



CÁMARA
ARGENTINA
FINTECH

IA en la Industria Fintech

2026

Resumen ejecutivo

Este informe presenta los resultados del **Relevamiento sobre el uso de Inteligencia Artificial en la industria fintech argentina**, elaborado por la Cámara Argentina Fintech a partir de **respuestas correspondientes a 112 empresas** del ecosistema. El estudio busca comprender cómo las empresas están incorporando la IA, en qué áreas la aplican y cuáles son los principales desafíos para profundizar su uso.

Los resultados muestran un sector con **alta adopción**, pero con una utilización todavía **fragmentada y en etapas tempranas de maduración**, mayormente orientada a resolver necesidades concretas del negocio.

Principales insights del relevamiento:

- La adopción de IA es amplia, pero aún incipiente en profundidad**
El **79% de las empresas ya utiliza IA** y otro **19% planea hacerlo a corto plazo**, aunque en la mayoría de los casos se trata de implementaciones puntuales o por áreas, más que de transformaciones integrales.
- La IA se aplica principalmente para eficiencia operativa y toma de decisiones**
Los usos más frecuentes se concentran en **mejora de procesos, análisis de datos, atención al cliente, prevención de fraude y scoring crediticio**, con menor presencia en áreas como compliance, ciberseguridad o RRHH..
- La IA generativa lidera entre las tecnologías utilizadas**
La **IA generativa es la tecnología individual más utilizada (27%)**, seguida por machine learning (23%) y procesamiento de lenguaje natural (19%), lo que refleja una combinación de tecnologías emergentes con enfoques más tradicionales.
- La relevancia estratégica supera al grado de madurez actual**
El **95% de las empresas considera que la IA es relevante o muy relevante** para cumplir sus objetivos estratégicos, aún cuando la medición del impacto se apoya mayormente en métricas de eficiencia y no en resultados financieros directos.
- Los principales límites son organizacionales, no tecnológicos**
El **61% de los desafíos identificados es de carácter interno**, destacándose la falta de talento especializado, la gestión de datos, el desconocimiento estratégico y la cultura organizacional.
- A futuro, el mayor impacto esperado está en automatización, experiencia y cumplimiento**
En los próximos dos años, las empresas esperan que la IA impulse principalmente la automatización y optimización de procesos internos, la mejora y personalización de la atención al cliente, y el fortalecimiento de fraude, ciberseguridad y cumplimiento regulatorio, consolidando su rol como habilitador transversal del negocio.

Índice

1 Las empresas: una radiografía

- 1.1 Principales actividades
 - 1.2 Tamaño de las empresas
-

2 Adopción de la IA en las organizaciones

- 2.1 Uso de la IA en la empresa
 - 2.2 Aplicación actual de las tecnologías basadas en la IA
 - 2.3 Tipo de inteligencia artificial más utilizadas
-

3 ¿Cómo aplican y miden las soluciones con IA?

- 3.1 Grado de aplicación de las soluciones
 - 3.2 Indicadores y medición
-

4 Fintech tecnología + Servicios financieros

- 4.1 Relevancia de la IA para el cumplimiento de los objetivos estratégicos
 - 4.2 Cómo se toman las decisiones de aplicación
 - 4.3 Decisiones sobre la aplicación y casos de acuerdo al tamaño de la empresa
-

5 Mecanismos de gobierno para asegurar el uso responsable de la IA

6 La ejecución de proyectos con IA

7 Las expectativas por generar una verdadera transformación

8 Principales desafíos que enfrentan las empresas en la transformación con la IA

9 Expectativa sobre la implementación de la IA

10 Evolución del uso de la IA y de los desafíos de integración

11 El futuro de la IA en perspectiva

12 El futuro de la inteligencia artificial en el sector privado

13 Reflexiones finales: la IA y su impacto en el futuro del fintech

14 Conclusiones

Agradecimientos

1. Las empresas: una radiografía

1.1 Principales actividades

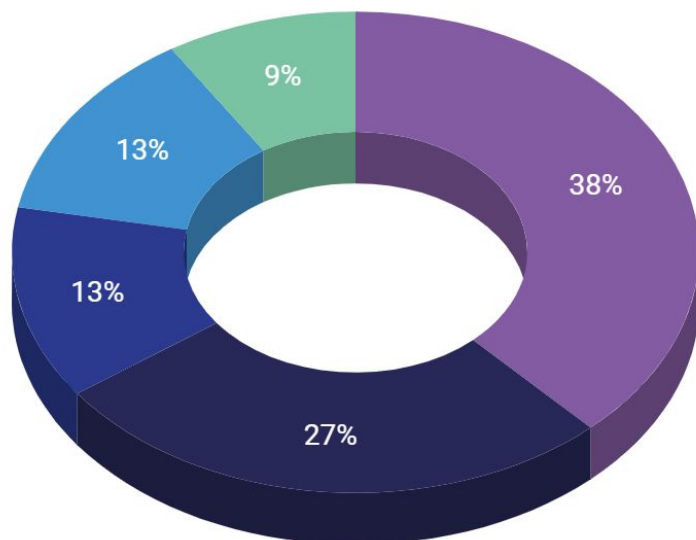
Entre las principales actividades que realizan las empresas de la muestra está la provisión de servicios de pago, en segundo lugar están los servicios vinculados a desarrollo de software y servicios tecnológicos y en tercer lugar la infraestructura para pagos.



1.2 Tamaño de las empresas

El 38% de las empresas relevadas tienen entre 11 y 50 miembros. El Segundo grupo con más presencia en el relevamiento son empresas de entre 51 y 200 empleados, con el 27%.

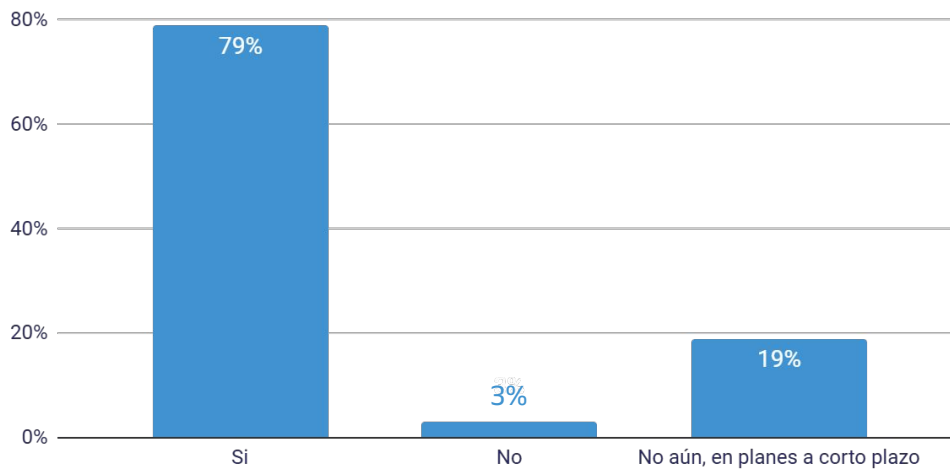
- 11 a 50 empleados
- 50 a 200 empleados
- 200 a 500 empleados
- Más de 500 empleados
- Otros



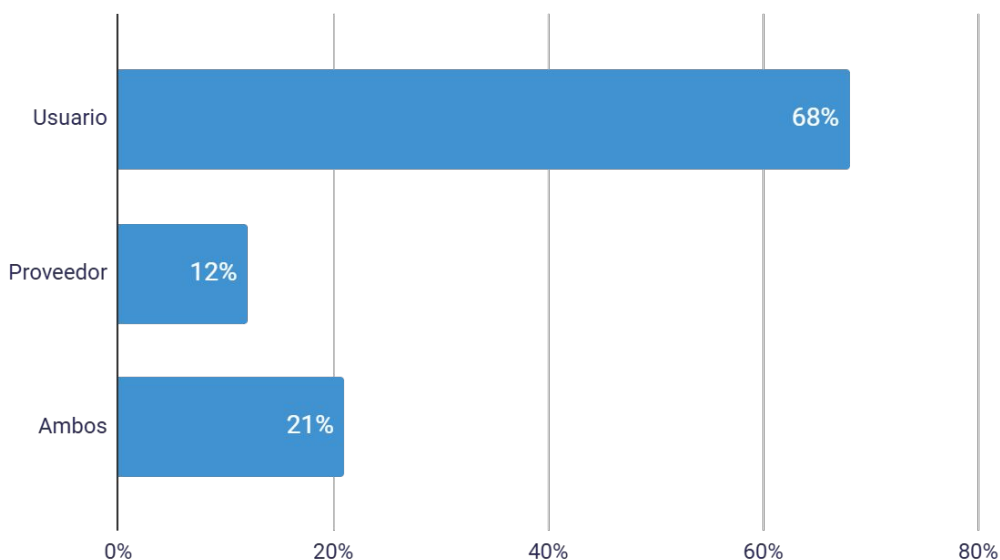
2. Adopción de la IA en las organizaciones

2.1 Uso de la IA en la empresa

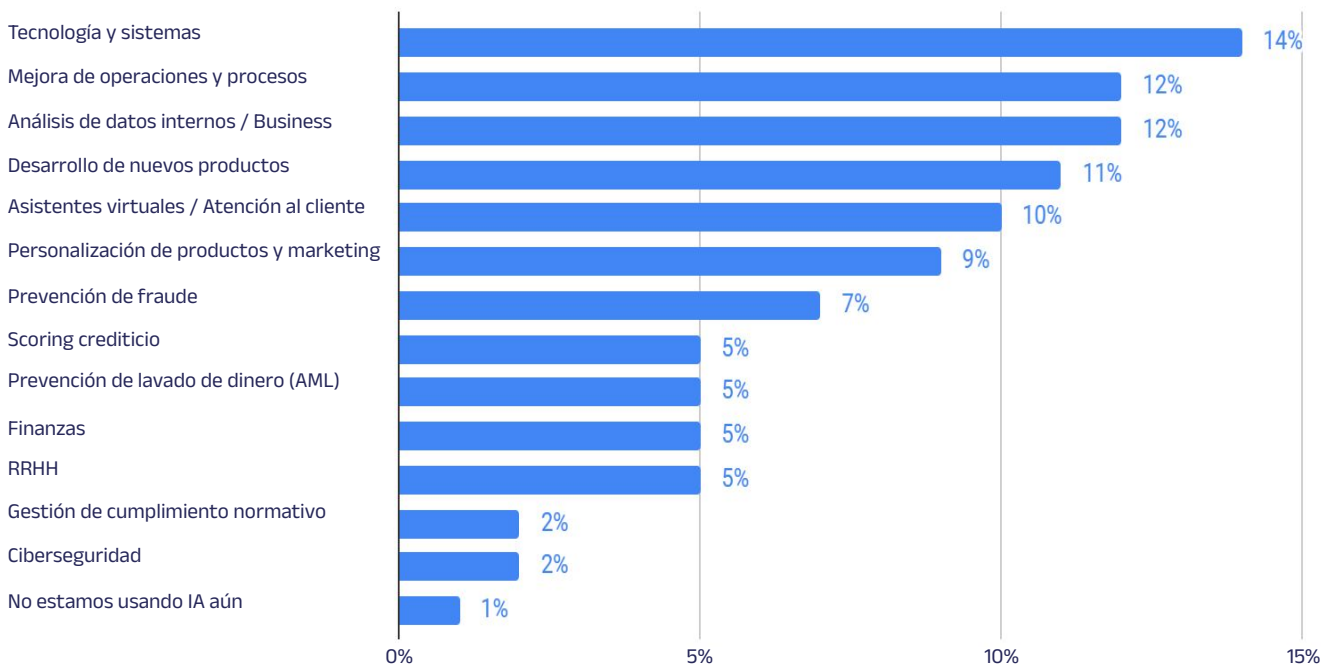
El **79%** de las empresas relevadas aseguran estar **utilizando algún tipo de IA** en su negocio, mientras el **19%** se encuentra en planes de hacerlo **en el corto plazo**.



El **68%** de estas empresas son **usuarios** de esta tecnología, mientras que el **12%** son **proveedoras** y el **21%** restante cumplen **ambos** roles.



2.2 Aplicación actual de las tecnologías basadas en IA

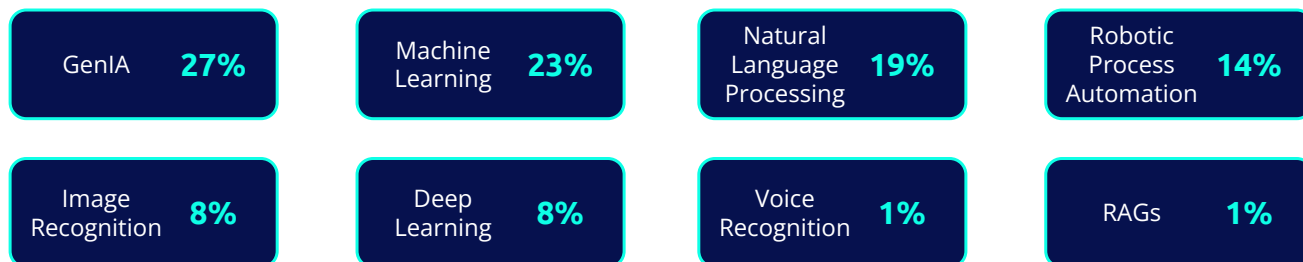


2.3 Tipos de Inteligencia Artificial más usados

Aunque las empresas están adoptando una variedad amplia de tecnologías de IA, **casi un tercio** apuesta por la **Generative AI** (GenAI), posicionándose como la modalidad individual más usada.

Esto marca un cambio paradigmático: la **IA ya no es solo una herramienta de apoyo en procesos** específicos como Machine Learning tradicional o Procesamiento de Lenguaje Natural, sino que **ahora** se percibe como un **motor creativo y generador de contenido**.

Sin embargo, el peso combinado de tecnologías más clásicas como Deep Learning y Robotic Process Automation indica que la gran **mayoría de las implementaciones se siguen sustentando en fundamentos tradicionales**, lo que sugiere un proceso de maduración y evolución en paralelo.

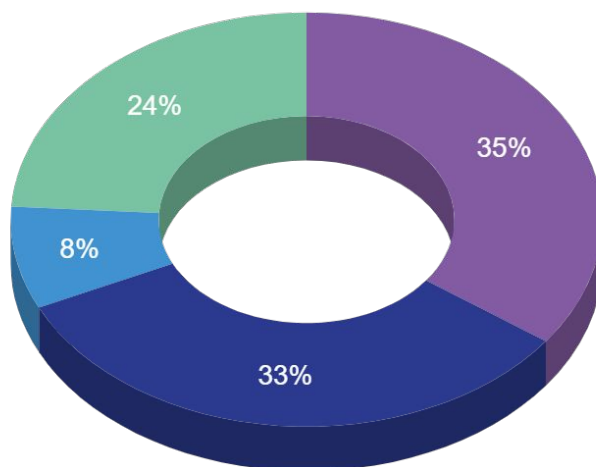


3. ¿Cómo aplican y miden las soluciones con IA?

3.1 Grado de aplicación de las soluciones

Las empresas, en un 68%, implementan soluciones teniendo en cuenta desafíos específicos: estos son los casos de las **soluciones puntuales (35%)** y las **implementaciones a nivel área (33%)**.

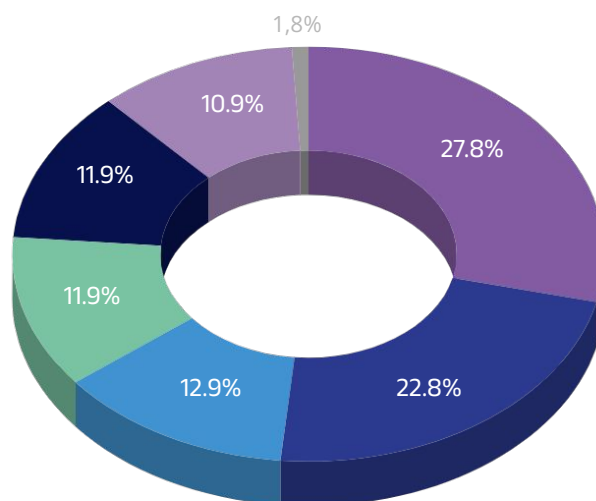
- Son **soluciones puntuales**
- Son implementaciones a nivel **área / organización**
- Son transformaciones del **modelo operativo o de negocio**
- Tenemos de **todos los tipos**



3.2 Indicadores y medición

Las empresas en su mayoría (en un **55%**) utilizan **métricas vinculadas a la eficiencia de las soluciones**. Es el caso de las métricas técnicas propias de cada solución, las de experiencia de usuario, y métricas de eficiencia.

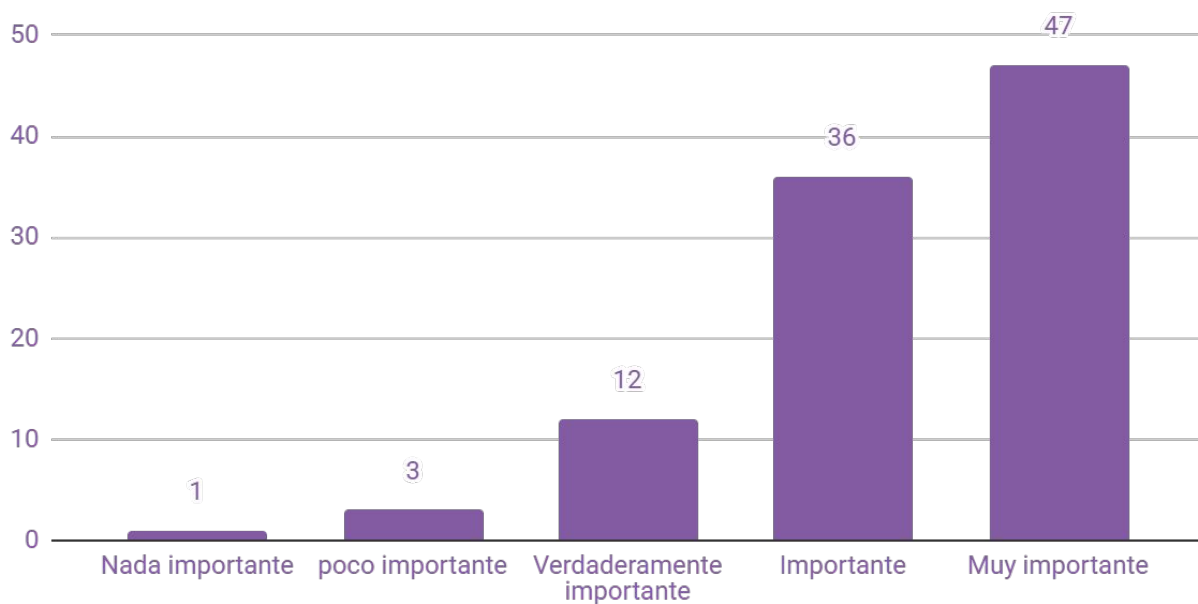
- Métricas técnicas propias de cada solución
- Métricas de eficiencia
- Métricas de experiencia del usuario
- Métricas de velocidad
- Ninguna
- Métricas financieras
- Otras



4. Fintech: Tecnología + Servicios financieros

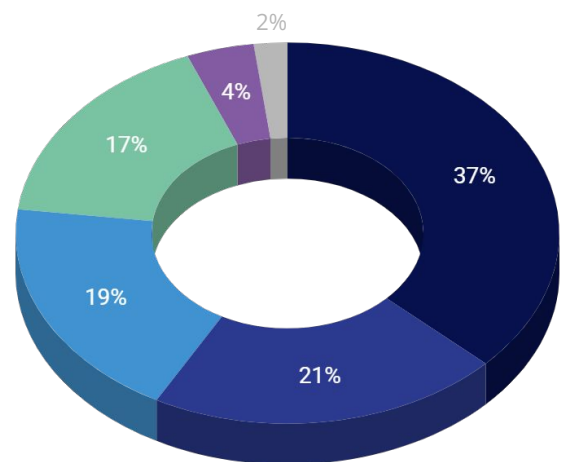
4.1 Relevancia de la IA para el cumplimiento de los objetivos estratégicos

El 95% de las empresas opinan que la Inteligencia Artificial **ocupa un lugar relevante en la toma de decisiones** para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.



4.2 Cómo se toman las decisiones de aplicación

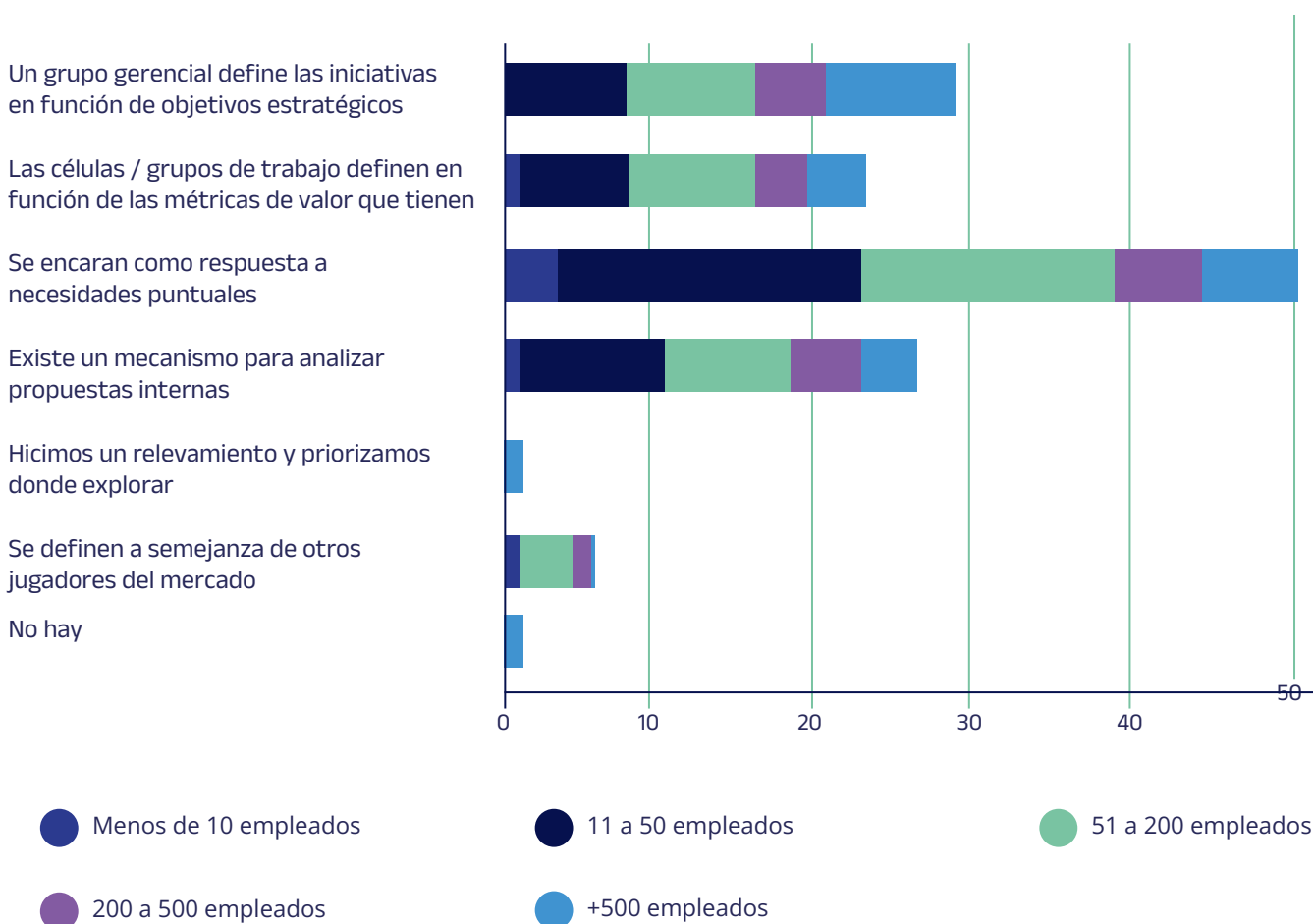
- Se encaran como **respuesta a necesidades puntuales** de la organización
- Se decide por un **grupo gerencial**
- Afirma que tiene **mecanismos internos**
- Lo asigna en función de sus métricas de valor



4.3 Decisiones sobre la aplicación y casos de acuerdo al tamaño de la empresa

En su mayoría, las **empresas de entre 11 y 50 miembros poseen un mecanismo para analizar** las propuestas internas y que se encaran como respuestas a necesidades puntuales.

También, si bien en todos los tamaños de empresas se tienen prácticas de aplicación en base a un grupo gerencial que define las iniciativas en función de objetivos estratégicos, **en grupos más de 500 empleados, la decisión es más centralizada.**



5. Mecanismos de gobierno para asegurar el uso responsable de la IA

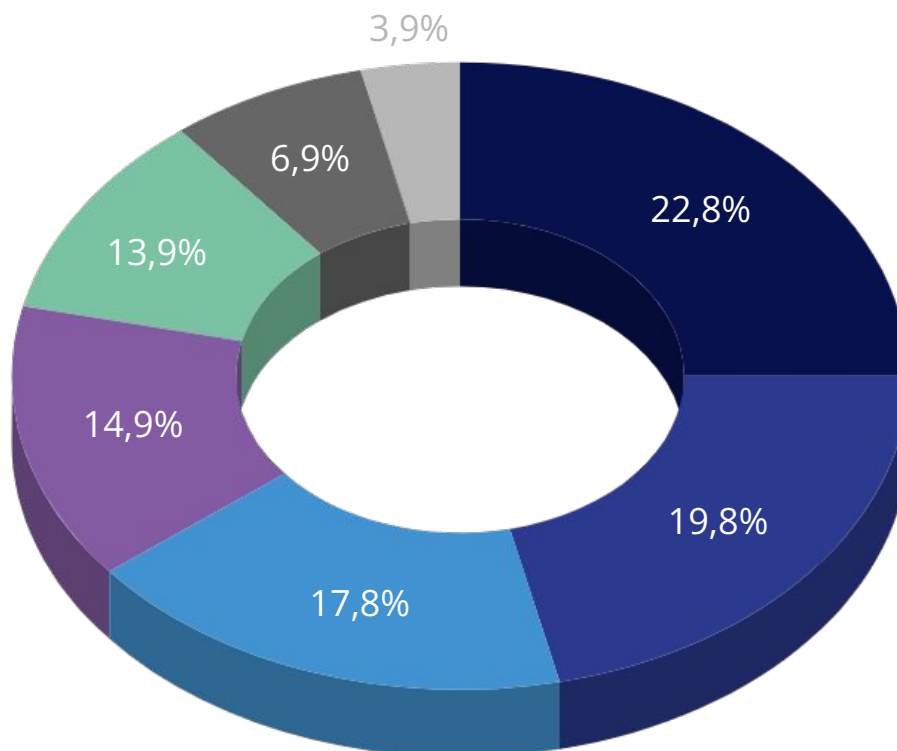
La inteligencia artificial responsable implica que las empresas sean transparentes sobre cómo recopilan, utilizan y protegen los datos, así como respecto a los algoritmos de inteligencia artificial. Además, deben asegurar que los sistemas de IA operen de manera justa y equitativa, evitando la discriminación y el sesgo en la toma de decisiones.

67% Reconoce la necesidad de contar con políticas claras que regulen el uso de IA.

1. Evaluación y gestión de riesgos (incluyendo evaluaciones de impacto de IA).
2. Control, monitoreo y auditoría (registro, control de versiones, seguimiento).
3. Capacitación y uso institucional de IA.
4. Gestión de proveedores y aprobación de herramientas (incluyendo Cybersecurity).
5. Política de privacidad de datos y cumplimiento normativo.

6. La ejecución de proyectos con IA

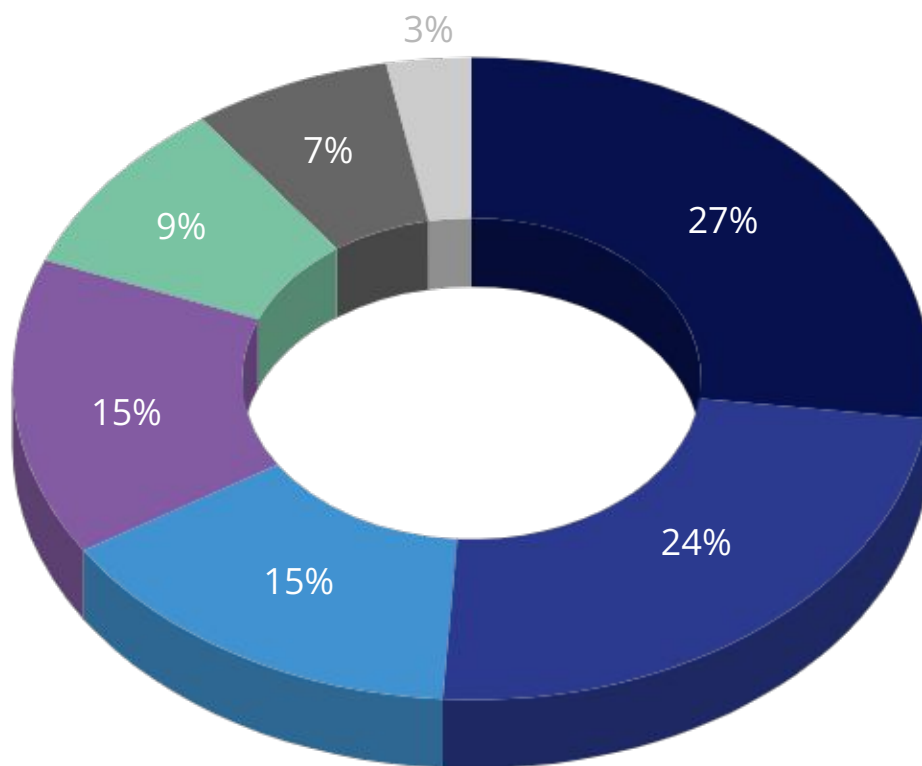
El **57%** de las empresas están **gestionando de manera interna** sus iniciativas en IA, ya sea en desarrollos internos de **software con IA**, como en la **capacitación de talento** interno en IA y en **Investigación y Desarrollo**. El **33%** está utilizando **recursos externos**, ya sea en **compra de soluciones** externas o en **contratación de expertos externos**.



- Desarrollo interno de software con IA
- Capacitación de talento interno con IA
- Compra de soluciones externas con IA integrada
- Infraestructura tecnológica (cloud, datos, etc.)
- Investigación y desarrollo (R&D)
- Contratación de expertos externos (consultores / advisors)
- No se invierte en IA actualmente

7. La expectativa por generar una verdadera transformación

El 57% de las expectativas de las empresas está en **generar transformaciones con impacto interno**. Un 27% de las empresas espera **reducir costos operativos** dentro del negocio, un 15% **generar nuevos productos o líneas de negocio** y un 15% **aumentar la precisión en decisiones vinculadas a los riesgos**.

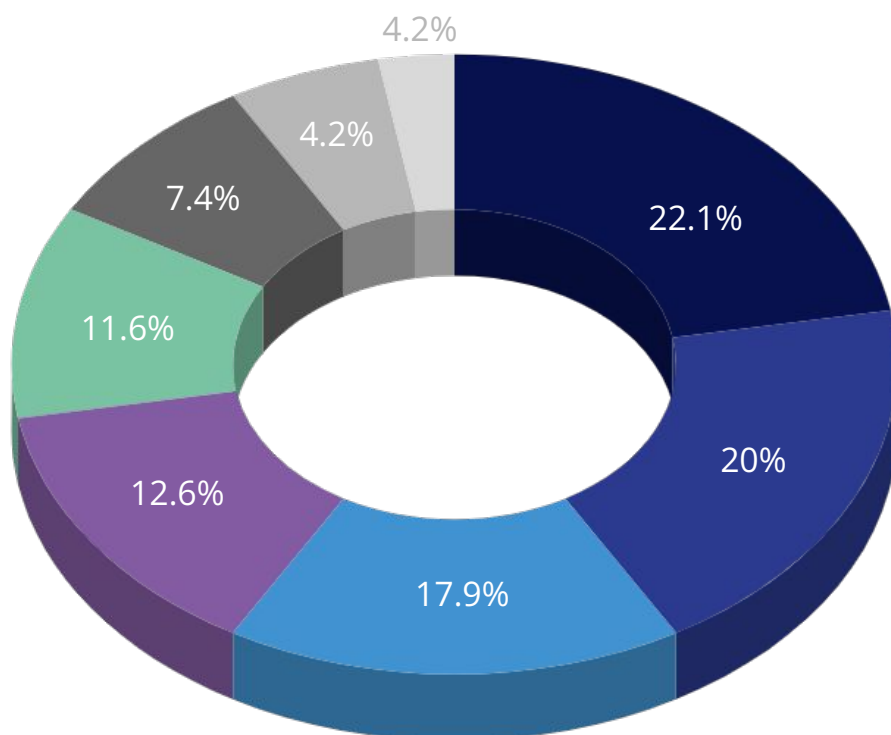


- Reducir costos operativos
- Mejorar la experiencia del cliente
- Generar nuevos productos o líneas de negocio
- Aumentar la precisión en decisiones (riesgo / scoring / etc.)
- Ganar ventajas competitivas en el mercado
- Incrementar ingresos
- Cumplir con requerimientos regulatorios

8. Principales desafíos que enfrentan las empresas en la transformación con IA

El 61% de las **dificultades** que encuentran las empresas son de **carácter interno**:

1. La **falta de talento** especializado en IA.
2. El **desconocimiento estratégico** sobre IA.
3. La dificultad para gestionar y estructurar **datos internos**.
4. La **cultura organizacional** resistente al cambio.

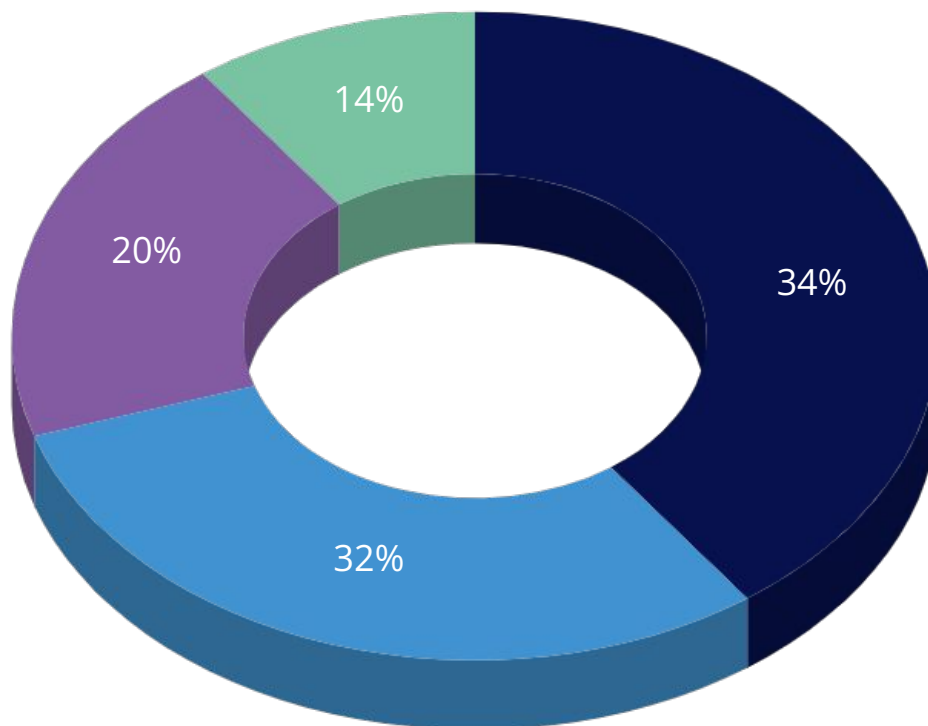


- Falta de talento especializado en IA (en Argentina)
- Presupuesto limitado
- Desconocimiento estratégico sobre IA
- Dificultad para gestionar y estructurar datos internos
- Cultura organizacional resistente al cambio
- Falta de proveedores adecuados
- Riesgos reputacionales o éticos
- Restricciones regulatorias

9. Expectativa sobre la implementación de IA

Las principales dimensiones donde las empresas esperan poder generar un impacto real sobre su organización son dos, con más del 66% de respuestas:

1. Automatizar tareas existentes.
2. Redefinir y modernizar los procesos



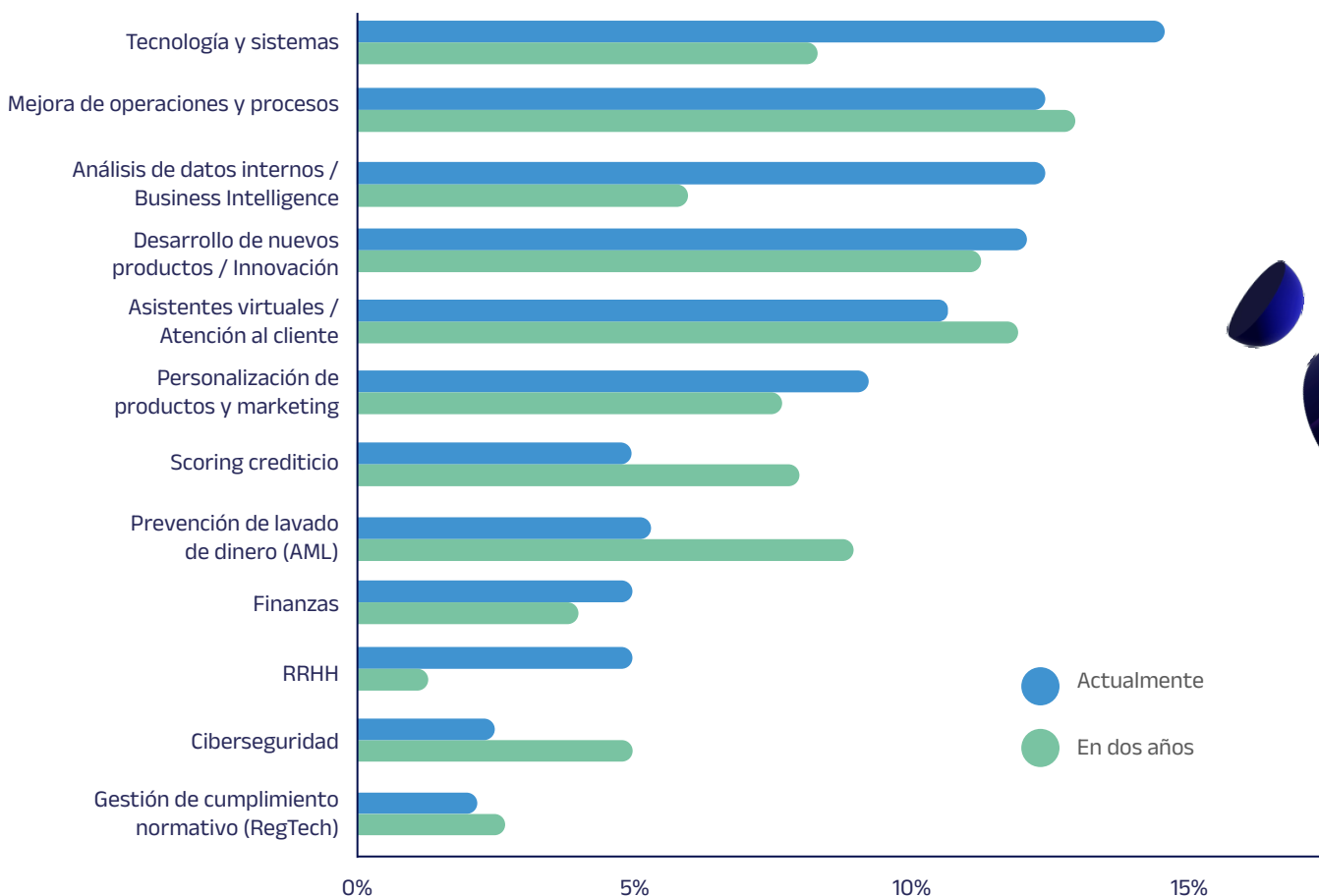
● Automatizar tareas existentes

● Nuevos modelos de negocio

● Redefinir y modernizar los procesos

● Nuevas formas de monetización de datos

10. Evolución del uso de la IA y de los desafíos de integración



Este gráfico refleja las **prioridades y desafíos que enfrentan las organizaciones al integrar esta tecnología** en diferentes áreas en la actualidad y cómo esperan que evolucione esa tendencia en los próximos dos años.

Sorprende el fuerte retroceso esperado en "Tecnología y sistemas", ¿significa esto una maduración y estabilización de estas herramientas permitiendo nuevos focos de atención?

El caso del **crecimiento proyectado** en **áreas regulatorias y financieras** como "Prevención de lavado de dinero" y "Scoring crediticio" apunta a una orientación hacia usos más críticos y especializados de la IA. Lo mismo expresa la relación entre el uso actual de IA en RRHH y la expectativa a futuro.

Más allá de la adopción, el reto será cómo administrar, regular y aprovechar estratégicamente la IA en estas distintas áreas para generar valor sostenido.

11. El futuro de la IA en perspectiva

La IA ya es percibida como clave para los objetivos estratégicos y se espera que en los próximos 2 años pase de “Mediana/Importante” a “Muy Importante”. Se proyecta un cambio profundo: de herramienta tecnológica de apoyo a **factor crítico de éxito y diferenciación competitiva**.

PREGUNTA CENTRAL

¿Qué estrategias deben implementar las organizaciones para alinear la IA con sus metas de negocio?

RETOS CLAVE

Gestión de talento especializado, adaptación cultural, ética, infraestructura y gobernanza.

Necesidad de **medir resultados concretos** de las inversiones en IA para evitar el “hype” y garantizar impacto real en objetivos sustantivos.

12. El futuro de la inteligencia artificial en el sector privado

Los encuestados creen que los **principales impactos de la IA en el ecosistema fintech argentino** en los próximos dos años serán:

AUTOMATIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS INTERNOS

Frecuentemente mencionada es la automatización de tareas repetitivas, la reducción de costos operativos, y la mejora en tiempos de respuesta y productividad, incluyendo procesos como análisis de datos, scoring crediticio, prevención de fraude y onboarding.

MEJORA Y PERSONALIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Se destaca la personalización de productos y servicios, el aumento de la calidad en la atención al cliente, y la experiencia de usuario optimizada mediante IA, así como una mayor inclusión financiera.

SEGURIDAD, PREVENCIÓN DE FRAUDE Y CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Otro foco importante es la mejora en la detección proactiva de fraudes, cumplimiento normativo automatizado (LA/FT, KYC/KYB), y refuerzo de ciberseguridad, lo que protege tanto a usuarios como a las fintech en un marco regulatorio exigente.

13. Reflexiones finales: la IA y su impacto en la industria fintech

La Inteligencia Artificial dejó de ser una promesa para convertirse en una capacidad que genera ventaja competitiva para las empresas del ecosistema fintech. Los resultados de esta encuesta muestran un nivel de adopción en expansión: 68% de las empresas relevadas afirma estar utilizando algún tipo de IA en su negocio, mientras que un 21% adicional se encuentra en planes de hacerlo en el corto plazo. El 95 % de las organizaciones considera que la IA ocupa un lugar relevante en la toma de decisiones estratégicas, siendo también una palanca para impulsar eficiencias. Aquí hay un punto de inflexión claro: la conversación ya no gira en torno a si adoptar IA, sino a cómo hacerlo de manera efectiva, sostenible, responsable y alineada con los objetivos del negocio. Estos resultados resuenan con la evidencia global: según un [estudio de PwC](#), el 79% de las organizaciones a nivel mundial ya incorporó IA en sus procesos y el 88 % planea aumentar su inversión en IA en los próximos 12 meses, con impactos directos en productividad y eficiencia.

Hoy, al igual que en el resto de las industrias, las fintech aplican IA de manera transversal en diferentes áreas, desde la automatización de procesos y la mejora de la experiencia del cliente, hasta la transformación de funciones críticas como el scoring crediticio, la prevención de fraude, el cumplimiento regulatorio y el análisis de riesgos. Observamos también una convivencia entre tecnologías como machine learning y automatización, y un crecimiento sostenido del uso de IA generativa como tecnología más utilizada en la gestión del conocimiento y la creación de valor.

También vemos mayor madurez al pasar de los tiempos de la experimentación a la búsqueda de los enfoques de implementación que permitan generar y medir impacto real de negocios. El principal desafío ya no es tecnológico, sino organizacional. El 61 % de las dificultades identificadas por las empresas son internas: la falta de talento especializado, la gestión y calidad de los datos, el desconocimiento estratégico y la resistencia cultural al cambio aparecen como los grandes cuellos de botella para escalar estas iniciativas. La gobernanza adecuada y el uso responsable van cobrando mayor protagonismo como buenas prácticas y catalizadores de resultados sostenibles. Avanzar hacia una adopción responsable implica combinar innovación con criterios de control, ética y cumplimiento regulatorio: el 67 % de las empresas pone el foco en la gobernanza de la IA y reconoce la necesidad de contar con políticas claras para regular su uso. De acá en adelante, el verdadero diferencial estará en la capacidad de las organizaciones de integrar la IA a sus objetivos como un activo estratégico, con visión de largo plazo más allá del entusiasmo inicial, asegurando impacto sostenido y la generación de valor para el negocio.

Por Roberto Cruz

PwC Argentina | Partner - Digital & AI Territory Leader

14. Conclusiones

El relevamiento confirma que la inteligencia artificial **ya forma parte de la operatoria cotidiana de una porción significativa de la industria fintech argentina**, pero su utilización se encuentra aún en una **etapa temprana de maduración**. La adopción es amplia, pero mayormente **fragmentada**, con aplicaciones focalizadas en áreas específicas y orientadas a resolver problemas concretos del negocio.

En la práctica, la IA se está utilizando principalmente como una **herramienta de mejora incremental**: para ganar eficiencia, optimizar procesos, fortalecer la toma de decisiones y mejorar la experiencia del usuario. Los casos de transformación integral de modelos operativos o de negocio siguen siendo excepcionales, lo que refleja un enfoque prudente y progresivo por parte de las empresas.

Los principales desafíos para profundizar su uso no son tecnológicos, sino **organizacionales y estratégicos**. La disponibilidad de talento, la gestión y calidad de los datos, la claridad sobre cómo capturar valor y la adaptación cultural aparecen como los factores que condicionan el impacto real de la IA en las organizaciones. En paralelo, crece la conciencia sobre la necesidad de **marcos de gobernanza y uso responsable**, especialmente en un sector financiero cada vez más regulado y sensible.

De cara a los próximos años, el desafío para el ecosistema fintech no será simplemente acelerar la adopción de nuevas herramientas, sino **profundizar su integración**, mejorar la calidad de las implementaciones y avanzar hacia esquemas que permitan medir impacto real y sostenible. En ese recorrido, la inteligencia artificial se perfila como un habilitador clave, cuyo valor dependerá menos de la tecnología en sí misma y más de **cómo las organizaciones logren incorporarla de manera estratégica, responsable y alineada con sus objetivos de negocio**.

Agradecimientos

La Cámara Argentina Fintech expresa su especial reconocimiento al equipo de **PwC Argentina** por su valioso aporte en la coordinación de contenidos y la elaboración de este informe, así como por el tiempo, la dedicación y el compromiso puestos a lo largo de todo el proceso de trabajo. En particular, se destaca la contribución de **Roberto Cruz, Rosana Mazza y Marcela López Cechini**, quienes aportaron su experiencia y conocimiento durante el desarrollo del estudio.

Asimismo, la Cámara agradece el aporte de las **112 empresas socias** que participaron del relevamiento e integran el Grupo de Trabajo de Inteligencia Artificial en Fintech, por su involucramiento activo y por los insights de gran valor que aportaron para comprender cómo la inteligencia artificial está impactando en la industria fintech argentina.

Este relevamiento es el resultado de un esfuerzo colectivo que refleja el **compromiso del ecosistema fintech argentino con la generación de información de calidad**. La Cámara Argentina Fintech valora especialmente el aporte de todas las organizaciones involucradas, que compartieron datos, experiencias y miradas fundamentales para comprender mejor los desafíos y oportunidades que plantea la inteligencia artificial y para contar con insumos que contribuyan a una toma de decisiones más informada, tanto a nivel empresarial como sectorial.



**CÁMARA
ARGENTINA
FINTECH**