

NUEVO CONCEPTO DEL LUJO

Como parte de sus reformas al sistema tributario, desde 1994 China ha estado aplicando impuestos al consumo a 11 variedades de mercancías, incluidos automóviles, cigarrillos y licores. El 1 de abril de 2006, el **Ministerio de Hacienda** y la **Administración General Estatal de Impuestos** ajustaron el índice y la tasa de impuestos al consumo, así como la lista de productos relacionados. Los nuevos impuestos se aplicarán a los clubes de golf y a las bolas utilizadas en los mismos, relojes de alta categoría, yates, palillos de madera desechables y paneles de madera para pisos. Los productos de conservación de la piel y el champú fueron eliminados de la relación.

La gama de mercancías definidas como suntuarias ha cambiado dramáticamente en China en las últimas décadas. Si en la década de los 80 del siglo pasado, una grabadora de cinta sin mayores pretensiones recibía el calificativo de producto de lujo, en la actualidad hasta los equipos reproductores de AF forman parte de la familia de electrodomésticos comunes. Algo similar ha sucedido con los teléfonos móviles. Diez años atrás, eran sinónimo de alta posición económica y hoy cuelgan del cuello de cientos de miles de adolescentes urbanos. En lo que al consumo se refiere, ha disminuido

notablemente la brecha entre lo que adquieren los ciudadanos de diversos niveles de ingresos económicos. Por tal razón, precisamente, se imponía el mencionado reajuste sobre este impuesto.

Consideremos como ejemplo el caso de los cosméticos. En 1994, sólo una pequeña proporción de la población podía poseerlos. Hoy, las cremas para la piel, los champúes, los acondicionadores de pelo y los perfumes son necesidades diarias para la mayoría de los ciudadanos chinos y

Ajustes en la lista de impuestos al consumo:	
Mercancías añadidas	Tasa tributaria
Clubes y bolas de golf	10%
Relojes de alta categoría	20%
Yates	10%
Palillos de madera desechables	5%
Paneles de madera para el piso	5%
Productos de petróleo	
Nafta, solventes y lubricantes	0,2/litro
Combustible de aviación	0,1/litro
Mercancías eliminadas	
Productos por el cuidado de la pie y el cabello	N/D

avanza su popularización en el campo. Como consecuencia, recientemente se ha eliminado el pago de impuestos.

Para quienes se pregunten por qué las contribuciones al fisco no incluyen muebles, ropa y vivienda, la

Hacienda central responde que en tales casos resulta difícil establecer una calificación. Súmese a ello que, al decidir recaudar impuestos al consumo sobre una clase particular de mercancía, se debe tomar en consideración también su impacto para las industrias relacionadas y los mercados. El bajo consumo en ciertos sectores ha sido durante mucho tiempo un impedimento para el desarrollo económico del país.

El reajuste más reciente en el impuesto al consumo demuestra su función como regulador de las desigualdades en la distribución de los ingresos. Quienes puedan adquirir mercancías de alta categoría (como en el caso de los yates de lujo) tendrán que pagar por ello. El cobro adicional se redistribuirá en beneficio de los grupos de necesitados de la Sociedad.

Quienes tengan rentas moderadas pero gustos costosos, serán los más afectados por el nuevo sistema tributario. Los pobres no suelen comprar casi nada que no sea de necesidad básica.

Los nuevos gravámenes afectarán asimismo a coches, productos del petróleo, palitos desechables y productos de madera para el piso, con lo cual se augura, además, un impacto positivo para la protección del medio ambiente y el uso eficiente de los recursos.

El impuesto sobre el consumo en China es generalmente temporal y se aplica sólo cuando el gobierno siente la necesidad de regular la economía.

Poca afectación a la importación de artículos de lujo

El impuesto al consumo se aplica nacionalmente, por lo cual no se prevén afectaciones a las reglas de la **OMC**. Los principales impuestos al consumo en China se cobran en la etapa de proceso y fabricación, así que las grandes firmas extranjeras con productos de marca prefieren es-





tablecer tiendas fuera del país para ahorrarse buena parte de los costes.

China es un continente nuevo para los fabricantes de marcas de lujo que han experimentado ventas descendentes en Europa. La nueva política impositiva no afectará necesariamente al poder adquisitivo en el mercado chino, donde tantas marcas caras se cuentan hoy en día.

El mercado chino de marcas de lujo ha progresado más rápido de lo

que pudiera imaginarse. Sus consumidores tienen el deseo y, lo que es más importante, el dinero, para las mercancías finas y se mantienen bien al tanto del último grito de la moda. Aunque los nuevos impuestos al consumo conducirán irremediamente a un aumento de los precios, el reajuste oportuno del gobierno significa que el desarrollo de los artículos de lujo necesita el apoyo de políticas adecuadas.

A la vez, los productores internacionales de cosméticos y de productos para el cuidado del cabello han aplaudido la decisión de eliminar los impuestos sobre sus productos aunque aún no han anunciado recortes de precios. Según los vendedores, el impuesto al consumo ocupa apenas un 10% de todos los impuestos integrados por los de valor agregado, de importación y de consumo, en relación con las mercancías importadas, por lo que sus precios no experimentarán grandes cambios.

Un informe de la firma financiera **BNP Prime Peregrine** concluye que China todavía se encuentra en la etapa primaria en cuanto a consumo de mercancías lujosas. El número de familias de clase media alcanzará los 100 millones en seis años, con activos promedio de 620.000 yuanes por familia. El surgimiento de la clase media propulsará la tasa de consumo en China, del 58% de 2002 al 65% en 2010 y hasta el 71% en 2020, nivel cercano al de los países desarrollados. ■

TALK MORE EL SEGUNDO NIVEL DE LA GAMA DE APRENDIZAJE DE IDIOMAS

Talk More en castellano, es la segunda entrega de la galardonada herramienta de aprendizaje de idiomas diferente y apasionante que cuenta ya con más de cinco millones de usuarios.

Después del éxito obtenido en el mercado español con *Talk Now!*, la primera entrega del método de aprendizaje de idiomas para principiantes, **Avanquest Ibérica** pone ahora a disposición de los usuarios *Talk More*, el siguiente nivel, para que los principiantes avanzados puedan seguir profundizando en el conocimiento y práctica del idioma elegido. Gracias a este método, que utiliza un vídeo interactivo y ameno, cualquier usuario

podrá aprender desde la comodidad de su hogar o mientras viaja el idioma que necesite o desee.

También está disponible *Talk More Catalán*, y *Talk More Euskera*. *Talk More Gallego* estará disponible en breve.

Talk More está disponible con interfaz en español para continuar aprendiendo alemán, árabe, catalán, checo, chino (mandarín), español, euskera, francés, griego, hebreo, holandés, inglés, italiano, japonés y portugués. También estará disponible próximamente en: gallego, polaco, rumano, ruso, sueco y turco.

A diferencia de otros productos de aprendizaje de idiomas, *Talk More*

funciona tanto en Microsoft Windows como en Mac.

El PVP recomendado en cualquiera de los idiomas disponibles en castellano es de 34,95 € IVA incluido. *Talk More* ya está disponible en el mercado español en alemán, árabe, catalán, checo, chino (mandarín), español, euskera, francés, griego, hebreo, holandés, inglés, italiano, japonés y portugués. También estará disponible muy pronto en más idiomas como gallego, polaco, rumano, ruso, sueco y turco.

Para más información, visitar <http://www.avanquest.es>. ■