

Mercado

TENDENCIAS

Optimismo empresarial: el mercado medio argentino sostuvo 64% en el primer trimestre de 2026

El International Business Report (IBR) relevó estabilidad en el indicador local mientras el índice global bajó a 68% por la guerra en Irán, con cambios en salarios, inversión y limitaciones para crecer que reordenan prioridades hacia eficiencia y tecnología en las decisiones de las compañías

6 de mayo de 2026



El optimismo empresarial de las compañías del mercado medio en Argentina se ubicó en 64% durante el primer trimestre de 2026, sin cambios en relación con el período previo y sin

señales de expansión. El dato surge del International Business Report (IBR) de Grant Thornton, que también registró un retroceso del indicador global, en un contexto atravesado por la incertidumbre geopolítica.

A nivel mundial, el índice de optimismo cayó seis puntos porcentuales y se ubicó en 68%, con impacto de la guerra en Irán sobre costos, cadenas de suministro y estabilidad económica. En ese marco, el relevamiento describió un escenario local de estabilidad, con empresas que priorizan la eficiencia, recortan expectativas salariales y postergan inversiones no críticas. “La estabilidad del optimismo en Argentina no implica ausencia de riesgo”, señaló Fernando Fucci, Managing Partner de Grant Thornton Argentina.

En las expectativas de crecimiento, las respuestas favorables se concentraron en ingresos y precios de venta, ambos con 61%. Esos dos indicadores lideraron el trimestre y mostraron subas frente al trimestre anterior: 11 puntos porcentuales en ingresos y 19 puntos en precios de venta. En contraste, las proyecciones asociadas a expansión internacional permanecieron rezagadas: solo 12% de las empresas espera aumentar ingresos provenientes de mercados externos o expandirse a nuevos países, con un foco más marcado en el mercado interno.

La reconfiguración también se reflejó en la inversión. El informe relevó una recuperación en tecnología, con 53% de respuestas favorables, junto con un crecimiento en iniciativas sustentables (50%) y en investigación y desarrollo (42%). En sentido contrario, la inversión en marca (*branding*) descendió nueve puntos porcentuales hasta 29%.

Entre las principales limitaciones para el crecimiento empresarial en Argentina, se ubicaron la disponibilidad y el costo de materias primas (39%, con una suba de nueve puntos) y la incertidumbre económica (39%, con una baja de 11 puntos). En paralelo, disminuyó la preocupación por la falta de demanda: la escasez de pedidos bajó a 16% (ocho puntos menos) y la expectativa de menor demanda futura descendió a 14% (siete puntos menos).

En salarios, el IBR reflejó un ajuste en las expectativas. Solo 9% de las empresas prevé aumentos reales (dos puntos menos que el trimestre anterior), mientras que la expectativa de incrementos nominales cayó de 83% a 68%. “Lo que estamos viendo es un cambio en la forma de gestionar”, dijo Fucci, Managing Partner de Grant Thornton Argentina.

Grant Thornton Argentina es miembro de la red Grant Thornton International Ltd. y cuenta con más de 50 años de experiencia en el mercado argentino. La firma informó que tiene un equipo de más de 400 profesionales, oficinas en Buenos Aires, Córdoba y Rosario, y alianzas estratégicas en diferentes provincias para brindar servicios en todo el país.