



---

## Instituto Confucio de la UCR y la Escuela de Administración de Negocios de la UCR presentan la Noche de Cultura China de Junio con MBA. Marco Vinicio Ruíz Gutiérrez

*“China: El primer Mercado de Consumo Retos y Oportunidades”*

Por Rodrigo Martínez  
Fotos: Rodrigo Martínez

El 9 de junio a las 6:00pm en el Auditorio de Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica el **señor Marco Vinicio Ruiz Gutiérrez, ex - Ministro de Comercio Exterior y ex - Embajador de Costa Rica en la República Popular de China** habló sobre las "Oportunidades comerciales con China" en el marco del X aniversario de las relaciones diplomáticas entre Costa Rica y China.

*“Con el propósito de acercar las comunidades costarricenses y chinas de Costa Rica a la realidad y cultura de China, el Instituto Confucio de la Universidad de Costa Rica ha estado realizando las conferencias **“Noches de Cultura China”** en el campus Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica. En ellas se han expuesto diversos temas relacionados con el gigante asiático, tanto en los ámbitos académicos, económicos, artísticos y culturales”* comentó la Dra. Lai Sai Acón Chan.

### Visión general de China

China es hoy la segunda potencia económica del planeta con un PIB de 10,4 billones de dólares gracias a que con el concurso de capitales extranjeros se convirtió en la “fábrica del mundo” y con su industria manufacturera a ser el primer exportador del planeta con 1,3 billones de dólares.

Seguidamente el conferencista el Sr. Marco Vinicio Ruíz disertó sobre los siguientes temas:

### **10 Fuerzas modelan el futuro de China – Mckinsey**

1. El gran rebalanceo
2. Avances en infraestructura
3. El reto verde



4. Remozamiento de la manufactura
5. Surgir de la clase media alta
6. Extraordinario E-Tail
7. Nuevo brillo a la Innovación
8. Financista del mundo
9. Confianza del inversionista
10. Desarrollo del Capital Humano

### **Políticas de desarrollo económico**

- Una serie de políticas han allanado el camino del desarrollo económico
- XII Plan Quinquenal: promover demanda interna e internacionalización áreas claves: finanzas, impuestos, tierra, bienes del Estado, bienestar social, innovación, inversión extranjera y gobernabilidad.
- China construye su apertura:
- Zona Piloto de Shanghai.

### **China como mercado**

En 2022, más del 75 por ciento de los consumidores urbanos de China ganará 60.000 a 229.000 yuanes (\$ 9.000 a \$ 34.000) al año. El crecimiento de la clase media va a ser más fuerte en las pequeñas ciudades del interior que en las ciudades tradicionales de la costa este.

### **China como mercado – Consumidores**

Los adolescentes y personas de alrededor de 20 años, que se criaron en un período de abundancia relativa. Son propensos a considerar productos caros como intrínsecamente mejores que los menos costosos. Están dispuestos a probar cosas nuevas, tales como aparatos digitales personales y por último comprueban en Internet experiencias o comentarios de uso de otras personas como características del nuevo consumidor y sus gustos cambiantes. Las empresas utilizan estrategias hechas a la medida de cada sector de consumidores y Campañas de mercadeo innovadoras, por ejemplo en WeChat.

**El mercado está... pero...cuál es nuestra estrategia país para ingresar a China?**



Algunos datos relevantes:

10 años de relaciones diplomáticas y 5 años de TLC

- Inversión inestable
- Exportaciones con crecimiento moderado, abajo de \$100 M
- Importaciones con crecimiento sostenido, alrededor de \$1800
- Turismo incipiente, menor de 13,000
- Esfuerzos individuales, carencia de Plan País
- Alianza Público Privado para potenciar posición en Asia.
- Consejo Binacional China - Costa Rica creado para facilitar el comercio
- Integración con otros países, Alianza para el Pacífico.

Al finalizar la actividad se le entregó un reconocimiento al Sr Ruíz por tan excelente disertación por parte de la Directora del Instituto Confucio de la UCR Lai Sai Acón Chan y el Director a.i de la Escuela de Administración de Negocios Carlos Castro Umaña.

Con esta Conferencia, el Instituto Confucio de la Universidad de Costa Rica y la Escuela de Administración de Negocios de la Universidad de Costa Rica; entablan diálogos con las actividades que se realizarán durante todo el 2017 en el marco de la **celebración del X aniversario** de las relaciones diplomáticas entre la República Popular de China y Costa Rica.

El Instituto Confucio fue creado gracias a un convenio entre la Universidad de Costa Rica y HANBAN, una instancia del Ministerio de Educación de la República Popular China, tiene como ejes centrales la difusión del idioma mandarín y de la cultura china, además la acción social es parte fundamental de quehacer del Instituto.

Contacto para más información / 联系方式: Rodrigo Martínez (罗瑞高)  
Encargado de Comunicación Instituto Confucio (孔子学院传媒负责人)  
Correo:(电子邮箱: [comunicación.confucio@ucr.ac.cr](mailto:comunicación.confucio@ucr.ac.cr))  
Página web (网页): <http://institutoconfucio.ucr.ac.cr/>  
Teléfono (电话): 2511-6870



INSTITUTO CONFUCIO  
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

[www.institutoconfucio.ucr.ac.cr](http://www.institutoconfucio.ucr.ac.cr)

Teléfono: 2511-6870 Fax: 2511-3717

Correo electrónico: [instituto.confucio@ucr.ac.cr](mailto:instituto.confucio@ucr.ac.cr)

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, costado oeste de la Escuela de Arquitectura



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

ELM Escuela de  
Lenguas Modernas

IC UCR Instituto  
Confucio