



DOCUMENTO DE TRABAJO N° 61

93 MIPYMES DE BAHÍA BLANCA RELEVAMIENTO MARZO-JULIO 2026

Septiembre 2026

Valeria Scherger
Lisana B. Martinez
Gabriela Cristiano

ISSN 2250 8333

Citación sugerida:
Scherger, V., Martinez, L. B., & Cristiano, G.
(2026). *93 MiPyMEs de Bahía Blanca.
Relevamiento marzo-julio 2026* (Documento de
Trabajo N° 61). Instituto de Investigaciones
Económicas y Sociales del Sur (IIESS, UNS-
CONICET).



INFORME DEL RELEVAMIENTO

93 MiPyMEs de Bahía Blanca

Relevamiento marzo–julio 2026

Valeria Scherger, Lisana B. Martinez y Gabriela Cristiano

Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur (UNS), Bahía Blanca, Argentina

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) UNS- CONICET, Bahía Blanca, Argentina

RESUMEN

La información presentada corresponde al procesamiento de los datos recopilados en el relevamiento realizado a propietarios, socios y/o administradores de MiPyMEs de Bahía Blanca, durante marzo–julio de 2026. El estudio es orientativo de la situación de 93 casos locales, detectados de manera aleatoria, en los distintos sectores: industrial (20), comercio (33) y servicios y construcción (40), incluyendo empresas de entre 0 y 249 empleados. El objetivo del relevamiento se basa en diagnosticar el estado de situación e identificar los principales problemas para la supervivencia y el desarrollo de empresas y sectores para recomendar programas que potencien las fortalezas y mitiguen los obstáculos detectados en el contexto económico actual.

Dado el carácter no probabilístico del muestreo, los resultados no permiten realizar inferencias estadísticas generalizables al universo total de MiPyMEs de la ciudad. Por ello, se presenta un análisis exploratorio y orientativo sobre el desempeño y las principales dificultades que enfrentan estas empresas y emprendimientos.

La información recolectada es confidencial, los resultados se muestran de forma agregada y por sector de actividad.

Índice:

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. DATOS Y METODOLOGÍA.....	3
3. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES RELEVADAS	4
3.1 DISTRIBUCIÓN POR SECTOR Y TAMAÑO	4
3.2 PERFIL DE LAS EMPRESAS POR SECTOR	5
3.3 ESTADO DE SITUACIÓN GLOBAL	5
4. ARTICULACIÓN LOCAL Y MERCADOS.....	6
4.1 INTEGRACIÓN CON PROVEEDORES Y CLIENTES LOCALES.....	6
4.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	6
4.3 RONDAS DE NEGOCIOS	7
5. SITUACIÓN RESPECTO A LOS COMPETIDORES.....	7
5.1 PRINCIPALES PROBLEMAS PERCIBIDOS.....	9
5.2 PLANES DE INVERSIÓN PARA 2027	10
5.3 TIPO DE AYUDA SOLICITADA	11
6. CONCLUSIONES.....	11
7. REFERENCIAS	12

1. Introducción

A nivel mundial, las MiPyMEs (micro, pequeñas y medianas empresas) son el motor del empleo y la actividad económica en la mayoría de los países. Según Naciones Unidas, las MiPyMEs representan alrededor del 90% de las empresas de todo el mundo, generan entre el 60% y el 70% del empleo global, y aportan aproximadamente el 50% del PIB mundial.

En Argentina, según datos oficiales de la Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo, las MiPyMEs representan el 99% del total de empresas del país y emplean el 64% de los asalariados registrados.

A pesar de su importancia en la economía, las MiPyMEs argentinas enfrentan hoy un desafío estructural importante. De acuerdo a datos de la Fundación Observatorio PyME, el segundo trimestre de 2026, estuvo caracterizado por el crecimiento de la morosidad e incumplimientos y extensión de plazos de pago a clientes y proveedores. Entre los problemas detectados a nivel nacional se evidencian la caída de las ventas, seguida por retrasos en los pagos de clientes y el aumento de los costos de las materias primas. Luego le siguen la competencia de las importaciones, el aumento de los costos salariales y la dificultad de financiamiento, consolidando una tendencia de retroceso en el nivel de actividad.

Estas cifras nacionales, sin embargo, dicen poco sobre cómo se vive esta problemática puertas adentro de cada empresa y en cada región del país. Para aproximarse a esa realidad concreta, en el presente informe se exponen los resultados obtenidos del relevamiento a 93 MiPyMEs bahienses. El objetivo del estudio es realizar un diagnóstico de los factores claves para la supervivencia y el desarrollo de empresas y sectores, con el fin de identificar los principales problemas y detectar con mayor precisión las necesidades específicas de cada sector.

El estudio es orientativo del estado de situación de 93 casos obtenidos de manera aleatoria. La muestra está conformada por 20 casos del sector industrial, 33 del sector comercio y 40 casos del sector servicios y construcción, incluyendo empresas de entre 0 y 249 empleados.

Este conjunto de empresas representa el 1,2% del padrón de MiPyMEs, subvalorando la participación del comercio respecto a la población total registrada en el padrón del Municipio (35% vs. 61%). En términos de la clasificación por tamaño, la muestra subvalora la realidad de las empresas sin empleados respecto a la población total (25% vs. 59%) y sobrevalora en todos los casos la participación de las empresas que contratan entre 1 y 249 empleados.

2. Datos y metodología

Los datos utilizados en este trabajo se obtuvieron mediante un relevamiento online realizado a MiPyMEs de la ciudad de Bahía Blanca durante los meses de mayo a julio de 2026, a través de un cuestionario administrado en la plataforma Google Forms. El cuestionario se organizó en tres bloques: el primero, indagó sobre las características generales de la empresa; el segundo sobre la situación actual de la firma; y el tercero abordó los principales problemas y dificultades que enfrenta el negocio, incluyendo indicadores de desempeño y problemáticas empresariales. Las preguntas fueron respondidas por los propietarios, administradores o socios de las empresas, que son quienes mejor conocen su funcionamiento.

Las preguntas se estructuraron a partir de escalas de Likert, con el objetivo de medir el grado de incidencia de los factores seleccionados en una escala de 1 (nulo impacto) a 5 (impacto muy alto).

Para determinar el marco muestral se contó con una base de empresas provista por el Municipio de Bahía Blanca, compuesta por 7.890 MiPyMEs. A partir de esta base, la encuesta se difundió mediante un muestreo no probabilístico, combinando estrategias de conveniencia y de bola de nieve. Se difundió a través de instituciones como la Unión Industrial de Bahía Blanca, el Parque Industrial, la Agencia de Innovación, Desarrollo Productivo y Urbanismo de la Municipalidad de Bahía Blanca a través de la Subsecretaría de Desarrollo Productivo, el Centro Universitario PyME de la UNS, agrupaciones de emprendedores, ferias empresariales y redes del Departamento de Economía y del IIESS UNS-CONICET. Asimismo, se alentó la circulación del cuestionario entre pares y contactos del sector.

A pesar de los esfuerzos realizados y de la distribución a más de 4.000 contactos, se obtuvieron 118 respuestas, de las cuales solo se identificaron 93 casos válidos correspondientes a MiPyMEs de la ciudad de Bahía Blanca. Se omitieron las respuestas correspondientes a empresas de otras ciudades y los casos duplicados. Dado el carácter no probabilístico del muestreo, los resultados no permiten realizar inferencias estadísticas generalizables al universo total de MiPyMEs de la ciudad, por ello se presenta un análisis exploratorio y orientativo sobre el desempeño y las principales dificultades que enfrentan estas empresas y emprendimientos durante los primeros meses del año.

Los datos recolectados fueron tratados de manera confidencial y utilizados exclusivamente con fines de análisis agregado.

3. Caracterización de las MiPyMEs relevadas

En el presente informe se hace referencia a la terminología MiPyMEs en general, incluyendo dentro del segmento de microempresas a aquellos emprendimientos que no registran empleados. La clasificación por tamaño de las empresas se realizó siguiendo el criterio de cantidad de empleados. Las categorías seleccionadas son emprendedores (sin empleados), microempresas (1-9 empleados), pequeñas (10-49 empleados) y medianas (50-249 empleados). A los fines de conocer la proporción de empresas sin empleados, en la Tabla 1 se presenta en forma desagregada su composición.

3.1 Distribución por sector y tamaño

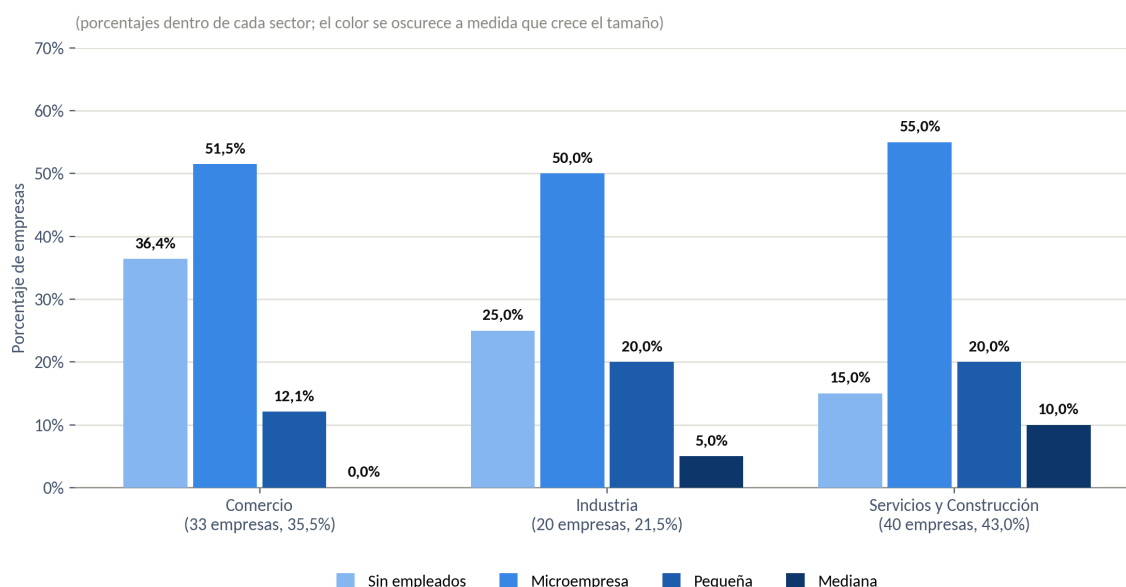
Tabla 1. Cantidad de empresas relevadas por sector de actividad y tamaño

Sector de actividad	Microempresas		Pequeña	Mediana	Total
	Sin empleados	Con empleados			
Comercio	12	17	4	0	33 (35,5%)
Industria	5	10	4	1	20 (21,5%)
Servicios y Construcción	6	22	8	4	40 (43,0%)
Total	23 (24,7%)	49 (52,7%)	16 (17,2%)	5 (5,4%)	93

Fuente: Elaboración propia

El 52,7% de las empresas pertenece al segmento micro con empleados, el 24,7% al segmento sin empleados, el 17,2% son pequeñas y el 5,4% restante, empresas medianas. Respecto de los sectores, el 43% pertenece a servicios y construcción, el 35,5% a comercio y el 21,5% restante, al sector industrial. En el Gráfico 1 se presenta la distribución por tamaño y sector de actividad.

Gráfico 1. Distribución porcentual de las empresas por tamaño dentro de cada sector de actividad.



3.2 Perfil de las empresas por sector

Sector comercio. La antigüedad promedio de las MiPyMEs es de 16 años (mín. 1; máx. 51 años), siendo en su mayoría empresas consolidadas. El 60,6% de los propietarios, socios y/o administradores tiene formación universitaria, con una edad promedio de 50 años, destacándose que el 48,5% son mujeres.

Sector industria. La antigüedad promedio de las empresas de este sector también es de 16 años (mín. 2; máx. 57). El 70% de los propietarios, socios y/o administradores tiene formación universitaria y una edad promedio de 49 años. En este caso sólo el 35% está liderado por mujeres.

Sector servicios y construcción. Las empresas tienen menor antigüedad promedio, alrededor de 14 años (mín. 0; máx. 37). El 90% de los propietarios, socios y/o administradores tiene formación universitaria y una edad promedio de 48 años. La participación de las mujeres como socias/propietarias/administradoras es del 25%. Solo en el sector servicios y construcción, 2 empresas utilizan los beneficios derivados de la contratación de empleados con discapacidad, jubilados o cupos de género.

3.3 Estado de situación global

En la Tabla 2 se puede observar que las empresas del sector comercio han sido las más afectadas por la situación económica actual, mostrando caídas en ventas e inversiones en mayor proporción (63,3% y 54,6%), mientras que la cantidad de empleados permanece igual en el 60,6% de los casos. Este mismo patrón se repite en el sector industrial, con caídas del 60% y 45%, mientras que el 55% de las empresas mantiene su dotación de personal.

De todas formas, en ambos sectores se evidencia que el 36,4% en comercio y el 40% en el sector industrial ha reducido la cantidad de empleados. El sector servicios y construcción muestra resultados más equilibrados en las tendencias de caída (35%), mantenimiento (27,5%) y aumento (37,5%) de las ventas, identificándose como el sector menos sensible a la coyuntura. Respecto de los empleados, el 50% ha conservado su dotación, mientras que el 82,5% ha mantenido o aumentado sus inversiones.

Tabla 2. Evolución de ventas, empleados e inversiones respecto del año anterior

Sector	Variable	Han disminuido	Siguen igual	Han aumentado
Comercio	Ventas	63,3%	21,2%	15,2%
	Empleados	36,4%	60,6%	3,0%
	Inversiones	54,6%	30,3%	15,2%
Industria	Ventas	60,0%	30,0%	10,0%
	Empleados	40,0%	55,0%	5,0%
	Inversiones	45,0%	30,0%	25,0%
Servicios y Construcción	Ventas	35,0%	27,5%	37,5%
	Empleados	25,0%	50,0%	25,0%
	Inversiones	17,5%	40,0%	42,5%

Fuente: Elaboración propia. En negrita, el valor más alto de cada fila.

4. Articulación local y mercados

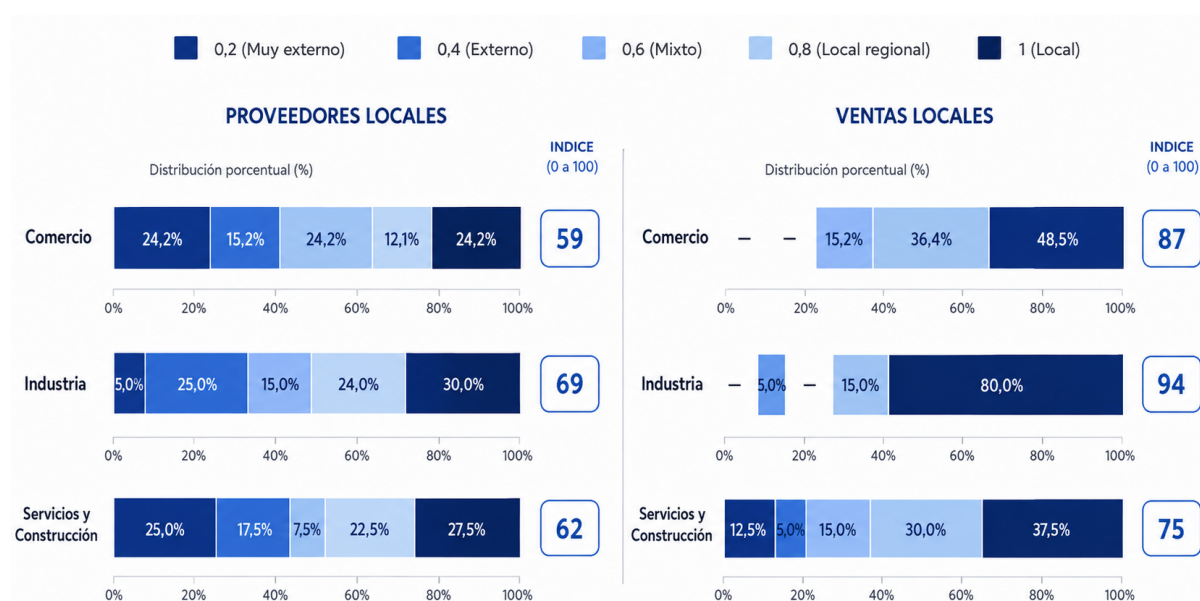
4.1 Integración con proveedores y clientes locales

Respecto a la articulación local, se construyó un índice ponderado de las opiniones respecto al nivel de integración con clientes y proveedores locales. El índice se obtuvo como el promedio ponderado de las frecuencias relativas de cada categoría y, posteriormente, se expresó en una escala de 0 a 100 para facilitar su interpretación. En consecuencia, valores cercanos a 100 indican un mayor grado de integración local con proveedores y clientes, mientras que valores más bajos reflejan menos inserción local y mayor orientación hacia mercados o proveedores externos.

En función de este índice sintético se observa una mayor conexión de las empresas en relación a las ventas que a los proveedores. La incidencia de las ventas locales es superior en el sector industrial (94), seguido por comercio (87) y, por último, servicios y construcción (75). En el caso de los proveedores, también las empresas del sector industrial (69) muestran mayor articulación con proveedores locales, seguidas por servicios y construcción (62), mientras que el sector comercio (59) es el que presenta menor vinculación.

Respecto a la presencia en el mercado externo, solo 3 empresas del sector comercio (9%), 2 del sector industrial (10%) y 5 del sector servicios y construcción (12,5%) tuvieron experiencias de exportación de productos y/o servicios. En total las empresas que han tenido alguna experiencia exportadora suman el 10,8% de los casos.

Gráfico 2. Índice de integración con proveedores y clientes locales.



Fuente: Elaboración propia. Escala 0-100, por sector.

4.2 Maquinaria y equipos

Respecto al origen de la maquinaria y el equipo comprado en los últimos dos años, de las 93 empresas, 57 adquirieron maquinaria en el último año: el 13% fue de origen importado, el 23% de origen nacional y el 24% de ambos orígenes. Al analizar las inversiones por sector, el 16,8% de los comercios manifiestan haber realizado algún tipo de inversión, en tanto que en la industria el porcentaje fue del 13,9% y en el sector servicios y construcción del 28,7%.

4.3 Rondas de negocios

Seguidamente, se les consultó a los referentes respecto a la participación de las empresas en rondas de negocio. Se observa un porcentaje elevado de empresas que no participaron de estas actividades, siendo mayor el porcentaje en el sector comercio (45,5%), seguido por servicios y construcción (30,6%) e industria (20%). Respecto del grado de satisfacción de quienes participaron, el 60% de las empresas industriales tuvo una experiencia buena o muy buena, seguido por el 58,8% del sector servicios y construcción y el 30,4% del sector comercio. Las experiencias malas y regulares, en cambio, rondan entre el 15% y el 20% en los tres sectores.

5. Situación respecto a los competidores

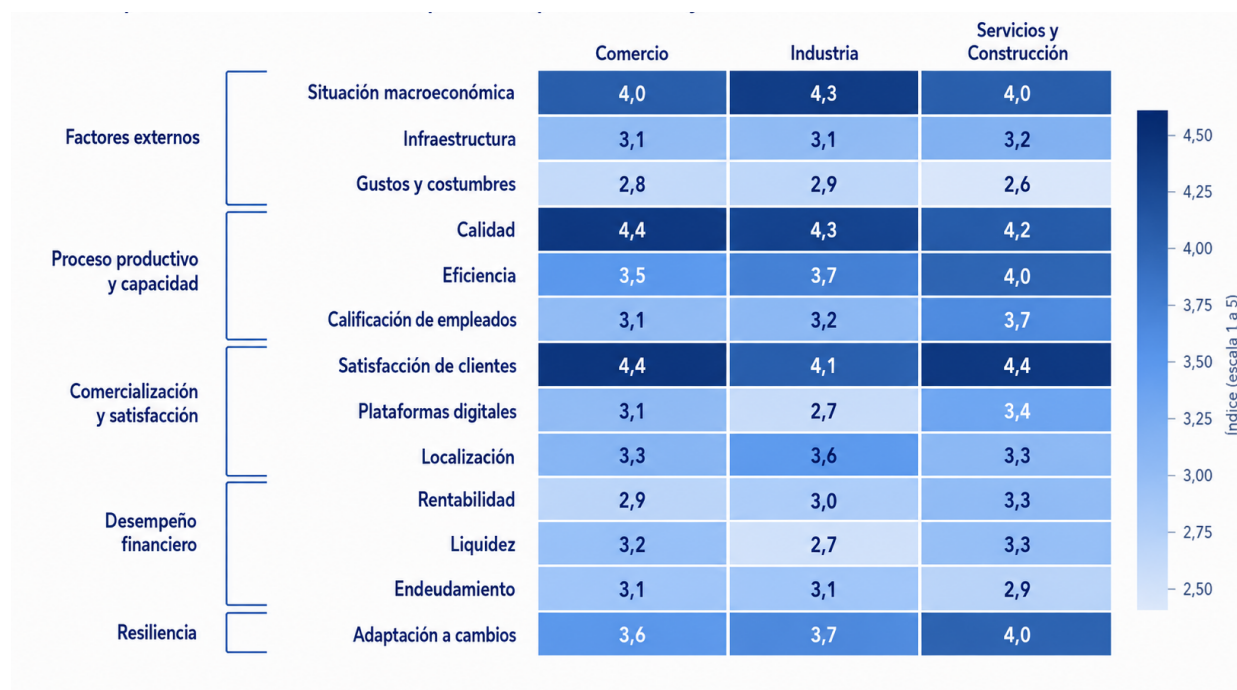
Además de analizar su situación individual, resulta relevante conocer cómo se perciben las empresas frente a sus competidores directos, ya que este posicionamiento relativo condiciona sus decisiones comerciales y de inversión. La posición de las empresas frente a sus competidores y el impacto de factores externos se valora mediante un índice ponderado promedio que considera la importancia de cada causa, en una escala de 1 a 5, agrupadas por sector productivo. Esto permite realizar un diagnóstico rápido de 5 dimensiones claves en las empresas, así como detectar el impacto de cuestiones ajenas a la firma sobre el nivel de actividad medidas a partir de la opinión de los propietarios y/o administradores.

Tabla 3. Índice de posicionamiento frente a competidores, por dimensión y sector (escala 1 a 5)

Dimensión	Factor	Comercio	Industria	Servicios y Constr.
Factores externos	Situación macroeconómica	4,0	4,3	4,0
	Infraestructura	3,1	3,1	3,2
	Gustos y costumbres	2,8	2,9	2,6
Proceso productivo y capacidad	Calidad	4,4	4,3	4,2
	Eficiencia	3,5	3,7	4,0
	Calificación de empleados	3,1	3,2	3,7
Comercialización y satisfacción	Satisfacción de clientes	4,4	4,1	4,4
	Plataformas digitales	3,1	2,7	3,4
	Localización	3,3	3,6	3,3
Desempeño financiero	Rentabilidad	2,9	3,0	3,3
	Liquidez	3,2	2,7	3,3
	Endeudamiento	3,1	3,1	2,9
Resiliencia	Adaptación a cambios	3,6	3,7	4,0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. Índice de posicionamiento frente a competidores, por dimensión y sector.



Fuente: Elaboración propia, con diseño de IA.

Tal como se puede observar en la Tabla 3 y en el Gráfico 5, en los tres sectores se identifica el mismo orden de importancia en términos del impacto de factores externos ajenos a la empresa: en primer lugar, la situación macroeconómica (inflación, tipo de cambio, etc.); en segundo lugar, la disponibilidad de infraestructura (transporte, servicios, tecnología); y por último, los cambios en gustos y costumbres.

Un comportamiento similar se presenta al analizar la incidencia del proceso productivo y la capacidad instalada en los tres sectores frente a los competidores: se resalta el peso de la calidad de los productos, seguido por la eficiencia y la calificación de los empleados.

Respecto del impacto de la comercialización, los propietarios y administradores de las empresas de la muestra consideran que la satisfacción de los clientes es el principal factor, seguido por la localización en el caso de comercio e industria, y por las plataformas digitales en el caso de servicios.

En la dimensión financiera, el factor de mayor incidencia frente a los competidores es la liquidez para las empresas del sector comercio derivado de la caída de ventas con consecuencias sobre la cadena de pagos, el endeudamiento para las del sector industrial por compromisos financieros de más largo plazo derivados de inversiones en maquinaria y/o ampliaciones, y la rentabilidad asociada a la liquidez para las del sector servicios.

Finalmente, al consultar sobre la adaptación a los cambios, las empresas del sector servicios son las que perciben mayor capacidad de respuesta frente a sus competidoras. Esta mayor capacidad del sector servicios se traduce en mejores desempeños en ventas durante el último año, pero asociada a menor rentabilidad y liquidez. De todas formas, el nivel del índice es relativamente alto en los tres sectores (superior a 3,6), lo cual indica que, en promedio, las empresas consideran poseer cierto potencial de adaptación a los cambios del mercado.

5.1 Principales problemas percibidos

También se consultó a los propietarios y administradores de las empresas con respecto a los principales problemas que enfrentan, valorándolos nuevamente en una escala de 1 a 5. Para el análisis de la información se utiliza un índice promedio ponderado que considera el grado de importancia de cada problema para las MiPyMEs de cada sector.

Tabla 4. Problemas percibidos por sector (escala 1 a 5)

Problema	Comercio	Industria	Servicios y Construcción
Falta de mano de obra especializada	2,4	2,9	3,1
Caída en las ventas	4,1	4,4	3,4
Capacidad productiva ociosa	2,4	3,3	3,0
Dificultad para hacer inversiones	3,0	3,8	3,0
Baja rentabilidad	3,5	3,7	3,4
Endeudamiento	2,4	3,0	2,9
Presión impositiva	3,9	4,1	3,9
Escasez de proveedores	2,3	2,5	2,5
Elevada morosidad	2,5	2,6	2,7
Elevada informalidad	2,3	2,5	2,9
Alta competencia	2,9	3,1	3,1

Fuente: Elaboración propia. En negrita, los dos tipos de ayuda más solicitados dentro de cada sector.

Tal como puede observarse en la Tabla 4 y en el Gráfico 3, los tres principales problemas para el sector comercio son la caída en las ventas, la presión impositiva y la baja rentabilidad. En el caso del sector industrial son la caída en las ventas, la dificultad para realizar inversiones y la presión impositiva; mientras que para servicios y construcción, los más valorados pero con menor incidencia que en los otros dos sectores, son la presión impositiva, la caída en las ventas y la baja rentabilidad.

Gráfico 3. Los tres principales problemas por sector



Fuente: Elaboración propia, con diseño de IA.

Por su parte, los problemas menos reconocidos por las empresas de la muestra son los relacionados con la escasez de proveedores, la elevada informalidad y la morosidad, junto con la falta de mano de obra especializada (Gráfico 4).

Gráfico 4. Los tres problemas menos importantes por sector



Fuente: Elaboración propia, con diseño de IA.

5.2 Planes de inversión para 2027

Por otra parte, se consultó a los propietarios y administradores acerca de los destinos que priorizarían para sus inversiones en 2027 si contaran con los recursos necesarios. Como se observa en la Tabla 5, los objetivos de inversión presentan cierta heterogeneidad entre los distintos sectores. Para las empresas del sector comercio, el principal destino proyectado es el desarrollo del comercio electrónico (e-commerce). En los sectores industrial y de servicios y construcción, en cambio, se destacan la adquisición de maquinaria y equipos y la expansión de mercados. Por su parte, el e-commerce no aparece entre los destinos de inversión considerados por las empresas del sector servicios y construcción, ya que utilizan otros canales de comunicación con sus clientes. Dado que las empresas en promedio cuentan con capacidad ociosa (Tabla 4), la ampliación de instalaciones y el desarrollo de nuevos productos muestran bajos porcentajes. Lo mismo sucede con la modernización de sistemas de gestión. Las proyecciones se encuentran centradas en acciones que potencien la venta de los productos y servicios actuales de las empresas.

Tabla 5. Objetivos de inversión para 2027, por sector (cantidad de empresas y % de respuestas)

Objetivo de inversión	Comercio	Industria	Servicios y Construcción
Ampliar instalaciones	3 (9%)	3 (15%)	4 (10%)
Comprar maquinaria y equipos	1 (3%)	6 (30%)	12 (30%)
Desarrollar nuevos productos	3 (9%)	1 (5%)	6 (15%)
Desarrollo de e-commerce	12 (36%)	2 (10%)	0
Expansión del mercado	8 (24%)	6 (30%)	10 (25%)
Invertir en programas de gestión	1 (3%)	1 (5%)	5 (12,5%)
Otros	5 (15%)	1 (5%)	3 (7,5%)

Fuente: Elaboración propia. En negrita, los dos objetivos más elegidos dentro de cada sector.

5.3 Tipo de ayuda solicitada

También se consulta a los empresarios sobre el tipo de ayuda que les gustaría recibir para diseñar programas específicos y coordinar acciones que mitiguen sus principales problemas. En este caso se observa un pedido generalizado de reducción o moratorias de tasas e impuestos, transversal a los tres sectores analizados. En segundo lugar, surge el pedido de líneas de crédito, principalmente en comercio y en servicios y construcción, y de préstamos subsidiados en el caso de las empresas del sector industrial.

Tabla 6. Tipo de ayuda solicitada, por sector (% de respuestas)

Tipo de ayuda	Comercio	Industria	Servicios y Construcción
Capacitaciones	3%	0%	7,5%
Líneas de crédito	30%	5%	35%
Otros	12%	5%	7,5%
Préstamos subsidiados	6%	45%	12,5%
Reducción o moratorias de tasas e impuestos	39%	35%	37,5%
Trámites municipales	9%	10%	0%

Fuente: Elaboración propia. En negrita, los dos tipos de ayuda más solicitados dentro de cada sector.

6. Conclusiones

El presente relevamiento ofrece una radiografía exploratoria de la situación de 93 MiPyMEs de Bahía Blanca durante el primer semestre de 2026, identificando cuestiones específicas para los sectores comercio, industria y, servicios y construcción. Si bien el carácter no probabilístico de la muestra impide generalizar los resultados al universo total de empresas de la ciudad, los patrones identificados resultan consistentes entre sectores y ofrecen una base para orientar el diseño de políticas de apoyo productivo a nivel local.

En términos generales, el relevamiento confirma que el contexto económico actual golpeó con mayor fuerza al sector comercio, seguido por la industria, mientras que servicios y construcción mostró un desempeño más equilibrado y mayor capacidad de adaptación a las condiciones de mercado, con una porción relevante de empresas que lograron sostener o incluso aumentar sus ventas e inversiones, a pesar de sacrificar en algunos casos rentabilidad. No obstante, en los tres sectores una proporción significativa de empresas redujo su dotación de personal, lo que da cuenta de un ajuste generalizado frente a la coyuntura. Las empresas del sector industrial declaran haber reducido su personal en mayor proporción con respecto al resto de los sectores.

La articulación con el entramado productivo local es más fuerte del lado de las ventas que de las compras: las empresas venden mayoritariamente en el mercado local, pero dependen en menor medida de proveedores locales. Esto se visualiza en mayor proporción en el sector comercio. La actividad exportadora, por su parte, sigue siendo marginal en los tres sectores, identificando aproximadamente que un 11% de los casos registra alguna experiencia exportadora. Respecto a la participación en rondas de negocios, que se considera una herramienta clave para potenciar la articulación local, continúa siendo baja, especialmente en el sector comercio.

Frente a sus competidores, las empresas relevadas se perciben mejor posicionadas en calidad de producto y/o servicios, eficiencia, satisfacción de clientes y resiliencia. Respecto al impacto de factores externos, las MiPyMEs reconocen la situación macroeconómica como principal factor, seguido por la disponibilidad de infraestructura. De forma consistente, la caída en las ventas, la presión impositiva y la caída de la rentabilidad emergen como los problemas más urgentes en los tres sectores, mientras que la escasez de proveedores y la informalidad son percibidas como amenazas de menor magnitud relativa.

De cara a 2027, las prioridades de inversión reflejan las particularidades diferentes de cada sector. Para el sector comercio el desarrollo de e-commerce y para industria y, servicios y construcción la necesidad de compra de maquinarias y equipos; y transversalmente a los tres sectores destacan la expansión del mercado. Adicionalmente, convergen en un mismo reclamo: la necesidad de aliviar la carga tributaria y ampliar el acceso al financiamiento, ya sea a través de líneas de crédito o de préstamos subsidiados. Este pedido es coherente con el diagnóstico nacional sobre las dificultades de financiamiento y atrasos en la cadena de pagos.

En conjunto, estos resultados permiten inferir la demanda de programas específicos que alivien la situación de las MiPyMEs bahienses, atendiendo a las particularidades de cada sector. Esto incluye alivios fiscales (reducción de alícuotas, moratorias y planes de pago), coordinación de acciones que promuevan la articulación entre clientes y proveedores locales, y generación de redes que permitan reducir costos y aprovechar economías de escala. A esto pueden sumarse programas destinados a expandir el mercado, relevantes en el contexto actual de fuerte contracción de la demanda, orientados a mejorar el acceso a mercados regionales y fomentar el desarrollo del comercio electrónico. Al igual que en el resto del país, en los casos analizados se observa una dualidad en la evolución de los sectores y actividades. Las proyecciones muestran que las mejores perspectivas se concentran en aquellas MiPyMEs de actividades y sectores más dinámicos, capaces de capitalizar las sinergias de las grandes inversiones programadas para Bahía Blanca y la región.

7. Referencias

- Naciones Unidas. Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Ministerio de Economía de la Nación (2023). <https://www.argentina.gob.ar/noticias/las-pymes-argentinas-generaron-140000-puestos-de-trabajo-en-el-primer-trimestre>
- Salerno, A. (2025). UCEMA. https://ucema.edu.ar/sites/default/files/2025-09/IndicadoresUCEMA_PyMEs092025.pdf
- FinanCAME / CAME (2025). Encuesta ICAF 2025: Informe de Resultados. <https://www.redcame.org.ar/novedades/14227/encuesta-icaf-2025-financame-informe-de-resultados>
- Infobae (2026). La mitad de las pymes no accede a crédito. <https://www.infobae.com/opinion/2026/02/18/la-mitad-de-las-pymes-no-accede-a-credito-por-que-financiar-fuera-de-la-banca-es-clave-para-sostener-el-empleo/>