

NOTICIAS FINTECH LATAM

[Home](#) / [Fondeos](#) /

Optimismo empresarial en Argentina: menos expansión, más eficiencia, tecnología y control de costos



FONDEOS

Optimismo empresarial en Argentina: menos expansión, más eficiencia, tecnología y control de costos

El optimismo empresarial en Argentina se mantuvo en 64% durante el primer trimestre de 2026, pero el dato más relevante no pasa solo por el humor de los ejecutivos. El nuevo **International Business Report de Grant Thornton** muestra un cambio más profundo: las empresas siguen viendo margen para crecer, aunque ahora priorizan eficiencia operativa, inversión tecnológica y sustentabilidad por encima de la expansión internacional, la marca y la presión salarial.

La foto de arranque es clara. Mientras el índice global de optimismo del mercado medio cayó seis puntos, hasta 68%, golpeado por la incertidumbre geopolítica y el deterioro del entorno internacional, Argentina logró sostener su nivel en 64%, sin cambios frente al cierre de 2025. El contraste no implica euforia local, sino una adaptación más pragmática: en lugar de acelerar expansión, las compañías están recalculando prioridades y cuidando caja.

El relevamiento tiene peso estadístico y permite leer la tendencia con más contexto. El IBR de Grant Thornton se realiza trimestralmente desde 1992, releva a alrededor de 15.000 líderes empresariales en 35 economías y,

en la edición argentina comparada para este período, incluyó 76 empresas. No se trata, por lo tanto, de una encuesta anecdótica, sino de un termómetro bastante preciso sobre cómo se están moviendo las decisiones corporativas en el segmento medio, un universo especialmente sensible al costo del capital, la demanda y la productividad.

Donde mejor se ve el cambio es en las expectativas de crecimiento. El 61% de las empresas argentinas espera subas tanto en ingresos como en precios de venta durante los próximos doce meses, con mejoras de 11 y 19 puntos porcentuales, respectivamente, frente al trimestre anterior. Sin embargo, esa expectativa positiva convive con una señal igual de importante: apenas el 12% prevé aumentar ingresos de mercados externos o expandirse a nuevos países. En otras palabras, el empresariado argentino sigue viendo oportunidades, pero mayormente puertas adentro.

Ese dato es central para una lectura fintech. Cuando las compañías dejan en pausa la conquista regional y concentran recursos en el mercado local, el foco suele correrse desde el relato de crecimiento hacia la eficiencia del negocio: mejor administración de tesorería, automatización de pagos, control de gastos, financiamiento de capital de trabajo, cobranza y herramientas para ordenar el flujo operativo. El informe no mide verticales fintech en forma directa, pero el patrón de inversión que describe es consistente con una demanda más fuerte de soluciones B2B orientadas a productividad y ahorro de costos.

La composición de la inversión confirma esa hipótesis. Tecnología volvió a ubicarse entre las principales prioridades con 53%, las iniciativas sustentables treparon a 50% y la inversión en investigación y desarrollo llegó a 42%. En sentido contrario, la inversión en marca cayó nueve puntos y quedó en 29%. No es un movimiento menor: sugiere que, en este tramo del ciclo, el directorio argentino parece más dispuesto a poner recursos en procesos, sistemas y capacidades con retorno operativo que en construcción de posicionamiento.

También cambió el mapa de los temores. Entre las principales limitaciones al crecimiento aparecen la disponibilidad y el costo de materias primas e insumos, con 39%, y la incertidumbre económica, también con 39%. Aun así, no todo empeoró: la preocupación por la escasez de pedidos bajó a 16% y la expectativa de una futura falta de demanda cayó a 14%. La lectura de fondo es interesante: la empresa argentina no parece estar paralizada por ausencia total de mercado, sino tensionada por costos, previsibilidad y capacidad de ejecución.

El frente salarial completa la idea de cautela. Solo el 9% de las empresas espera aumentos reales de salarios en los próximos 12 meses, mientras que la expectativa de subas nominales descendió de 83% a 68%. El mensaje es transparente: las firmas siguen evitando compromisos fijos más pesados mientras priorizan productividad, automatización y manejo fino del gasto operativo. Para proveedores de software financiero, ERP, paytech, expense management y soluciones de back office, este escenario puede abrir más conversación comercial que una etapa clásica de expansión.

En paralelo, el contexto macro explica por qué el optimismo local es estable, pero no expansivo. El FMI proyecta para Argentina un crecimiento del PBI real de 3,5% en 2026 y una inflación promedio de 30,4%, números que muestran mejora frente a los peores años recientes, aunque todavía dentro de un marco de fragilidad. A escala global, el mismo organismo estima que la economía mundial crecerá 3,1% en 2026, afectada por el conflicto en Medio Oriente, mayores tensiones y riesgos financieros. Con ese telón de fondo, el empresariado argentino parece haber elegido una consigna simple: crecer, sí; desordenarse, no.

Ese giro importa especialmente para fintech y servicios financieros digitales porque redefine dónde habrá presupuesto. En un ciclo de “menos expansión, más eficiencia”, ganan terreno las herramientas que prometen ahorro medible, velocidad de implementación y trazabilidad. La conversación deja de ser solo transformación digital en abstracto y pasa a ser retorno concreto: cuánto baja el costo operativo, cuánto mejora la cobranza, cuánto se acelera la conciliación, cuánto capital de trabajo se libera. Ahí es donde la agenda corporativa y la agenda fintech vuelven a encontrarse.

En definitiva, el 64% de optimismo empresarial en Argentina no debería leerse como una simple señal de estabilidad. Es, más bien, la evidencia de una nueva disciplina corporativa. Las empresas no están dejando de invertir; están invirtiendo distinto. Menos branding, menos apuesta internacional inmediata, menos presión salarial y más tecnología, sustentabilidad, control de costos e I+D. Para el ecosistema fintech, la conclusión es directa: en 2026, la oportunidad no pasa solo por vender crecimiento, sino por demostrar eficiencia.