



“Año de la Innovación y la Competitividad”

**Diseño e Innovación:
Piezas claves para desarrollar una economía naranja en RD**

**Dr. Rafael Paz, Director Ejecutivo del Consejo Nacional de
Competitividad**

14 de noviembre 2018

Buenas noches,

He conocido que el diseño tiene como objetivo dar soluciones a problemas puntuales, centrándose en la funcionabilidad y la estética para crear productos que asombren y superen las expectativas de las personas.

Cada día nuevos sectores se desarrollan... la tecnología, la creatividad y la innovación transforma nuestra visión y nos acercan a pequeños sectores que cuentan con gran potencial.

Estos que hacen de la cultura, las artes visuales y aplicadas (como la arquitectura, cine, moda, artesanía...) y otros segmentos, una fuente inagotable de oportunidades para el desarrollo de la gente y la sociedad en general, haciéndonos pensar en **una economía naranja para la República Dominicana.**

Quizás se preguntarán algunos ¿En qué consiste esa economía? ¿Cómo ayuda a proyectar a mi empresa? o ¿Cómo el país puede contribuir a exportar mi talento y hacer de mis proyectos algo más grande?

Las tres preguntas direccionan a cuatro pilares: innovación, asociación, formación constante, y producción con altos estándares calidad.



La economía naranja es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

En 2013, la UNESCO publicó el primer mapa global de la Industria Creativa y Cultural, en el que señalaban que este sector generaba US\$ 2,250 mil millones a nivel global, y la creación de alrededor de 29.1 millones de empleos.

En Latinoamérica, países como Colombia y México ya han tenido resultados muy positivos al implementarla. República Dominicana sería el tercer país en la región en desarrollar programas que impulsen esta economía creativa que, además del arte, apoya al desarrollo del patrimonio cultural, el espectáculo, libros y prensa, diseño y servicios creativos, productos digitales, nuevas modalidades de turismo, deportes y recreación.

México es el país que más ha desarrollado su industria creativa en la región. Contempla un 1% de las exportaciones mundiales, y su Economía Creativa representó en el 2016 un 3.3 % de su Producto Interno Bruto.

Cabe destacar que sus artesanías son el 17.8% de todo su ingreso cultural y que estos sectores representan allí el 2.4% del total de empleos (1,359 millones de trabajos).

Hace cuatro años, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) registró exportaciones mundiales de bienes de la industria creativa por US\$ 577,191 millones de dólares, de los cuales República Dominicana representaba el 0.05%.

Como país, hemos hecho algunos esfuerzos por cuantificar los resultados de la economía cultural, donde en el marco del Convenio Andrés Bello se estableció la Cuenta



Satélite de Cultura (CSC), la cual brinda información económica sobre los productos y actividades del campo cultural dominicano.

Su primer informe nos mostró que el país contaba con 2,042 empresas culturales formalizadas.

También, la Encuesta Nacional de Consumo Cultural del Banco Central Dominicano aunó esfuerzos para levantar algunos datos como que en el 2010, el campo cultural tuvo una participación de 1.5% del PIB; así como que para el 2014, registró un monto de RD\$41,265.6 millones, mostrando un incremento de RD\$10,610.2 millones en cuatro años.

En Competitividad, tenemos la convicción que la República Dominicana aún tiene mucho que ofrecer dentro de las áreas creativas.

Creemos en la innovación, el cual es el tercer pilar de acción dentro de la agenda de Competitividad, y por eso nos sumamos al impulso de este gran proyecto donde visualizamos proyección, exportación y desarrollo.

Trabajar en una economía naranja permitirá ofrecer al mercado nacional e internacional mejores productos, así como exportar bienes y servicios como marca país que impulsen al artista o diseñador por su trabajo, convirtiéndolo de manera figurativa en embajador de nuestra nación por medio de su creatividad.

Desde ya vamos avanzando... Con la Ley de Cine se fomenta y consolida el desarrollo de la industria cinematográfica dominicana y, al mismo tiempo, posiciona el país como destino de locaciones para producciones extranjeras; con la moda, comenzamos a dar pasos importantes en la región con piezas únicas con calidad exportable; con las joyas y artesanías de ámbar y larimar, tocamos a nuevos mercados y generamos mayores empleos a nivel local.



Señoras y señores, la arquitectura, el diseño de interiores, las artesanías tienen grandes oportunidades para impulsar; y así otros segmentos de esta multifacética industria toman lugar para destacarnos en el extranjero.

John Hawkins, pionero en usar el término de economía naranja o creativa estaba convencido en transformar las ideas en beneficios; en que los procesos creativos pueden ser la base de una economía, y también una oportunidad de generar riqueza a través de los mercados.

Que interesante será que con un proyecto, producto o servicio podamos transmitir ese sello propio que tiene el dominicano. Que orgullo sentiríamos que, en cada rincón del mundo, los ciudadanos puedan reconocer nuestra cultura, arte, creaciones y arquitectura. La economía dominicana sigue avanzando, y estos focos oportunidades de negocios son muestra de ello.

Desde Competitividad queremos seguir impulsando ese crecimiento, donde la creatividad converge con el talento, y el intelecto da paso a modelos de negocios exitosos y dignos de admirar; modelos que hacen sentir orgullo y nos representarán como marca país.

¡Muchas gracias!