67% das empresas portuguesas acreditam que vão crescer, mas temem a geopolítica

- *Dois terços das empresas estão confiantes de que vão crescer nos próximos três anos.*
- *Um terço espera que mais de metade da faturação venha do exterior, acima da média global.*
- *O risco geopolítico lidera as preocupações para os próximos dois anos.*

Lisboa, 12 de novembro de 2026. NOTA DE IMPRENSA

Dois terços das empresas portuguesas (67%) acreditam que vão crescer nos próximos três anos, e o comércio internacional ganha peso nos seus planos. A geopolítica surge, no entanto, como o principal risco para os próximos dois anos. Estas são algumas das conclusões do estudo Global **Santander Trade Barometer 2026**, que inquiriu 6.059 empresas em nove países na Europa e América, das quais 253 empresas em Portugal.

No curto prazo, mais de metade (54%) espera aumentar a faturação nos próximos 12 meses, abaixo da média global de 59%, e um quarto (25%) prevê uma redução. As empresas com atividade internacional são as mais otimistas: 57%, contra 50% nas que operam apenas no mercado nacional.

"As empresas não estão a abandonar o comércio internacional. Estão a mudar a forma como se relacionam com ele. Num mundo cada vez mais fragmentado, as empresas acreditam cada vez mais que as oportunidades de crescimento continuam a existir para além das suas fronteiras", afirma Ana Botín, presidente do Banco Santander.

Crescer além dos mercados lusófonos

Para 43% das empresas portuguesas, o comércio internacional tornou-se mais importante. A percentagem sobe para 57% nas que já operam no exterior e desce para 26% nas que atuam apenas no mercado nacional. Um terço (33%) espera que mais de metade da faturação venha de fora, face a 25% a nível global. Entre as empresas que ainda não estão internacionalizadas, 42% ponderam dar esse passo nos próximos três anos.

O foco vai além dos mercados de língua portuguesa. Entre as empresas internacionalizadas, 36% esperam crescer sobretudo em mercados não lusófonos, contra 17% nos lusófonos. Os Estados Unidos e a França lideram os mercados de oportunidade, ambos com 21%. Seguem-se o Reino Unido (19%), a Itália (15%) e a Alemanha (13%).

Comunicação
Rua da Mesquita, n.º 6, 1070-238 Lisboa
E-mail: comunicacao.santander.portugal@santander.pt

Os custos de logística e transporte são o principal obstáculo à expansão internacional (34%), seguidos da dimensão do mercado português e da fiscalidade (24% cada). Para acelerar a internacionalização, as empresas destacam os incentivos públicos (18%) e a informação de mercado (16%).

Geopolítica sobe ao topo dos riscos

Atualmente, a inflação e o aumento dos custos (35%) são a principal preocupação, seguidos da falta de trabalhadores qualificados (27%) e dos preços da energia (26%). Num horizonte de 12 a 24 meses, o risco geopolítico passa para o topo (38%), à frente do abrandamento da economia global (34%). Entre as empresas internacionalizadas, esta preocupação chega aos 51%.

IA: muitos testes, pouca integração

Entre as empresas internacionalizadas ou com planos para o ser, 40% já usam inteligência artificial. Apenas 12% a integraram na maior parte ou na totalidade da atividade de comércio externo, e outras 29% estão em fase de testes. A IA lidera as intenções de investimento para os próximos 12 meses (31%), à frente da formação de trabalhadores (27%), da contratação e da cibersegurança (25% cada). Mais de metade das empresas (55%) acredita que a IA lhes permitirá servir um maior número de mercados.

Sobre o estudo

O Santander Trade Barometer 2026 inquiriu 6.059 empresas em nove países: Argentina, Brasil, Chile, Espanha, Estados Unidos, México, Portugal, Reino Unido e Uruguai. Em Portugal, foram inquiridas 253 empresas. O inquérito decorreu entre 10 de agosto e 14 de setembro de 2026.

Comunicação
Rua da Mesquita, n.º 6, 1070-238 Lisboa
E-mail: comunicacao.santander.portugal@santander.pt