

# La economía creativa como generadora de empleo, productividad e innovación en Paraguay a través de las micro, pequeñas y medianas empresas

Selva Olmedo-Barchello<sup>1</sup>

### RESUMEN

**Introducción:** Las micro, pequeñas y medianas empresas, constituyen unidades económicas que se caracterizan por la cantidad reducida de sus trabajadores o del nivel de sus ingresos. A lo largo de los años se han jugado un papel importante en la dinamización de la economía local, representando a uno de los sectores que más iniciativas y empleos generados.

En el caso de las industrias culturales y creativas, en los últimos años, han generado una gran diversidad de bienes y servicios, dinamizando el empleo y beneficiando a las sociedades.

**Objetivo:** Caracterizar a las micro, pequeñas y medianas empresas (mi pymes) del sector cultural y creativo en Paraguay como generadoras de empleo, productividad e innovación.

**Material y Método:** Documental-bibliográfica consistente en una revisión exhaustiva de materiales de los principales autores del área, documentos e informes de organismos internacionales, además de materiales cuantitativos como los datos del Censo Económico Nacional del año 2011, a través de la clasificación de las actividades del sector cultural y creativo a tres y dos dígitos, como; editorial y materiales impresos, Producción y Edición Musical, Audiovisual, Artes plásticas y visuales, Patrimonio Material, Diseño, Arquitectura y Artesanía, Juegos y Juguetería, Programas informáticos y otros sectores. Los datos fueron clasificados a tres dígitos, esta clasificación es la sugerida por el Convenio Andrés Bello. Obteniéndose información a nivel nacional y con desagregación a nivel departamental.

**Resultados:** Las unidades económicas de la denominada economía creativa en Paraguay, representaron el 6,7% del total, empleando al 7,3% de la fuerza laboral, donde el 60% correspondió a hombres y el 40% a mujeres. Los ingresos anuales por suministros de bienes y servicios fueron de aproximadamente 15

---

1. Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Ciencias Económicas, Paraguay.

E-mail: selvaob@eco.una.py

DOI: 10.26885/rcei.foro.2019.127



mil millones de guaraníes.

Los departamentos del país con mayor cantidad de unidades económicas fueron; Central, Asunción y Alto Paraná. El 89% de las unidades fueron micro y pequeñas empresas; el 7,4% en medianas y tan solo el 3,5% grandes. El personal ocupado fue en su mayoría del sexo masculino, sobre todo en las actividades del sector “diseño, arquitectura y artesanía” y dentro de las mismas en la fabricación de cuero y productos conexos, en el caso del rubro textil que también se agrupó en dicho sector, las mujeres fueron mayoría frente a los hombres

Se evidenció además que, a partir del 2012, se crearon mecanismos de atención tanto técnicos como crediticios para las mipymes del sector. Otro de los factores fue la innovación cuya inversión fue menor en las mipymes, específicamente en adquisición de maquinarias y equipos, capacitación, TIC, pero no así en I+D para nuevos productos.

**Conclusiones:** Si bien el gobierno ha fomentado y promovido las actividades del sector cultural y creativo en los últimos años, aún es necesario crear programas sostenibles con visión de mercado que proyecte a las mismas en una actividad económica rentable y de valor para el desarrollo económico y social. Se recomienda un estudio de cadena de valor para dichas industrias, para así detectar el funcionamiento de las actividades y el impacto que las mismas generan a nivel económico y social, una mayor conexión entre universidad y empresa permitiría un mayor aprovechamiento para la transferencia de conocimientos.

**Palabras clave:** pymes culturales, empleo, productividad.

## REFERENCIAS

- Angelelli, P., Luna, F., & Vargas, F. (2016). *Características, determinantes e impacto de la innovación en las empresas paraguayas* (Documento para Discusión IDB-DP-478).
- Buitrago, F., y Duque, I. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Washington, DC: Banco Interamericano Desarrollo.
- Ruiz Navarro, J. (2008). *Creación de empresas en el ámbito cultural*. Madrid: Autor.
- Solera Navarro, F., & Cabello Fernández-Delgado, F. (2015). Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: el caso de Goteo (2011-2014). *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 447–464. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n2.51393](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51393)
- Zevallos, E. (2008). Pymes, tecnología y gestión de información. *Pymes: Visión Estratégica para el desarrollo económico y social*, 1, 29-44.