

## IMPUESTO AL USO DE CELULAR ES ALTAMENTE REGRESIVO

Avanza en el Congreso la iniciativa que propone gravar el uso de la telefonía celular para subsidiar el deporte de alta competencia. Resulta extremadamente regresivo crear un impuesto sobre un servicio muy importante para las familias de bajos ingresos con la finalidad de subsidiar la práctica del deporte de una *élite*, mientras que el Estado no ofrece infraestructura para el deporte popular y la juventud enfrenta serios riesgos de adicciones y delincuencia. Es propio del “capitalismo de amigos” que una empresa de telefonía, en lugar de promover el deporte haciendo contribuciones publicitarias, lo haga impulsando impuestos sobre sus clientes.

La Cámara de Diputados dio media sanción a una iniciativa del oficialismo por la cual se crea el Ente Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (ENARD) y una nueva institucionalidad para el financiamiento del deporte de *élite*. El Ente podrá, entre otras funciones, becar a deportistas; complementar los subsidios y solventar los costos de control de doping de la Secretaría de Deportes de la Nación; pagar honorarios de entrenadores y técnicos de alto rendimiento; contratar especialistas del deporte; adquirir elementos de entrenamiento; apoyar la organización de competencias; financiar la cobertura médica de los deportistas y técnicos. Para ello, **se crea un nuevo impuesto del 1% sobre el costo de los abonos de los teléfonos celulares.**

Frente a esta iniciativa, resulta interesante analizar algunos datos comparativos que ayudan a entender el impacto social de este impuesto. En este sentido, información referida al año 2007 y sistematizada por el Banco Mundial señala que:

- En **Argentina**, la cantidad de celulares por cada 100 personas era de **102,3** y el uso promedio por usuario de **90** minutos mensuales.
- En **Brasil** y **Chile** la cantidad de celulares por cada 100 es de **63,1** y **84,1** respectivamente, y el uso promedio por usuario de **99** y **147** minutos mensuales.
- En **España** y **Portugal** la cantidad de celulares por cada 100 es de **107,9** y **126,8**, respectivamente, y el uso promedio por usuario de **152** y **120** minutos mensuales.

Los datos muestran que la Argentina tendría una mayor cantidad de teléfono por personas que los países vecinos, pero con una utilización más baja. Las brechas con países europeos culturalmente cercanos son aun más grandes. Este fenómeno se produce aun cuando en la

Argentina el servicio es mucho más barato. Según la misma fuente, en la Argentina el costo promedio del servicio en el año 2007 era de U\$S 7,8; mientras que en Brasil era de U\$S 26,2; en Chile U\$S 11,8; en España U\$S 23,6 y en Portugal U\$S 23,1. Esta información sugiere que **el celular en la Argentina tiene una alta penetración en la población, incluso en sectores populares, pero con una relativamente baja intensidad de uso, probablemente asociada a la baja capacidad adquisitiva.**

El teléfono celular constituye, junto con internet, una de las innovaciones tecnológicas más revolucionarias del último siglo. Está haciendo un aporte significativo a favor de la eficiencia productiva y la mejora en la calidad de vida de la gente. **Particularmente positivo es el impacto del celular para la gente pobre, dado que en los barrios precarios y las villas el acceso a la telefonía fija es muy limitado.** Bajo estos entornos, el celular es el principal instrumento con que se cuenta, por ejemplo, para mantener contactos con familiares y amigos, o recibir ofertas de empleo. Esto obliga a enfatizar la importancia estratégica de abaratar el servicio y lo desatinado que es encarecerlo con un nuevo impuesto.

Con este nuevo tributo se fuerza a la población –en particular, a la gente pobre que accede a un abono de celular– a sacrificar parte de su calidad de vida para subsidiar la práctica del deporte de una *élite*. A esta misma gente, el Estado le niega la infraestructura básica para la práctica del deporte recreativo, dejando a su juventud cada vez más expuesta a los riesgos de las adicciones y la delincuencia. Por eso, **resulta difícil imaginar una idea más regresiva que la que se ha plasmado en ese proyecto de ley.**

La promoción del deporte, incluido el de alto rendimiento, justifica el apoyo del Estado. Para ello, no es necesario aplicar un impuesto al consumo popular de un bien tecnológico. Alcanzaría, por ejemplo, con eliminar el subsidio a la aerolínea estatal, es decir, cortar el drenaje de recursos públicos en favor de la corrupción y pasajes más baratos para gente de altos ingresos. Pero este tipo de iniciativa no encaja en la lógica del “capitalismo de amigos”, donde en lugar de que las grandes compañías (entre ellas las telefónicas) *sponsoreen* con su propio dinero el deporte de *élite*, se propone que sean los clientes –incluso los más pobres– los que aporten los recursos a través de un nuevo impuesto.

### Penetración de la tecnología celular en la población

