

---

**Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector cultural y creativo como generadoras de empleo, productividad e innovación en Paraguay****Micro, Small and Medium Enterprises of creative and cultural sector as employment-generating, productivity and innovation in Paraguay****Artículo Original****Selva Olmedo Barchello<sup>1</sup>****Artículo Recibido: 05/10/2016****Aceptado para Publicación: 31/10/2016**

**RESUMEN:** El presente trabajo tiene como 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. La metodología empleada fue la 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 resultados indicaron que el 89% de las unidades fueron micro y pequeñas empresas; el 7,4% en medianas y tan solo el 3,5% grandes, en su mayoría estableciéndose geográficamente en Asunción y los departamentos de Alto Paraná y Central. Las micro y pequeñas empresas fueron las que más mano de obra emplearon en el periodo analizado. Se evidenció además que, a partir del 2012, se crearon mecanismos de atención tanto técnicos como crediticios para las mi pymes del sector. Otro de los factores fue la innovación cuya inversión fue menor en las mi pymes, específicamente en adquisición de maquinarias y equipos, capacitación, TIC, pero no así en I+D para nuevos productos. Se concluye que, 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.

**Palabras Clave:** Pymes Culturales, Empleo, Productividad, Innovación, economía

**ABSTRACT:** This paper aims to characterize the micro, small and medium enterprises (mipymes) of the cultural and creative sector in Paraguay as generators of employment, productivity and innovation. The methodology used was the documentary-bibliographic consisting of a comprehensive review of materials of the main authors of the area,

---

<sup>1</sup> Máster en Desarrollo Internacional por la Universidad de Corea, Corea del Sur, Máster en Gestión de Instituciones y Empresas Culturales por la Universidad de Barcelona, España y Economista por la Universidad Nacional de Asunción. Docente Investigadora y coordinadora del grupo de investigación en Economía Creativa de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Asunción. Email: [selvaob@gmail.com](mailto:selvaob@gmail.com)

documents and reports from international organizations, in addition, to quantitative materials such as the National Economic Census data 2011, through the classification of the activities of the cultural and creative sector in three and two digits, as; Editorial and printed materials, Music Production and editing, Audiovisual, Visual and visual arts, Material Heritage, Design, Architecture and Crafts, Games and Toys, Computer programs and other sectors. The results indicated that 89% of the units were micro and small enterprises; 7.4% in medians and only 3.5% in large, mostly settling geographically in Asunción and the departments of Alto Paraná and Central. Micro and small enterprises were the ones that used the most labor in the analyzed period. It was also evidenced that, since 2012, were created technical and credit attention mechanisms for SMEs. Another factor was the innovation that was less investment in the mi pymes, specifically in the acquisition of machinery and equipment, training, ICT, but not in R & D for new products. It is concluded that, although the government has promoted the activities of the cultural and creative sector in recent years, it is still necessary to create sustainable programs with a market vision that projects them into a profitable economic activity and valuable for development Economic and social.

**Keywords:** Cultural SME, employment, productivity, innovation, economy

## INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas, más conocidas como las mi pymes 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 caracterizado por jugar un papel importante en la dinamización de la economía local, representando a uno de los sectores que más iniciativas y empleos generan.

En el último Censo Económico Nacional (CEN) del año 2011, alrededor del 90% de las empresas constituidas a nivel nacional estaban clasificadas bajo esta categoría, el 64% se concentraban geográficamente en Asunción y los departamentos de Central y Alto Paraná, empleando a un total de 58% de la mano de obra del país.

En América Latina el sector microempresario es cuantitativamente muy importante, alrededor de dos quintos (38%) de los asalariados del sector privado en la región trabaja en unidades productivas pequeñas (Corporación Andina de Fomento [CAF], 2013) y a lo largo de los años han conformado una base fundamental del tejido social, gracias a su fuerte incidencia en la provisión de trabajo, competitividad y generadora de mayor valor agregado por ocupado (Cohen y Baralla, 2012).

No obstante, tanto a nivel nacional como internacional han presentado problemas relacionados a aspectos como la informalidad, la burocracia, la brecha digital, inversión en capital, financiamiento (Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos [DGEEC], 2011) y esto ha requerido la atención especial de los

gobiernos a través de políticas públicas de fomento y fondos de garantía para su operatividad.

A pesar de los aspectos mencionados, “las micro, pequeñas y medianas empresas han mostrado un mayor compromiso con la innovación, la integración regional, el desarrollo de mercados y la productividad, además de haber incrementado su participación relativa en el comercio exterior” (Zevallos, 2008, p. 30).

En el caso de las actividades económicas generadas por las industrias compuestas del sector cultural y creativo, en los últimos años a nivel global han generado una gran diversidad de bienes y servicios, dinamizando el empleo y beneficiando a las sociedades.

Para una mejor comprensión, las industrias culturales y creativas están compuestas de actividades con alto contenido artístico, intelectual, tecnológico, de acuerdo al Reporte de Economía Creativa (UNCTAD, DITC-PNUD, 2008), la misma incluyen a sectores como: patrimonio cultural, artes visuales, audiovisuales, editorial, nuevos medios, diseño, publicidad, arquitectura y otros servicios creativos.

De acuerdo a los datos proveídos en la edición especial del informe sobre la economía creativa en 2013 (UNDP, UNESCO, 2013), las exportaciones de bienes y servicios creativos en el año 2011 alcanzaron alrededor de USD 646 mil millones de dólares americanos. Esto representó una contribución a nivel mundial del 6,1%, mayor a sectores como la agricultura que tan solo llegó al 3,1% (Buitrago y Duque, 2013). En Paraguay, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) de las industrias creativas y culturales fue del 4,1% (Oxford Economics, 2013).

En Paraguay, las micro, pequeñas y medianas empresas del sector cultural y creativo representaron en el 2010 según el CEN, alrededor del 96% de las unidades económicas de dicho sector. En cuanto a la mano de obra empleada, está ascendió al 60% del total, con unos ingresos por suministro de bienes y servicios del 18%, a diferencia de las grandes empresas con unos ingresos superiores al 80% (Olmedo, 2014).

Las exportaciones de bienes culturales en el año 2009, había ascendido a aproximadamente seiscientos mil dólares americanos y las importaciones a ocho millones de dólares americanos, esto representó un déficit comercial de un poco más de siete millones de dólares (Sistema de Información Cultural del Paraguay [SICPY], 2012).

Una situación adversa para las mi pymes del sector cultural y creativo en la mayoría de los países en vías de desarrollo, es la de pertenecer a un sector, cuyo concepto es muy nuevo, poco entendido, lo que hace que las instituciones financieras tradicionales sean adversas a los riesgos, reflejando obstáculos para su financiamiento. En la mayoría de los casos, los emprendedores recurren a sus ahorros personales para comenzar sus negocios. No obstante, las microfinanzas han tomado fuerza como capital inicial y es un atractivo como fuente de fondos de inversión (UNCTAD, 2010).

Las políticas de fomento e inversión en este sector aún son escasas tanto a nivel local como también en otros países de Latinoamérica, tal como lo indica Yúdice (2002) sobre la necesidad de políticas públicas que aseguren la supervivencia de dichos tipos de empresas, ya que la misma proporciona empleo para diversos sectores sociales y logra una diversidad en el tejido empresarial.

Es por ello, que el objetivo del presente trabajo consiste en caracterizar a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector cultural y creativo en Paraguay como generadoras de empleo, productividad e innovación.

El mismo se estructura de la siguiente forma; en primer lugar se describe el panorama de la industria cultural y creativa en Paraguay, para luego realizar un análisis por sectores de la economía creativa, indicando las principales características de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector cultural y creativo, las políticas públicas de apoyo a dicho sector, las fuentes de financiamiento y la innovación en las mismas.

## **METODOLOGÍA**

En la investigación se utilizó la metodología bibliográfica, a través de la revisión exhaustiva de la literatura, referenciando a los principales autores del área, documentos e informes de organismos internacionales abocados a fomentar la economía creativa, además de hacer un análisis de la realidad, de los principales instrumentos utilizados para fomentar el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) y en especial las que componen el sector cultural y creativo en áreas como la innovación, políticas públicas y fuentes de financiamiento.

Para la realización del análisis cuantitativo se utilizaron datos del Censo Económico Nacional (CEN) 2011 de la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos de Paraguay. Dicha institución clasificó a las micro y pequeñas, a aquellas compuestas de 1 a 10 personas ocupadas y cuyos ingresos anuales son menor o igual a

300 millones de guaraníes. En el caso de las medianas corresponde a aquellas compuestas de 11 a 49 personas ocupadas con ingresos anuales mayores a 300 millones hasta 2.000 millones de guaraníes.

Los datos fueron primeramente clasificados según actividad económica a tres dígitos, basándose para esto, en la clasificación sugerida por el Convenio Andrés Bello para las actividades del sector cultural y creativo. Obteniéndose información a nivel nacional y con desagregación a nivel departamental.

Para un segundo análisis cuantitativo, se realizó una clasificación por tamaño de empresas según el CEN 2011, los datos disponibles se encontraban a dos dígitos, desagregando por unidades económicas, personal ocupado por género y los ingresos por suministro de bienes y servicios obtenidos por actividad económica.

### **Resultados, análisis y discusión**

La clasificación de las actividades de la economía creativa según resultados del Censo Económico Nacional 2011 a tres dígitos (Tabla 1), abarcó diez sectores tales como: Diseño, Arquitectura y Artesanía, Editorial y materiales impresos, Producción y Edición Musical, Producción y Edición Musical, Juegos y Juguetería, Programas informáticos y actividades relacionadas, Audiovisual, Otros sectores, Artes plásticas y visuales, Patrimonio Material, Otros productos.

Tabla 1. Clasificación por sectores de las actividades de la economía creativa según resultados del Censo Económico Nacional 2011 a tres dígitos.

<i>Sectores de la economía creativa</i>	<i>Actividades de la economía creativa</i>
Diseño, Arquitectura y Artesanía	Hilandería, tejeduría y acabado de productos textiles
	Fabricación de otros productos textiles n.c.p., excepto prendas de vestir
	Fabricación de prendas de vestir de punto y ganchillo
	Curtido y terminación de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería; teñido de pieles
	Fabricación de joyas, bijouterie y artículos conexos
	Actividades publicitarias
	Actividades de diseño especializado
	Actividades de servicios de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico
	Servicios de paisajismo y jardinería
	Actividades de servicios de mantenimiento a edificios e instalaciones
Editorial y materiales impresos	Fabricación de papel y productos de papel
	Actividades de impresión y servicios de apoyo
	Edición de libros, periódicos y otras publicaciones, incluso integrada a la impresión
Producción y Edición Musical	Fabricación de instrumentos musicales
	Actividades de grabación sonora y edición de música
	Comercio al por menor de equipos de información y comunicaciones en

	comercios especializados
Juegos y Juguetería	Fabricación de juegos y juguetes
Programas informáticos y actividades relacionadas	Edición de software
	Actividades de programación y consultoría informáticas y otras actividades conexas
Audiovisual	Otras actividades de servicios de información n.c.p.
	Procesamiento de datos, hospedaje y servicios conexos; portales Web
Otros sectores	Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión
	Actividades programación y difusión de radio
	Actividades programación y difusión de televisión
Artes plásticas y visuales	Investigación y desarrollo experimental en ciencias naturales y la ingeniería
	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y las humanidades
	Investigación de mercados y encuestas de opinión pública
Patrimonio Material	Actividades de fotografía
	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.
	Otros tipos de enseñanza
Otros productos	Actividades artísticas y de espectáculos
	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
	Otras actividades de diversión y entretenimiento
	Comercio al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados

Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional, Año 2011.

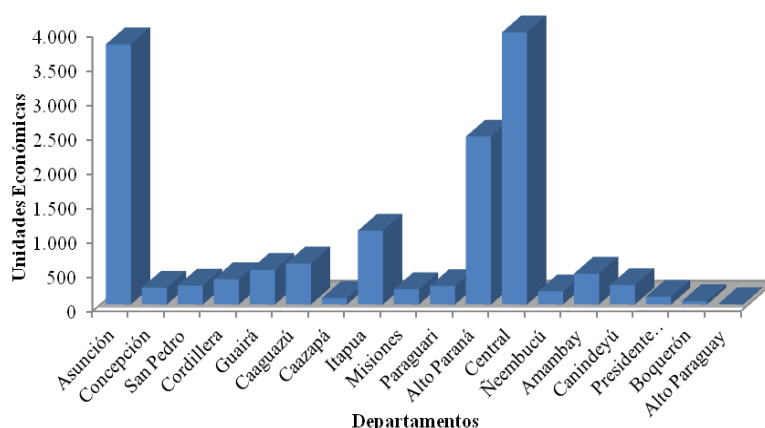
Por otro lado, con los mismos datos del CEN 2011, la clasificación por tamaño de la empresa fue a dos dígitos y abarcó actividades tales como: Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir, Fabricación de cuero y productos conexos, Servicio de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos, Publicidad e investigación de mercados, Servicios de apoyo a edificios y actividades de limpieza en general; servicios de paisajismo y jardinería, Fabricación de papel y productos de papel, Actividades de impresión y servicios de apoyo; reproducción de grabaciones, Edición, Industrias manufactureras n.c.p., Actividades cinematográficas; producción de vídeos y programas de televisión; grabación sonora y de edición de música, Actividades de programación y difusión de radio y televisión, Actividades de programación y consultorías informáticas y otras actividades conexas, Actividades de servicios de información, Investigación y desarrollo, Otras actividades profesionales, científicas y técnicas, Actividades artísticas y de espectáculos, Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.

## Panorama sobre el sector de las industrias culturales y creativas en Paraguay

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 mil millones de guaraníes según los datos del Censo Económico Nacional (DGEEC, 2011).

Los departamentos del país con mayor cantidad de unidades económicas de la denominada economía creativa, fueron; Central con aproximadamente 4000 unidades, luego Asunción con alrededor de 3800 unidades y en tercer lugar el departamento de Alto Paraná con más de 2400 unidades económicas (Gráfico 1).

Gráfico 1. Cantidad de unidades económicas de las industrias del sector cultural y creativo por departamento. Año 2010



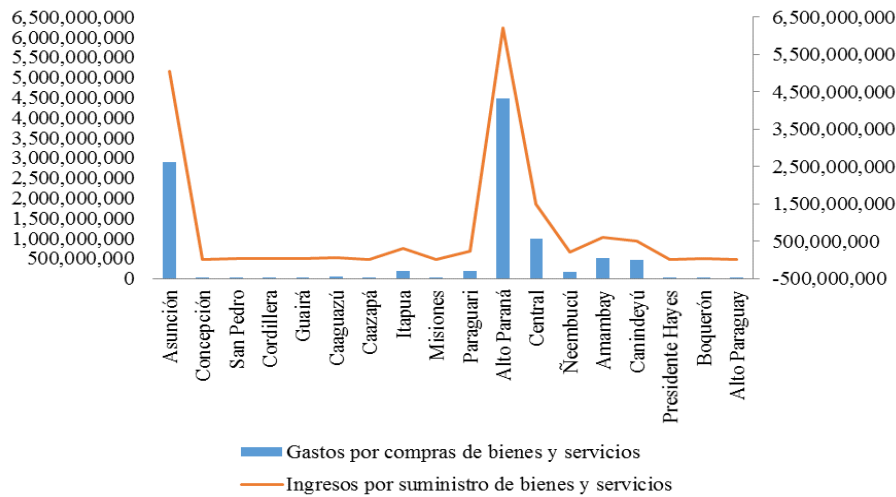
Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

De acuerdo, al nivel de ingresos por suministro de bienes y servicios, el de mayor facturación fue Alto Paraná con más de PYG 6.200.000.000 miles de guaraníes, en segundo lugar Asunción con más de PYG 5.000.000.000 miles de guaraníes y el departamento de Central con aproximadamente PYG. 1.500.000.000 miles de guaraníes (Gráfico 2), comparando con los gastos por compras de bienes y servicios estos mantuvieron el mismo orden de mayor a menor nivel de gastos.

Se observó que geográficamente fueron los departamentos de Central y Alto Paraná y la ciudad de Asunción los de mayor producción e inversión en industrias

creativas. Los demás departamentos del país presentaron una menor producción y por ende menor cantidad de unidades económicas en dicho sector.

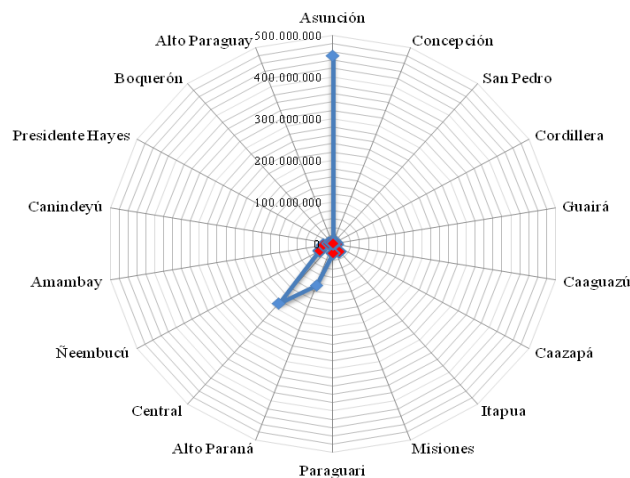
Gráfico 2. Comparación entre ingresos por suministro y gastos por compras de bienes y servicios de las industrias del sector cultural y creativo por departamento. Año 2010



Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

Analizando el total de remuneraciones percibidas por las actividades de dicho sector, fue Asunción el que encabezó con PYG 450.000.000 miles de guaraníes, le siguió Central con PYG 186.000.000 miles de guaraníes y luego Alto Paraná con PYG 106.000.000 miles de guaraníes según se indica en el gráfico 3.

Gráfico 3. Total de remuneraciones en miles de guaraníes de las industrias del sector cultural y creativo por departamento. Año 2010

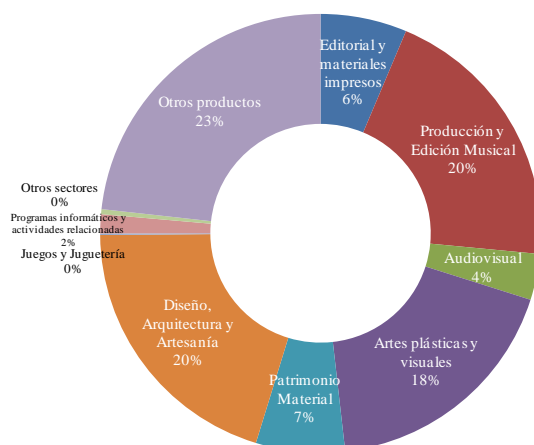


Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.



En cuanto a los sectores de la economía creativa, fueron las actividades dedicadas al “comercio al por menor de bienes culturales y recreativos en comercios especializados” la que mayor cantidad de unidades económicas poseía según el CEN 2011, con aproximadamente 3500 unidades, no obstante el que más ingresos generó fue el sector de “producción y edición musical”, compuesto por actividades como; fabricación de instrumentos musicales, actividades de grabación sonora y edición de música y comercio al por menor de equipos de información y comunicaciones en comercios especializados por valor de PYG 7.000.0000.000 miles de guaraníes. Otros sectores como; “diseño, arquitectura y artesanía”, “editorial y materiales impresos” y “artes plásticas y visuales” se destacaron por cantidad de unidades económicas creadas y por los ingresos generados según el gráfico 4.

Gráfico 4. Cantidad de unidades económicas de sectores de la economía creativa en Paraguay. En porcentajes. Año 2010



Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

### Mipymes del sector cultural y creativo

Las características principales de la composición de las mipymes del sector cultural y creativo en Paraguay, se visualiza en la Tabla 2, en el cual se indica que este tipo de actividades estuvieron compuestas según el periodo analizado, por micro y pequeñas empresas 89,1%, medianas empresas 7,4% y grandes empresas 3,5%.

En tanto que, comparando por cantidad de personal ocupado, la distribución resultó de la siguiente manera; micro y pequeñas empresas 42,5%; medianas 15,8% y el

restante por las grandes empresas con 41,7%. Realizando un comparativo por sexo, en las micro y pequeñas empresas los hombres representaron el 68% y las mujeres el 32%, mientras que en las medianas el 69,6% fueron hombres y el 30,4% mujeres.

La gran diferencia se encontró en los ingresos por suministro de bienes y servicios, los cuales indicaron que fueron las grandes empresas (81,2%), las que obtuvieron una mayor proporción, mientras que las micro y pequeñas generaron el 9,6% y no muy lejos de esta última las medianas empresas con el 9,2%.

Tabla 2. Comparativo entre micro, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector cultural y creativo por unidades económicas, personal ocupado e ingresos por suministro de bienes y servicios. En porcentajes. Año 2010

<b>Características económicas</b>	<b>Micro y Pequeñas empresas</b>	<b>Medianas Empresas</b>	<b>Grandes empresas</b>
Unidades Económicas	89,1	7,4	3,5
Personal Ocupado	42,5	15,8	41,7
Ingresos por suministro de bienes y servicios	9,6	9,2	81,2

Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

De acuerdo al tamaño de las empresas clasificadas por sectores, se muestra que las mismas estuvieron agrupadas en su mayoría en micro y pequeñas empresas, siendo las del sector “diseño, arquitectura y artesanía<sup>2</sup>” las que contaban con el 38,8 % de unidades económicas en relación a los demás sectores, en este sentido, las medianas empresas solo llegaron al 3% (Gráfico 5).

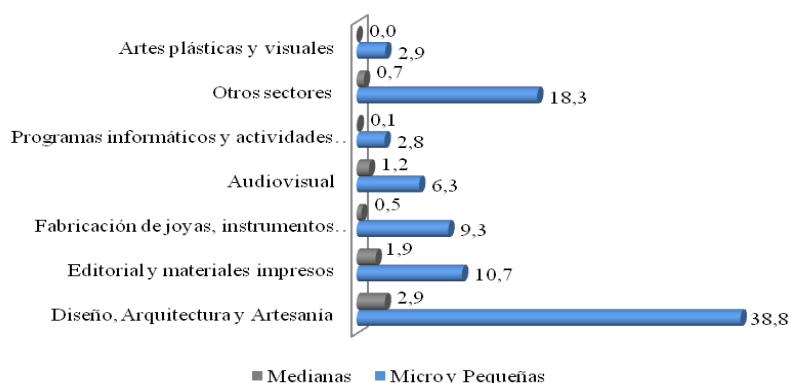
La siguiente actividad con mayor cantidad de micro y pequeñas empresas fue la agrupada en “otros sectores<sup>3</sup>”, cuyas micro y pequeñas empresas representaron el 18,3% del total del sector y las medianas el 0,7%.

En el caso de las actividades como; “artes plásticas y visuales”, se encontró información de su clasificación en micro y pequeñas empresas (2,9%) y no así para las medianas. En cuanto a las conformadas bajo la denominación “Patrimonio material” no se contó con una clasificación por tamaño de empresas por motivos de confidencialidad de la información de acuerdo al CEN 2011.

<sup>2</sup> En este sector se agruparon los rubros a 2 dígitos de la CEN 2011, correspondientes a: Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir, Fabricación de cuero y productos conexos, Servicio de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos, Publicidad e investigación de mercados, Servicios de apoyo a edificios y actividades de limpieza en general; servicios de paisajismo y jardinería.

<sup>3</sup> Incluye actividades como; investigación y desarrollo, otras actividades profesionales, científicas y técnicas.

Gráfico 5. Clasificación de mipymes del sector cultural y creativo en Paraguay por cantidad de unidades económicas. En porcentajes. Año 2010

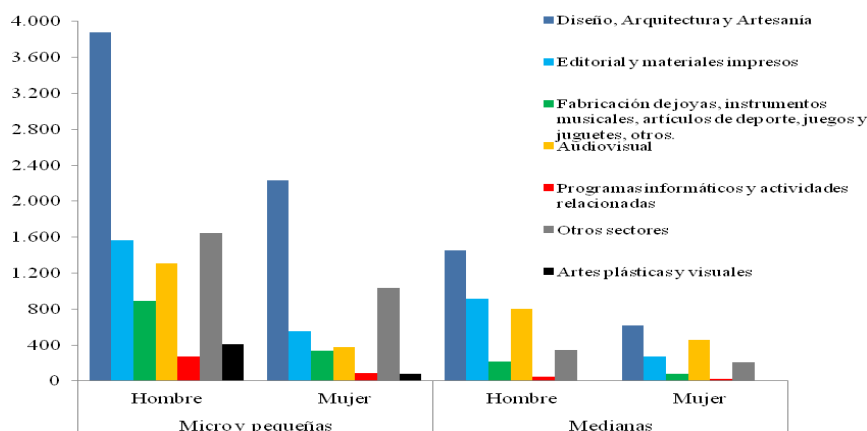


Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

El personal ocupado en las mipymes del sector cultural y creativo 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 (Gráfico 6).

El siguiente sector que se destacó por la mayor cantidad de ocupados fue el de “otros sectores” con el 8%, le siguió “editorial y material impresos” con el 6%, el “audiovisual” con el 5%, “fabricación de joyas y otros” 4% y sectores como; “programas informáticos” y “artes plásticas” solo llegaron al 1% del personal ocupado. Por lo tanto, para el sector “patrimonio material” no se contó con información por tamaño de empresas. Cabe destacar que la mayor cantidad de personas ocupadas se encontraban empleadas en las micro y pequeñas empresas de los sectores analizados.

Gráfico 6. Clasificación de micro, pequeñas y medianas empresas por cantidad de personas ocupadas del sector cultural y creativo en Paraguay. Año 2010

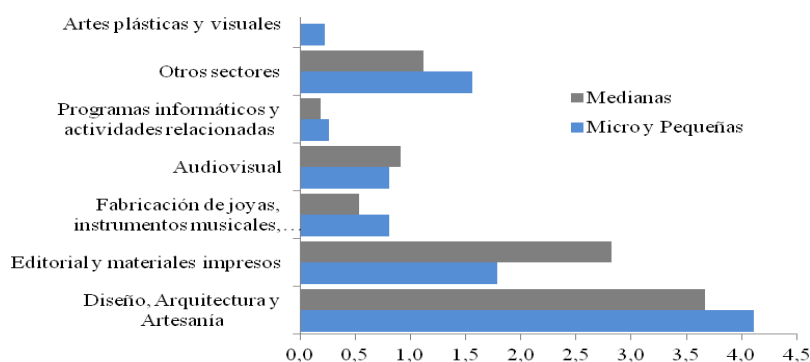


Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

Los ingresos por suministro de bienes y servicios fueron mayores para las industrias del sector “diseño, arquitectura y artesanía” de las micro y pequeñas empresas (4,1%), no así para el sector “editorial y materiales impresos”, cuyas medianas empresas superando en más del 1% a las micro y pequeñas empresas del mismo sector. Este caso también se dio en el sector del audiovisual, donde las medianas empresas obtuvieron mayores ingresos (0,9%) del total del sector (Gráfico 7).

La clasificación compuesta por “Otros Sectores” indicó que las micro y pequeñas empresas fueron las que obtuvieron mayores ingresos en 2%, en relación a las medianas con el 1,6%.

Gráfico 7. Clasificación de micro, pequeñas y medianas empresas por cantidad de unidades económicas del sector cultural y creativo en Paraguay. En porcentajes. Año 2010.



Fuente: Elaboración propio con datos del Censo Económico Nacional 2011. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos.

### **Políticas públicas de apoyo a las mipymes**

Primeramente, la Ley Nacional de Cultura (Congreso de la Nación Paraguaya, 2006), establece en su artículo sexto como uno de los objetivos de la Secretaría Nacional de Cultura, organismo creado para el cumplimiento de dicha Ley, fomentar el desarrollo de los procesos culturales, lo cual incluye; la creación, circulación y el consumo de los bienes culturales.

En este sentido, a través de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, creada mediante la Ley N° 4798/12 (Congreso de la Nación Paraguaya, 2012a), como órgano de ejecución de la política nacional de Propiedad Intelectual, entre sus funciones se encuentra el de fomentar la creación y desarrollo de empresas culturales, y en este sentido establecer las exoneraciones y reducciones de tasas y aranceles en el caso de una promoción de la política nacional de apoyo a micro y pequeñas empresas y una política de desarrollo sectorial de la economía establecidas por el Poder Ejecutivo.

En cuanto a Políticas Sectoriales, se encuentra vigente la Ley de Fomento del Libro N°24/91, en su artículo 11, establece que “las empresas editoras o impresoras que se dedican a la producción de libros amparados por esta Ley, gozarán de la exención total de los impuestos aduaneros, internos, a las ventas y todo otro gravamen que recaiga sobre todos los insumos que se utilicen para el mismo fin”.

Sectores como el audiovisual y el software se encuentran trabajando en el anteproyecto de ley con el objetivo de promover y apoyar dichas industrias, además de buscar fortalecer y desarrollar sus respectivas cadenas de valor.

Por otro lado, atendiendo a la gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas en diferentes rubros de la economía paraguaya, a través de la Ley 4457/12 Para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) con la cual se crea “un marco regulatorio que permita promover y fomentar la creación, desarrollo y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, para incorporarlas a la estructura formal productora de bienes y servicios, y darles identidad jurídica” (Congreso de la Nación Paraguaya, 2012b).

El documento denominado “Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030”, establece como uno de sus ejes estratégicos, el crecimiento económico inclusivo a través de la competitividad e innovación de micro, pequeñas y medianas empresas para el fomento de la diversificación productiva, las industrias de servicios y tecnologías incorporadas a las cadenas de valor regionales y orientadas a mujeres jefas de hogar en

situación de pobreza, para lo cual se deberían impulsar el capital semilla, implementar fondos de garantías y desarrollar productos especiales de crédito a largo plazo (Secretaría Técnica de Planificación de la República del Paraguay, 2014).

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Paraguay (2014), a través de su Libro Blanco de los lineamientos para una política de ciencia, tecnología e innovación del Paraguay, estableció como uno de los sectores productivos priorizados el de “Turismo e Industrias Culturales”, el cual indica, la estrecha relación existente entre los productos de las industrias culturales y el turismo, el cual, en los últimos años se ha convertido en un importante dinamizador del sector servicios.

Así mismo, otro sector sería el de “Industrias de media y alta tecnología”, que si bien es aún un sector pequeño que ha demostrado una importante dinámica en el crecimiento económico, requiere de mayor desarrollo de tecnologías y mano de obras de alta capacidad técnica en lo que respecta a la creación de nuevos productos, con el objetivo de lograr mayor competitividad.

#### **Fuentes de financiamiento para las mipymes**

El acceso a la financiación de muchas empresas de la industria creativa, de acuerdo a Newbiggin (2010) tienen la característica que para iniciar sus emprendimientos necesitan relativamente poco capital, y en muchos casos los propios emprendedores se autofinancian para arrancar sus proyectos. Las dificultades surgen cuando los creativos alcanzan el éxito con su pequeño negocio y requieren de mayor financiamiento ya sea para ampliarlos o expandirlos, requiriendo de activos necesarios para garantizar un préstamo.

Este último, surge en la mayoría de los casos porque las entidades financieras no han desarrollado productos para este tipo de negocios. En ocasiones, las fusiones con otras empresas o invitación a inversionistas a apoyar el proyecto no son viables por el temor a que el emprendedor pueda comprometer su visión creativa o distorsionar la naturaleza del negocio. Por lo que, Newbiggin (2010, p. 33) expresa que, “la consecución de fondos es y siempre ha sido un problema para muchas empresas creativas, tanto grandes como pequeñas”.

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en su Informe sobre Industrias Creativas (2010), indica que una de las vallas para los empresas de las industrias creativas es que la misma es intensiva en capital, por lo tanto, los costos de insumos tecnológicos y servicios profesionales son significativos para la

realización de los proyectos de índole creativo. En muchos países desarrollados, la principal fuente de financiamiento para las empresas creativas pequeñas, suelen ser las grandes compañías, ya que pueden obtener préstamos con menos dificultad, aunque incluso, el financiamiento no sea para todos los sectores debido a su alto riesgo, propio del sector y la falta de activos que sirvan como aval, como ya se había mencionado anteriormente.

Sin embargo, en países en vías de desarrollo el concepto de industrias creativas es nuevo y las instituciones financieras tradicionales son adversas a los riesgos. Por lo tanto, gran parte de las iniciativas de la economía creativa están financiadas con recursos públicas o por organizaciones sin fines de lucro.

Otra fuente de financiamiento de las industrias creativas son los desembolsos provenientes de la cooperación internacional, especialmente de países más desarrollados a los que se encuentran en vías de desarrollo. Cuando la actividad es artística, el financiamiento público en muchos casos es escaso y es allí donde se necesitan de patrocinio y mecenazgo privado (UNDP, UNESCO, 2013).

En tal sentido, el Congreso de la Nación a través de la Ley 1299/98, creó el Fondo Nacional de Cultura (FONDEC), el cual se constituyó con el fin de financiar y promover las actividades culturales privadas en todo el territorio nacional, beneficiándose los proyectos presentados por personas, grupos, instituciones o empresas para la realización de actividades culturales y artísticas. Además, en su artículo 16, establece los incentivos al sector privado con el objetivo de estimular la participación del sector privado en el financiamiento de las actividades culturales, las donaciones y los patrocinios que realicen los contribuyentes serán considerados deducibles del Impuesto a la Renta de acuerdo con el siguiente porcentaje: a) hasta el 5% (cinco por ciento) de la renta neta del ejercicio que se liquida para los casos de las donaciones ; y, b) hasta el 4% (cuatro por ciento) para el caso de los patrocinios.

Los Fondos de Cultura de la Secretaría Nacional de Cultura, representan un mecanismo de incentivo que otorga ayuda económica y técnica que posibilita el fortalecimiento y desarrollo de emprendimientos culturales en diversos ámbitos, propuestos por organizaciones, grupos culturales y ciudadanos paraguayos o extranjeros radicados en el país. Iniciado en el 2010, con una inversión de PYG 3.781 millones, benefició a más de 250 iniciativas individuales y colectivas. En el año 2015, se benefició a un total de 40 proyectos ciudadanos, invirtiendo PYG. 1.035.056.485 (Mil

treinta y cinco millones cincuenta y seis mil cuatrocientos ochenta y cinco guaraníes).

Por otro lado, a través de la Ley N° 4457/12 Para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en su Capítulo V de Apoyo Financiero, estableció el acceso y las líneas preferenciales de créditos, además de la creación de nuevos mecanismos alternativos de financiamientos para las mipymes, en donde el Ministerio de Industria y Comercio es el órgano encargado de articular el mismo.

Por lo tanto, mediante un préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2015 de USD 30 millones para el programa “Mejoramiento de la Productividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas a Nivel Nacional” compuesto por tres proyectos, los cuales consistieron en: 1) Mejoramiento de la productividad de las MIPYMEs a nivel nacional, por USD 20 millones, a cargo de la Agencia Financiera de Desarrollo (AFD); 2) Mejoramiento del Fondo de Garantía para las micro, pequeñas y medianas empresas, por USD 8 millones, a cargo del Ministerio de Hacienda (MH); y, 3) Capacitación de la Producción de las MIPYMEs a nivel nacional, por USD 2 millones, a cargo del Ministerio de Industria y Comercio (MIC). Los rubros de las industrias culturales y creativas seleccionadas para ser beneficiadas fueron: artesanías, textil y confecciones, gráficas, papelerías, cueros y turismo.

Entre otras oportunidades de financiamiento se destacan, los créditos otorgados por la Secretaría Socioeconómica del Instituto Italo-Latinoamericano (IILA), que en los últimos años ha considerado a Paraguay país elegible, el mismo ofrece a pequeñas y medianas empresas paraguayas, asociadas a firmas italianas, un crédito concesional de hasta 10 millones de euros y 10 años de plazo, tal es así que los sectores de la economía creativa a beneficiarse son: artesanado, turismo sostenible y valorización de bienes culturales y ambientales (Asociación Paraguaya de Presupuesto Público (APAPP), 2014).

Otras formas de financiamientos se pueden dar en el marco de la cooperación internacional a proyectos y programas culturales otorgados por las propias agencias de cooperación internacional asentadas en el país, muchas veces como componente de un programa o proyecto mayor, como ser el de reducción de la pobreza, empoderamiento de sectores vulnerables y otros relacionados al desarrollo sostenible local. Muy parecida a esta vía es la utilizada por Instituciones del Gobierno local para empoderar sectores y poblaciones vulnerables con una visión tanto social como empresarial.



Existen fondos concursables internacionales, como programas de incentivo o fomento a ciertos sectores, como ser la producción audiovisual con el Programa Ibermedia (1996), que consiste en un espacio audiovisual iberoamericano de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales, así también se encuentran los fondos de la Berlinale de Alemania para promover el audiovisual de países emergentes.

El crowdfunding puede considerarse como una alternativa real para los proyectos de la industria creativa, según (Solera Navarro y Cabello Fernández-Delgado, 2015) analizando la definición propuesta por varios autores, indica que consiste en la acción de recaudar dinero para inversiones a través de una plataforma creada para tal efecto, esto es a través de la utilización de redes sociales, en términos más sencillos se refiere a un aporte económico y de ideas a través de la co-creación por medio de un colectivo, los cuales se encuentran interconectados, los mismos podrían ser; inversiones, préstamos, recompensas y donaciones.

### **Innovación**

Las actividades relacionadas a las artes y la cultura han dejado de ser actividades marginales en la economía del conocimiento de acuerdo a Ruiz Navarro (2008), por lo tanto las mismas, pueden ser consideradas como recursos estratégicos, llevados de la economía tradicional a una economía basada en la innovación y la creatividad.

Para Newbiggin (2010), las empresas creativas pueden ser consideradas como ejemplos de diferenciación e innovación para las empresas tradicionales del mismo sector, incluso para otros sectores económicos que están obligados a adaptarse con miras a sobrevivir y a prosperar en la era digital, creando nuevos modelos de negocios con valor económico y social.

De acuerdo a la Encuesta de Innovación Empresarial en Paraguay<sup>4</sup>, realizado en el año 2013, indicó que el 51,9% de las firmas paraguayas encuestadas realizaron alguna actividad de innovación, en el que la inversión sobre las ventas del 2012 fue en promedio el 2,6%, el 40% introdujo innovaciones en productos o procesos, siendo el 60% de este grupo innovaciones novedosas a nivel de empresa.

---

<sup>4</sup> El EIEP13 es de carácter nacional, comprende las actividades empresariales entre 2010 y 2012, realizado por la Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo, estuvo dirigida a las empresas de la industria manufacturera y los servicios intensivos en conocimiento (incluye actividades informáticas y servicios de información, ingeniería e I+D).

De acuerdo a Angelelli, Luna, y Vargas (2016) la actividades innovadoras de las empresas paraguayas consistieron principalmente en incorporar tecnologías externas a la propia empresa, y en este sentido, fueron las grandes empresas las que más invirtieron en un 71,4%, las pequeñas en 48,5% y medianas en 59,1%, siendo las mismas en: adquisición de máquinas y equipos para incrementar su acervo tecnológico, capacitación, I+D interna y la adquisición de TIC.

La inversión promedio de las pequeñas empresas en actividades de innovación en el periodo 2010-2012 fue de 23,2 miles de dólares americanos, mientras que para las medianas dicho monto ascendió a 205,6 miles de dólares americanos. Los rubros de las industrias creativas que más se destacaron fueron: actividades de impresión y servicios de apoyo, industrias manufactureras y fabricación de papel y productos de papel.

La inversión en I+D sobre el nivel de ventas en el 2012 fue para las pequeñas empresas del 0,1% y para las medianas el 0,7%. En cuanto al nivel de financiamiento, fueron los recursos propios los más utilizados y en segundo lugares, los préstamos obtenidos de la Banca comercial.

En cuanto al impacto de las innovaciones sobre las ventas de las empresas, las pequeñas y medianas registraron un mayor impacto en productos nuevos para las propias empresas, en cambio las grandes reflejaron un mayor impacto de nuevos para productos para el mercado.

En aspectos relacionados a métodos de protección intelectual, las pequeñas empresas reflejaron un menor uso de las mismas, aunque el mayor porcentaje se concentró en “Marcas” para ambos.

## **CONCLUSIÓN**

Las industrias creativas están en sus mayorías compuestas por micro, pequeñas y medianas empresas, esta situación no se da solo en Paraguay, sino que en la mayoría de los países, tanto desarrollados como en vías desarrollo, ya que el desarrollo de un emprendimiento creativo tiene la característica que se inicia entre pocas personas y con poco capital.

La característica principal de este tipo de actividad radica en su alto componente de capital intelectual y tecnológico, lo cual, hoy en día crea un gran dinamismo en el comercio mundial, además de ser un instrumento de desarrollo y cohesión social.

No obstante, este tipo de emprendimientos tropieza con dificultades de ser un negocio rentable y sostenible, por la falta de financiamiento, ya sea por la falta de

programas de microcréditos para dicho sector tanto de entidades públicas como privadas. El obstáculo principal se debe a que son actividades económicas nuevas, que aún no adquirieron un reconocimiento debido a que no son vistas como actividades rentables en el largo plazo, y en este caso las entidades financieras privadas son adversas al riesgo.

Muchas veces las características propias del emprendedor creativo, hace que su falta de visión empresarial, no le permita realizar un buen diseño de su negocio y por ende, un plan en el cual realice una programación del flujo financiero, además de gestionar los recursos necesarios. Compatibilizar su espíritu creativo con las actividades de gerencia muchas veces no resulta en una tarea fácil.

De acuerdo a la experiencia de otros países, se ha observado que las micro, pequeñas y medianas empresas formadas en este sector resultan un camino viable para el desarrollo sostenible sobre todo en pequeñas comunidades y regiones con mejor desarrollo.

A nivel nacional, se observó que el gobierno ha fomentado y promovido el financiamiento de algunos sectores de la economía creativa, no obstante, 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.

No obstante, se recomienda un estudio de la cadena de valor para las industrias creativas y culturales, para así detectar el funcionamiento de las actividades y el impacto que las mismas generan tanto a nivel económico como social, una mayor conexión entre las empresas y la academia también permitiría un mayor aprovechamiento para la transferencia de conocimientos, logrado esto, se convertiría en un gran avance para su debida regulación, promoción y fomento.

## Referencias

Agencia Financiera de Desarrollo (AFD). (s. f.). Financiamiento para Pequeñas y Medianas Empresas.

Álvarez, M., y Durán L, J. (2009). *Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. San Salvador: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit [GTZ]/ Comisión Económica para América Latina y el Caribe

---

[Cepal]. Recuperado a partir de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04984.pdf>

Angelelli, P., Luna, F., y Vargas, F. (2016). *Características, determinantes e impacto de la innovación en las empresas paraguayas* (Documento para Discusión IDB-DP-478).

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)/División de Competitividad e Innovación.

Asociación Paraguaya de Presupuesto Público (APAPP). (2014, abril 21). Italia ofrece crédito concesional para las pymes en Paraguay [Página web oficial de la Asociación Paraguaya de Presupuesto Público]. Recuperado a partir de <http://apapp.org.py/2014/04/italia-ofrece-credito-concesional-para-las-pymes-en-paraguay/>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). Perfil de Proyecto. Programa de Financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas Paraguayas. (PR-L1081). Recuperado a partir de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38815147>

Buitrago, F., y Duque, I. (2013). *La Economía Naranja. Un oportunidad infinita*. Washington, DC: Banco Interamericano Desarrollo.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2010). *Economía Creativa. Una opción factible de desarrollo*. Suiza: Naciones Unidas.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD] y Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur [DITC-PNUD]. (2008). *Informe sobre la Economía Creativa*. Ginebra y New York: UNCTAD, PNUD.

Congreso de la Nación Paraguaya. Ley N° 24/91 de Fomento del Libro (1991).

---

Congreso de la Nación Paraguaya. Ley 1299/98 Creación del Fondo Nacional de Cultura (FONDEC) (1998).

Congreso de la Nación Paraguaya. Ley Nacional de Cultura N° 3051/06 (2006).

Congreso de la Nación Paraguaya. Ley N° 4798/12 de creación de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) (2012).

Congreso de la Nación Paraguaya. Ley N° 4457/12. Para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (2012).

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología del Paraguay [Conacyt]. (2014). Libro Blanco. De los lineamientos para una política de ciencia, tecnología e innovación del Paraguay. Recuperado a partir de [http://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/Libro%20Blanco%20PNCTI\\_web.pdf](http://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/Libro%20Blanco%20PNCTI_web.pdf)

Corporación Andina de Fomento [CAF] (Ed.). (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Recuperado a partir de <http://www.inmercociudades.org/download/otros/60.pdf>

Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos. (2011). *Censo Económico Nacional 2011*. Asunción.

Newbiggin, J. (2010). *La Economía Creativa: Una guía introductoria*. Londres: British Council.

Olmedo-Barchello, S. (2014). Cultura como nuevo ámbito de estudio desde la perspectiva económica en Paraguay. *Revista Población y Desarrollo*, 39, 77–94.

Oxford Economics. (2013). *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*. Recuperado a partir de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38370643>

- Pérez Maricevich, F. (2003). Industrias Culturales en el Paraguay. En *Indústrias Culturais no Mercosul* (pp. 437–465). Brasilia: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais. Recuperado a partir de [https://books.google.com.py/books?id=5GfdufCDO5oC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=pymes+culturales&source=bl&ots=XW2RD84L9x&sig=mNfJHqyuiUsXtqoVVaCKmFRDQhU&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiX0fb4lt\\_LAhUGgJAKHTM9Dgo4ChDoAQhCMAY#v=onepage&q=pymes%20culturales&f=false](https://books.google.com.py/books?id=5GfdufCDO5oC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=pymes+culturales&source=bl&ots=XW2RD84L9x&sig=mNfJHqyuiUsXtqoVVaCKmFRDQhU&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiX0fb4lt_LAhUGgJAKHTM9Dgo4ChDoAQhCMAY#v=onepage&q=pymes%20culturales&f=false)
- Presidencia de la República del Paraguay. Decreto N° 3131 (2015).
- Programa Ibermedia. (1996). El Programa. El Espacio Audiovisual Iberoamericano. Recuperado a partir de <http://www.programaibermedia.com/el-programa/>
- Ruiz Navarro, J. (2008). *Creación de empresas en el ámbito cultural* (Fundación Autor). Madrid.
- Secretaría Nacional de Cultura. (2016, febrero 1). Fondos de Cultura de la SNC beneficiaron a 40 proyectos ciudadanos en el 2015. Recuperado a partir de <http://www.cultura.gov.py/lang/es-es/2016/01/fondos-de-cultura-de-la-snc-beneficiaron-a-40-proyectos-ciudadanos-en-el-2015/>
- Secretaría Técnica de Planificación de la República del Paraguay. (2014, Diciembre de). Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030. Recuperado a partir de [http://www.stp.gov.py/v1/?page\\_id=110](http://www.stp.gov.py/v1/?page_id=110)
- Sistema de Información Cultural del Paraguay(SICPY). (2012). Economía de la Cultura. Secretaria Nacional de Cultura.
- Solera Navarro, F., y 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)

UNDP, UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. New York and Paris: United Nations Development Program / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Recuperado a partir de <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-economy-report-2013-special-edition>

Yúdice, G. (2002, septiembre). Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. *Revista de Cultura. Pensar Iberoamericano*, (1). Recuperado a partir de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a02.htm>

Zevallos, E. (2008). Pymes, tecnología y gestión de información. *Pymes: Visión Estratégica para el desarrollo económico y social*, 1, 29–44.