China, el año del bufalo y la adaptación a una nueva realidad

Por: Diego Mazzoccone
Globalizacion, 04 de abril 2021
Página 12 3 abril, 2021

Región: China
Tema: Política

China *fue la única potencia en lograr en 2020 crecimiento económico, logrando a la vez cumplir el objetivo que se habían propuesto desde hace varios años atrás: eliminar la pobreza extrema. El 2021, en la cultura china, es el año del bufalo, que representa el trabajo duro, la dedicación y el esfuerzo.*

Como todo país que quiere seguir creciendo económicamente y continuar mejorando la calidad de vida de su población, no solo es importante el esfuerzo y el trabajo duro, sino tambien la capacidad de adaptación a las nuevas realidades, y desde ya que la pandemia ha cambiado al mundo.

Es por eso que buscando adaptarse a este nuevo mundo, el gobierno chino está tomando medidas para incentivar a los sectores que tienen oportunidades en esta nueva realidad, como son todos los negocios digitalizados que no tienen contacto con el consumidor, el sector de los servicios de salud on line y hospitales en línea, las industrias culturales digitales y la educación en línea, el cuidado «inteligente» de los ancianos y el reciclaje en línea. Para ello se esta trabajando en mejorar la infraestructura digital de ultima generación, en la formación sobre el uso de la tecnología en los distintos sectores que antes no la usaban y dar beneficios fiscales para impulsar la economía digital.

Por otro lado se esta dando apoyo a la generación de emprendimientos vinculados con esos sectores para generar oportunidades laborales a los recientes graduados universitarios a través del trabajo articulado entre el gobierno, empresas, universidades y centros de investigación.

A mediados de febrero se realizó en China la fiesta de la primavera, el año nuevo chino, que es la celebración más importante de todo el año. Normalmente, los chinos que trabajan en las grandes ciudades regresan a su ciudad natal para celebrar junto a sus familias durante una semana o mas. Este año, en el contexto de la pandemia, el gobierno busco incentivar que los chinos se queden en las ciudades donde trabajan o estudian para de esa manera prevenir y controlar cualquier posibilidad de rebrote de la covid 19.

Asi fue que muchos eligieron este año quedarse en la ciudad donde trabajan y celebraron la Fiesta de la Primavera con sus familias a través de videollamadas,
compartiendo de esa manera la cena de fin de año, y se enviaron por correspondencia regalos y alimentos para la celebración. Históricamente en cada año nuevo chino se produce la migración interna mas grande del año pero en esta oportunidad según las estadísticas bajó considerablemente el número de pasajeros que tomaron un tren o un avión para regresar a sus ciudades de origen.

El gobierno chino incentivó e impulsó fuertemente todo esto, con premios para los que se

quedaron en sus ciudades laborales. Se podía aplicar a un subsidio, se daban datos gratuitos de internet en los celulares para que puedan hablar con sus familiares libremente, se organizaron tours gratuitos por lugares turísticos en las grandes ciudades, se organizaron clases gratis de gimnasia, se aumentó la oferta cultural, y se distribuyeron libros y películas. Para aprovechar el impulso de la recuperación económica que está teniendo la economía china y mundial, se incentivó a continuar trabajando durante esa semana pagando importantes gratificaciones y valores extraordinarios de horas extras.

Con la Fiesta de la Primavera, el correo siempre tiene mucho más trabajo del habitual por el aumento de las compras, pero con la pandemia y con la disminución de encuentros y reuniones familiares, el aumento de envíos fue del doscientos por cientorespecto a 2020. Según el Buró Estatal de Correos, China entregó en tiempo record 20.000 millones de paquetes en 83 días, 45 menos de lo que necesitó el año pasado para esa cantidad. China está entregando en promedio 240 millones de paquetes por día, proyectando para este año más de 95.000 millones de paquetes.

También aumentó el consumo en general durante la Fiesta, lo que muestra el poder de recuperación de la economía china. Según las estadísticas del gobierno, las ventas minoristas y de alimentos y bebidas aumentaron casi un treinta por ciento interanual. Sólo las ventas online de alimentos y bebidas en línea subieron 135 por ciento interanual y las ventas de productos y servicios relacionados con Fiesta de la Primavera subieron casi un 80. Todo esto tambien se vio reflejado en el aumento de la tendencia de pagos móviles que tuvo un crecimiento interanual de casi el 25.

China está demostrando en el año del Bufalo que no sólo tiene capacidad de trabajar con mayor esfuerzo en un contexto duro como el actual, sino que la sociedad china, impulsada por el gobierno, busca adaptarse rápidamente a la nueva realidad para evitar que el crecimiento económico y la calidad de vida de su población se vea fuertemente afectada.

Diego Mazzoccone

Diego Mazzoccone: *Director Ejecutivo del Centro Latinoamericano de Estudios Políticos y Económicos de China (CLEPEC). Master en Cooperacion Económica Internacional de la Universidad de Economía y Negocios Internacionales de Beijing.*

La fuente original de este artículo es Página 12
Derechos de autor © Diego Mazzoccone, Página 12, 2021

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Diego Mazzoccone**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the

copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca