



CaD #334 - 20 de octubre de 2017

Panorama de la Relación Panamá-China

Panamá cuenta con presencia China desde la construcción del ferrocarril a mediados del siglo 19 y hoy en día representan alrededor del 4% de la población panameña. Además, China es la segunda economía del mundo y se pronostica que se convertirá en la primera en unos 30 años. Dicha relación representa una gran oportunidad para la competitividad y la economía panameña.

En junio 2017, Panamá se sumó a los 174 países que avalan la Resolución 2758 de 1971 de Naciones Unidas, que reconoce a China como el único representante ante ese organismo, y establece relaciones diplomáticas con dicho país.

¿Por qué China? China es un país que representa el 20% de la población mundial, es la segunda economía global, y se estima que en 30 años sea la primera, es el segundo usuario del Canal de Panamá y el primer proveedor de mercancías de la zona de libre de Colón. Además, Existen posibles beneficios económicos con la atracción de importantes inversiones y posibles acuerdos comerciales que incrementen las exportaciones y las importaciones. Además, es el segundo usuario del Canal representando el 18.9% de la carga que transita, superado por nuestro principal socio comercial Estados Unidos que representa el 67% del tránsito.

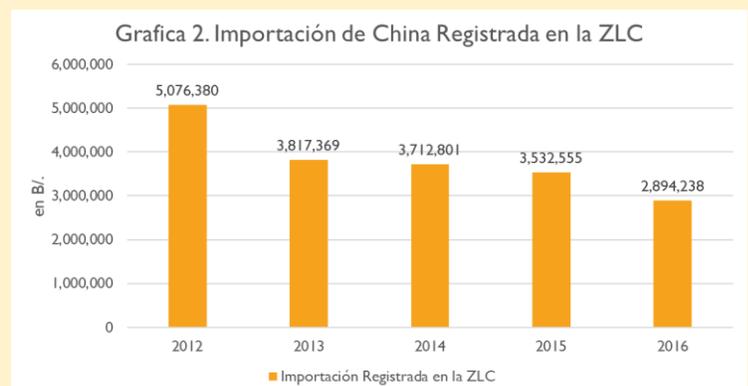
China es el segundo país del que Panamá importa mercaderías, superado únicamente por Estados Unidos de América. En los últimos años se importó los siguientes montos: 2010 \$490 millones (M), 2011 \$690 M, 2012 \$810 M, 2013 \$1,025 M, 2014 \$1,114 M, 2015 \$1,159 M, 2016 \$1,070 M. Mostrando una variación porcentual en los siguientes periodos: 2011 40.8%, 2012 17.4%, 2013 26.5%, 2014 8.7%, 2015 4.0%, 2016 -7.7%. Aunque en los últimos dos años se ha visto una disminución en las importaciones totales el porcentaje de las importaciones por parte de China se mantiene y cuentan con gran representatividad como se muestra en la gráfica.



Los principales productos importados de China son:

- Barras de hierro o acero, sin alear o con muescas.
- Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm.
- Juguetería (triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches, etc.)
- Teléfonos móviles y otras redes inalámbricas
- Placas y baldosas, de cerámica, barnizadas o esmaltadas para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, entre otros.

Las importaciones totales han bajado en los dos últimos años, por la caída de las operaciones propias de la ZLC. Sin embargo, China sigue representando el 31% del total de las importaciones, ocupando el primer lugar, seguido de Singapur 18.9%, Estados Unidos 9.1%, México 5.2%, Vietnam 3.4%, Hong Kong 3.1% y otros 28.9%.



En relación a las exportaciones, China es el cuarto país al que Panamá exporta mercaderías, superado por Estados Unidos, Países Bajos y Costa Rica. Se exportó a China: 2010 \$36.1 M, 2011 \$38.8 M, 2012 \$33.8 M, 2013 \$51.3 M, 2014 \$69.5 M, 2015 \$40.9 M, 2016 \$35.5 M. Mostrando un variación porcentual den los siguiente periodos: 2011 7.5%, 2012 -12.8%, 2013 51.6%, 2014 35.3% , 2015 -41.1%, 2016 -13.2%.



Los principales productos exportados hacia China son:

- Harina, polvo y pellets de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos.
- Desperdicios y desechos, de cobre.
- Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas o unidas por los extremos, de espesor superior a 6 mm.
- Desperdicios y desechos, de aluminio.
- Las demás maderas en bruto, incluso descortezadas, o escuadradas.

El Presidente Varela definió una agenda de 12 puntos prioritarios con China para afirmar las relaciones.

- Establecer un diálogo político permanente en la búsqueda de la paz social, el desarrollo económico y el bien común
- Asegurar que los flujos migratorios entre ambas naciones sean constructivos, contribuyan al desarrollo económico y al intercambio cultural
- Fortalecer la administración de justicia y combatir el crimen organizado transnacional
- Posicionar a Panamá como destino turístico para los ciudadanos chinos
- Fomentar la actividad de Marina Mercante panameña
- Desarrollar el sistema logístico de Panamá
- Promocionar a Panamá como un hub de conectividad aérea y logística que permita establecer sedes regionales para empresas
- Incrementar el comercio a través de las exportaciones de productos hacia China y convertir nuestras zonas francas brazo comercial de China para la región
- Fomentar la inversión de empresas chinas y el uso de alianzas público-privadas para el financiamiento de obras de infraestructura en Panamá
- Promover el centro financiero panameño como una alternativa de inversión para los bancos chinos
- Desarrollo de becas e intercambios educativos
- Establecer el intercambio de buenas prácticas para la implementación de políticas públicas enfocadas en la disminución de la pobreza

Para concluir, existe un futuro promisorio por la relación de Panamá con China siempre y cuando se puedan y se toman las acciones correctas para que sean aprovechadas. Lo datos anteriores del escrito, muestra oportunidades de las nuevas relaciones con China, como el aprovechamiento del transporte marítimo internacional siendo China el principal socio comercial del mundo, inversión extranjera, nuevas tecnologías en infraestructura, incremento en las exportaciones bienes a China (una oportunidad en artículos de lujo o artesanales) y potencial mercado de frutas tropicales. Aunado por su ventaja comparativa, el conglomerado del Canal y las actividades relacionadas, es decir, su conectividad es la clave para beneficiarnos de dicha alianza.

Cumplíendose la agenda propuesta por el presidente Varela y lo mencionado en el párrafo, la sinergia implicaría beneficios en términos económicos, productivos y competitivos para Panamá.