

Jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza

1. Clasificación arancelaria

Los productos de este sector comprenden las partidas clasificadas en el capítulo 34 “Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas (candelas) y artículos similares, pastas para modelar, ceras para odontología y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable”, según se detalla en el Cuadro 1.1, a continuación:

Cuadro 1.1

Subpartidas arancelarias en las que se clasifican los productos del sector de productos Jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

SAC (6D)	Descripción
340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)
340119	Los demás jabones en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas
340120	Jabón en otras formas
340130	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos
340212	Agentes de superficie orgánicos, catiónicos
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos
340219	Los demás agentes de superficie orgánicos
340220	Preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza
340540	Pastas, polvos y demás preparaciones para fregar

2. Generalidades del mercado de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza en China.¹

2.1 Producción

En general, los productos de lavandería en China están en una fase de crecimiento de su ciclo de producción, aunque el rendimiento varía entre las zonas rurales y urbanas y entre los diferentes productos.

Este crecimiento es el resultado de la creciente sofisticación de los consumidores sobre los productos y la ampliación de los conocimientos de los habitantes de las zonas urbanas. Además,

¹ Una parte importante de la información y datos de esta sección y de la sección 2.2, fueron tomados del estudio de Euromonitor. **Chinese Market for Laundry Care Products**, Euromonitor International Country Market Insight, June 2006 y del estudio **Household Care – China**, Euromonitor International: Country Market Insight, August, 2008.

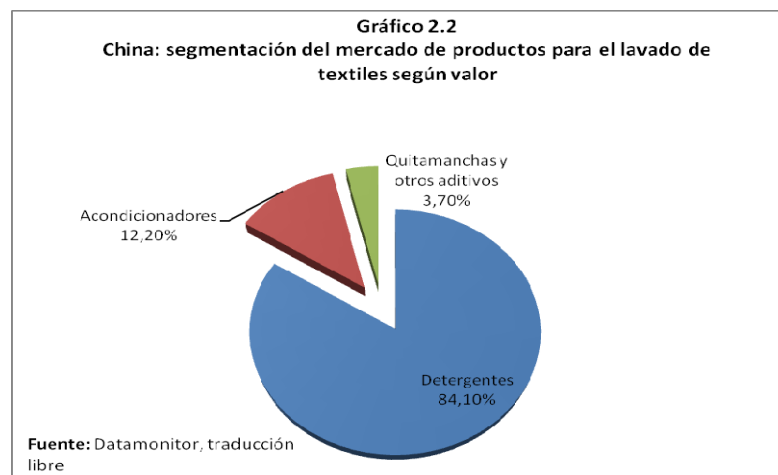
la mejora de las condiciones económicas y el aumento de los ingresos impulsaron la demanda de prendas de vestir de calidad. Los consumidores urbanos son los principales motores del crecimiento, mientras que la penetración en las zonas rurales es un poco más débil.

El sector de detergentes para ropa tiene el más lento crecimiento con una tasa del 6% en términos de valor. Después de varios años de participación en la rígida competencia de precios, los fabricantes de detergentes en polvo observaron que hay poco margen para nuevas reducciones de precios o reducción de costos, debido a que los costos de las materias primas también aumentaron dramáticamente durante los últimos años, dejando a los fabricantes sin medios para reducir sus precios.

Bajo este contexto, los fabricantes de detergentes para ropa seguirán basándose en la innovación de productos. Detergentes en polvo con propiedades tecnológicamente avanzadas y con funciones tales como, evitar la decoloración, favorecer la protección de los tejidos, la protección anti-bacteriana y la adición de fragancias, han sido introducidos en el mercado como medios para diferenciar los productos.

2.2 Consumo

El mercado de productos para el lavado de textiles generó en el 2007 ingresos por \$3.2 billones, lo cual representó un incremento del 7.4% para el periodo 2003-2007. Los detergentes para ropa representan la porción más importante de las ventas de productos para el lavado de textiles, pues generaron durante ese año ventas por \$2.7 billones, lo cual representó el 84,1% del mercado de estos productos (Ver Gráfico 2.2).²



Un mayor ingreso de lavadoras automáticas en las zonas en desarrollo en China ha provocado un mayor volumen de ventas en estas regiones. La competencia entre los principales productores, es decir, Procter & Gamble y Unilever China Ltd., en un intento de ampliar sus cuotas de mercado, han hecho disminuir el precio de los detergentes para ropa, haciendo que el producto alcance a un mayor número de consumidores en las zonas rurales.

Si bien el volumen de ventas ha tenido un crecimiento en las zonas rurales, la creciente riqueza y la sofisticación de los consumidores urbanos ha estimulado una mayor demanda de productos

² Datamonitor. **Textile Washing Products in China**. Industry Profile, April 2008.

finales de lavandería. Las ventas de estos productos también se han incrementado por la tendencia a darle mayor valor agregado a estos productos, como por ejemplo, detergentes con quitamanchas o aquellos que cuidan los tejidos de las prendas de vestir. Asimismo, las promociones en los puntos de venta y las campañas de publicidad en medio masivos han influido en las ventas.

El fuerte crecimiento económico que ha tenido China, el aumento de los niveles promedio de vida, han hecho que más y más gente considere los detergentes como una necesidad. Por otra parte, los precios más bajos han hecho que el producto sea asequible a un mayor segmento de la población. Los nuevos productos con características específicas para atender diferentes segmentos de la población están disponibles en las zonas urbanas para atender las necesidades del consumidor.

Dentro del sector de lavandería, la competencia es dura, ya que hay una proliferación de marcas que tratan de ganar la atención de consumidores. El crecimiento en las ventas de los detergentes está disminuyendo en las zonas urbanas y las ciudades. Mientras tanto, el poder adquisitivo en las zonas rurales y regiones en desarrollo continúa aumentando, lo que hace que las empresas den un mayor énfasis en aprovechar la gran base de consumidores rurales, que representa casi el 70% del total la población en China.

Con el fin de incrementar sus cuotas, en particular aquellas de las zonas rurales periféricas, las grandes empresas han recurrido a la reducción de precios y promociones agresivas a través de los hipermercados.

Los desinfectantes para el hogar también registraron un índice de crecimiento de poco más del 1% en términos de valor entre el 2004 -2005. La tendencia pone de manifiesto que la conciencia por la higiene personal y doméstica ha seguido aumentando y por lo tanto el volumen de ventas goza de un crecimiento debido a la intensificación de la competencia de estos productos.

Los suavizantes para ropa también ha tenido una mayor aceptación y reconocimiento entre los consumidores, consecuencia de una década de educación al consumidor. Un mejor conocimiento del producto y mejores ingresos le permiten a los consumidores urbanos utilizar suavizantes para el cuidado de su ropa. Las actividades de comercialización y el aumento de promociones, también han contribuido a la rápida penetración de estos productos.

Como resultado, las ventas de suavizantes alcanzaron los RMB678 millones en 2004, lo que representa un aumento del 8% con respecto al 2003.

El sector de auxiliares de lavado continua fortaleciéndose, y solo en el 2004 tuvo un crecimiento del 6% en términos de valor hasta alcanzar los RMB735 millones. Este subsector es relativamente pequeño en comparación con los detergentes, por lo sigue siendo atractivo para los nuevos competidores, que son atraídos por su potencial de crecimiento.

Otros auxiliares de lavandería que se han desarrollado en China son los blanqueadores de ropa de color. Entre las principales marcas se encuentran Blue Moon, Kao Amplia Bleach, Lonkey y Whitecat, sin embargo, las ventas de estos productos siguen siendo bajas.

En el 2004, los blanqueadores de ropa de color representaron tan sólo el 5% del valor de las ventas de auxiliares de lavandería, mientras que los quita manchas y removedores representan el resto.

Las ventas de otros auxiliares de lavandería y productos para el cuidado de la ropa con el almidón o auxiliares de planchado, fueron insignificantes en el 2004. Del mismo modo, los limpiadores de alfombras tienen una escasa demanda en China. Los pocos hogares con alfombras normalmente no se lavan con limpiadores de alfombras. Al contrario la tendencia es

tener suelos de madera, que son fáciles de limpiar y son menos vulnerables a la humedad y al polvo.

En ese sentido los productos para la limpieza de suelos también han sufrido innovaciones que han incrementado sus ventas. Tan solo en entre el 2004 y el 2005 sus ventas se vieron incrementadas en un 8% alcanzando los RMB 115 millones.

El aumento en la adquisición de vehículos entre los consumidores urbanos ha incrementado la demanda de productos para la limpieza de vidrios. Solo entre el 2004 y el 2005 las ventas aumentaron en RMB 20 millones alcanzando un total de ventas de RMB 199 millones. En contraste con la tendencia mundial los limpiadores se utilizan para la limpieza de ventanas de las casas, en China estos productos son más utilizados para limpiar las ventanas de los automóviles.

Las ventas de productos de limpieza para cocinas fueron de RMB 1.46 millones lo que representó un incremento de un 12% entre el 2004 y el 2005, representando un 34% del valor total de las ventas de productos para el cuidado de superficies. Los fabricantes deben centrar sus esfuerzos en productos con valor añadido. Las nuevas líneas de productos ofrecen concentrados de naranja y productos quita grasa.

La agresiva expansión de los supermercados e hipermercados en las principales ciudades de China ha cambiado el comportamiento de compra de la población urbana. Los consumidores consideran que los puntos de venta, como los supermercados, ofrecen un ambiente cómodo, con áreas de recreación, grandes parqueos, y bares en los establecimientos. Las horas de funcionamiento también se han ampliado, ofreciendo a los consumidores una mayor flexibilidad. Asimismo los supermercados ofrecen mejores servicios postventa.

Otros factores que alientan a los consumidores a elegir los supermercados/ hipermercados es la proximidad de estos puntos de venta con los barrios residenciales y la reducción de los precios de los productos en comparación con otros puntos de venta. Cada vez más, los supermercados modernos se encuentran en centros comerciales, ofreciendo a los consumidores la conveniencia de comprar en un solo lugar. Como consecuencia de ello, en los últimos años, los supermercados / hipermercados crecieron en popularidad como canales de distribución en China. Además, la mayoría de productos especializados y productos para la familia sólo pueden encontrarse en los supermercados / hipermercados, debido a la mayor superficie disponible en los puntos de venta.

3. Comercio de China con el mundo

3.1 Importaciones

China es un importador neto de los productos de la globalidad del sector. Las importaciones chinas de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza en general, alcanzaron los US\$858,7 millones en el 2007, creciendo aproximadamente un 41% entre el 2005 y el 2007. Aproximadamente el 50% de las importaciones de China, en este mismo año, se concentran en la subpartida arancelaria 3402.13 (Agentes de superficie orgánicos, no iónicos), la cual representó el 48,07% del total importado. Seguida por la subpartida 3402.90 (Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza) que constituyó un 45% aproximadamente del total.

En relación con el origen de las importaciones de estos dos productos, Rusia y Estados Unidos destacan para el caso del primero, en tanto que Japón abastece el segundo. También, Malasia,

constituye un gran proveedor de China de agentes de superficie orgánicos, aniónicos, y en el caso de los jabones en otras formas, Malasia e Indonesia aportan el 69% del total importado.

Cuadro 3.1
China: Principales productos importados del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

SAC (6D)	Descripción	Valor en millones de US\$			Volumen en TM			País de destino (por importancia relativa)
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos	285,2	314,4	412,8	172.583,6	183.777,9	227.587,6	EE.UU. 23,6% Rusia 19,1% Alemania 11,6% Japón 9,8% Malasia 8,3%
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza	137,9	178,0	208,0	54.091,0	66.583,1	73.657,6	Japón 23,8% EE.UU. 18,1% Taipei Chino 10,8% Alemania 10% Korea 7,6%
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos	55,1	69,2	84,7	34.960,9	42.671,0	46.388,0	Alemania 23,6% EE.UU. 20,8% Japón 12,7% Taipei Chino 9,5% India 4,3%
340120	Jabón en otras formas	40,5	35,2	34,4	84.661,2	72.214,2	58.808,1	Malasia 39,1% Indonesia 29,6% Australia 20,8% Reino Unido 4,4% EE.UU. 3,4%
340220	Preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor	19,1	25,8	30,2	8.239,2	11.259,0	13.113,5	EE.UU. 29,9% Japón 17,5% Alemania 13,4% Korea 8,2% Taipei Chino 4,5%
Subtotal		538	623	770	354.536	376.505	419.555	
<i>Los demás</i>		73	76	89	37.275	30.493	34.387	
Total		610	699	859	391.811	406.998	453.942	

Fuente: COMEX, con cifras del Ministerio de Comercio de China (MOFCOM) y Trademap.

3.2 Exportaciones

En el año 2007, las exportaciones de China en productos de este sector sumaron US\$575,8 millones, un 93,4% más que el valor registrado durante el 2005. Las preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor, son el principal producto de exportación del sector, representando aproximadamente un 36% del total exportado. Hong Kong y Japón constituyen los principales destinos de las exportaciones chinas de este producto.

Otros productos en importancia son: las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; y los demás jabones en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas. Estados Unidos y Hong Kong son los principales destinos de estos productos. El resto de

destinos de las exportaciones chinas de productos jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza corresponden a países asiáticos, con la excepción de Reino Unido, Canadá y Australia, que figuran también como destinos de importancia, aunque con una participación modesta en relación al total.

Cuadro 3.2
China: Principales productos exportados del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

SAC (6D)	Descripción	Valor en millones de US\$			Volumen en TM			País de destino (por importancia relativa)
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	
340220	Preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor	115,0	156,4	207,0	196.323,4	261157,3	330.094,8	Hong Kong 18,5% Japón 10,1% EE.UU. 7% Malasia 6,8% Taipei Chino 6,7%
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza	29,3	31,6	53,4	38.832,3	39.688,3	55.075,2	Hong Kong 18,9% EE.UU. 8,3% Japón 7,2% Filipinas 4,9% Australia 4,2%
340130	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón	16,2	28,5	53,1	14.903,1	23.817,1	36.206,6	EE.UU. 53,8% Hong Kong 7,4% Reino Unido 7,3% Japón 4,9% Canadá 4,5%
340119	Los demás jabones en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas	12,8	25,6	52,1	16.575,5	22.345,7	37.749,9	EE.UU. 20,2% Japón 14,3% Hong Kong 11,1% Australia 6% Reino Unido 5,6%
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos	38,1	33,6	47,2	40.708,3	34.058,0	38.770,7	Filipinas 15,7% Emiratos Árabes Unidos 7% Pakistán 6,5% Malasia 6% Myanmar 5,7%
Subtotal		211,3	275,8	412,7	307.342,7	381.066,4	497.897,3	
<i>Los demás</i>		86,5	107,5	163,1	67.221,0	88.124,8	112.252,8	
Total		297,8	383,3	575,8	374.563,6	469.191,2	610.150,0	

Fuente: COMEX, con cifras del Ministerio de Comercio de China (MOFCOM) y Trademap.

3.3 Precios promedio de importación y exportación, por unidad de medida

En los cuadros 3.3.1 y 3.3.2 se incluyen los precios promedio unitarios de importación CIF y de exportación FOB de China para los productos del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza. Estos precios se calcularon por subpartida arancelaria a 6 dígitos, dividiendo el valor entre el volumen. Por lo tanto, deben tomarse únicamente como una estimación, primero por el nivel de agregación involucrado en su cálculo y, segundo, por tratarse de un promedio ponderado entre diferentes países de destino u origen (según sea el caso), e incluso entre diferentes proveedores o compradores dentro de cada país. Cabe resaltar además, que los precios promedio de las importaciones se calculan con valores CIF, lo que implica que incluyen seguro y flete, en tanto que los precios promedio de exportación no incluyen estos rubros.

Por esta razón, en algunos casos dependiendo del producto, los valores mostrados no necesariamente coinciden con los precios que se cotizan en los mercados internacionales.

Cuadro 3.3.1
China: Precios promedio de importación para productos del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza, 2007.

Subpartida	Descripción	Precio unitario US\$	Unidad de Medida
340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)	3,37	kg
340119	Los demás jabones en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas	1,02	kg
340120	Jabón en otras formas	0,59	kg
340130	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón	6,51	kg
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos	1,83	kg
340212	Agentes de superficie orgánicos, catiónicos	3,04	kg
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos	1,81	kg
340219	Los demás agentes de superficie orgánicos	2,79	kg
340220	Preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor	2,30	kg
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza	2,82	kg
340540	Pastas, polvos y demás preparaciones para fregar	3,14	kg

Fuente: COMEX, con cifras del Ministerio de Comercio Exterior de China.

Cuadro 3.3.2
China: Precios promedio de exportación del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza, 2007.

Subpartida	Descripción	Precio unitario US\$	Unidad de Medida
340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)	1,56	kg
340119	Los demás jabones en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas	1,38	kg
340120	Jabón en otras formas	0,84	kg

Subpartida	Descripción	Precio unitario US\$	Unidad de Medida
340130	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón	1,47	kg
340211	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos	1,22	kg
340212	Agentes de superficie orgánicos, catiónicos	1,76	kg
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos	2,05	kg
340219	Los demás agentes de superficie orgánicos	1,30	kg
340220	Preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor	0,63	kg
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza	0,97	kg
340540	Pastas, polvos y demás preparaciones para fregar	1,25	kg

Fuente: COMEX, con cifras del Ministerio de Comercio Exterior de China.

4. Comercio bilateral entre Costa Rica y China

Costa Rica y China mantienen un comercio bajo, en lo que respecta al sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza. Entre el 2005 y el 2007, no se registraron exportaciones dirigidas hacia ese país. Por su parte, las importaciones que Costa Rica realiza desde China no superaron el millón de dólares en los tres años de estudio. Estas se encuentran concentradas principalmente en la fracción 3401.11, correspondiente a “Jabón de tocador (incluso los medicinales)”, que registraron un valor inferior al millón de dólares y un volumen de 258,13 TM en el 2007.

Cuadro 4.1

Costa Rica: Principales productos importados del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza desde China.

SAC (6D)	Descripción	Valor en millones de US\$			Cantidad en TM		
		2005	2006	2007	2005	2006	2007
340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)	0,15	0,25	0,41	131,66	157,42	258,13
340120	Jabón en otras formas	0,00	0,00	0,02	0,40	0,92	9,62
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos	0,03	0,07	0,02	16,84	43,68	7,50
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza	0,04	0,01	0,01	18,71	5,74	3,02
Subtotal		0,23	0,34	0,47	167,61	207,76	278,27
<i>Los demás</i>		0,01	0,05	0,01	21,85	63,68	9,15
Total		0,24	0,38	0,48	189,46	271,45	287,42

Fuente: COMEX con datos del Banco Central de Costa Rica.

5. Aranceles de importación en China

Para el sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza, los aranceles NMF aplicados corresponden al arancel consolidado. China aplica un arancel ad valorem mínimo de 6,5% y un máximo de 15%. Las 13 subpartidas incluidas dentro del sectorial están distribuidas en 4 aranceles diferentes, se concentran principalmente en 10% de arancel, con 6 líneas arancelarias, además se registran 4 líneas arancelarias con 6,5% de arancel, 2 de ellas tienen 15% y solamente la subpartida 34029000 tiene un arancel de 9%.

Cuadro 5.1
Aranceles consolidados y aplicados para la importación en China de los productos del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

Fracción	Descripción	Consolidado en OMC	NMF Aplicado
34011100	Soap and organic surface-active products and preparations for use as soap, in bars, cakes, moulded pieces or shapes; paper , wadding, felt and nonwovens, impregnated, coated or covered with soap or detergent	10	10
34011910	Laundry soap, in bars, cakes , moulded pieces or shapes	10	10
34011990	Soap and organic surface-active products & preparations for use as soap , in bars, cakes , moulded pieces or shapes; paper, wadding , felt & nonwovens, impregnated ,coated or covered with soap or detergent, nes	15	15
34012000	Soap in other forms	15	15
34013000	Organic surface-active products and preparations for washing the skin, in the form of liquid or cream and put up for retail sale, whether or not containing soap		10
34021100	Anionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6.5	6,5
34021200	Cationic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6.5	6,5
34021300	Non-ionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6.5	6,5
34021900	Organic surface-active agents, (excl. soap), nes, whether or not put up for retail sale	6.5	6,5
34022010	Synthetic detergent powder, put up for retail sale	10	10
34022090	Surface-active preparations, washing & cleaning preparations, put up for retail sale, excl. synthetic detergent	10	10
34029000	Surface-active preparations, washing preparations & cleaning preparations, not put up for retail sale	9	9
34054000	Scouring pastes & powders & other scouring preparations	10	10

Fuente: Ministerio de Comercio de China y base de datos de la OMC .

Aranceles Preferenciales:

China otorgó a Chile plazos de desgravación entre 2 y 10 años, aunque prevalece ésta última en un porcentaje significativo de las partidas del sector. Se desgravarán a 5 años los demás productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón y a 2 años algunos jabones para fregar. Se le otorgó Libre Comercio Inmediato a la subpartida 34021200, que corresponde a los agentes de superficie orgánicos Catiónicos.

Cuadro 5.2
Desgravación arancelaria de China en el TLC con Chile para los
productos del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

Fracción	Descripción	Tasa base TLC Chile-China	Desgravación TLC Chile-China
34011100	Soap and organic surface-active products and preparations for use as soap, in bars, cakes, moulded pieces or shapes; paper , wadding, felt and nonwovens, impregnated, coated or covered with soap or detergent	10	10 años
34011910	Laundry soap, in bars, cakes , moulded pieces or shapes	10	2 años
34011990	Soap and organic surface-active products & preparations for use as soap , in bars, cakes , moulded pieces or shapes; paper, wadding , felt & nonwovens, impregnated ,coated or covered with soap or detergent, nes	15	5 años
34012000	Soap in other forms	15	10 años
34013000	Organic surface-active products and preparations for washing the skin, in the form of liquid or cream and put up for retail sale, whether or not containing soap	10	10 años
34021100	Anionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	10 años
34021200	Cationic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	LCI
34021300	Non-ionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	10 años
34021900	Organic surface-active agents, (excl. soap), nes, whether or not put up for retail sale	6,5	10 años
34022010	Synthetic detergent powder, put up for retail sale	10	10 años
34022090	Surface-active preparations, washing & cleaning preparations, put up for retail sale, excl. synthetic detergent	10	10 años
34029000	Surface-active preparations, washing preparations & cleaning preparations, not put up for retail sale	9	10 años
34054000	Scouring pastes & powders & other scouring preparations	10	2 años

Fuente: Ministerio de Comercio de China y DIRECON/Chile.
LCI: Libre Comercio Inmediato

Por otra parte, China otorgó a Perú plazos de desgravación oscilan entre 5 y 10 años plazo. De las 13 subpartidas del sector, 1 está a 5 años, 2 a 10 años y las 10 restantes en Libre Comercio Inmediato. Los productos con plazos de desgravación mayores son las preparaciones tensoactivas, para lavar y limpieza, seguidas por los jabones y preparaciones para jabones en distintas formas.

Cuadro 5.3

Desgravación arancelaria de China en el TLC con Perú para los productos del sector de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza.

Fracción	Descripción	Tasa base TLC China-Perú	Desgravación TLC China-Perú
34011100	Soap and organic surface-active products and preparations for use as soap, in bars, cakes, moulded pieces or shapes; paper , wadding, felt and nonwovens, impregnated, coated or covered with soap or detergent	10	A
34011910	Laundry soap, in bars, cakes , moulded pieces or shapes	10	A
34011990	Soap and organic surface-active products & preparations for use as soap , in bars, cakes , moulded pieces or shapes; paper, wadding , felt & nonwovens, impregnated ,coated or covered with soap or detergent, nes	15	C
34012000	Soap in other forms	15	C
34013000	Organic surface-active products and preparations for washing the skin, in the form of liquid or cream and put up for retail sale, whether or not containing soap	10	A
34021100	Anionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	A
34021200	Cationic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	A
34021300	Non-ionic surface-active agents, (excl. soap), whether or not put up for retail sale	6,5	A
34021900	Organic surface-active agents, (excl. soap), nes, whether or not put up for retail sale	6,5	A
34022010	Synthetic detergent powder, put up for retail sale	10	A
34022090	Surface-active preparations, washing & cleaning preparations, put up for retail sale, excl. synthetic detergent	10	A
34029000	Surface-active preparations, washing preparations & cleaning preparations, not put up for retail sale	9	B
34054000	Scouring pastes & powders & other scouring preparations	10	A

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú.

Categorías: A: Libre comercio inmediato; B: 5 años; C: 10 años;

6. Aspectos relacionados con normas y reglamentaciones técnicas, sanitarias y fitosanitarias

El sistema regulatorio de China tiene algunas particularidades que son importantes de aclarar, y es el hecho que si bien las normas chinas son voluntarias también algunas son de acatamiento obligatorio. Por ello, en el presente estudio si bien las regulaciones se denominan normas, entiéndase que para nuestros efectos son reglamentos técnicos (obligatorios), de conformidad con la terminología establecida en el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC.

A continuación se hará una breve descripción de las regulaciones para la importación de jabón, preparaciones tensoactivas y de limpieza en el mercado de China.

- **Reglamento administrativo sobre etiquetas, instrucciones y marcas de envasado de los productos desinfectantes:** Dicho reglamento establece las prescripciones relativas a las etiquetas y a las instrucciones de empleo de los productos desinfectantes.
- **Norma sobre especificación técnica para los desinfectantes:** El reglamento tiene por objeto reforzar en el país la protección de la salud y de la seguridad de los consumidores en lo relativo al empleo de los desinfectantes. La especificación establece las prescripciones de higiene y los métodos de prueba pertinentes para los desinfectantes manufacturados y vendidos en el territorio de la República Popular China.

7. Reglas de Origen

Para efectos de referencia se incluyen las reglas de origen específicas acordadas en el marco de los Tratados de Libre Comercio (TLC) negociados por China recientemente, a saber el TLC entre China y Chile, TLC entre China y Nueva Zelanda y TLC entre China y Perú.

En el TLC entre China y Chile la normativa de origen está contenida en el Capítulo IV y en el Anexo 3. En el TLC entre China y Nueva Zelanda está contenida en el Capítulo 4 y en el Anexo 5 y en el TLC entre China y Perú la numeración de los capítulos y anexos aún está pendiente de definición, dado que todo el Acuerdo está sujeto a la revisión legal.

En dichos anexos se establecen las condiciones que determinan el carácter originario de las mercancías. En ese sentido, algunos productos son claramente originarios, por el ejemplo los productos cosechados, animales vivos nacidos y criados, minerales extraídos, productos obtenidos de animales vivos y los productos de la pesca marítima, entre otros³.

Adicionalmente, existen mercancías que, debido a la especialización en la producción de materias primas a nivel mundial, incorporan insumos importados de países que no forman parte del Tratado. Para estos casos, se define una regla de origen específica, que establece la “transformación sustancial” que deben sufrir los insumos importados para que el producto final sea considerado originario. Este cambio se puede definir utilizando dos metodologías: cambio de clasificación arancelaria o valor de contenido regional. La primera se refiere al cambio de clasificación que debe tener una materia prima con respecto a la clasificación del producto final, en tanto que la segunda metodología se relaciona con el porcentaje de valor agregado que se incorpora en el país de producción al producto final para calificar como originario.

A continuación se detallan las reglas de origen específicas (ROE) aplicables a los productos contenidos en este estudio sectorial, tomando como referencia los Tratados anteriormente mencionados:

TLC entre China y Chile	TLC entre China y Nueva Zelanda	TLC entre China y Perú
-------------------------	---------------------------------	------------------------

³ La definición de “mercancías totalmente obtenidas” están contenidas en el Capítulo IV, artículo 16 del TLC entre China-Chile; en el Capítulo 4, artículo 20 del TLC China-Nueva Zelanda y en el Capítulo XX, artículo 3 del TLC China-Perú.

Clasificación/ Descripción	ROE[1]	Clasificación/ Descripción	ROE[2]	Clasificación/ Descripción	ROE[3]
Capítulo 34- Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas (candelas) y artículos similares, pastas para modelar, "ceras para odontología" y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable	El valor de contenido regional no será menor al 50%	3401- Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes	Un cambio de la partida 3401 desde cualquier otra partida.	3401.11 De tocador (incluso los medicinales):	Un cambio desde cualquier otra partida
		3401.19 Los demás		Un cambio desde cualquier otra partida	
		3401.20 Jabón en otras formas		Un cambio desde cualquier otra partida	
		3401.30 Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón		Un cambio desde cualquier otra partida	
		340211- Aniónicos	Un cambio de la subpartida 340211 desde cualquier otra partida. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida (*).	3402.11 Aniónicos	Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento
		340212- Catiónicos	Un cambio de la subpartida 340212 desde cualquier otra partida. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida (*).	3402.12 Catiónicos	Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento

TLC entre China y Chile		TLC entre China y Nueva Zelanda		TLC entre China y Perú	
Clasificación/ Descripción	ROE[1]	Clasificación/ Descripción	ROE[2]	Clasificación/ Descripción	ROE[3]
		340213- No iónicos	El valor de contenido regional no será menor al 40%. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida.	3402.13 No iónicos	No Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento
		340219- Los demás	Un cambio de la subpartida 340219 desde cualquier otra partida. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida.	3402.19 Los demás	Los Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento
		340220- Preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	Un cambio de la subpartida 340220 desde cualquier otra subpartida, excepto de la subpartida 340290. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida (*).	3402.20 Preparaciones acondicionadas para la venta al por menor	Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento

TLC entre China y Chile		TLC entre China y Nueva Zelanda		TLC entre China y Perú	
Clasificación/ Descripción	ROE[1]	Clasificación/ Descripción	ROE[2]	Clasificación/ Descripción	ROE[3]
		340290 -Las demás	Un cambio de la subpartida 340290 desde cualquier otra subpartida. La nota del capítulo de Químicos no confiere origen a las mercancías de esta subpartida (*).	3402.90 Las demás	Un cambio desde cualquier otra subpartida; o No se requiere un cambio de clasificación arancelaria, siempre que se cumpla con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento
		3405 - betunes y cremas para el calzado, encáusticos, abrillantadores (lustres) para carrocerías, vidrio o metal, pastas y polvos de fregar y preparaciones similares (incluso papel, guata, fieltro, tela sin tejer, plástico o caucho celulares, impregnados, recubiertos o revestidos de estas preparaciones), excepto las ceras de la partida 34.04	Un cambio a la partida 3405 desde cualquier otra partida.	3405.40 Pastas, polvos y demás preparaciones de fregar	Un cambio desde cualquier otra partida

[1] Regla de origen de conformidad con el Anexo 3 del TLC entre China y Chile.

[2] Regla de origen de conformidad con el Anexo 5 del TLC entre China y Nueva Zelanda

[3] Regla de origen de conformidad con el Anexo XX del TLC entre China y Perú.

(*) Ver Anexo a la Sección 7.

Anexo a la Sección 7

Notas aplicables al Capítulo de Químicos⁴

1. Regla de origen de reacciones químicas

Cualquier mercancía de los capítulos 28 a 38, excepto las mercancías de la partida 3823, que sea producto de una reacción química será considerada originaria si la reacción química ocurrió en el territorio de las Partes. A menos que se especifique en las reglas a nivel de línea arancelaria,

⁴ Esta es una traducción no oficial. El texto oficial en su versión en inglés puede ser encontrado en el siguiente link: <http://chinafta.govt.nz/1-The-agreement/2-Text-of-the-agreement/index.php>

la regla de la "reacción química"; podrá aplicarse a cualquier mercancía clasificada en los capítulos mencionados.

Nota: Para los efectos de esta sección, una "reacción química"; es un proceso (incluidos los procesos bioquímicos) que produce una molécula con una nueva estructura mediante ruptura de enlaces intramoleculares y la formación de otros nuevos, o mediante la alteración de la disposición espacial de los átomos de una molécula. Para efectos de esta definición, se considera que las siguientes operaciones no constituyen reacciones químicas:

- (a) disolución en agua o en otros solventes;
- (b) la eliminación de solventes incluso el agua de disolución; o
- (c) la adición o eliminación del agua de cristalización.

2. Regla de origen de Purificación

Para efectos de los Capítulos 28 a 35 y Capítulo 38, la purificación conferirá origen siempre que se satisfaga alguno de los siguientes criterios:

- (a) la purificación resulta en la eliminación del 80 por ciento de impurezas; o
- (b) la reducción o eliminación de impurezas que resulte en un producto apto para uno o varios de las siguientes aplicaciones:
 - (i) sustancias farmacéuticas, medicinales, cosméticas, veterinarias o de grado alimenticio;
 - (ii) productos y reactivos químicos para aplicaciones analíticas, diagnósticas o de laboratorio;
 - (iii) elementos y componentes que se utilicen en micro-elementos;
 - (iv) aplicaciones de óptica especializada;
 - (v) usos no tóxicos para la salud y la seguridad;
 - (vi) aplicaciones biotécnicas;
 - (vii) aceleradores empleados en procesos de separación; o
 - (viii) aplicaciones de grado nuclear.

7. Separación prohibida

No se considerará que un material o componente no originario habrá satisfecho todos los requisitos aplicables de estas reglas por motivo de cambiar de una clasificación a otra como resultado de la simple separación de uno o más de un material o componente individual a partir de una mezcla sintética, salvo que el material o componente aislado, de por sí, haya sufrido también una reacción química.