. Las empresas deben gestionar una normativa desconocida, trámites aduaneros, logística y política comercial al mismo tiempo que encuentran socios en los que confiar. Dado que las presiones varían en cada mercado, no hay un solo modelo para el crecimiento internacional ni un paquete de apoyo estándar.

Por eso la resiliencia se está convirtiendo en un valor central de la estrategia internacional. Las empresas están revisando dónde se abastecen, producen y venden, en busca de un mejor equilibrio entre el alcance global y la proximidad regional. Esto no es una retirada del comercio, sino un reajuste de la forma en que las empresas participan en él.

El mismo principio se aplica a la tecnología. La IA puede ayudar a las empresas a identificar oportunidades, llegar a clientes, gestionar información y mejorar la eficiencia, y es la principal prioridad de inversión de las empresas.

Pero materializar su valor exigirá las capacidades, la gobernanza, la integración y las protecciones necesarias para aplicarla de forma práctica y responsable a necesidades empresariales claramente definidas.

En todos estos desafíos, las empresas necesitan apoyos que combinen la capacidad financiera con el conocimiento práctico. La orientación regulatoria, el apoyo aduanero, el conocimiento local y las conexiones fiables pueden ayudar a las empresas a evaluar las oportunidades y gestionar la complejidad internacional. Este apoyo debe adaptarse al mercado, el sector y la fase de desarrollo de cada empresa.

La presencia internacional de Santander y su conocimiento local le permiten acompañar a las empresas a lo largo de todo este proceso. Al reunir los servicios bancarios, el conocimiento especializado, la tecnología y las conexiones entre mercados, Santander puede ayudar a sus clientes a tomar decisiones informadas y aprovechar oportunidades con más confianza.

El panorama es exigente, pero el rumbo está claro. Las empresas siguen viendo el comercio internacional como una vía importante para el crecimiento, la resiliencia y la diversificación. Su éxito dependerá de la eficacia con la que conviertan esa ambición en acción: elegir los mercados adecuados, construir operaciones más sólidas y aprovechar la experiencia y tecnología que necesitan para enfrentarse a un mundo más complejo.