

Fecha: 30-09-2024
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general

Pág. : 10
Cm2: 696,1
VPE: \$ 6.925.649

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Título: **China está armando una bazuca económica, pieza por pieza**



Error al crear la imagen

un nuevo sentido de la urgencia. “La marea ha cambiado: El crecimiento económico es la prioridad”, explicaron.

El índice de referencia chino Shanghai Composite respondió con un fuerte incremento, con los valores inmobiliarios y de consumo a la cabeza, lo mismo que el Hang Seng de Hong Kong, donde cotizan algunas de las mayores empresas chinas.

La reunión se produjo después de que el Banco Popular de China anunciara el martes una serie de medidas de apoyo. El paquete, que incluía recortes de tasas y una promesa de miles de millones de dólares en apoyo de los alicaídos mercados bursátiles chinos, animó a los inversores por su amplitud.

La economía china fue durante mucho tiempo el motor del crecimiento mundial: su estímulo masivo sacó a la economía mundial de la crisis financiera de 2008-2009. Su poderío industrial resultó esencial para proporcionar al mundo los suministros médicos que necesitaba durante la pandemia.

Los últimos años han sido más duros. En agosto de 2020, los reguladores tomaron medidas drásticas contra los excesos financieros de los promotores inmobiliarios. China Evergrande Group, en aquel momento el mayor de los promotores inmobiliarios, dejó de pagar sus deudas al año siguiente, iniciando una crisis inmobiliaria que aún se arrastra.

Mientras tanto, la economía estadounidense ha registrado año tras año un sólido crecimiento a pesar de la dolorosa inflación y la fuerte subida de las tasas de interés.

“Ahora es la economía estadounidense la que va a la cabeza. China va a la zaga, tiene dificultades”, afirmó Mark Zandi, economista jefe de Moody’s Analytics en Nueva York.

Las autoridades chinas fijaron un objetivo de crecimiento en torno al 5% para este año. Pero con el paso de los meses, esa meta empezó a parecer cada vez más inalcanzable, lo que provocó una oleada de rebajas de calificación por parte de los bancos de Wall Street.

Al mismo tiempo, la economía se ha vuelto cada vez más desequilibrada, con sus fábricas beneficiándose de las boyantes exportaciones y de un torrente de inversiones dirigidas por el gobierno, incluso cuando el gasto de los consumidores languidece.

Las empresas extranjeras se han visto afectadas. Mercedes-Benz y su rival bávara BMW recortaron sus previsiones de beneficios este mes, acusando al débil gasto de los consumidores ricos en China. Marcas de lujo como los fabricantes de bolsos LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton y Kering también han informado de una caída de las ventas en el crucial mercado chino.

En China, el pesimismo de los consumidores se percibe en las centrales lecheras, las cadenas de restaurantes y los centros comerciales. En agosto, PDD Holdings, propietaria de Temu, trató de moderar las ex-

pectativas de los accionistas de un crecimiento incesante de los beneficios, alegando que sus rivales de gama más alta le estaban comiendo cada vez más terreno al atraer a los compradores chinos preocupados por las gangas, con ofertas a precios reducidos.

Tang Palace, que gestiona cadenas de marisquerías y casas de té en toda China, declaró que el número de clientes y el gasto promedio en sus restaurantes disminuyeron en el primer trimestre en comparación con el año anterior, lo que redujo sus ingresos y beneficios. Las acciones de la empresa en Hong Kong han bajado un 55% desde principios de año.

“Antes había una prima de fin de año, pero ahora ya no”, sostuvo Xi Xi, una oficinista de 28 años de Beijing. Como sus ingresos no han vuelto a los niveles prepandémicos, Xi, que trabaja en el sector cultural, dice que busca en las redes sociales descuentos en café, té con leche y comidas en restaurantes.

Muchos economistas afirmaron que otorgar al consumo un papel más importante en la economía china, en la que predomina la inversión, situaría a este país en una senda de crecimiento más sostenible. Para ello se necesitarían grandes reformas económicas, como la ampliación de la sanidad y la red de seguridad social, que son políticamente inaceptables para líderes chinos como Xi, que considera el “asistencialismo” de estilo occidental un anatema para su objetivo de convertir a China en un coloso tecnológico que pueda hacer frente a Estados Unidos.

Incluso impulsar el consumo a corto plazo ha resultado difícil, dada la elevada propensión de los hogares chinos a ahorrar en lugar de gastar. La incertidumbre sobre el empleo y los ingresos ha acentuado este impulso.

El mes pasado, Ting Lu, economista jefe para China de Nomura, sugirió que Beijing impulsara el consumo ofreciendo ayudas específicas a los grupos más pobres, reduciendo su necesidad de ahorrar y fomentando un mayor gasto.

Propuso que el gobierno aumentara las pensiones de los agricultores, los trabajadores emigrantes y otros grupos de renta baja, financiara un mejor seguro médico para los peor pagados y proporcionara subsidios en metálico para fomentar la natalidad. El precio de su plan es de unos tres billones de yuanes, equivalentes a unos US\$ 426.000 millones.

Yang Ke, trabajadora de una empresa de Internet de Beijing, se ha mostrado más cauta a la hora de hacer grandes desembolsos, ya que las perspectivas de su sector son cada vez más sombrías. El dinero extra que obtendría de unos tipos de interés más bajos lo destinaría probablemente a pagar su hipoteca. “Prefiero ahorrar más y pagar el préstamo”, aseguró. WSJ