

image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



Nike Autor: Tomado de Internet Publicado: 29/05/2019 | 02:14 pm

De Nike a Capitán América: las marcas que peligran si China decide vengarse por el caso Huawei

El mercado en rápido crecimiento de China es una prioridad para los gigantes estadounidenses

Publicado: Miércoles 29 mayo 2019 | 02:37:35 pm.

Publicado por: Tomado de Internet, Juventud Rebelde

La decisión de Washington de incluir a Huawei en su lista negra comercial podría desencadenar represalias chinas contra varias marcas de EE.UU., desde hoteles hasta ropa deportiva, pudiendo afectar incluso al Capitán América y el universo Marvel, advierte un nuevo artículo de Bloomberg, que recuerda que el mercado chino de consumo en rápido crecimiento «es una prioridad para los gigantes estadounidenses», que buscan crecer en una economía global en desaceleración.

Apple

El objetivo más obvio sería el rival de los teléfonos inteligentes de Huawei, Apple Inc., que obtiene aproximadamente una quinta parte de sus ingresos de China y fabrica sus iPhones en ese país. De hecho, los ingresos de la compañía en la región ya han venido disminuyendo a medida que los consumidores compran más teléfonos de Huawei y de otras marcas locales.

Según Dan Ives, analista de Wedbush Securities, las consecuencias de la prohibición de Huawei podrían

costarle a Apple entre un 3 % y un 5 % de sus ventas de iPhone en China durante los próximos 12-18 meses.

Hoteles

Marriott International Inc. abrirá más de 30 hoteles en China este año y cuenta con más de 300 hoteles nuevos planeados para el país, más de la mitad del total que prevé construir en la región de Asia-Pacífico.

Entretanto, la cadena hotelera más grande del mundo «no es ajena al riesgo político chino», apunta Bloomberg, que recuerda que la empresa tuvo que disculparse el año pasado tras incluir a Tíbet y Taiwán como países separados en su sitio web. Asimismo, en noviembre fue víctima de uno de los 'hackeos' corporativos más grandes de la historia, que, según algunas informaciones, podría haber sido perpetrado por la inteligencia china.

Nike

China es un mercado cada vez más importante para Nike Inc., que patrocina el maratón de Shanghái y la Superliga china de fútbol, y cuyos ingresos en el país asiático aumentaron un 24 % entre diciembre de 2018 y febrero de 2019. «Incluso en medio de las dinámicas geopolíticas actuales, Nike continúa generando un crecimiento sólido y sostenible en China», apuntó el director financiero de la compañía, Andrew Campion.

Sin embargo, la posición de Nike en China «está lejos de ser segura», ya que los consumidores pueden pasarse fácilmente a sus rivales locales como Anta Sports Products Ltd., compañía que, según datos de Bloomberg, podría desbancar a Nike en 2022 como el segundo mayor vendedor de ropa deportiva en China después de Adidas.

Medicamentos

Después de que las autoridades reguladoras de China aliviaran las restricciones a los medicamentos extranjeros, pocas compañías se han beneficiado más que Merck & Co, cuya vacuna contra el VPH Gardasil y el medicamento Keytruda contra el cáncer propiciaron en el primer trimestre del año un salto en las ventas del 58 % en China, alcanzando los 725 millones de dólares.

Sin embargo, la escalada de la guerra comercial entre EE.UU. y China «puede generar en trato preferencial para los productos desarrollados internamente», incluidas las vacunas y tratamientos propios, advierten los analistas de Bloomberg Intelligence Cinney Zhang y Sam Fazeli.

Capitán América

El Capitán América y Iron Man cuentan con numerosos admiradores en Pekín, habiendo superado la película **Vengadores: Endgame** de Marvel los 600 millones de dólares en taquilla en China desde su debut en abril, una cifra récord para un filme extranjero en el país.

Marvel, propiedad de Walt Disney Co., anunció el pasado 20 de mayo una asociación con NetEase Inc., con sede en Pekín, para crear juegos, programas de televisión y otros productos. Asimismo, barajan la posibilidad de construir atracciones «muy ambiciosas» de Marvel en Shanghai Disneyland, según declaró a primeros de este mes el CEO de Disney, Bob Iger.

No obstante, para acceder al mercado chino Disney necesita de la cooperación del Estado, que limita la cantidad de películas de Hollywood en los cines del país.

Automóviles

Los fabricantes de coches de EE.UU. se encuentran ya bajo presión en China, que, actualmente, pasa por ser el mayor mercado automovilístico del mundo. Las ventas de vehículos estadounidenses en el país asiático cayeron un 28 % entre marzo de 2018 y marzo de 2019, más del doble de la caída del 12 % en el mercado general de automóviles de pasajeros. General Motors Co. reportó ingresos de 400 millones de dólares en China en el primer trimestre del año, 200 millones menos respecto al año anterior.

Si los consumidores chinos «deciden usar sus billeteras como armas de guerra comercial, el impacto podría ser aún más grave», advierte Bloomberg, que estima que las tensiones políticas podrían costarle a GM y a Ford Motor Co. la mitad de sus ventas en China.

- El gigante chino de las telecomunicaciones está sumido en un enfrentamiento con Washington, que lo acusa de espiar mediante sus dispositivos para el Gobierno del país asiático, algo que la compañía desmiente.
- Después de incluir a la empresa china en la lista negra comercial, el 20 de mayo el Departamento de Comercio de EE.UU. emitió una licencia temporal para Huawei Technologies con el fin de mitigar las repercusiones sobre los clientes de esta empresa en el país.

<http://www.juventudrebelde.cu/internacionales/2019-05-29/de-nike-a-capitan-america-las-marcas-en-peligro-de-ee-uu-si-china-decide-vengarse-por-el-caso-huawei>