

Síguenos en



INTERNATIONAL BUSINESS REPORT (IBR)

Más de la mitad de las empresas del middle-market español subirán sus precios de venta en el próximo año

El indicador alcanza máximos en España ante el encarecimiento de las materias primas y el transporte de mercancías

El optimismo económico cae entre las empresas nacionales pese a la mejora de las previsiones macroeconómicas

Las empresas mantienen su apuesta por la tecnología: un 85% reconoce tener ya implantada la IA en su operativa



Madrid, 11 diciembre 2025

La inflación y los costes emergen como nuevos desafíos para el middle-market nacional. En un momento marcado por la nueva escalada del Índice de Precios

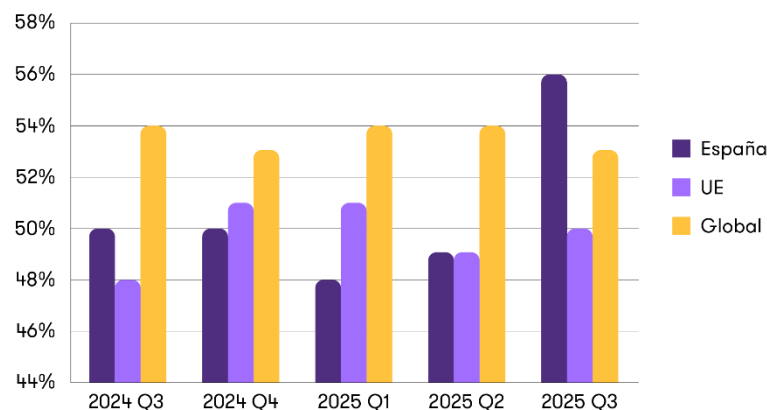
Síguenos en



al Consumidor (IPC) el **56% de las empresas medianas españolas reconocía durante el tercer trimestre que prevé subir los precios de sus productos** durante el próximo año. Una reacción al encarecimiento registrado en bienes como la energía y las materias primas.

Así lo acredita la última edición -referente al tercer trimestre de 2025- del **International Business Report (IBR)**, el **informe elaborado por Grant Thornton** a partir de una encuesta que **analiza las expectativas y preocupaciones de las empresas del middle-market** (en España, entre 50 y 3.000 trabajadores), a escala global y nacional. En España, los resultados están basados en 400 encuestas a directivos del middle-market.

Porcentaje de empresas que subirá precios



En esta edición, las expectativas de subir precios por parte de las empresas medianas han alcanzado el máximo histórico de la serie, elaborada desde 2011. Entre el segundo y el tercer trimestre, **las expectativas de subir precios han crecido 7 puntos porcentuales en España**, que además refleja una tasa más elevada en este indicador que el dato de la Unión Europea (50%) y el global (53%).

El dato refleja la tendencia que mantiene la inflación en España. En noviembre, el IPC **alcanzó el 3% en nuestro país**, según los datos adelantados por el

Síguenos en



Instituto Nacional de Estadística (INE). En el conjunto de la Eurozona, este indicador se situó 8 décimas por debajo, en el 2,2%.

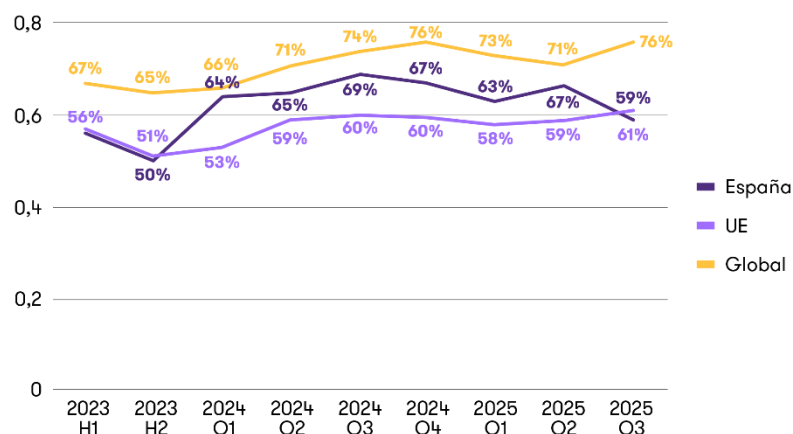
De igual forma, crece **la inquietud por el encarecimiento de las materias primas** (49% muestran su preocupación, nueve puntos más que en el segundo trimestre) y los **costes de envío de mercancías** (43%, cuatro puntos más). Unos niveles por encima de la media europea (43% y 39%, respectivamente).

Desconexión entre la macro y la micro

Más allá de la subida de los costes y la presión sobre los márgenes empresariales, la última edición del IBR refleja una **desconexión entre el boyante crecimiento macroeconómico y las perspectivas empresariales** en España.

El porcentaje de directivos que considera que **la economía mejorará en el próximo año se sitúa en el 59%, mínimos desde 2023**. En el último año, el optimismo empresarial se ha desplomado diez puntos. Mientras tanto, en Europa se estabiliza, y marca máximos históricos a nivel global (75,7%); motivado por el resultado final de la guerra comercial la cual no ha sido tan crítica como parecía en un primer momento.

Evolución del optimismo del middle-market



Síguenos en

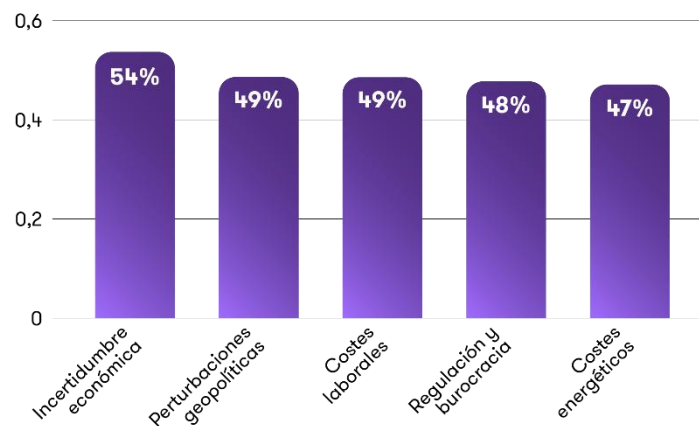


Barreras del crecimiento

En este contexto, las empresas señalan como palancas críticas la estabilidad regulatoria y la calidad institucional. La percepción de la **regulación y la burocracia como barrera al crecimiento** aumenta hasta el 47,8%, a la par que ganan peso la **incertidumbre económica** (54%) y las **perturbaciones geopolíticas** (49%). El 42% de los empresarios reclama una mayor simplificación administrativa y burocrática.

De manera similar, ven relevante la reducción de carga fiscal a las empresas (40,4%), el impulso de la formación profesional y reciclaje (40%), un paquete de apoyo a sectores afectados por la guerra arancelaria (40%) y una bajada en las cotizaciones sociales (35,3%).

Principales obstáculos para las empresas españolas



A nivel exterior, la guerra arancelaria está empezando a tener repercusión real sobre la internacionalización de las empresas españolas. El **déficit comercial de España con Estados Unidos** se situó en los nueve primeros meses del año en 10.785,6 millones de euros, cifra un 38,7% superior al saldo negativo de 7.772,4 millones de euros del mismo periodo de 2024.

Las exportaciones cayeron un 30% en agosto y un 7,4% hasta septiembre. Es cierto que España ha elevado a doble dígito sus exportaciones a Hong-Kong,

Síguenos en



Vietnam y Emiratos Árabes, pero estas cifras no cubren por el momento la caída de exportaciones hacia Estados Unidos recogida en los últimos meses.

Aumento de los salarios

El middle-market mantiene, eso sí, su apuesta por el empleo. La expectativa de **aumentar plantilla mejora hasta el 48%**. Tras dos trimestres consecutivos a la baja, el porcentaje de empresas que prevé un **incremento real (por encima de la inflación) de los salarios** vuelve a crecer. Según un informe publicado recientemente por Randstad, los salarios repuntarán un 5% en 2026 debido a la falta de mano de obra y la inflación.

En este sentido, la última edición del IBR demuestra que el porcentaje de **empresas preocupadas por la falta de mano de obra también crece hasta el 46%**.

Respecto al resto de previsiones financieras, la **estimación de rentabilidad repunta tres puntos** frente al trimestre previo (del 50,9% al 53,7%). Eso sí, continúa por debajo del mismo periodo de 2024 y de la media global. En cuanto a facturación, el porcentaje de **compañías que espera crecer en los próximos 12 meses se mantiene en niveles similares al trimestre anterior** (57,2%), pero con una tendencia a la baja desde mediados de 2024.

Implantación de la Inteligencia Artificial

Pese a la inestabilidad, las empresas del middle-market mantienen una apuesta estratégica por la sostenibilidad, la innovación y la digitalización. El 60% de las compañías encuestadas mantienen su **intención de llevar a cabo inversiones en digitalización, y el 44,4% en ciberseguridad**.

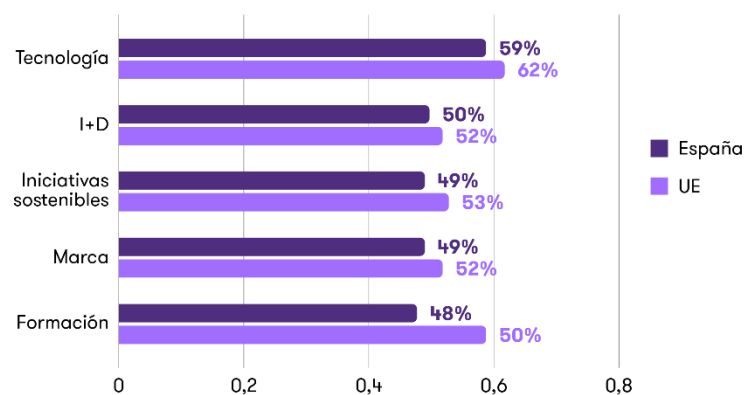
La implantación de la Inteligencia Artificial avanza con rapidez, y el **38% de las empresas españolas reconoce utilizar la IA en su operativa diaria** y otro 47% asegura que la usa pero su uso todavía no está muy extendido.

“Estamos viviendo un momento determinante en España, porque las amenazas son cada vez más crecientes y las empresas necesitan adaptar sus sistemas ante el nuevo entorno”, Cristina Muñoz-Aycuens, explica la socia de Ciberseguridad de Grant Thornton.

Síguenos en



Porcentaje de empresarios que invertirá el próximo año en...



Además de ello, otras **apuestas de inversión siguen siendo la marca, la sostenibilidad y los espacios de trabajo**. Este último indicador crece seis puntos respecto al trimestre anterior, lo que consolida la tendencia de un teletrabajo limitado entre las empresas del middle-market.

Sobre Grant Thornton

Grant Thornton es una Firma de servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento fiscal, legal y financiero. Pertenece a una de las organizaciones mundiales líderes en servicios profesionales, Grant Thornton Internacional, con 76.000 profesionales presentes en más de 150 mercados. En España cuenta con un equipo de más de 900 profesionales multidisciplinar, transversal, con experiencia y visión empresarial, que da servicio a más de 4.000 en 11 oficinas repartidas por el territorio nacional: Madrid, Barcelona, Bilbao, Castellón, Las Palmas, Murcia, Pamplona, Oviedo, Valencia, Vigo y Zaragoza.

Sobre el International Business Report de Grant Thornton

El **International Business Report (IBR) de Grant Thornton** es la encuesta empresarial líder a nivel mundial centrada en el middle-market. Lanzado en 1992, el IBR ofrece un análisis profundo y una visión detallada de las opiniones y expectativas de alrededor de 15.000 líderes empresariales en todo el mundo. El tamaño de muestra son empresas del denominado segmento medio plus, con plantillas entre 50 y 3.000 empleados y facturaciones totales entre 50 y 500 millones de €.

Síguenos en



La investigación se realiza **trimestralmente**, con **entrevistas a altos ejecutivos** (C-Level, directores generales y de área, miembros del Comité de Dirección, directores corporativos, etc) de organizaciones del segmento medio en 35 economías, con una representación que abarca todos los sectores. Los cuestionarios se traducen a los idiomas locales y el trabajo de campo se lleva a cabo mediante una **metodología mixta**, que incluye encuestas on-line y entrevistas telefónicas.

Los informes, artículos, gráficos, infografías y vídeos desarrollados a partir de esta investigación, junto con las ideas y experiencia de nuestros portavoces pertenecientes a distintas líneas de servicio, ayudan a dar vida a la historia que cuenta la información. Esto nos permite conectar los temas prioritarios que preocupan a las empresas medianas, con argumentos de peso, perspectivas internacionales y nuevas ideas que pueden contribuir a la agenda de estas organizaciones empresariales.

Para ampliar información o hablar con profesionales de Grant Thornton, no dudes en llamarnos:

**DEPARTAMENTO COMUNICACIÓN
GRANT THORNTON****POLICARPO AROCA**

Director de Comunicación. Marketing y

Desarrollo de Negocio

T 91 576 39 99

M 650 71 31 21

Policarpo.aroca@es.gt.com**RAFAEL GIL**

Supervisor de Comunicación

T 91 576 39 99

M 681 15 65 13

Rafael.gil@es.gt.com**LEAD BY THOUGHT****GABRIELE CAGLIANI**

+34 669 496 103

gabriele@leadbythought.com**MARÍA CUESTA**

+34 646 494 090

maria.cuesta@leadbythought.com**GUILLERMO GINÉS**

+34 637 916 561

guillermo.gines@leadbythought.com