

Deloitte.



Revisión impositiva mundial de telefonía móvil 2011



Deloitte se refiere a una o más compañías de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía y su red de empresas asociadas, cada una de las cuales representa una entidad legal separada e independiente. Visite www.deloitte.co.uk/about para obtener una descripción detallada de la estructura legal de DTTL y sus empresas asociadas. Deloitte LLP es una sociedad de responsabilidad limitada registrada en Inglaterra y Gales con el número de registro OC303675 y su oficina registrada en 2 New Street Square, Londres, EC4A 3BZ, Reino Unido. Deloitte LLP es la empresa asociada de DTTL en el Reino Unido.

© 2011 Deloitte LLP

Índice

| | |
|---|----|
| Aviso importante de Deloitte | 4 |
| Resumen ejecutivo..... | 5 |
| 1 Introducción..... | 17 |
| 1.1 Antecedentes..... | 17 |
| 1.2 Metodología y alcance del estudio..... | 18 |
| 1.3 Este informe | 21 |
| 2 Impuestos y el costo de propiedad de telefonía móvil..... | 22 |
| 3 Impuestos y el costo de uso de telefonía móvil | 29 |
| 4 Impuestos a los teléfonos | 32 |
| 5 Impuestos específicos de telefonía móvil a los consumidores | 35 |
| 6 Otros impuestos y tarifas que pagan los MNO | 40 |
| 6.1 Impuestos corporativos | 40 |
| 6.2 Tarifas normativas | 41 |
| 7 Análisis regional..... | 43 |
| 7.1 Europa..... | 46 |
| 7.2 Europa Central y del Este..... | 48 |
| 7.3 África..... | 50 |
| 7.4 Magreb y Medio Oriente | 54 |
| 7.5 Asia Pacífico..... | 56 |
| 7.6 Latinoamérica | 57 |
| 8 Conclusiones y consecuencias..... | 60 |
| Apéndice A Apéndice A Metodología y presunciones | 62 |
| A.1 Metodología | 62 |
| A.2 Fuentes de datos y presunciones..... | 65 |
| Apéndice B Clasificación de países | 70 |
| Apéndice C Costos específicos de la telefonía móvil que se aplican a los MNO | 73 |

Aviso importante de Deloitte

Deloitte LLP (“Deloitte”) ha preparado este informe (el “Informe”) para la Asociación GSM de acuerdo con la carta de compromiso con fecha del 1º de julio de 2011 en base en el alcance y las limitaciones que se establecen a continuación. El Informe se ha preparado solamente con el propósito de evaluar la estructura, el impacto y el gravamen impositivo de la telefonía móvil en Kenia como parte de un estudio más amplio sobre el gravamen impositivo de los servicios de telecomunicaciones móviles. No se debe utilizar para ningún otro propósito ni en otro contexto, y Deloitte no acepta la responsabilidad por su uso en ningún caso.

El Informe se proporciona exclusivamente para el uso de la Asociación GSM según las condiciones de la carta de compromiso. Ninguna de las partes, a excepción de la Asociación GSM, tiene derecho a depender del Informe en absoluto en ningún caso y,

Deloitte no acepta la responsabilidad u obligación con ninguna de las partes, a excepción de la Asociación GSM con respecto al Informe y/o a su contenido.

Según se establece en la carta de compromiso, el alcance de nuestro trabajo se ha limitado conforme al tiempo, la información y las explicaciones que se nos proporcionó. La información incluida en el Informe se ha obtenido de fuentes de

La GSMA, sus miembros y terceros que se mencionan claramente en las correspondientes secciones del Informe. Deloitte no ha intentado corroborar esta información ni revisar su exactitud en general.

Además, cualquier resultado del análisis incluido en el Informe depende de la información disponible en el momento de redactar el Informe y no se debe utilizar en períodos subsiguientes.

En consecuencia, no se realiza ninguna declaración ni se otorga ninguna garantía, explícita o implícita, ni se acepta responsabilidad u obligación alguna por parte de Deloitte o en su nombre, ni de ninguno de sus asociados, empleados, agentes ni de ninguna otra persona en cuanto a la veracidad, integridad o exactitud de la información incluida en este documento o de cualquier información oral que se proporcione, por lo tanto, se niega expresamente cualquier responsabilidad.

Todos los derechos de autor y otros derechos de propiedad en el Informe se mantienen como propiedad de Deloitte LLP y se reservan los derechos que no se otorguen explícitamente en estas condiciones o en la solicitud de cambio.

Este Informe y su contenido no representan una orientación financiera ni profesional de otro tipo, por lo tanto, se debe buscar asesoramiento específico con respecto a sus circunstancias en particular. Específicamente, el Informe no constituye una recomendación ni aprobación de Deloitte para invertir o participar, terminar o de otra manera utilizar cualquiera de los mercados o compañías que se mencionan en este. Tanto Deloitte como la Asociación GSM renuncian, en la máxima medida posible, a cualquier responsabilidad que surja del uso (o no uso) del Informe y su contenido, incluida cualquier acción o decisión tomada como resultado de dicho uso (o no uso).

Resumen ejecutivo

El trabajo anterior de Deloitte y la GSMA ha destacado la amplia variación internacional de impuestos gravados al uso y acceso de los consumidores a la telefonía móvil. Esta base de impuestos incluye diferencias en los regímenes de gravamen impositivo en diferentes países y regiones del mundo y en países en los que se grava impuestos a la telefonía móvil además de otros bienes y servicios. Dicho gravamen impositivo específico de la telefonía móvil se ha vinculado a la adquisición de esta en países en desarrollo.

Conforme al estudio de 2007 llevado a cabo por Deloitte y la GSMA, en este estudio se calcula la cantidad compuesta por impuestos del costo total de propiedad de telefonía móvil ("TCMO", que incluye los costos del teléfono, la conexión, el alquiler y el uso), el costo total del uso de telefonía móvil ("TCMU", que incluye el alquiler y el uso) y el costo total de los aparatos para el consumidor.

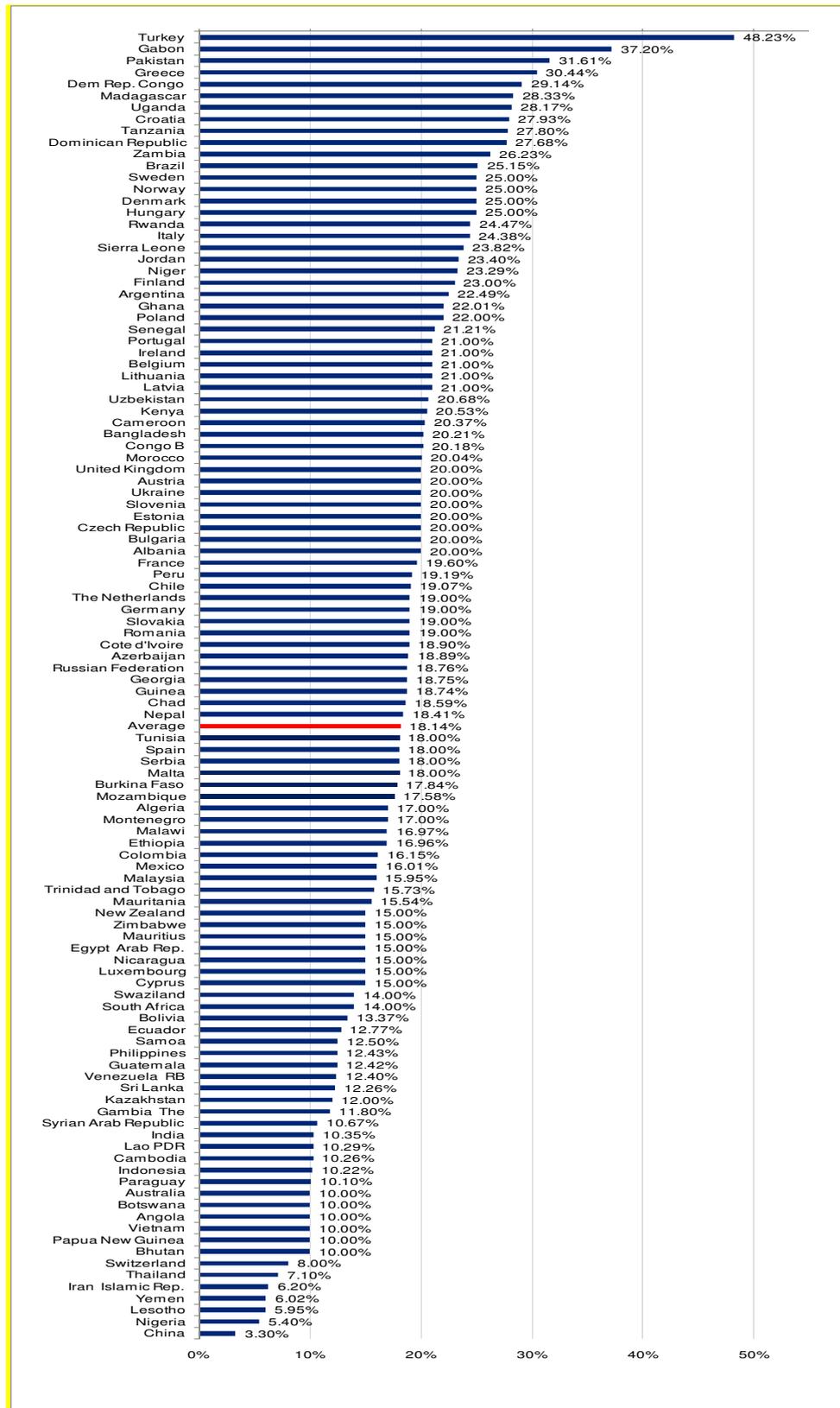
Para realizar esto, se analizaron los perfiles de consumo, los precios y los impuestos de usuarios de telefonía móvil de prepago y postpago en 111 países de Europa, Europa Central y del Este, África, Latinoamérica y Asia. Los impuestos que habitualmente se gravan a la telefonía móvil son impuestos al valor agregado o impuestos generales a las ventas en todos los componentes, impuestos al consumo e impuestos a los bienes suntuarios en teléfonos importados, así como impuestos específicos de alojamiento de telefonía móvil que abarcan desde los impuestos al consumo de cobertura radiofónica aplicados al uso hasta los aportes fijos a la conexión, los teléfonos y el alquiler. Estos impuestos discriminan la telefonía móvil frente a otros servicios y contribuyen a reducir el acceso a los servicios móviles y también al consumo del servicio.



"El gravamen impositivo como porcentaje del costo total de propiedad de telefonía móvil ha aumentado desde 2007".

Como se observa en la Figura 1 al dorso, el análisis del gravamen impositivo como un porcentaje del TCMO indica que este ha aumentado, desde 2007, de 17,44% a 18,14%.

Figura 1 Impuesto como un porcentaje del TCMO

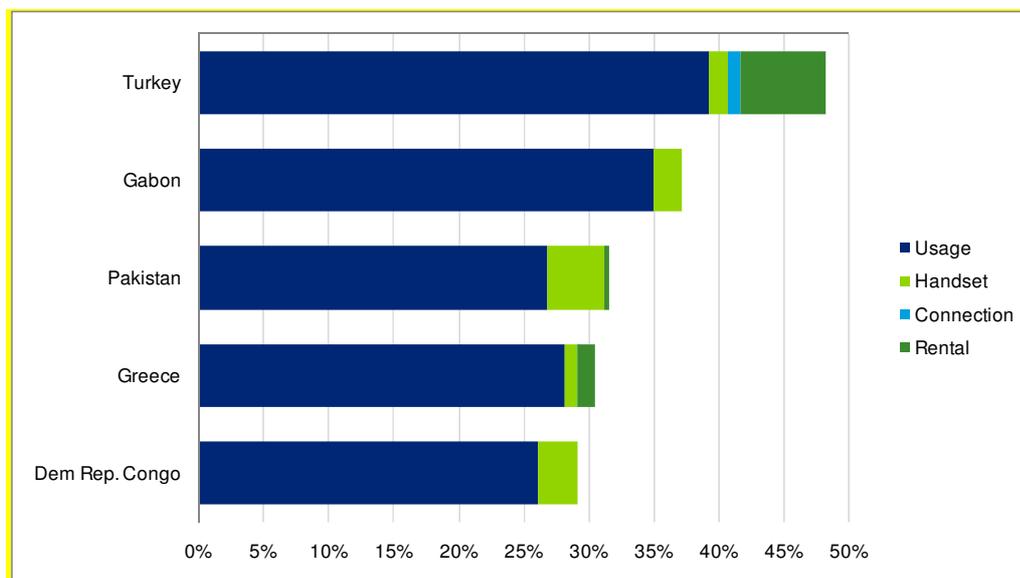


Fuente: análisis de Deloitte

Los cinco países de más arriba en los que se muestra el gravamen impositivo más alto como porcentaje de la propiedad de telefonía móvil incluyen a Turquía, Gabón, Paquistán, Grecia y la República Democrática del Congo ("RDC") y en cada uno de estos países existe el gravamen impositivo específico de telefonía móvil. La

Figura 2 ilustra cómo se divide el gravamen impositivo al que están sujetos los consumidores entre los diferentes componentes de la propiedad de telefonía móvil.

Figura 2 Impuesto como porcentaje del TCMO en los cinco países más altos en la clasificación

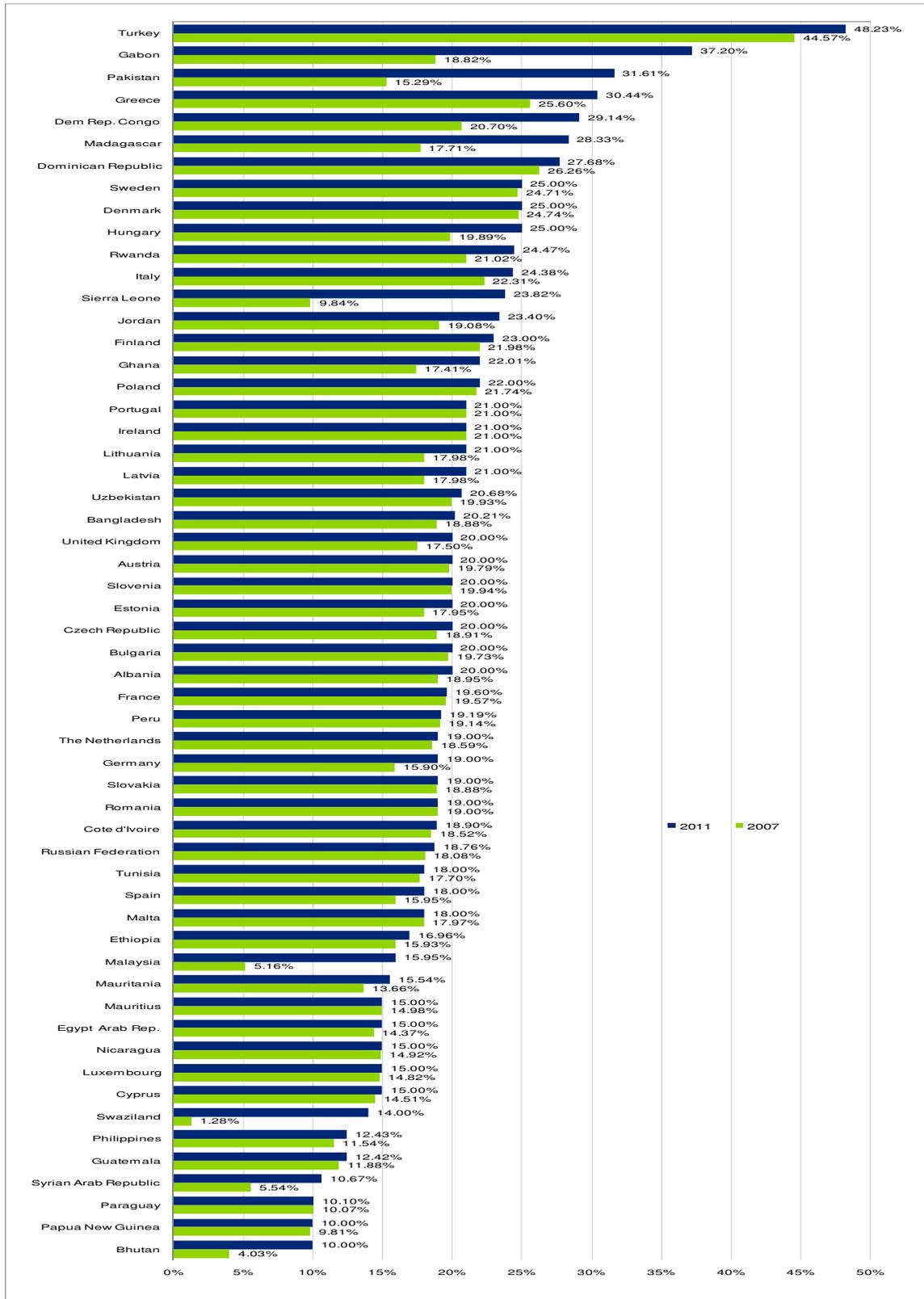


Fuente: análisis de Deloitte

“En muchos países se ha aumentado el gravamen impositivo como porcentaje de los costos de propiedad de telefonía móvil en lugar de reducirse”.

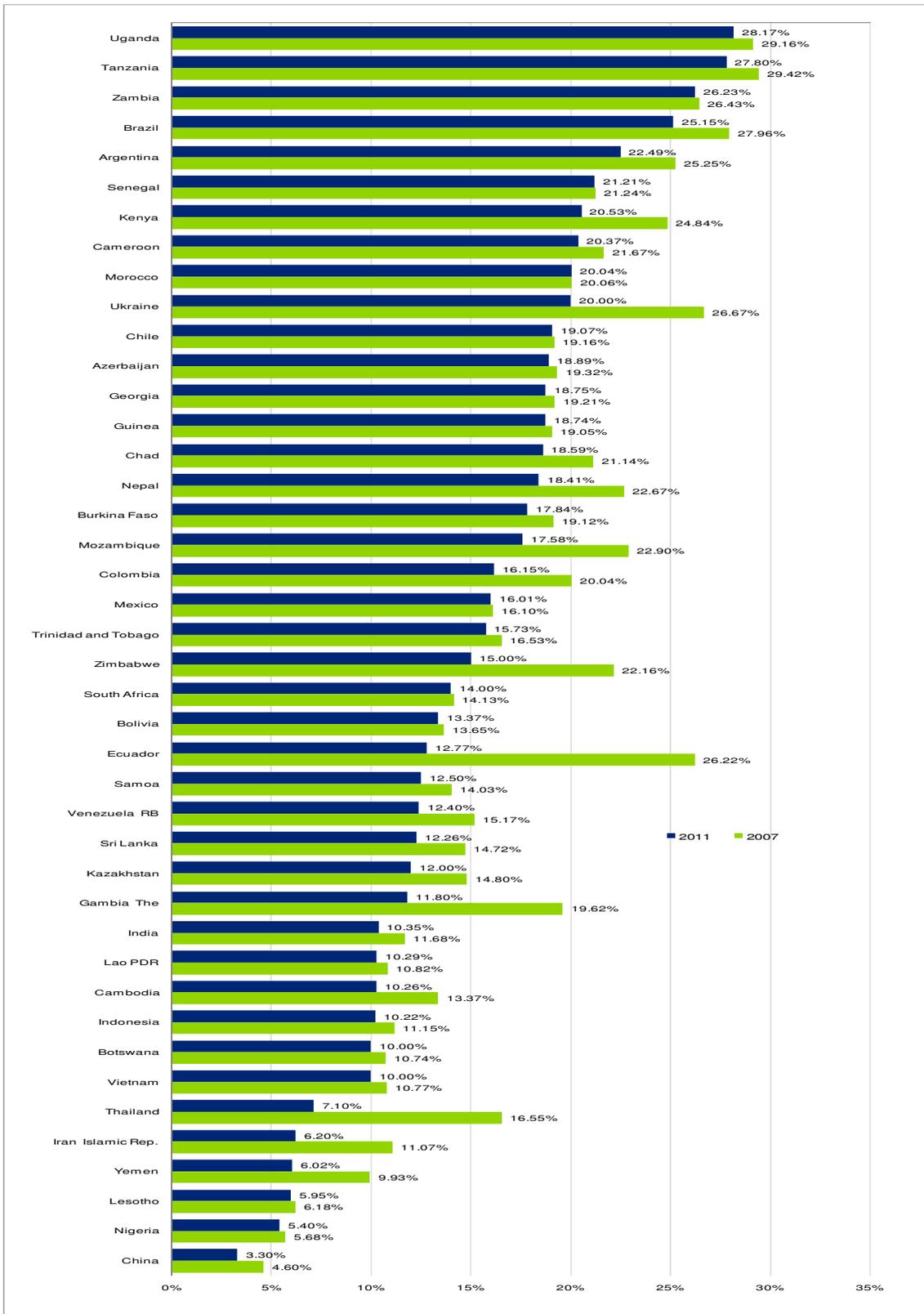
Como se muestra en la Figura 3 y la Figura 4, 56 países en la muestra han indicado un aumento en el gravamen impositivo de telefonía móvil en relación con 2007 mientras que, solamente 42 países han indicado reducciones en el impuesto como un porcentaje del TCMO. Los países donde el gravamen impositivo ha aumentado incluyen a los cinco países de más arriba en los que se muestra el porcentaje más alto de impuesto en TCMO.

Figura 3 Países en los que ha aumentado el impuesto como porcentaje del TCMO desde el estudio de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 4 Países en los que ha disminuido el impuesto como porcentaje del TCMO desde el estudio de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

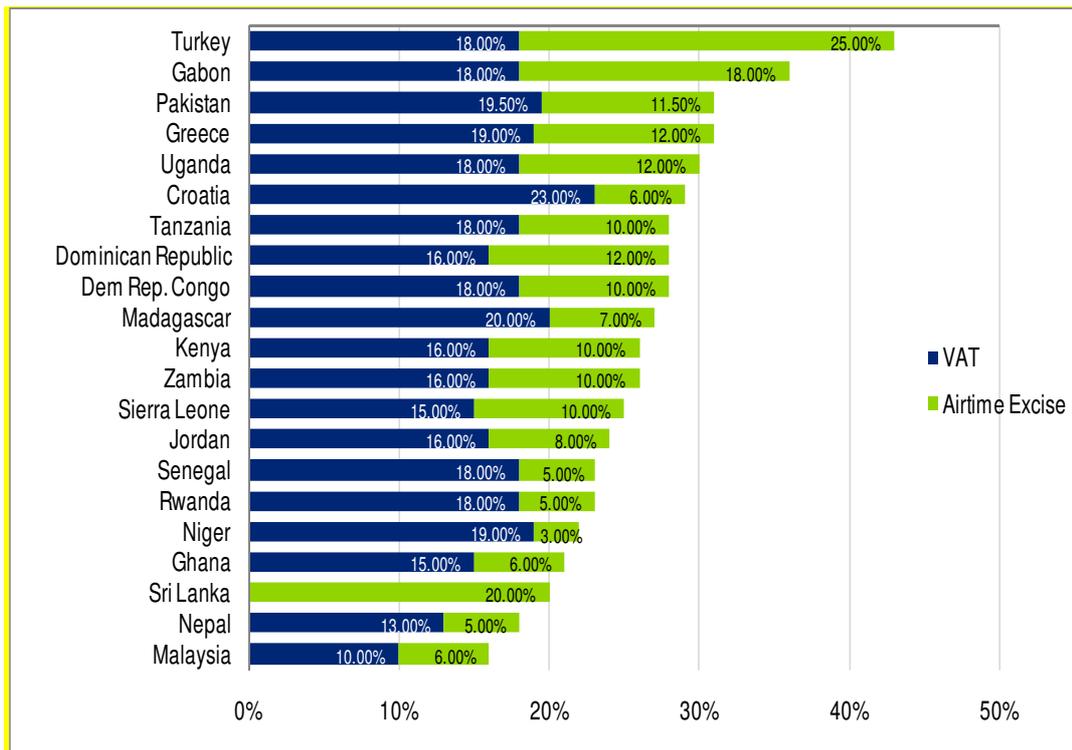
“Los países en los que se cobran impuestos específicos de telefonía móvil al uso han aumentado considerablemente, especialmente en África”.

Los consumidores pagan ahora un promedio del 17,97% de su costo de uso de telefonía móvil como impuesto, un aumento a partir del 16,91% en 2007. Un elemento clave de este resultado ha sido que en 21 de 111 países del estudio cobran ahora un impuesto especial al uso, como se muestra en la Figura 5.

Los impuestos al costo de uso pueden representar una barrera para el desarrollo de los servicios, ya que tienden a reducir el uso por parte de los consumidores. Este es el caso en particular de los países en desarrollo, donde los bajos niveles de ingreso significan que el gravamen impositivo del uso puede afectar en la adquisición de telefonía móvil por parte de los usuarios.

12 de los países que cobran impuestos especiales al uso son africanos, mientras que en 2007 solamente seis países africanos han gravado dicho impuesto. Desde el estudio de 2007, el Congo (RDC), Gabón, Madagascar, Sierra Leona, Ruanda y Senegal han introducido impuestos al consumo de cobertura radiofónica.

Figura 5 Países que cobran un impuesto al consumo de cobertura radiofónica



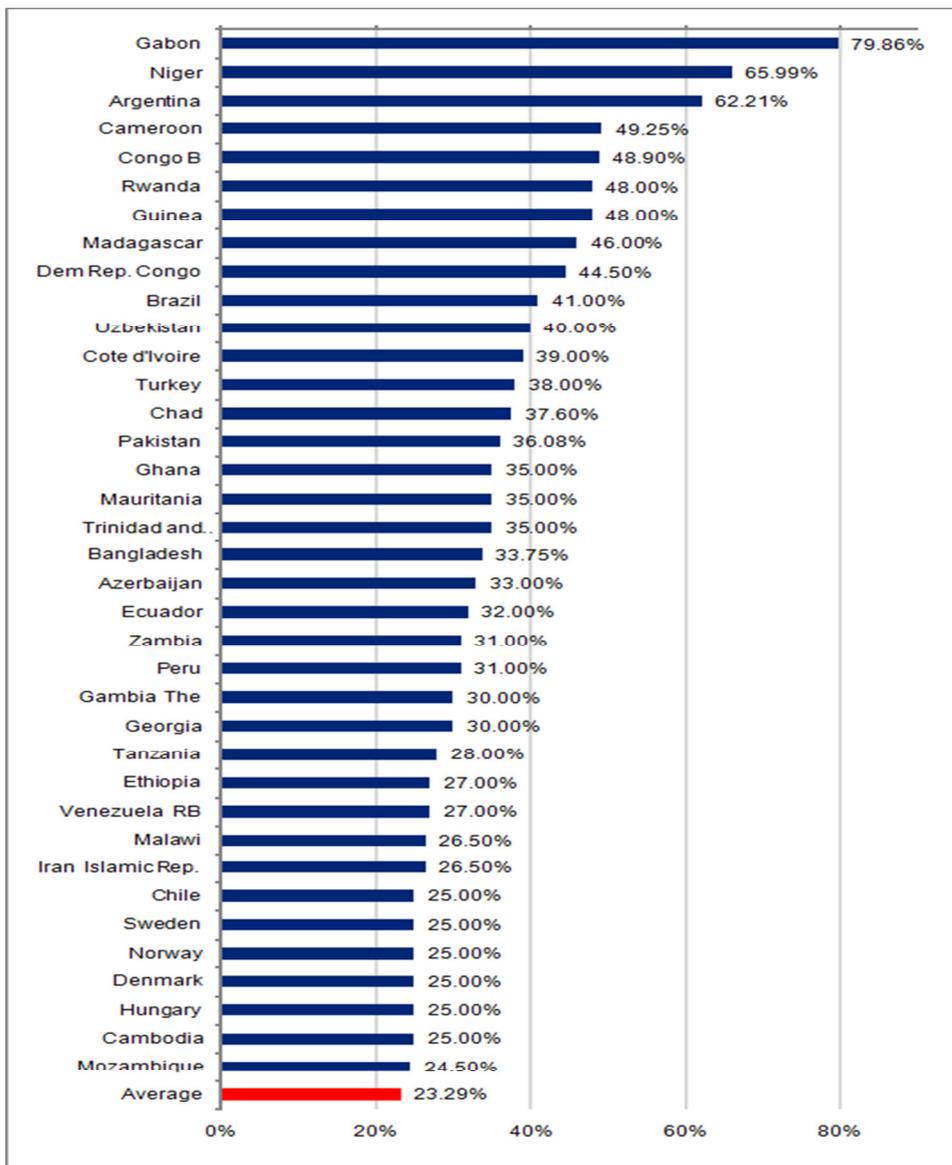
Fuente: análisis de Deloitte

"El impuesto representa más de un tercio del costo de un teléfono en 20 países".

El impuesto como porcentaje de los costos de teléfonos es mucho mayor que el impuesto a los costos totales de propiedad de telefonía móvil o de uso, que se mantiene en un nivel promedio de 23,29%, y en 11 países del impuesto de muestra representa más del 40% de los costos del teléfono.

Esta alta porción de impuesto en los costos de teléfonos se debe a los aranceles aduaneros de los teléfonos importados, que se cobran en 50 países del panel, y a otros impuestos específicos a los teléfonos que se cobran en 11 países. Estos incluyen impuestos a los bienes suntuarios en países donde los teléfonos aún se consideran bienes suntuarios, como Gabón, donde los teléfonos móviles están sujetos a un impuesto fijo especial de \$5. Otros países como Zambia, Paquistán y Bangladesh aplican un impuesto especial a la adquisición de teléfonos.

Figura 6 Países donde el impuesto como un porcentaje de los costos del teléfono es superior al promedio mundial



Fuente: análisis de Deloitte

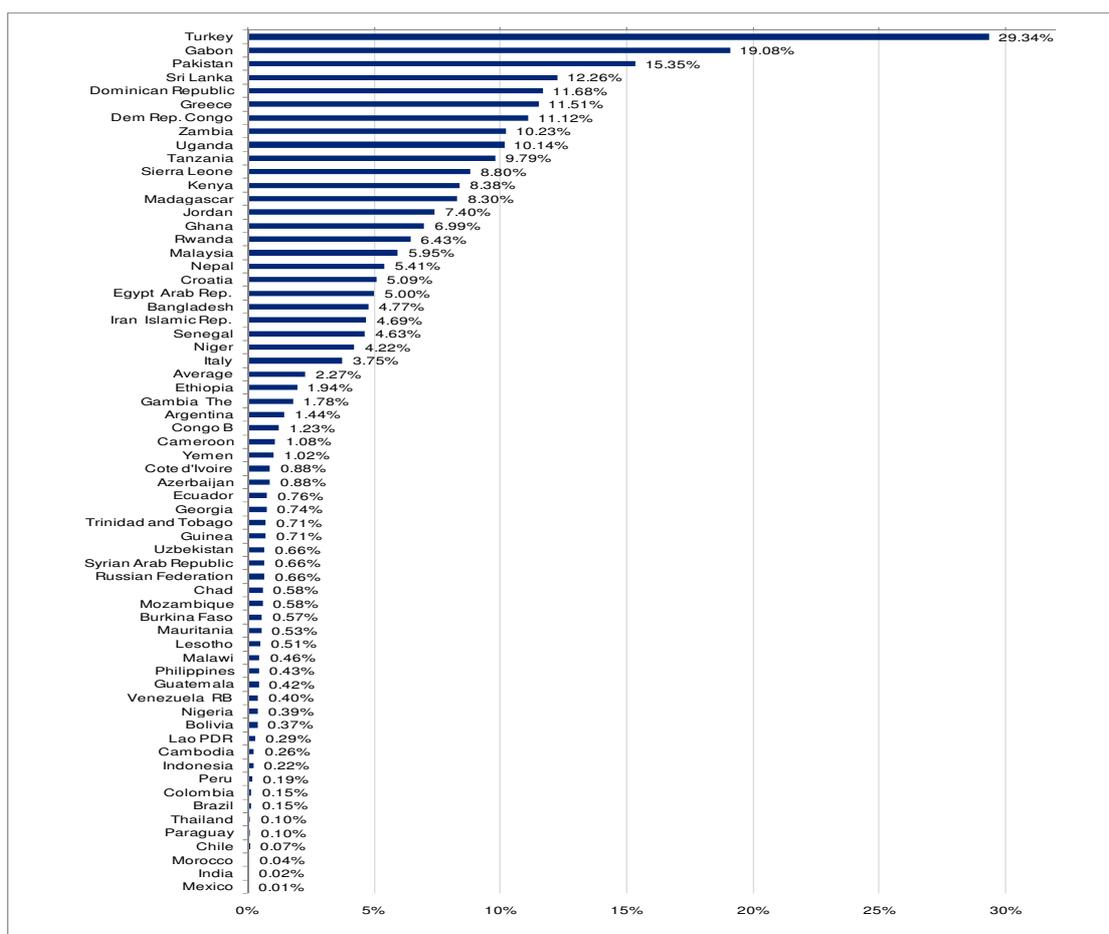
“Los impuestos específicos de telefonía móvil que afectan desproporcionalmente a los servicios de telefonía móvil se cobran ahora en 28 países”.

Los impuestos específicos de telefonía móvil discriminan la telefonía móvil frente a la telefonía fija y otros servicios, y a menudo son de naturaleza regresiva y pueden reducir tanto el acceso como el uso a los servicios.

Cuando se tienen en cuenta los impuestos específicos de telefonía móvil, así como los aranceles aduaneros de los teléfonos importados, en total 63 países, de los cuales 24 son africanos, se cobra una forma de gravamen impositivo a los teléfonos móviles superior al gravamen impositivo estándar.

El nivel de dicho gravamen impositivo específico de la telefonía móvil se ilustra en la Figura 7¹. Turquía, Gabón y Paquistán tienen el porcentaje más alto del TCMO contabilizado por el gravamen impositivo. Existe una cantidad importante de países africanos que imponen dicho gravamen impositivo específico de servicios de telefonía móvil y, de los 20 países con más alto impuesto específico de telefonía móvil como porcentaje del TCMO, diez son africanos.

Figura 7 Gravamen impositivo específico de la telefonía móvil, sin incluir el IVA



¹ Este análisis se obtiene al eliminar el IVA y otros impuestos a las ventas, de tal manera que solamente se considere el gravamen impositivo específico de telefonía móvil y los aranceles aduaneros a teléfonos importados.

Fuente: análisis de Deloitte

“El impuesto como una porción de los costos de teléfonos es mucho más alto que el impuesto como una porción de los costos de propiedad y uso en los mercados en desarrollo, lo que conduce a perfiles de gravamen impositivo desequilibrados para los servicios relacionados con la telefonía móvil”.

Diferentes regiones geográficas tienen diferentes niveles de costo, gravamen impositivo y penetración de la telefonía móvil, y estos indicadores están extremadamente influenciados por las condiciones económicas de la región. Sin embargo, se aprecian varias tendencias claras en cuanto al gravamen impositivo de telefonía móvil.

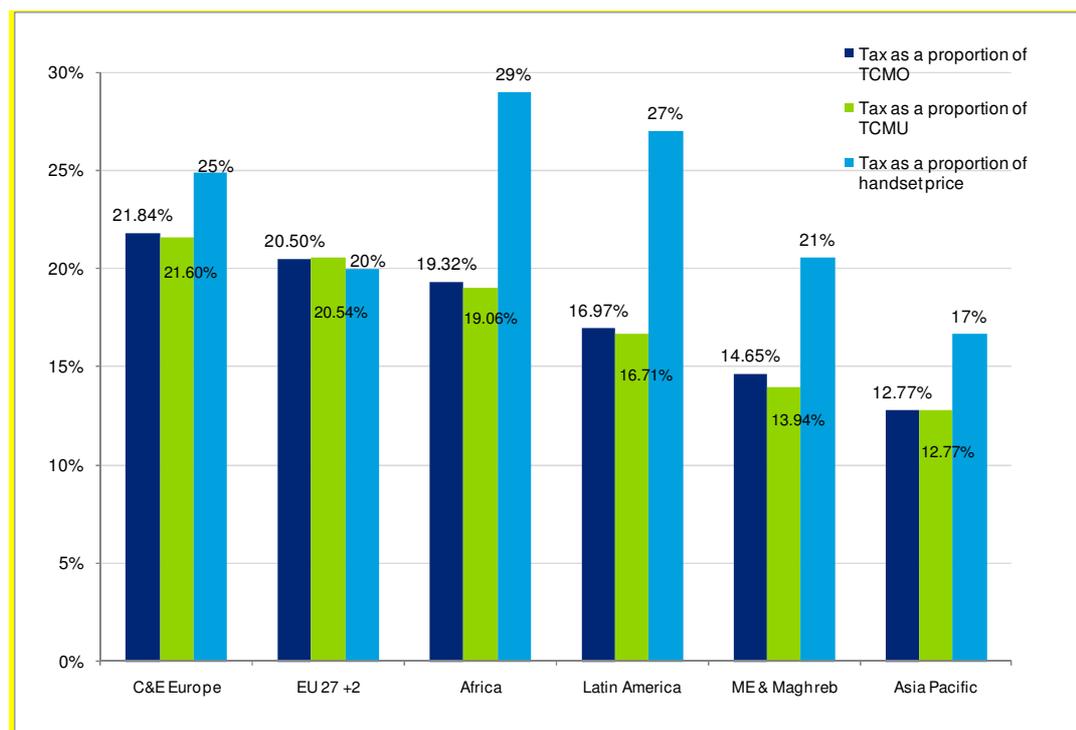
En Europa, el impuesto representa el mismo porcentaje de los costos de propiedad, uso y teléfonos. En otros países, los impuestos como porcentaje de los costos de teléfonos son mucho más altos que los impuestos al uso.

Europa Central y del Este muestran el impuesto promedio más alto como porcentaje del TCMO debido a los altos impuestos específicos de telefonía móvil que se gravan en Turquía, mientras que en las tasas de IVA más altos de la UE afectan el nivel del impuesto como un porcentaje de los costos del servicio de telefonía móvil.

La variación más pronunciada dentro de una región se produce en África. 17 naciones africanas del total de 30 países africanos en este estudio tienen el gravamen impositivo como un porcentaje del TCMO en un nivel superior al promedio mundial, en gran parte como resultado de la alta incidencia de impuestos a la cobertura radiofónica. África también muestra el porcentaje global más alto del impuesto al teléfono, lo que representa un promedio del 29% de los costos de teléfonos.

En Latinoamérica, los impuestos como un porcentaje de los costos de teléfonos también son altos, mientras que los consumidores asiáticos pagan el impuesto más bajo como un porcentaje de la propiedad del servicio de telefonía móvil debido a las bajas tasas de IVA y al gravamen impositivo específico limitado de telefonía móvil.

Figura 8 Impuestos como un porcentaje del TCMO, el TCMU y los costos de teléfonos por región



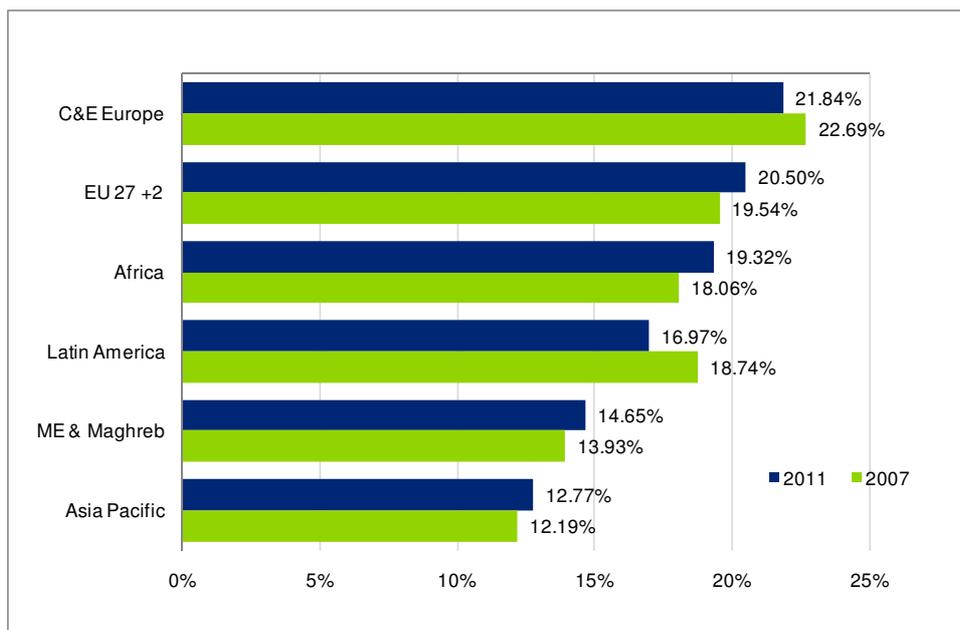
Fuente: análisis de Deloitte

“Los impuestos como un porcentaje de los costos de propiedad de telefonía móvil han aumentado en la mayoría de las regiones del mundo, pero han disminuido en Latinoamérica y en Europa Central y del Este”.

Medio Oriente/Magreb y África son las regiones donde se han experimentado los dos aumentos más grandes, los cuales se produjeron debido a los impuestos al uso. En Medio Oriente y Magreb, los países donde el uso de telefonía móvil está sujeto a un impuesto específico de telefonía móvil incluyen a Jordania y Egipto.

En África, el aumento fue impulsado por la proliferación de los impuestos al consumo de cobertura radiofónica, de tal manera que los impuestos como un porcentaje de los costos de uso han aumentado en un notable 13%. A pesar de que el impuesto como un porcentaje de los costos de teléfonos ha disminuido ligeramente debido a la reducción de los impuestos relacionados con los teléfonos en Kenia, Senegal y Burkina Faso, aún permanece como el más alto del mundo.

Figura 9 Impuesto como porcentaje del TCMO en las regiones, comparación con el sondeo de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

“El gravamen impositivo que discrimina la telefonía móvil y los perfiles de gravamen impositivo desequilibrado para los servicios de telefonía móviles relacionados evitan el logro de los beneficios completos de la tecnología de telefonía móvil”.

En este estudio, se ha descubierto que el gravamen impositivo de telefonía móvil como un porcentaje de los costos de propiedad de telefonía móvil ha aumentado mundialmente y se han destacado ciertas tendencias de gravamen impositivo específicas de la telefonía móvil en regiones en desarrollo. Se ha destacado también el perfil de gravamen impositivo desequilibrado de los servicios de telefonía móvil relacionados, ya que el gravamen impositivo representa un porcentaje mucho mayor de los costos de teléfonos que de otros costos de telefonía móvil en los mercados en desarrollo.

El gravamen impositivo específico de telefonía móvil puede causar la reducción de los beneficios económicos y sociales que generan las comunicaciones móviles y pone en riesgo el desarrollo y la adquisición de los servicios de información inalámbrica. El gravamen impositivo al uso, tal como los impuestos a la cobertura radiofónica, puede representar un obstáculo importante para el consumo de los servicios de telefonía móvil por parte de los sectores más pobres de la población, mientras que los impuestos a los teléfonos aumentan las barreras de acceso a los servicios de telefonía móvil y pueden causar un bajo consumo de información inalámbrica. Los perfiles de gravamen impositivo desequilibrado para los servicios relacionados pueden generar también incentivos de compra ineficientes en los consumidores y, además, limitar el acceso a los servicios de telefonía móvil.

Por el contrario, al eliminar el gravamen impositivo específico de telefonía móvil e imponer un perfil de gravamen impositivo equilibrado para los servicios relacionados con la telefonía móvil, se proporcionan incentivos más eficientes a los consumidores en cuanto a sus opciones de consumo y se puede mejorar la

evolución del consumo de telefonía móvil básica, como el acceso y uso, hacia servicios más avanzados impulsados por el potencial de la información inalámbrica y la Internet a través de los dispositivos móviles.

Los gobiernos, particularmente de los países en desarrollo, pueden considerar enfocarse en las estrategias de gravamen impositivo para aumentar el desarrollo económico en lugar de adoptar políticas que puedan crear barreras para más personas que poseen y utilizan un teléfono móvil.

1 Introducción

La Asociación GSM (“la GSMA”) ha encargado este artículo y, a continuación, se presentan dos estudios anteriores sobre gravamen impositivo en servicios de telefonía móvil que llevó a cabo la GSMA.

En 2005, la GSMA desarrolló su primer estudio sobre impuestos y la brecha digital², en busca de comprender en su totalidad las tarifas impositivas que afectan a las telecomunicaciones en los países en desarrollo y el impacto que puede tener la reducción de impuestos en los teléfonos móviles y los nuevos servicios. Los hallazgos importantes del estudio demostraron que los impuestos de las telecomunicaciones eran desproporcionalmente altos en muchos países en desarrollo y que incluso pequeñas reducciones en los impuestos pueden atraer de manera notable más usuarios de telefonía móvil.

En 2007, el análisis se extendió para incluir un mayor grupo de países, en particular, mediante la inclusión de los países en transición de Europa del Este³. También se investigó el vínculo entre impuestos más bajos y oportunidades de ingresos a largo plazo para los gobiernos, lo que demostró que mediante la reducción de impuestos se puede lograr un crecimiento económico en los países menos desarrollados.

En este tercer informe, se analizan los impuestos a las telecomunicaciones móviles pagados por los consumidores en 2010/11 en un mayor número de jurisdicciones en Europa, África, Asia, Medio Oriente, Latinoamérica y la región del Pacífico.

Este informe es parte de un estudio más amplio de Deloitte/GSMA sobre las tendencias de gravamen impositivo de telefonía móvil en el mundo⁴.

1.1 Antecedentes

Las telecomunicaciones móviles se han vuelto de suma importancia para el desarrollo económico y social de un país, y han tenido un profundo efecto en la vida de las personas y las economías globales. La escala de tecnología y de la industria ha hecho asequibles a los teléfonos móviles alrededor del mundo y, actualmente, las conexiones móviles se posicionan en más de 5,5 mil millones.

Se lleva a cabo ahora una oleada notable de inversiones proveniente de los MNO (Operadores de redes móviles) en todo el mundo para ofrecer servicios de datos móviles y conectividad de Internet asequibles para los consumidores. La banda ancha inalámbrica se considera un factor esencial para reducir la brecha digital. En mercados desarrollados, los gobiernos toman en consideración las redes de banda ancha móvil para aumentar la rápida penetración de Internet, especialmente en áreas rurales. En mercados en desarrollo, el acceso a Internet extendido se ha identificado como una cuestión fundamental para el crecimiento en la educación y los negocios y la reducida presencia de las redes fijas convierte a la banda ancha inalámbrica en un componente crucial de la penetración y el desarrollo de Internet.

² GSMA, “Impuestos y la brecha digital: de qué manera se puede conectar a nuevos usuarios mediante los nuevos enfoques”, 2005.

³ GSMA/Deloitte, “Revisión impositiva mundial de telefonía móvil 2006/7”, 2007.

⁴ Informes diferentes de Deloitte/GSMA sobre la finalización del recargo en el entrante internacional en África y sobre la telefonía móvil y el gravamen impositivo en Kenia, Croacia y Bangladesh se publicarán de forma paralela a este informe.

En países en desarrollo, la banda ancha inalámbrica será crucial para el desarrollo económico. Basado en el análisis de 120 países, el Banco Mundial ha indicado que por cada 10% de aumento en la penetración de los servicios de banda ancha hay un aumento en el crecimiento económico del 1,3%⁵. Una investigación adicional indicó que los países con un 80% de penetración de banda ancha tienen el doble de innovación que los países con 40% de penetración, y que un aumento de la penetración de banda ancha en un 10% se traduce en un 1,5% de aumento en la productividad laboral de un país⁶.

Sin embargo, hay una serie de barreras altas que todavía limitan la penetración, la cual todavía es baja en varios países africanos y asiáticos, lo que genera preocupación por la adquisición de la banda ancha inalámbrica. La baja penetración y el poco uso evitan el logro de los beneficios completos de la telefonía móvil. La baja adquisición de la banda ancha inalámbrica puede actuar como una barrera para el desarrollo económico y la inversión extranjera directa, especialmente en países con baja penetración de Internet.

1.2 Metodología y alcance del estudio

Este estudio describe el gravamen impositivo para el consumidor a nivel mundial y se enfoca en los impuestos especiales específicos de la telefonía móvil al acceso, por ej., al teléfono y al uso, a la cobertura radiofónica, que contribuyen a reducir la penetración y el consumo de servicios de telefonía móvil. Propiamente dicho, el objetivo de este estudio es cuantificar los impuestos pagados por los consumidores como un porcentaje de los costos de propiedad y de uso de los servicios de telefonía móvil.

De acuerdo con la metodología desarrollada para el estudio de 2007⁷, los impuestos a los servicios de telefonía móvil del consumidor se han cuantificado como porcentaje del costo total de propiedad de telefonía móvil ("TCMO") y el costo total del uso de la telefonía móvil ("TCMU") en un panel de 111 países en todo el mundo, identificado en la Tabla 1.

Tabla 1 Países incluidos en la industria

| África subsahariana | | Magreb y Medio Oriente | Latinoamérica | Asia Pacífico | Europa Central y del Este | UE 27 (+2) | |
|---------------------|--------------|------------------------|----------------------|---------------|---------------------------|-----------------|--------------|
| Angola | Níger | Argelia | Argentina | Australia | Albania | Austria | Portugal |
| Botsuana | Nigeria | Egipto | Bolivia | Bangladesh | Azerbaiyán | Bélgica | Rumania |
| Burkina Faso | Ruanda | Irán | Brasil | Bután | Croacia | Bulgaria | Eslovaquia |
| Camerún | Senegal | Jordania | Chile | Camboya | Georgia | Chipre | Eslovenia |
| Chad | Sierra Leona | Mauritania | Colombia | China | Kazajstán | República Checa | España |
| Congo B. | | Marruecos | República Dominicana | India | Montenegro | | Suecia |
| Costa de Marfil | Sudáfrica | Siria | Ecuador | Indonesia | Federación Rusa | Dinamarca | Países Bajos |
| Rep. Dem. del Congo | Suazilandia | Túnez | Guatemala | Laos | Serbia | Estonia | Reino Unido |
| Etiopía | Tanzania | Yemen | México | Malasia | Turquía | Francia | |
| Gabón | Uganda | | Nicaragua | Nepal | Ucrania | Alemania | Noruega* |
| | Zambia | | | Nueva | | | |

⁵ Banco Mundial, Qiang, 2009.

⁶ Booz & Company, habilitación de autopistas digitales sostenibles; estrategias para la banda ancha de próxima generación.

⁷ GSMA/Deloitte, "Revisión impositiva mundial de telefonía móvil 2006/7", 2007.

| África subsahariana | | Magreb y Medio Oriente | Latinoamérica | Asia Pacífico | Europa Central y del Este | UE 27 (+2) | |
|---------------------|----------|------------------------|-------------------|--------------------|---------------------------|------------|--------|
| Gambia | Zimbabue | | Paraguay | Zelanda | Uzbekistán | Grecia | Suiza* |
| Ghana | | | Perú | Paquistán | | Hungría | |
| Guinea | | | Trinidad y Tobago | Papúa Nueva Guinea | | Irlanda | |
| Kenia | | | Venezuela | Filipinas | | Italia | |
| Lesoto | | | | Samoa | | Letonia | |
| Madagascar | | | | Sri Lanka | | Lituania | |
| Malawi | | | | Tailandia | | Luxemburgo | |
| Islas Mauricio | | | | Vietnam | | Malta | |
| Mozambique | | | | | | Polonia | |

* Noruega y Suiza están incluidos en el mismo grupo que los otros países de la UE 27, debido a similitudes de mercado y geográficas

Fuente: análisis de Deloitte

El TCMO es un concepto útil a fin de cuantificar el costo total para un consumidor promedio de propiedad y uso de un teléfono móvil, ya que considera todos los componentes típicos que requieren los consumidores de la telefonía móvil. Estos componentes incluyen costos de teléfonos, de conexión⁸, de alquiler (habitualmente para servicios de postpago) y de llamada y uso de SMS⁹. El TCMU se enfoca en el uso del servicio y no incluye los costos de teléfono y conexión.

Cada uno de los componentes de costo identificados anteriormente incluye el precio del componente real, así como los impuestos pagados por los consumidores. Los impuestos típicos del consumidor que se aplican a los servicios de telefonía móvil incluyen:

- Impuesto al valor agregado (“IVA”) o impuesto general a las ventas (“IGV”): estos son impuestos en los que incurre el consumidor cuando compra cada componente de propiedad y uso de un teléfono móvil. Estos impuestos son ‘ad valorem’ y, a menudo, se expresan como un porcentaje del valor del bien o servicio. En ocasiones, los servicios de telefonía móvil tienen un mayor IVA, por ej., en Paquistán, el IVA para las telecomunicaciones es 3,5% más alto que el IVA para otros bienes.
- Aranceles aduaneros e impuestos al consumo para bienes importados. En la telefonía móvil, los usuarios de los países en desarrollo habitualmente pagan impuestos de importación para los teléfonos y otros dispositivos móviles. Estos se pueden expresar como un porcentaje del valor del teléfono, como una suma fija o como ambos. Estos también se aplican generalmente a las importaciones de tarjetas SIM, que pagan los MNO y se venden como parte del servicio de conexión inicial.
- Los impuestos especiales a los teléfonos, que en ciertos países todavía se consideran artículos suntuarios y, a menudo, reciben altas tasas de aranceles aduaneros y otras contribuciones especiales, por ej., en Gabón los teléfonos móviles están sujetos a un 30% de arancel aduanero y a una tarifa fija de \$5.

⁸ Los costos de teléfono y conexión se amortizan en un período apropiado.

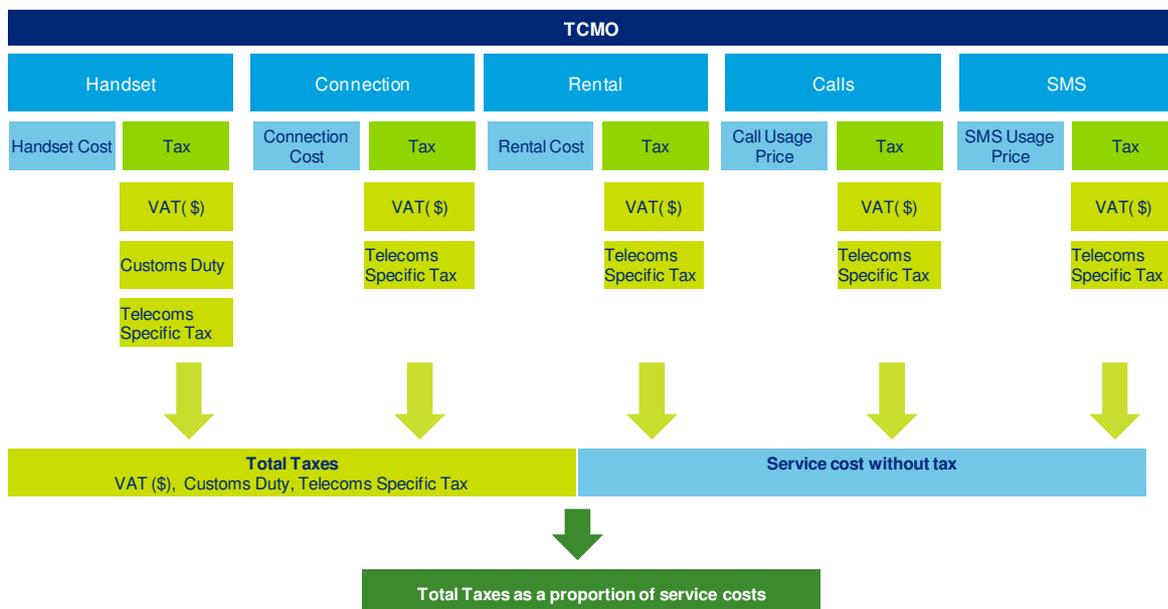
⁹ El TCMO debe incluir también el uso de datos de Internet, en particular en mercados desarrollados. Sin embargo, no pudimos obtener suficientes datos en el uso y precios de Internet.

- Impuestos especiales a la comunicación en el uso de telefonía móvil: varios países cobran todavía impuestos específicos a los consumidores por el uso de los servicios de telefonía móvil. Por ejemplo, el impuesto al consumo de cobertura radiofónica se aplica en varios países africanos, lo que impacta en el uso de las llamadas y los SMS además del IVA.
- Otros impuestos específicos de las telecomunicaciones, tales como impuestos a la activación de SIM u otros impuestos a la conexión, por ej., en Bangladesh y Turquía, y contribuciones mensuales para los clientes de servicio postpago.
- Otros impuestos especiales, como por ejemplo, ingresos brutos de los operadores de telefonía móvil en Croacia, introducidos como respuesta a la crisis financiera, y un impuesto de seguro de salud gravado a los servicios de telefonía móvil en Ghana.

Los datos sobre los costos promedio del teléfono de venta al por menor, la conexión, el alquiler, la llamada y el SMS para consumidores de servicio prepago y postpago se recolectaron para calcular el TCMO y el TCMU en cada uno de los países del panel. Los datos sobre el nivel de impuestos que se aplican a cada uno de los paquetes de consumo de telefonía móvil del consumidor se recolectaron también con la ayuda de los MNO y de la red global de Deloitte

El impuesto gravado en cada componente de telefonía móvil se calculó entonces al extrapolar el valor impositivo basado en una investigación sobre tasas impositivas. Se calcularon el TCMO, el TCMU y los impuestos como un porcentaje de los costos de servicios. La Figura 10 ilustra el método para calcular los impuestos totales en que incurren los consumidores como un porcentaje del TCMO y el TCMU. La metodología se describe en mayor detalle en el 0 de este artículo.

Figura 10 Metodología aplicada



Fuente: análisis de Deloitte

1.3 Este informe

Este informe presenta los resultados del análisis actualizado sobre el gravamen impositivo específico de telefonía móvil, mediante el cálculo del porcentaje de los impuestos pagados por los consumidores cuando adquieren servicios de telefonía móvil en un panel de 111 países en todo el mundo y se estructura de la siguiente manera:

- En la sección 22 a 43, se presentan los resultados globales sobre el gravamen impositivo y el TCMO, el TCMU y los costos de teléfonos respectivamente.
- En la sección 54, se trata el gravamen impositivo específico de la telefonía móvil.
- En la sección 65, se tratan los problemas de gravamen impositivo que afectan a los MNO en todo el mundo.
- En la sección 76, se describe en mayor detalle la manera en que varían los impuestos a la telefonía móvil en el mundo por región geográfica.
- En la sección 87, se presentan las conclusiones y las consecuencias de este trabajo.

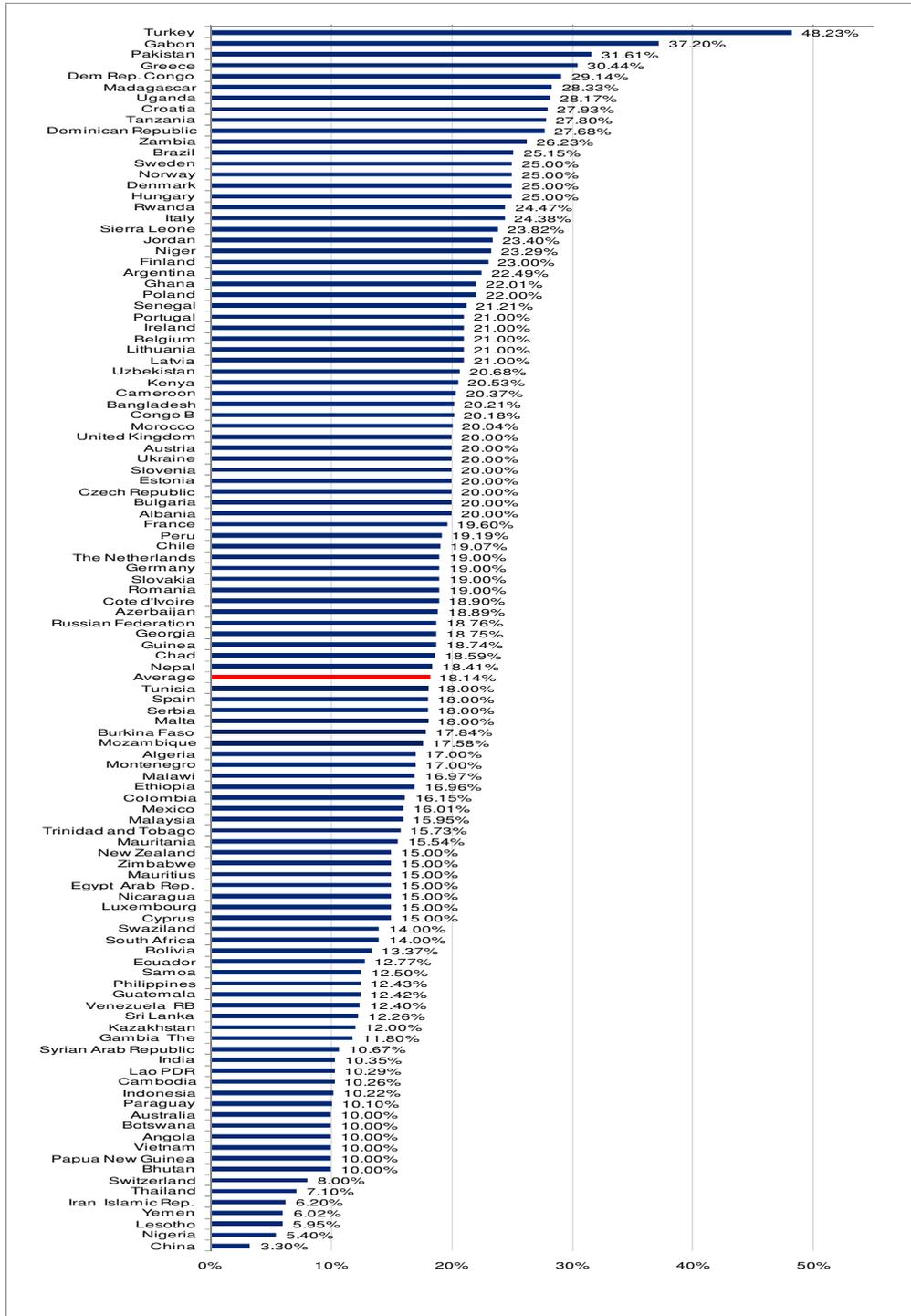
Los apéndices al final de este informe proporcionan:

- Más detalles sobre la metodología y las presunciones empleadas en este estudio, y sobre las fuentes de los datos utilizados.
- Clasificaciones de países para los impuestos como un porcentaje del porcentaje del TCMO.
- Ejemplos de cargas normativas y otras prácticas contables correspondientes a los MNO en una cantidad seleccionada de países.

2 Impuestos y el costo de propiedad de telefonía móvil

La Figura 11 ilustra los impuestos como un porcentaje del TCMO y clasifica las 111 jurisdicciones en la muestra mediante el porcentaje del TCMO contabilizado por impuestos.

Figura 11 Impuestos como una porción del TCMO



Fuente: análisis de Deloitte

Los perfiles de gravamen impositivo de telefonía móvil son todavía muy diferentes en los países del panel y el impuesto promedio como un porcentaje del TCMO es de 18,14% comparado con un nivel de 17,44% en

2007. Aun cuando se considera la misma muestra de países incluidos en 2007, hoy en día los impuestos se encuentran en un 18,05%.

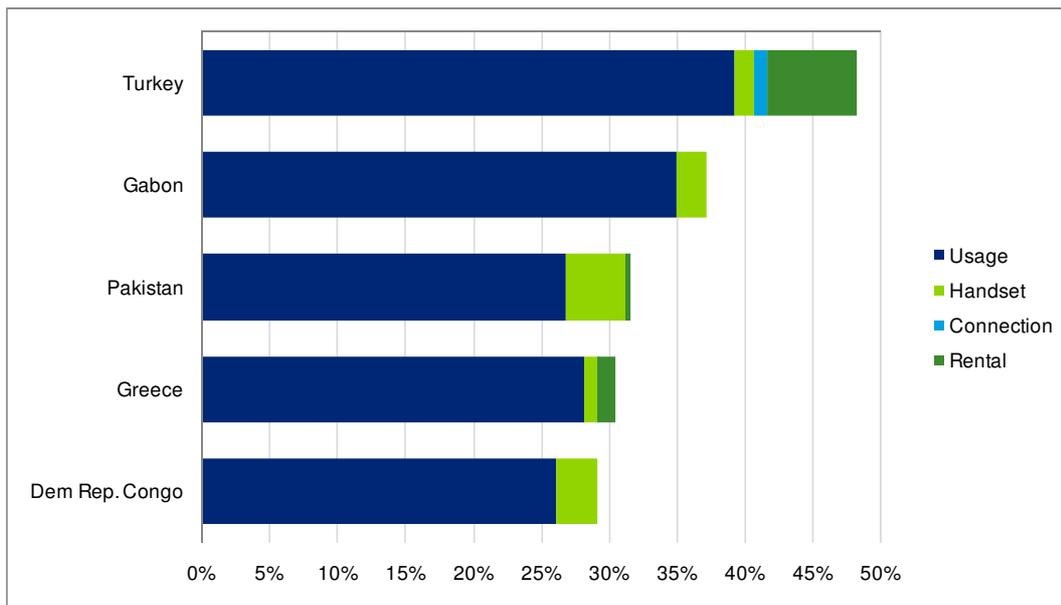
Turquía continúa en la clasificación más alta de países con impuestos como porcentaje del TCMO de más de 48%, comparado con un valor de 44% en 2007, mientras que Gabón se clasifica segundo con impuestos como porcentaje del TCMO de 37%. Este es un aumento notable a partir de un valor de 19% en 2007. Paquistán se clasifica tercero con impuestos como un porcentaje del TCMO de 32%, debido a los altos impuestos fijos y variables a la propiedad y al uso de telefonía móvil. De los diez países con impuestos más altos como un porcentaje del TCMO, cinco son africanos.

Los países con el gravamen impositivo más bajo como porción de los costos de telefonía móvil son aquellos con bajos niveles de IVA y ningún otro impuesto como China, Nigeria y Lesoto. En Lesoto, los servicios de telefonía móvil reciben un IVA inferior, ya que su el gobierno ha reconocido la importancia social de las comunicaciones móviles.

Los impuestos especiales y específicos de telecomunicaciones, tales como los impuestos al consumo de cobertura radiofónica y los impuestos especiales a los teléfonos son todavía los elementos impositivos principales en los países con mayor carga impositiva. En la Figura 12 a continuación se identifican los cinco países de más arriba que muestran el gravamen impositivo más alto para la propiedad de telefonía móvil:

- Los consumidores en Turquía están sujetos a un impuesto de consumo especial de 20% a los teléfonos, además del IVA de 18%. Un impuesto de comunicaciones especial de 25% se aplica al uso. Se aplica un impuesto de comunicaciones fijo de 34TL a la conexión, además de una tarifa adicional inalámbrica de 13,2TL.
- Gabón cobra un IVA de 18% a los teléfonos móviles, además de un impuesto de telecomunicaciones especial de \$5 por teléfono y un arancel aduanero de 30% a cada teléfono que se importa al país. Un impuesto al consumo de cobertura radiofónica se aplica también a una tasa de 18%, lo que resulta en impuestos totales de 37%.
- En Paquistán, los teléfonos y la conexión reciben un impuesto fijo de Rs 250. Se aplica un impuesto retenido del 11,5% (equivalente a un impuesto al consumo de cobertura radiofónica) a las tarjetas de llamadas de prepago. Este ha aumentado recientemente a partir del 10%. El sector de las telecomunicaciones está sujeto también a una tasa de IVA de 19,5%, que es 3,5% más alto que en otros sectores de la economía.
- En Grecia, se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica del 12% al uso de llamadas y SMS, además del IVA.
- En el Congo (RDC), se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%, además de una tasa de arancel aduanero de 26,5% a los teléfonos.

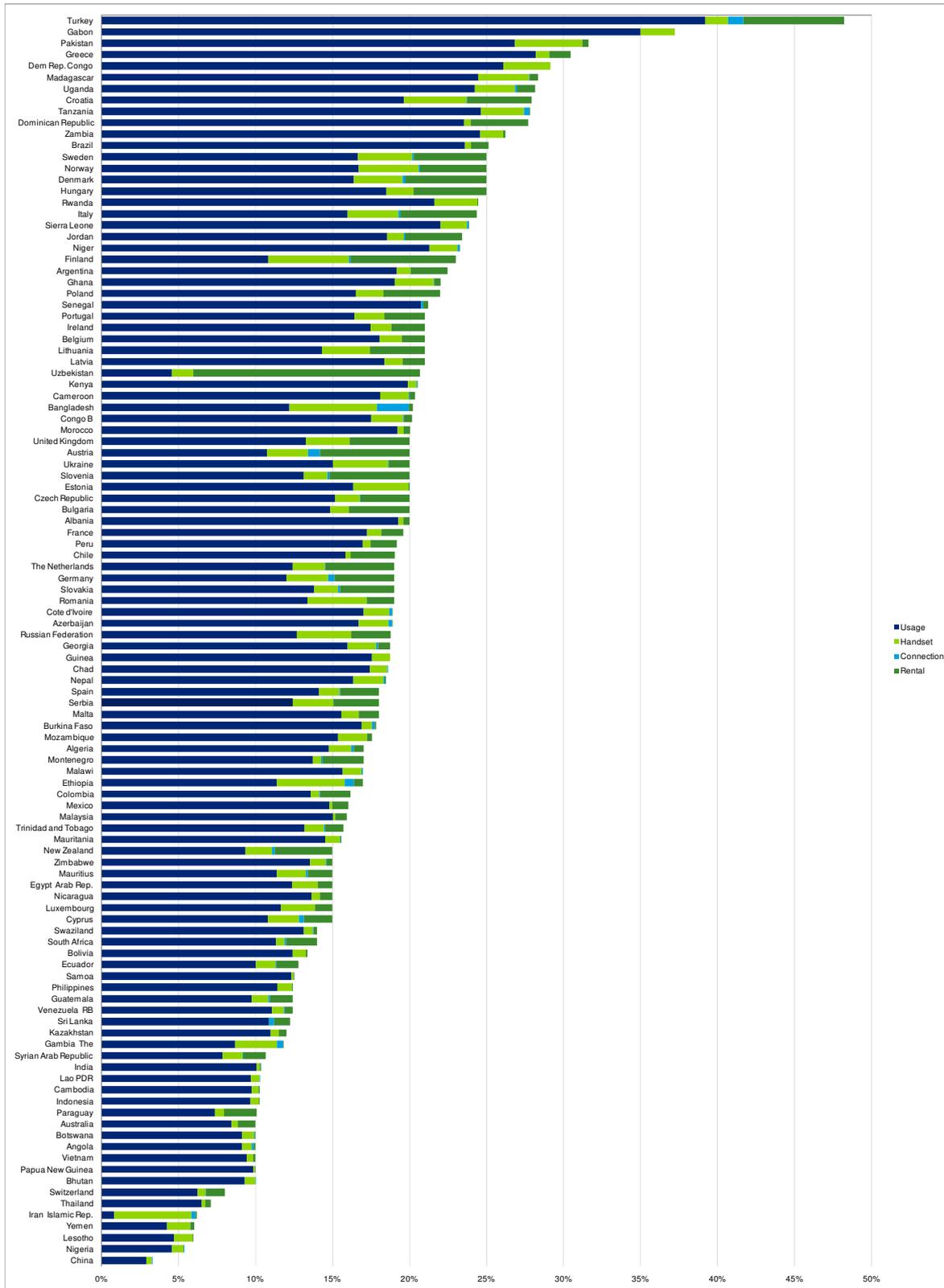
Figura 12 Impuestos como porcentaje del TCMO con desglose de los componentes de servicio, los cinco países de la clasificación más alta



Fuente: análisis de Deloitte

Se aprecia una mayor disgregación que muestra los impuestos como un porcentaje del uso, la conexión del teléfono y los costos de alquiler, Figura 13, lo que demuestra para cada país del estudio cómo se dividen los impuestos entre los componentes de servicio. En promedio, esto demuestra que los impuestos al uso representan el mayor componente de impuestos totales, seguido por los impuestos de teléfonos, impuestos a la conexión e impuestos al alquiler. Los impuestos al uso y a los teléfonos se tratan con más detalle más adelante en el informe.

Figura 13 Impuestos como proporción del TCMO por componentes de servicio



Fuente: análisis de Deloitte

Los servicios de prepago se gravan con impuestos ligeramente inferiores al pago postal. En promedio, los impuestos como porcentaje del TCMO para los servicios de prepago son de 18,08% comparados con 18,44% para los servicios de postpago. Además de los mismos impuestos que se aplican a los servicios de prepago, en algunos países los servicios de postpago aún están sujetos a un mayor gravamen impositivo específico.

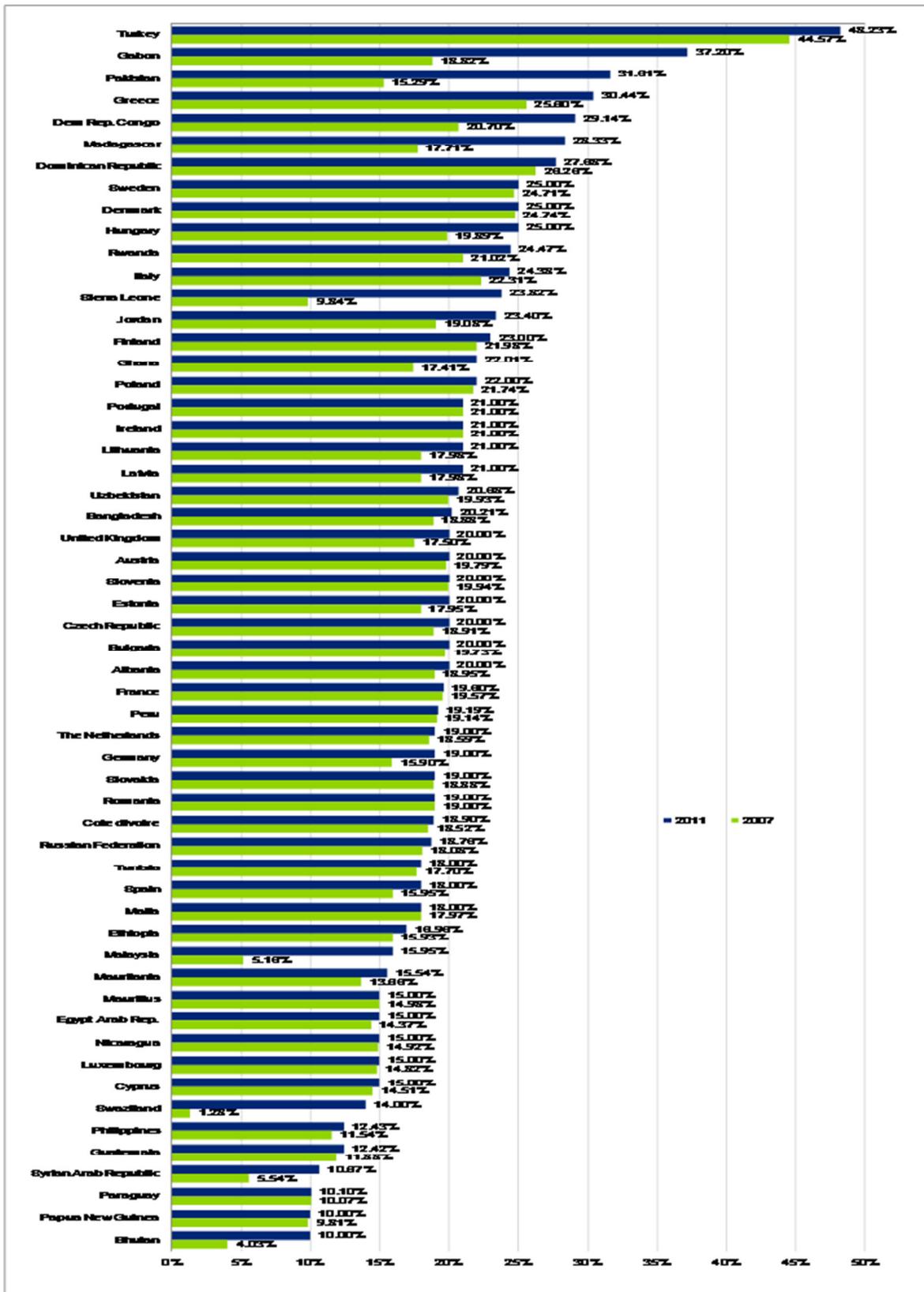
Por ejemplo, en Italia, se aplica un impuesto especial de €5,16 a €12,91 al alquiler mensual, mientras que en Argentina se aplica un impuesto especial de 12,9%.

En la Figura 14 y la Figura 15, se muestra la variación en los impuestos como un porcentaje del TCMO en todos los países que se analizaron en 2007 y en 2011, que también se resume en el 0 de este artículo.

56 países de la muestra han experimentado un aumento en el gravamen impositivo de telefonía móvil en relación con 2007: estos incluyen los 5 países con el impuesto más alto como un porcentaje del TCMO en 2011, por ej., Turquía, Gabón, Paquistán, Grecia y el Congo.

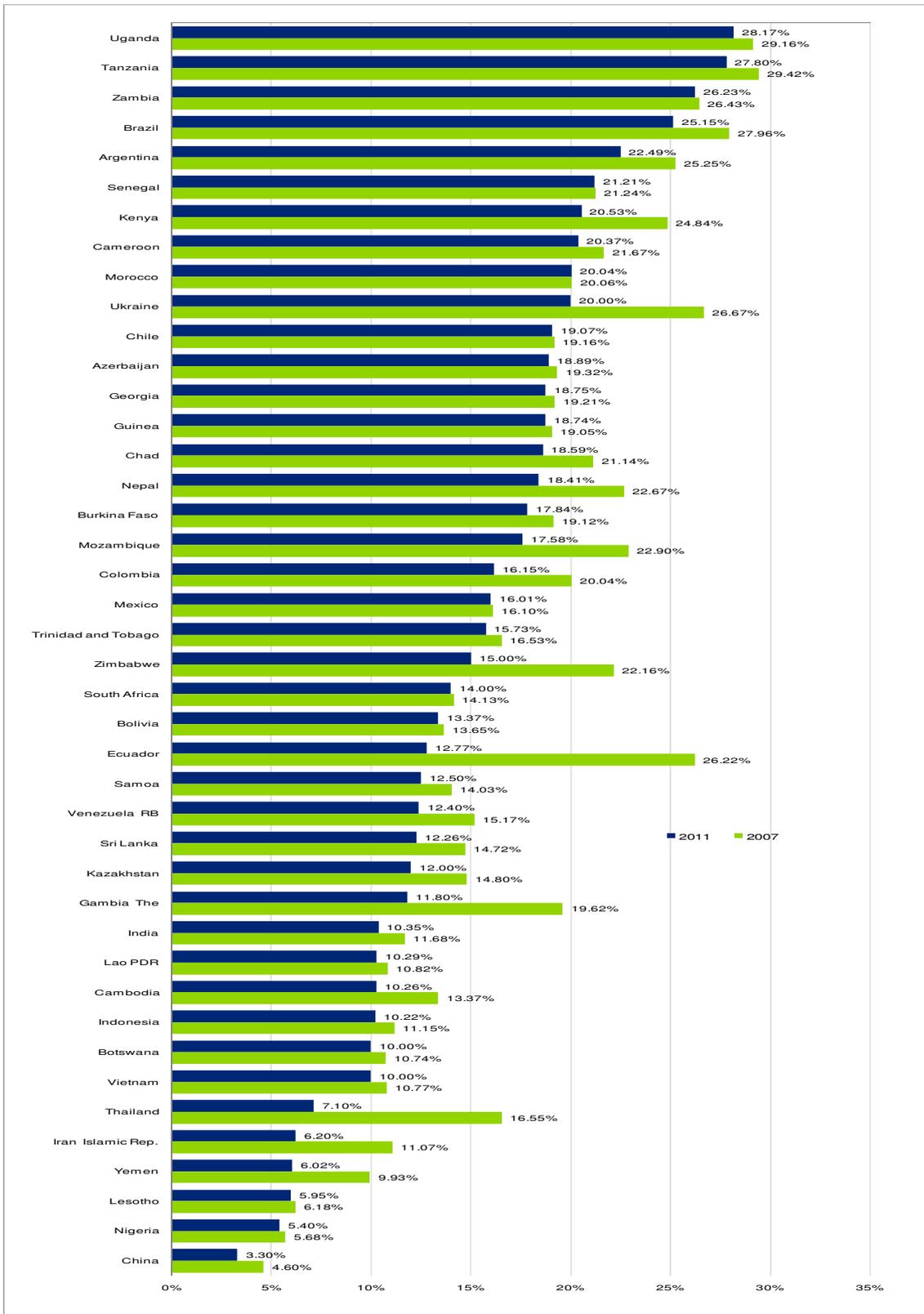
En el otro extremo de la escala, 42 países han mostrado reducciones en los impuestos como un porcentaje del TCMO. En Latinoamérica, Ecuador muestra la mayor reducción: el gobierno ha eliminado un arancel impositivo al consumo de 20% en todos los componentes de servicio, en tal medida que, hoy en día, se aplican un arancel aduanero de 12% y un IVA de 20%. Esta política ha reducido los impuestos como porcentaje del TCMO en Ecuador de un 26% a un 13% desde 2007 hasta 2011.

Figura 14 Países en los que ha aumentado el impuesto como porcentaje del TCMO desde el estudio de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 15 Países en los que ha disminuido el impuesto como porcentaje del TCMO desde el estudio de 2007



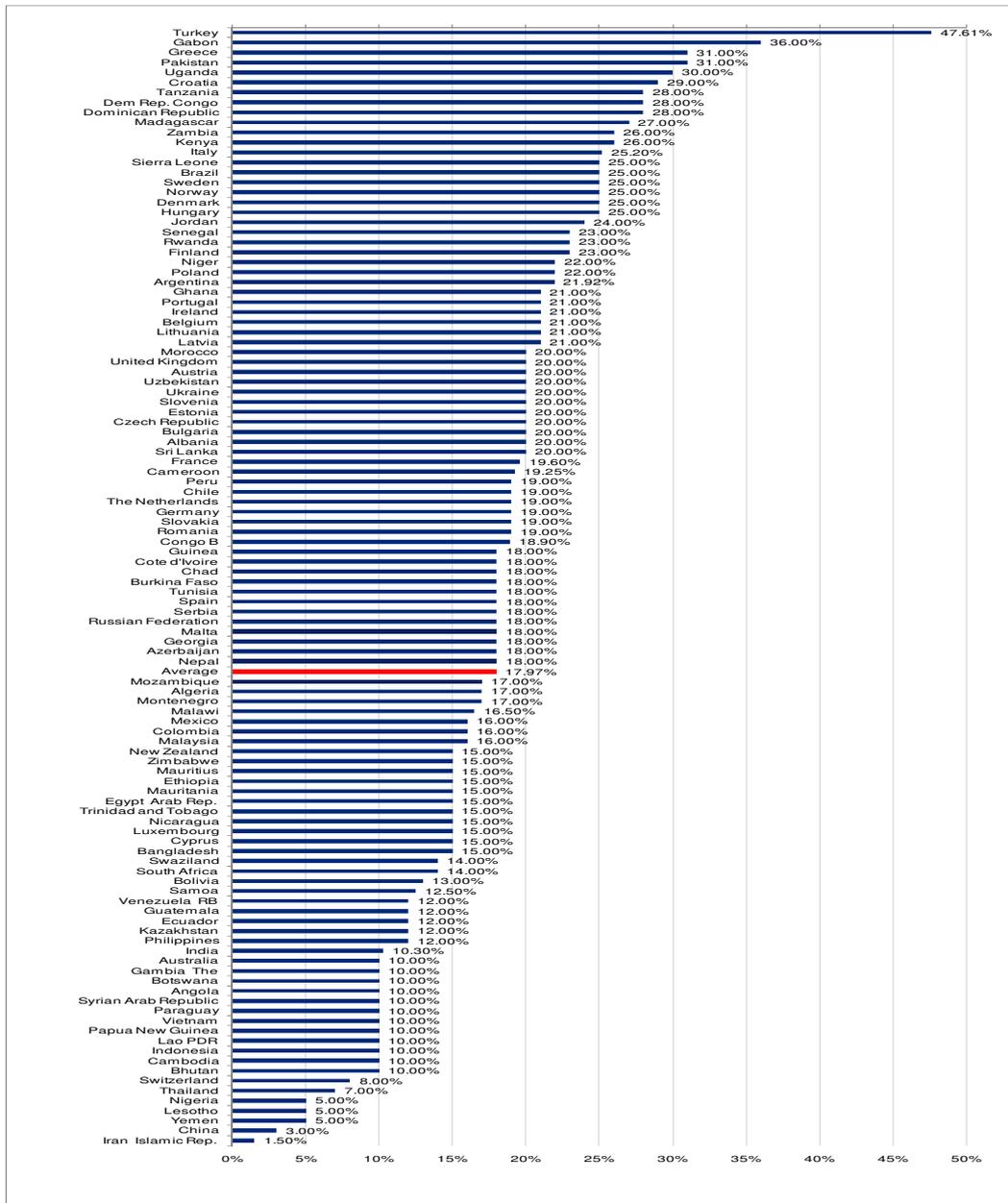
Fuente: análisis de Deloitte

Impuestos y el costo de uso de telefonía móvil

El TCMU refleja el costo del uso de un teléfono móvil cuando se ha realizado la inversión de “acceso” de comprar un teléfono y una conexión y, por lo tanto, indica el gasto realizado en llamadas y SMS.

Los resultados del análisis paíspor país sobre los impuestos como un porcentaje de los costos de uso de telefonía móvil se muestran en la Figura 16. Los consumidores pagan ahora un promedio de 17,97% de su costo de uso de telefonía móvil como impuesto, lo que representa un aumento a partir de 16,91% en 2007.

Figura 16 Impuestos como un porcentaje del TCMU



Fuente: análisis de Deloitte

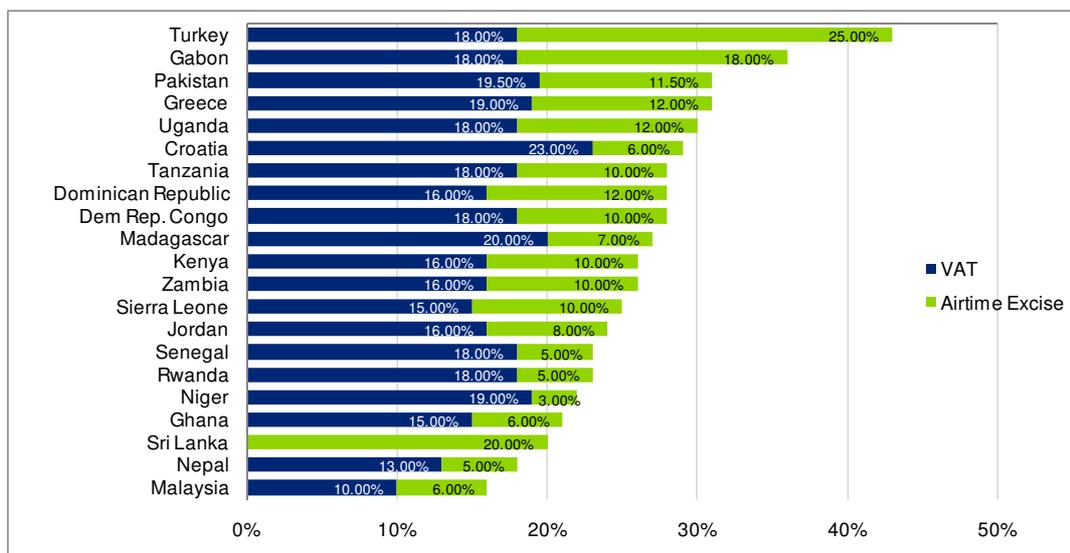
Los impuestos al uso incluyen habitualmente el IVA y otros impuestos generales a las ventas. Sin embargo, varios países, especialmente en África, continúan teniendo una carga impositiva al consumo de cobertura

radiofónica que se impone además del IVA. Algunos gobiernos, por ej., de Croacia¹⁰ y Serbia¹¹, han recurrido a este gravamen impositivo adicional al uso como respuesta directa ante la crisis financiera de 2008, lo que produjo un mayor desgaste del margen para los MNO.

En los 12 países donde el impuesto es el más alto como una porción de los costos de uso, se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica. Este se encuentra en 25% en Turquía, 18% en Gabón, 12% en Grecia, 11,5% en Paquistán y 12% en Uganda, los cinco países más altos en el panel para los impuestos como porcentaje del TCMU.

21 países de 111 en el estudio cobran un impuesto especial al uso, como se muestra en la Figura 17. Dichos impuestos pueden representar una barrera al desarrollo de los servicios, ya que producen una reducción del uso para los consumidores, especialmente en los países en desarrollo donde los consumidores tienen menores niveles de ingreso. Además, la mayoría de los consumidores de servicios de telefonía móvil de los países en desarrollo son usuarios de servicios de prepago. Como tal, los impuestos al uso en estos países representan una barrera clave para el uso, ya que afectan directamente los precios de venta al por menor, lo que eleva el costo de estos servicios y produce una reducción en su consumo.

Figura 17 Países que cobran un impuesto al consumo de cobertura radiofónica



Fuente: análisis de Deloitte

Al tener en cuenta los países que formaron parte del estudio de 2007, 12 países africanos cobran impuestos al consumo de cobertura radiofónica a los consumidores en 2011, mientras que en 2007, solamente seis países africanos cobraban dicho impuesto. Desde el estudio de 2007, el Congo (RDC), Gabón, Madagascar y Sierra Leona, Ruanda y Senegal han introducido impuestos al consumo de cobertura radiofónica. En Ruanda, el gobierno espera aumentar el uso de cobertura radiofónica a 8% a partir del nivel actual de 5% en la siguiente ronda presupuestaria¹².

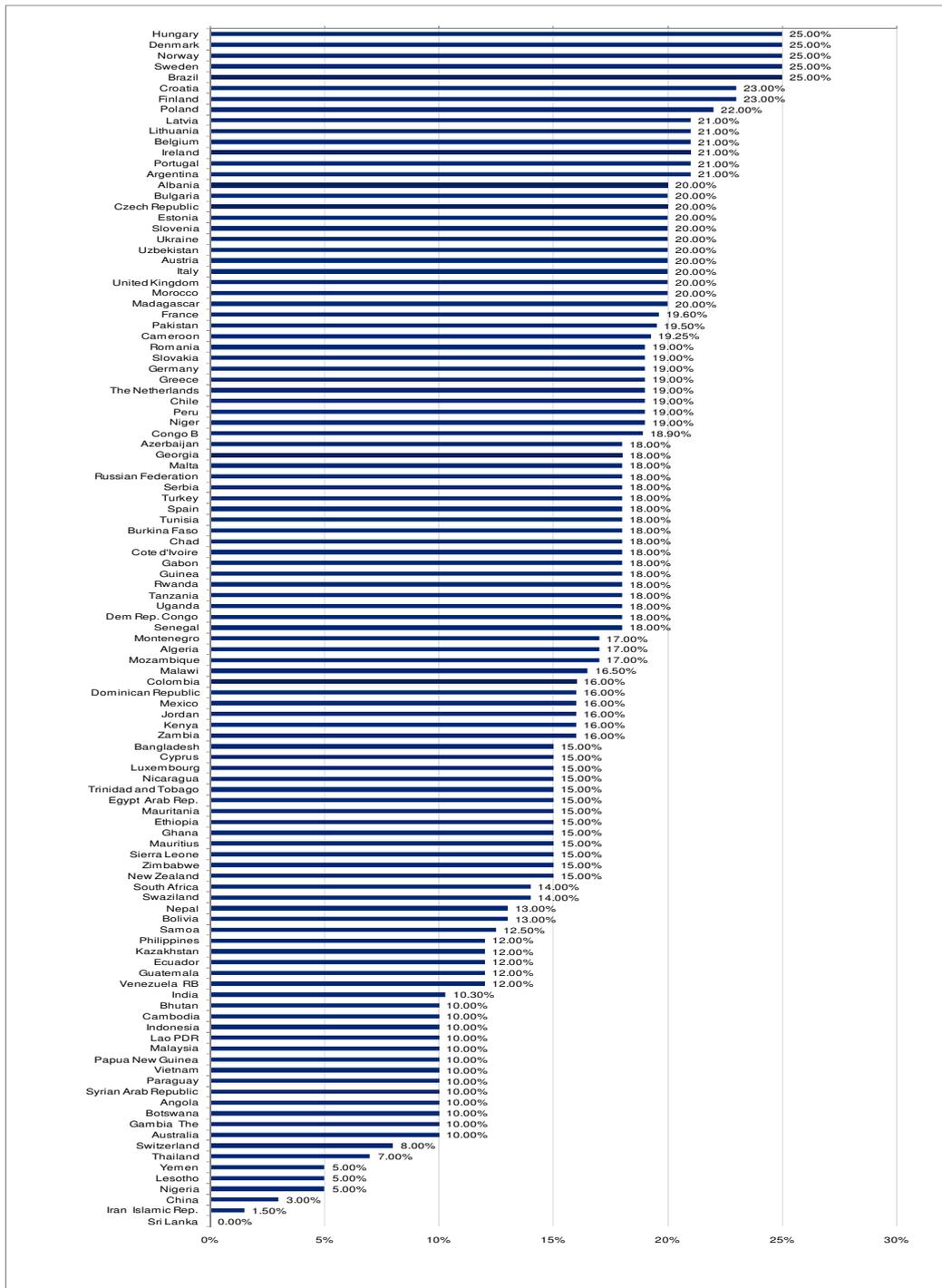
¹⁰ A pesar de que no está definido por el gobierno croata como un impuesto al consumo de cobertura radiofónica como en África, este costo genera un impacto similar en los consumidores y, por lo tanto, se ha incluido en esta categoría.

¹¹ En Serbia, este impuesto se eliminó en 2010.

¹² <http://www.busiweek.com/10/page.php?aid=841>

El IVA es un componente esencial del impuesto como porcentaje del TCMU. En la Figura 18 a continuación, se muestran las tasas de IVA para todos los países del estudio. Indica que se aplican tasas de IVA más altas en Europa y en Europa Central y del Este en comparación con muchos países asiáticos que tienen tasas de IVA inferiores. Los países con impuestos más bajos como un porcentaje de los costos de uso son, generalmente, aquellos con bajos niveles de IVA y en los que no se grava ningún otro impuesto al uso.

Figura 18 Niveles de IVA o de impuesto general a las ventas



Fuente: análisis de Deloitte

3 Impuestos a los teléfonos

Los impuestos a los teléfonos móviles son otro componente significativo del TCMO e incluyen:

- Derechos de importación, en particular, los que se aplican en los países en desarrollo y que afectan al precio de venta al por menor de un teléfono.
- Derechos aduaneros especiales: en algunas ocasiones, los teléfonos se consideran bienes suntuosos y se aplica un arancel aduanero especial, por ejemplo, en Gabón, los teléfonos móviles están sujetos a un impuesto especial de \$5.
- Otros impuestos especiales: varios países, por ejemplo Gabón, Zambia, Paquistán y Bangladesh aplican un impuesto especial a la adquisición de teléfonos.
- Tarifas de derecho de autor: ciertos gobiernos de mercados desarrollados, por ej., Italia, han impuesto una tarifa fija a los teléfonos inteligentes (Smartphone), al argumentar que se debe gravar impuestos al consumo de contenido de medios audiovisuales. Los beneficios de este impuesto se utilizan para subsidiar al Instituto de Protección de Derechos de Autor.

Los costos de teléfonos representan la barrera más importante para el consumo de servicios de telefonía móvil, particularmente en mercados en desarrollo. Los impuestos a los teléfonos producen un aumento en la barrera de los costos para los usuarios primerizos de teléfonos, en particular para los usuarios de bajos ingresos.

Hoy en día, el impuesto como porcentaje de los costos de teléfonos se encuentra en 23,29%. Mientras que esta es una ligera reducción en el nivel de 2007 de 24,24%, el impuesto como porcentaje del costo del teléfono es mucho mayor que en el total de los costos de propiedad o de uso. El impuesto representa más de un tercio del costo de un teléfono en 20 países, mientras que en 11 países en todo el mundo, de los cuales siete son africanos, el 40% de los costos de teléfonos se gasta ahora en impuestos, como se muestra en la Figura 19.

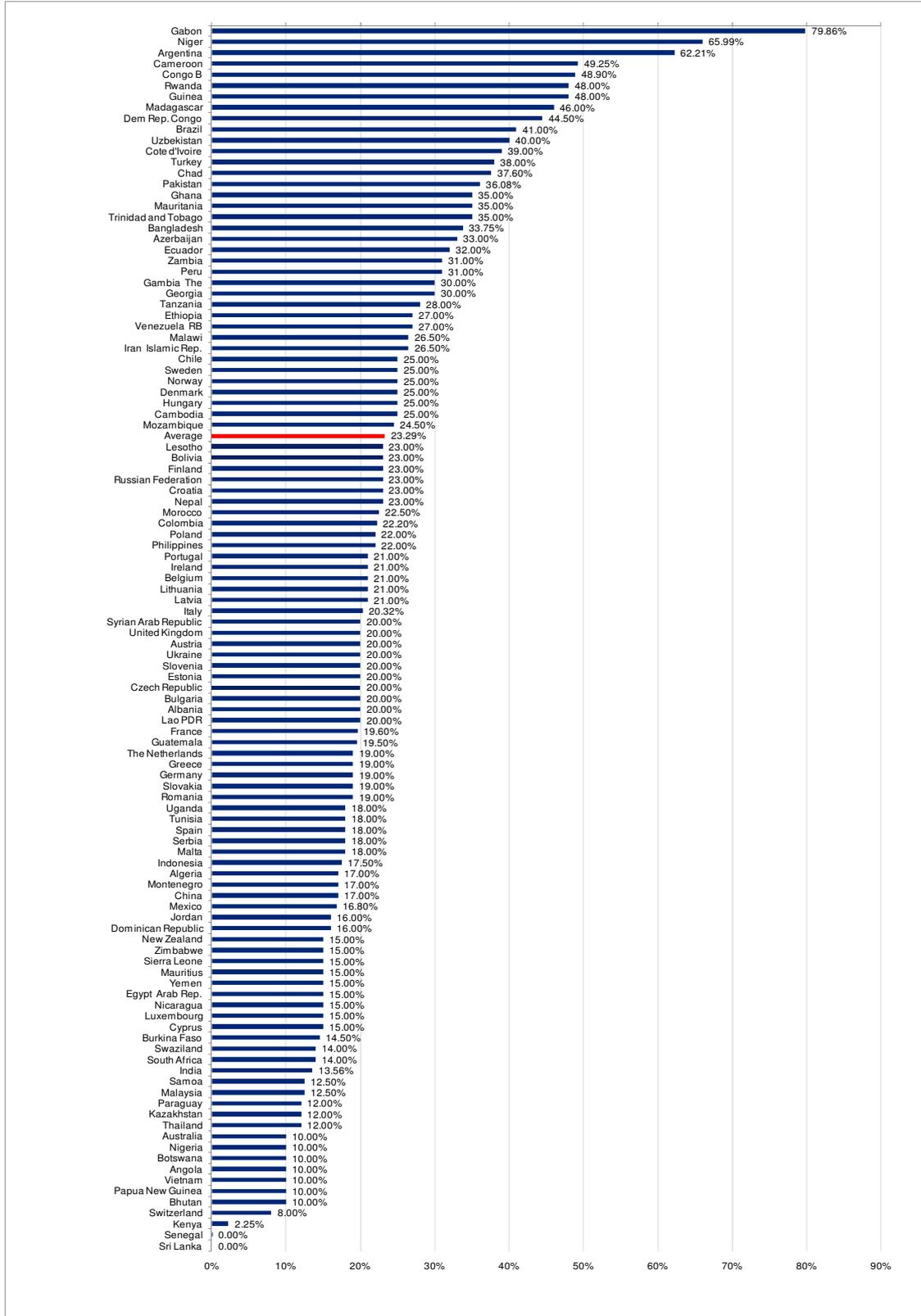
Los tres países que muestran el impuesto más alto como un porcentaje del costo del teléfono en total son Gabón, Níger y Argentina:

- En Gabón, los impuestos como porcentaje del costo del teléfono se encuentran en 80%. Esto se debe a un impuesto especial de \$5 que se cobra a cada teléfono que se compra. Los consumidores también pagan un alto impuesto de arancel aduanero a los teléfonos importados de 30%, además del IVA de 18%.
- En Níger, se aplica un arancel aduanero de 46,99% a todos los teléfonos que se importan al país.
- En Argentina, se aplica un impuesto especial al teléfono de 25,2% del valor de este.

En el extremo inferior de la escala de gravamen impositivo se encuentran Sri Lanka y Suiza, cuyos gobiernos no cobran impuestos (como aranceles aduaneros) a la importación de los teléfonos móviles y poseen bajas tasas de IVA. Kenia y Senegal también se clasifican entre los países de más abajo en el estudio como resultado de una decisión del gobierno de suprimir el IVA a los teléfonos en 2009.

La mayoría de las jurisdicciones europeas no tienen aranceles aduaneros para los teléfonos importados, ni tampoco los países como Vietnam, Australia y Nueva Zelanda.

Figura 19 Impuestos como un porcentaje del costo del teléfono

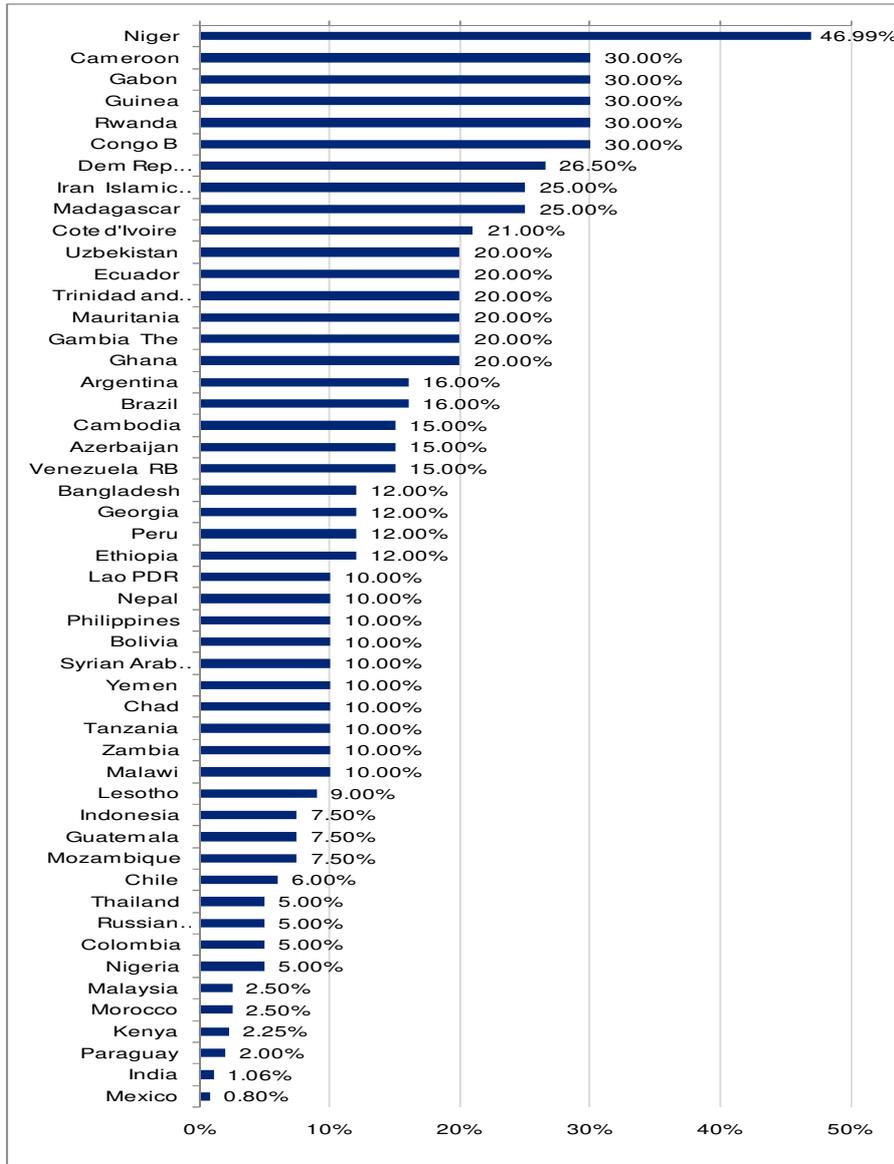


Fuente: análisis de Deloitte

Los derechos de importación son un componente importante de los impuestos a los teléfonos, y 50 países cobran impuestos a los teléfonos importados, como se muestra en la Figura 20. De estos, 20 son africanos.

Además, 11 países cobran un impuesto específico a la compra del teléfono, como se trata de manera más detallada en la siguiente sección de este informe.

Figura 20 Países que cobran un arancel a los teléfonos importados



Fuente: análisis de Deloitte

4 Impuestos específicos de telefonía móvil a los consumidores

Los resultados del análisis de gravamen impositivo han ilustrado el impacto de los impuestos en el costo del uso y la propiedad de telefonía móvil. Este incluyó el gravamen impositivo que se aplica uniformemente a todos los bienes y servicios de una economía, así como el gravamen impositivo que es específico de los servicios de telefonía móvil. En esta sección nos enfocamos en el segundo mencionado.

La mayoría de los países no impone el gravamen impositivo específico de los servicios de telefonía móvil, por lo que reconocen los beneficios sociales y económicos de la telefonía móvil y apoyan el principio de que esta no se debe discriminar frente a otros servicios.

Sin embargo, varios países cobran el impuesto específico de telefonía móvil a los teléfonos, al uso de telefonía móvil o a ambos. Este tipo de gravamen impositivo, a menudo discrimina la telefonía móvil frente a la telefonía fija, a pesar de que los servicios de telefonía móvil se reconozcan como proveedores de servicios de telecomunicaciones universales, especialmente en países en desarrollo. Además, los impuestos específicos de telefonía móvil son, a menudo, de naturaleza regresiva y producen una reducción tanto en el acceso/la penetración como en el uso. Al producir una regresión, estos impuestos pueden generar consecuencias graves en los sectores más pobres de la población que se pretende beneficiar con el gravamen impositivo.

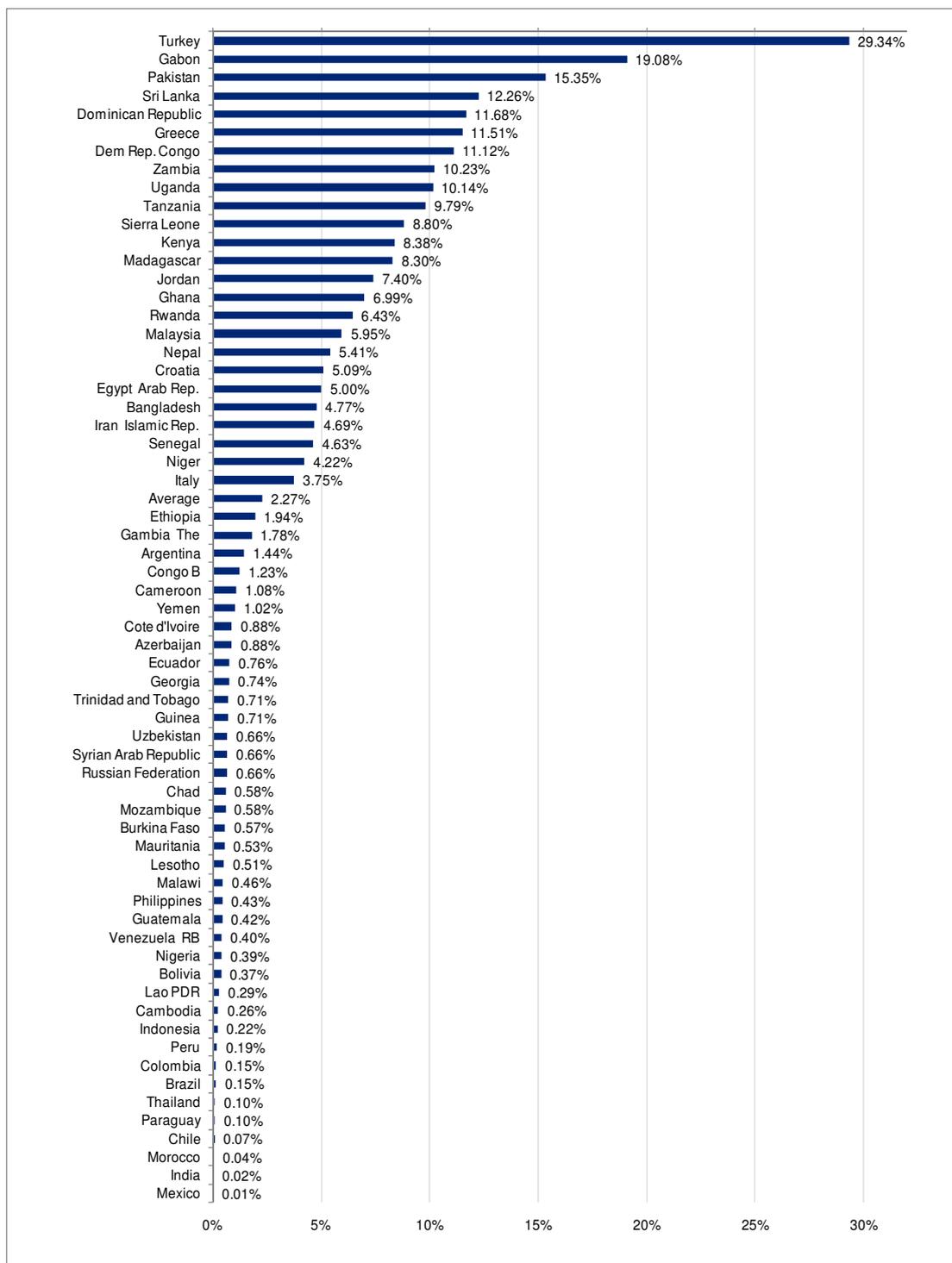
En los resultados presentados en las secciones anteriores, el IVA (o el impuesto general a las ventas, IGV) representó la fuente más importante de gravamen impositivo en todos los países del panel. Las clasificaciones, que demostraron un impacto final en los consumidores, reflejaron el impacto del IVA, que se aplica habitualmente a los costos del teléfono, la conexión, el alquiler y el uso. Sin embargo, el IVA se aplica uniformemente a todos los bienes y servicios y, en este sentido, no se discrimina contra el uso de la telefonía móvil, excepto en países como Paquistán y Egipto, donde se aplica una tasa de IVA más alta que lo normal a la telefonía móvil.

Si el efecto del IVA y otros impuestos a las ventas se elimina del análisis, de manera que se consideren solamente el impuesto específico de telefonía móvil y los aranceles aduaneros a los teléfonos importados, es posible clasificar los países que imponen gravamen impositivo específico a los servicios de telefonía móvil por encima del gravamen impositivo de servicio estándar, como se indica en la Figura 21.

En total, 63 países cobran una forma de gravamen impositivo específico, incluidos los aranceles aduaneros, a los teléfonos móviles y los servicios. De estos países, 24 son africanos, y diez países africanos se clasifican entre los 20 países con el más alto impuesto específico de telefonía móvil como porcentaje del TCMO.

Turquía, Gabón y Paquistán son los países con el porcentaje más alto de gravamen impositivo al TCMO debido a los numerosos impuestos específicos de la telefonía móvil que se describen anteriormente en este informe. Sri Lanka y la República Dominicana se clasifican cuarto y quinto debido a sus altos impuestos al consumo de cobertura radiofónica, que ascienden respectivamente a 20% y 12%.

Figura 21 Impuestos específicos de telefonía móvil (incluye impuestos de importación a los teléfonos) como un porcentaje del TCMO, sin incluir el IVA



Fuente: análisis de Deloitte

La Tabla 2 describe en detalle los impuestos específicos de telefonía móvil (sin incluir los aranceles aduaneros a los teléfonos importados) para los países donde se cobran. Los impuestos específicos de telefonía móvil se cobran actualmente en 28 países del panel y, de estos, 14 son africanos.

Tabla 2 Impuestos específicos de telefonía móvil a los consumidores por país

| País | Prácticas impositivas para el consumidor |
|---------------------------------|---|
| Argentina | <ul style="list-style-type: none"> • La legislación está pendiente en Argentina, el gobierno busca aumentar los impuestos a los teléfonos a una tasa nominal de 17% para los dispositivos móviles que no se producen en el área económica especial de Tierra del Fuego. • Se espera que esto afecte a 98% de los dispositivos móviles de Argentina, ya que la amplia mayoría se importa al país. • Los teléfonos móviles reciben un impuesto de 25,2%. • Los alquileres de postpago reciben un impuesto a partir del 12,9%. |
| Bangladesh | <ul style="list-style-type: none"> • El gobierno de Bangladesh cobra un impuesto de 100 Taka a cada teléfono nuevo. • Además, también se cobra un impuesto de 800 Taka a cada activación de SIM. |
| Burkina Faso | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto fijo del 1%, un impuesto solidario para la comunidad del 1% y un impuesto comunitario del 0,5% a los teléfonos móviles importados. • Además, también se aplica un impuesto de propiedad intelectual de 10% y un impuesto de ingresos de 2% a los teléfonos móviles importados en Burkina Faso. |
| Chad | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto especial de 9,6% a todos los teléfonos. |
| Colombia | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto especial de 1,2% a los teléfonos. |
| Croacia | <ul style="list-style-type: none"> • En agosto de 2009, se introdujo una tarifa específica de telefonía móvil del 6% para los ingresos brutos de los operadores en los servicios facturados de SMS, MMS y voz de telefonía móvil, incluidos los servicios de roaming, que impactan indirectamente en los precios de venta al por menor. |
| República Democrática del Congo | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10% al uso de llamadas y SMS. |
| República Dominicana | <ul style="list-style-type: none"> • Se cobra un impuesto de telecomunicaciones especial de 12% al uso de llamadas y SMS. |
| Egipto | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica IVA a los servicios de telecomunicaciones móviles a una tasa más alta que la tasa estándar para otros bienes y servicios. • El IVA para la telefonía móvil es de 15%, el IVA para las líneas terrestres es de 5% y el IVA estándar es de 10%. |
| Gabón | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 18%. • Además, se aplica un impuesto especial de \$5 a los teléfonos importados. |
| Ghana | <ul style="list-style-type: none"> • Los MNO pagan 2,5% de sus ingresos al gobierno como un impuesto de Seguro de salud que se utiliza para financiar la inversión en los servicios de salud de Ghana. • Esto se aplica a una tasa de IVA por encima de lo normal de 12,5% a todos los componentes de servicio (teléfono, alquiler de conexión y uso), lo que lleva la tasa de IVA al 15% para los servicios de telefonía móvil. • Además, Ghana cobra un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 6% al uso de llamadas y SMS. |
| Grecia | <ul style="list-style-type: none"> • Desde 1998, se ha aplicado un impuesto a las facturaciones mensuales de los suscriptores móviles de postpago. Hasta 2009, había tres tasas diferentes (€2, €5 y €10), según el monto de la facturación mensual total. Los suscriptores de prepago no pagaban este impuesto. • En julio de 2009, mediante una nueva ley se introdujo un impuesto de 12% a las |

| País | Prácticas impositivas para el consumidor |
|--------------|--|
| | suscripciones de telefonía móvil de prepago y también se aumentó las suscripciones de postpago a 12%, 15%, 18% y 20%, según el monto de la facturación mensual total. |
| Italia | <ul style="list-style-type: none"> • Los servicios de telefonía móvil de postpago para consumidores no comerciales se gravan a una tasa de €5,16 por mes. • Las suscripciones de telefonía móvil de postpago comercial se gravan a una tasa de €12,91 por mes. • Desde enero de 2010, las compañías que producen y/o distribuyen dispositivos móviles deben pagar una tarifa (90 centavos de euro por dispositivo) a la Sociedad Italiana de Autores y Editores ("SIAE"). |
| Jordania | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al teléfono celular, que recientemente se aumento de 4% a 8%, sobre el uso de teléfonos móviles. |
| Kenia | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%. |
| Madagascar | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 7% sobre el uso. • También se aplica un impuesto especial al teléfono de 1%. |
| Malasia | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 6%. |
| Nepal | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica al uso una tarifa de servicio de impuesto al consumo de 5%. |
| Níger | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica al uso de 3%. • Además, se aplica un impuesto especial de CFA 250 a las conexiones. |
| Paquistán | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto de retención de 11,5% al monto facturado de servicio de postpago y al balance del servicio de prepago de las tarjetas de llamadas. • Se aplica un arancel especial de Rs 250 a cada teléfono • Se aplica un impuesto especial de Rs 250 a cada activación de SIM. • El sector de las telecomunicaciones incurre en un IVA adicional de 3,5%, lo que lo lleva a una tasa de IVA de 19,5% frente a una tasa general de 16%. |
| Ruanda | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica al uso una tarifa de servicio de impuesto al consumo de 5%. Se espera que aumente a 8%. |
| Senegal | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica una tarifa al uso del teléfono (RUTEL) del 5%. Esta aumentó a partir de 2% en octubre de 2010. • De acuerdo con el presupuesto 2010/2011, se espera que aumente a un 8%. |
| Serbia | <ul style="list-style-type: none"> • Entre 2009 y 2010, los usuarios de servicios de telefonía móvil de Serbia pagaron un impuesto adicional de 10% al uso. • Esta medida del gobierno fue temporal y se aplicó a todas las llamadas, SMS y MMS, y a todas las transferencias de datos. |
| Sierra Leona | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%. |
| Sri Lanka | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto especial de 20% a las tarifas de conexión, el alquiler y el uso. |
| Tanzania | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto a la cobertura radiofónica de 10%. |
| Turquía | <ul style="list-style-type: none"> • Las tasas de impuestos especiales a las comunicaciones son de 25% para los servicios de telefonía móvil, 15% para los servicios de telecomunicaciones fijas y 5% para los servicios de Internet. |

| País | Prácticas impositivas para el consumidor |
|--------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto de consumo especial de 20% a los teléfonos móviles. • Se aplica un impuesto de comunicaciones especial de A 34 TL a la conexión. • Además, se aplica también una tarifa de conexión inalámbrica de 13,2 TL a la conexión. • Se aplica una tarifa de uso inalámbrico de 13,2 TL al alquiler. • Para cada teléfono, se paga una tarifa de 0,37 TL para registrar un número de IMEI. |
| Uganda | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 12%. |
| Zambia | <ul style="list-style-type: none"> • Se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%. • Se cobra un impuesto especial de 5% al teléfono. |

Fuente: análisis de Deloitte

5 Otros impuestos y tarifas que pagan los MNO

Este estudio se centra en el impacto de los impuestos del consumidor sobre el costo de uso y propiedad de telefonía móvil. Sin embargo, los gobiernos reciben ingresos importantes asociados a la telefonía móvil por parte de los impuestos corporativos, así como de varias tarifas normativas diferentes que pagan los MNO. Estos impuestos se tratan en esta sección.

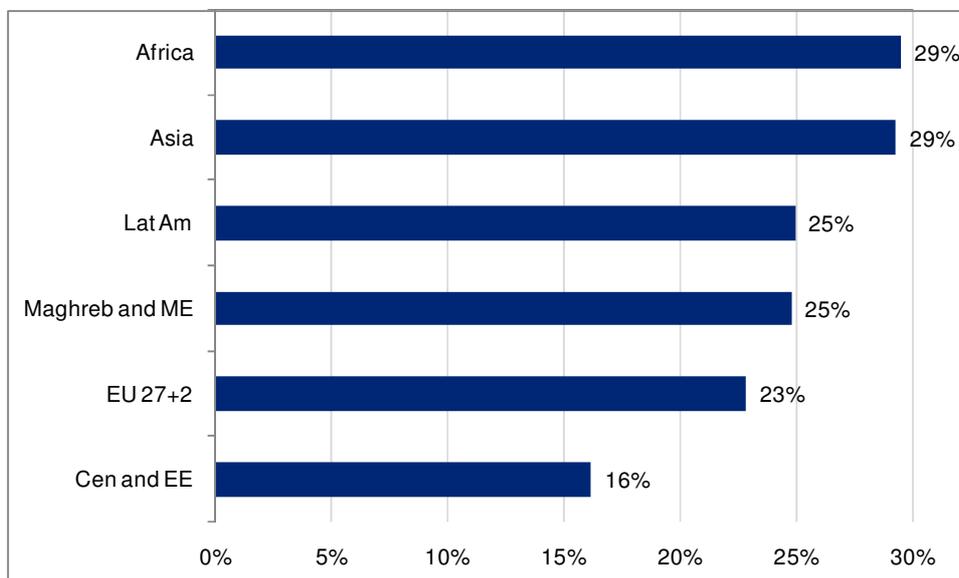
5.1 Impuestos corporativos

Todos los países de este estudio cobran un impuesto corporativo a las ganancias de los MNO y la tasa impositiva corporativa para todos los países del panel es de 25%, comparado con 28% en 2007.

En la Figura 22 y la Figura 23, se clasifican las tasas impositivas corporativas por región y país, las cuales muestran que Bangladesh, Chad y el Congo tienen la tasa impositiva corporativa más alta, mientras que Guatemala, Uzbekistán y Montenegro presentan tasas relativamente bajas.

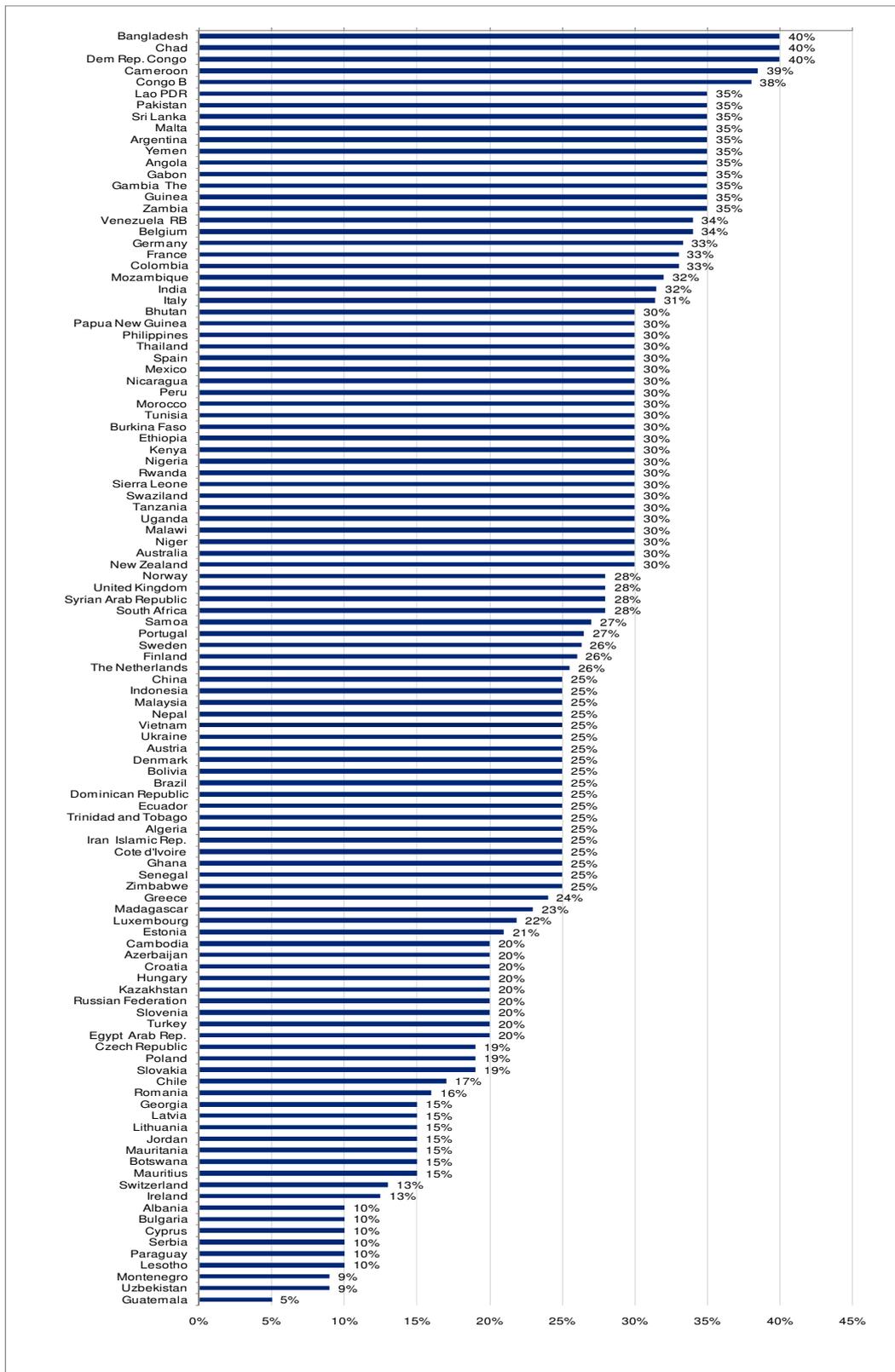
Al considerar los promedios regionales, en la Figura 22 se observa en el estudio que África y Asia son las regiones con las tasas impositivas corporativas promedio más altas del mundo, mientras que las tasas impositivas corporativas más bajas se encuentran en Europa Central y del Este (en 16% y 23% respectivamente). En África, la tasa impositiva corporativa promedio ha disminuido ligeramente desde 2007, del 32% al 29%, mientras que en Asia la tasa impositiva corporativa promedio ha disminuido ligeramente de 30% en 2007 a 29%.

Figura 22 Tasas impositivas corporativas por región



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 23 Tasas corporativas que se aplican a los MNO



Fuente: análisis de Deloitte

5.2 Tarifas normativas

Además de las tasas corporativas, los MNO están sujetos a una serie de impuestos y tarifas adicionales que pagan directamente a los gobiernos o a los entes reguladores.

Se incluyen las tarifas normativas para la operación de autoridades normativas, a menudo calculadas como un porcentaje de los ingresos. En los países en desarrollo, estas representan hasta 3% de los ingresos, por ej., en Chad y el Congo B.

Otras tarifas normativas incluyen:

- A menudo, también se cobran tarifas de numeración y se establecen como un porcentaje de los ingresos, por ej., 2% en la República Democrática del Congo.
- Contribuciones del fondo de servicio universal: estas adoptan varias formas, por ej., impuestos a la tecnología, fondos para la inversión, financiación para emisoras públicas. Estas se cobran generalmente como una parte de los ingresos, por ej., hasta 2% en Gabón.
- Tarifas por espectro, que representan un impuesto de facto a un recurso esencial para los MNO. A menudo, las tarifas por espectro desalientan la inversión, por ej., en Kenia, donde se paga una contribución por espectro fijo para cada estación de base añadida.
- Las tarifas especiales como el Impuesto de seguro de salud, por ej., en Ghana.

Los ejemplos de estas tarifas en una cantidad seleccionada de países se informan en el Apéndice C de este artículo.

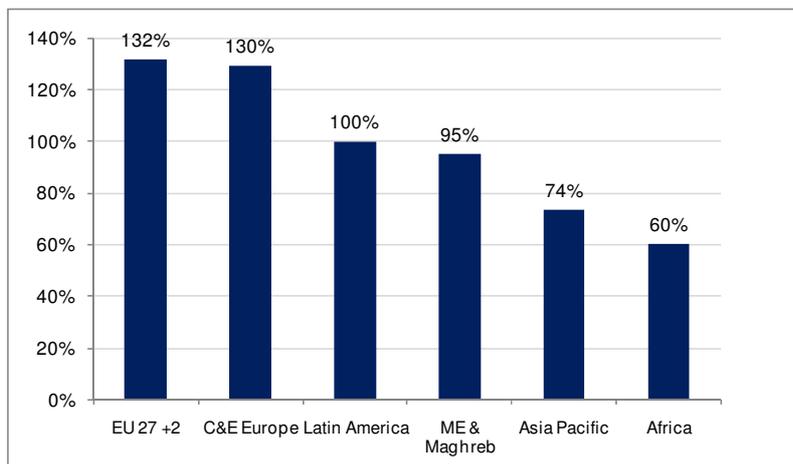
Los gobiernos de varios países cobran impuestos normativos y las tarifas por espectro y licencia como un porcentaje del ingreso de los MNO. Como tales, estos impuestos pueden tener un impacto de desequilibrio similar en los ingresos totales del gobierno (aunque, a menudo, se pagan a la autoridad normativa en lugar de hacerlo directamente al gobierno) siguiendo una reducción en el gravamen impositivo al consumidor. Por lo tanto, la combinación de impuestos especiales al consumidor de telefonía móvil y los impuestos corporativos reducen no solamente la rentabilidad de los MNO, sino también los ingresos del gobierno.

Cuando se añaden juntas, estas contribuciones representan una carga importante para los MNO y pueden producir una restricción a la inversión en redes y servicios en el momento en que la expansión de redes de LTE (Evolución a largo plazo) necesita fondos para actualizar las redes existentes y proporcionar servicios convenientes de telefonía móvil inalámbrica a los consumidores. Además, como resultado de la crisis financiera global, las cargas impositivas afectan en mayor medida la inversión directa extranjera, y los altos riesgos de impuestos corporativos reducen la afluencia de inversiones en los países en desarrollo.

6 Análisis regional

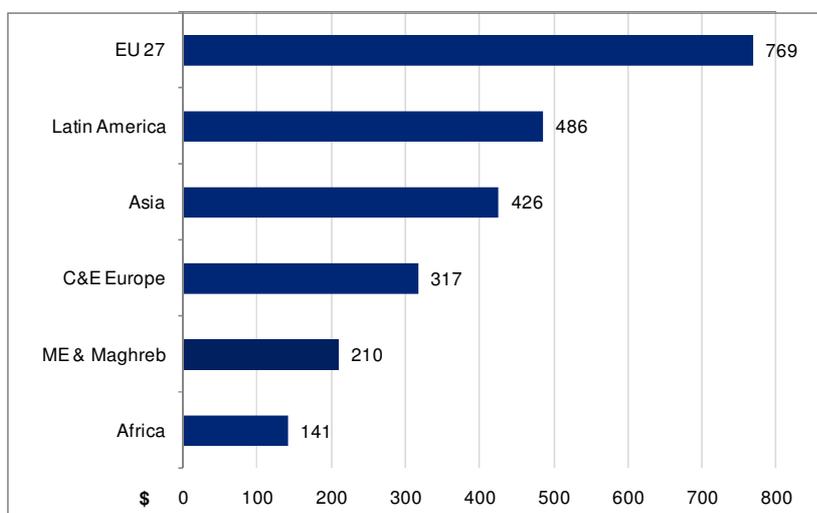
Los servicios de telefonía móvil se han desarrollado a un ritmo acelerado en todo el mundo y se cuenta ahora con 5,5 mil millones de conexiones móviles a nivel mundial. Sin embargo, los niveles de penetración y el costo de los servicios de telefonía móvil son aún diferentes en las distintas regiones, como se indica en la Figura 24 y la Figura 25.

Figura 24 Penetración en las distintas regiones



Fuente: *Wireless Intelligence*

Figura 25 Valores del TCMO promedio por región (\$)



Fuente: *análisis de Deloitte*

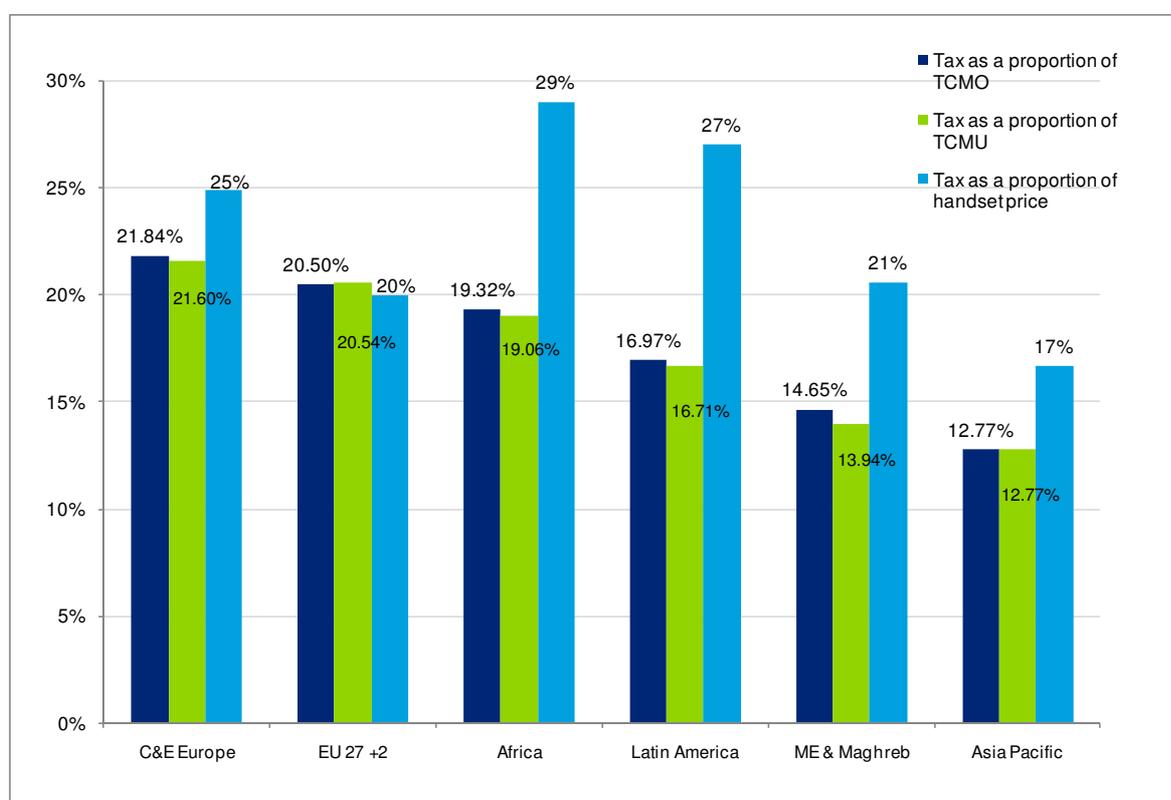
La penetración del mercado más alta ocurre en los mercados europeos y en Europa Central y del Este, donde los niveles están muy por encima del 100% debido a que los consumidores poseen más de una tarjeta SIM o un teléfono. La UE posee también el TCMO más alto, debido al alto uso de los servicios de telefonía móvil y a la mayor incidencia de los teléfonos inteligentes (Smartphone), que son más caros que los teléfonos normales. África, por el contrario, muestra la penetración de telefonía móvil más baja en todo el mundo, junto con los niveles más bajos del TCMO, ya que el uso es menor y los teléfonos son más baratos.

La Figura 26 ilustra los impuestos como una porción del TCMO, el TCMU y los costos de teléfonos en las distintas regiones geográficas. Al igual que con la penetración y el TCMO, los perfiles de gravamen impositivo son diferentes.

En Europa, el impuesto representa el mismo porcentaje de los costos de propiedad, uso y teléfonos. En otros países, los impuestos como porcentaje de los costos de teléfonos son mucho más altos que los impuestos al uso.

Europa Central y del Este muestran el impuesto promedio más alto como porcentaje del TCMO, debido a los altos impuestos específicos de telefonía móvil que se cobran en Turquía y Croacia en particular. La UE es la región con el segundo impuesto más alto como porcentaje del TCMO y el TCMU; esto se debe a las tasas de IVA más altas.

Figura 26 Impuesto como porcentaje del TCMO, el TCMU y los costos de teléfonos en todas las regiones



Fuente: análisis de Deloitte

La variación más pronunciada dentro de una región se produce en África. Mientras que África se clasifica tercera para los impuestos como un porcentaje de la propiedad y el uso, 17 naciones africanas del total de 30 países africanos en este estudio tienen el gravamen impositivo como un porcentaje del TCMO en un nivel superior al promedio mundial, en gran parte como resultado de la alta incidencia de impuestos a la cobertura radiofónica.

África también tiene el porcentaje global más alto del impuesto al teléfono, lo que representa un promedio de 29% de los costos de teléfonos. Esto se debe a varios impuestos específicos de los teléfonos y a los niveles de aranceles aduaneros que se cobran a los teléfonos importados. Al mismo tiempo que se observan señales en Kenia y Senegal, donde los gobiernos han eliminado el IVA y los aranceles aduaneros a los teléfonos para

alentar el acceso a los servicios de telefonía móvil, en otros países todavía se mantienen niveles promedio más altos de gravamen impositivo para los teléfonos.

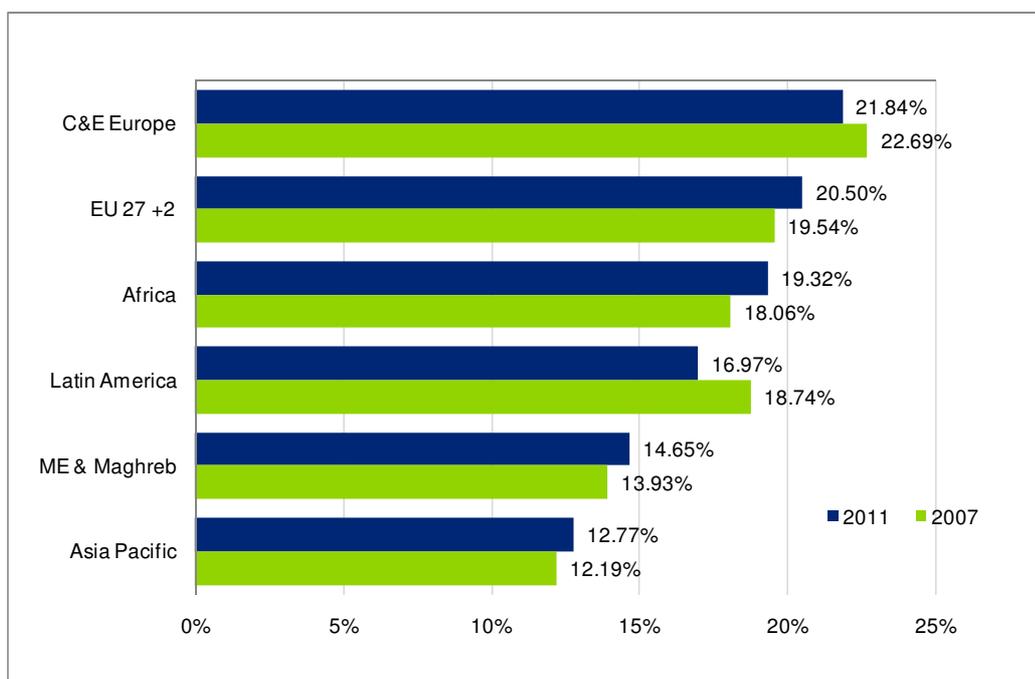
En Latinoamérica, los impuestos como un porcentaje de los costos de teléfonos son también notablemente altos, debido a los aranceles aduaneros para los teléfonos importados y a los impuestos específicos de telefonía móvil para los teléfonos en Argentina y Colombia.

Los consumidores asiáticos pagan el impuesto más bajo como porcentaje de la propiedad del servicio de telefonía móvil, debido a las bajas tasas de IVA y al limitado gravamen impositivo específico de la telefonía móvil.

A pesar de que no hay una relación evidente entre el gravamen impositivo de telefonía móvil y la penetración, es probable que los impuestos más bajos a los servicios de telefonía móvil alienten a una mayor adopción de comunicaciones móviles en países en desarrollo. Mientras que los teléfonos más baratos se venden en África, casi un tercio de su costo se compone de impuestos. Ya que los teléfonos constituyen la barrera más grande para la penetración de la telefonía móvil en esta región en desarrollo, la alta incidencia de los impuestos cumple una función importante en el aumento de esta barrera.

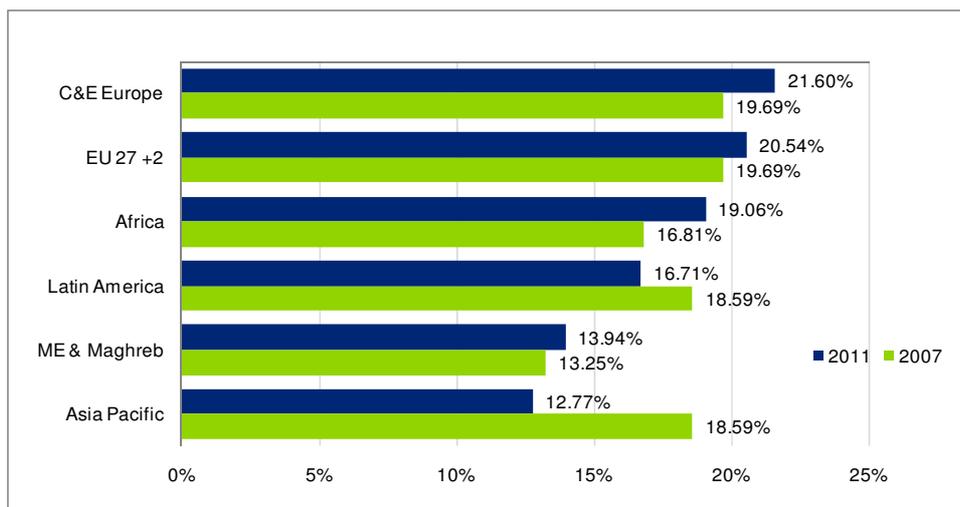
Como se muestra en la Figura 27 y en la Figura 28, en comparación con el año 2007, el impuesto promedio como porcentaje de la propiedad de telefonía móvil ha aumentado en la UE, África, Medio Oriente y Magreb, y Asia, mientras que ha habido una ligera disminución en el impuesto promedio como un porcentaje del TCMO en Europa Central y del Este y en Latinoamérica. Los impuestos como un porcentaje de los costos de uso han aumentado en un notable 13% en África, y el aumento lo produjeron principalmente los impuestos al consumo de cobertura radiofónica. Los impuestos como un porcentaje del costo de uso han disminuido en Asia y Latinoamérica.

Figura 27 Impuesto como porcentaje del TCMO en las regiones, comparación con el sondeo de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

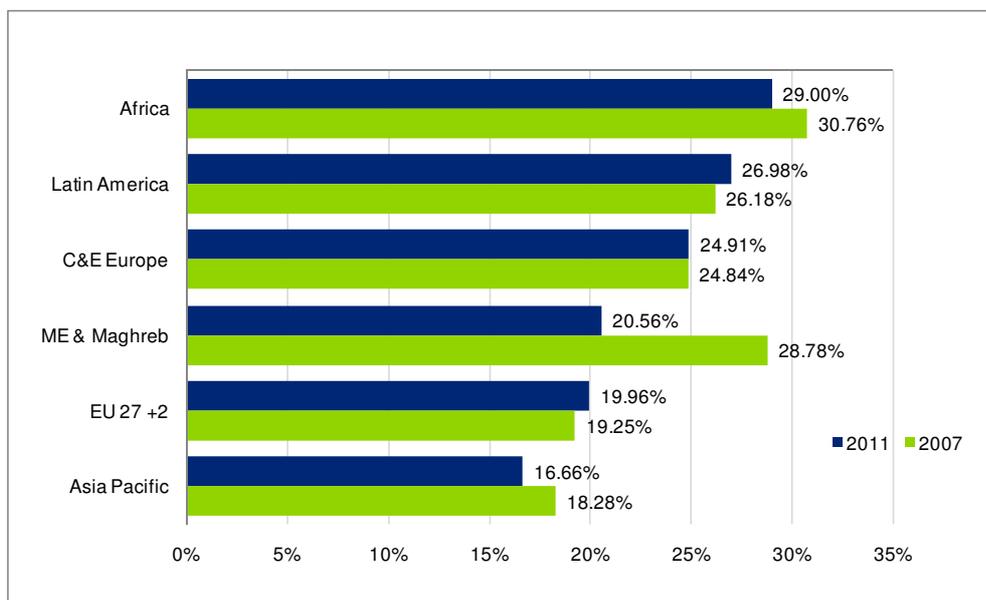
Figura 28 Impuesto como porcentaje del TCMU en las regiones, comparación con el sondeo de 2007



Fuente: análisis de Deloitte

Finalmente, la Figura 29 indica que el impuesto como porcentaje de los costos de teléfonos ha disminuido en África, debido, en gran parte, a las políticas de los países como Kenia y Senegal, donde se han reducido los impuestos específicos de los teléfonos.

Figura 29 Impuesto como porcentaje del costo del teléfono en las regiones, comparación con el sondeo de 2007

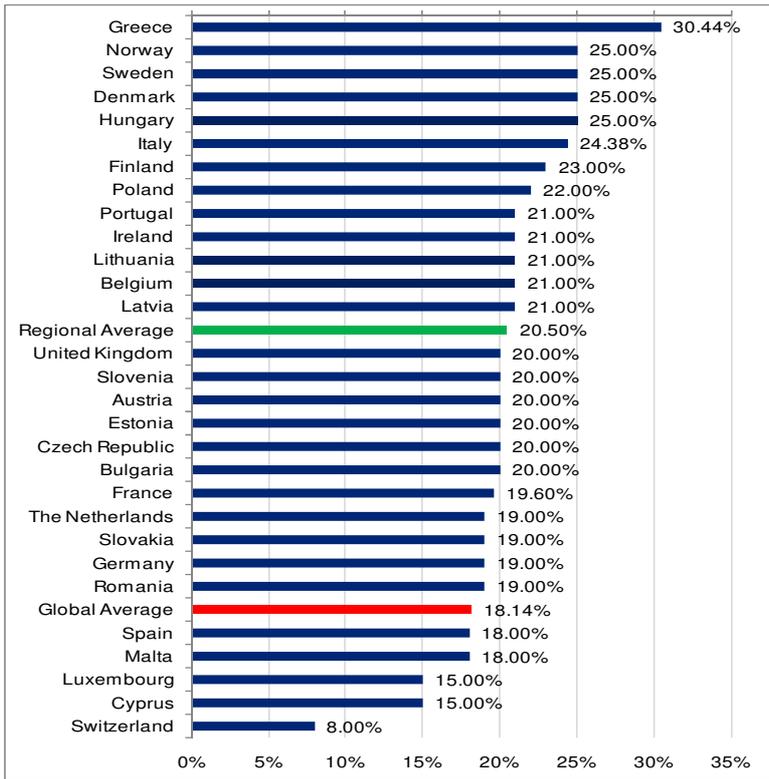


Fuente: análisis de Deloitte

6.1 Europa

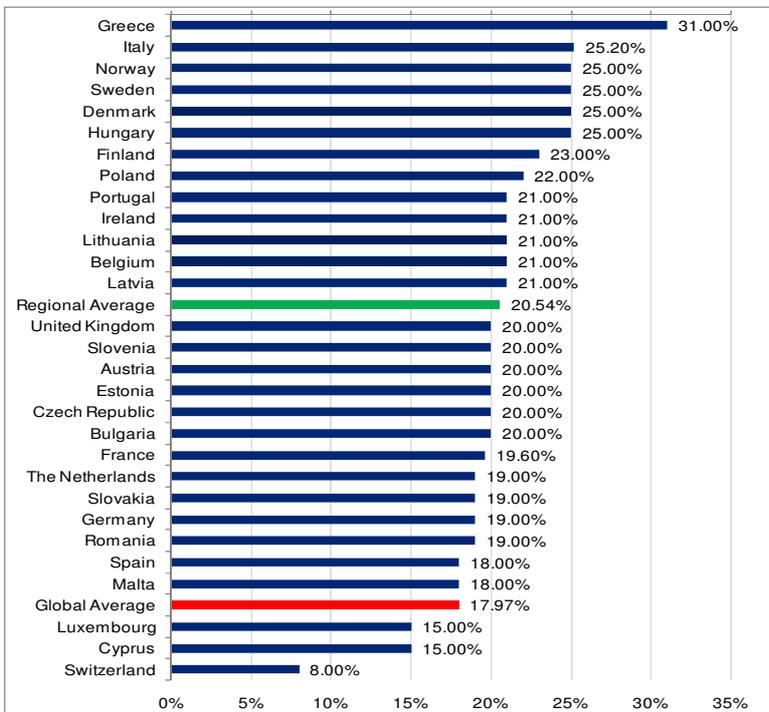
En Europa, los países con un gravamen impositivo superior como un porcentaje del TCMO incluyen a Grecia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Hungría e Italia, como se muestra en la Figura 30, la Figura 31 y la Figura 32. Mientras que en Grecia (y en menor medida en Italia) se aplican impuestos específicos de telefonía móvil, los países nórdicos están sujetos a mayores niveles de IVA al uso y a los teléfonos.

Figura 30 Impuesto como una porción del TCMO en la UE



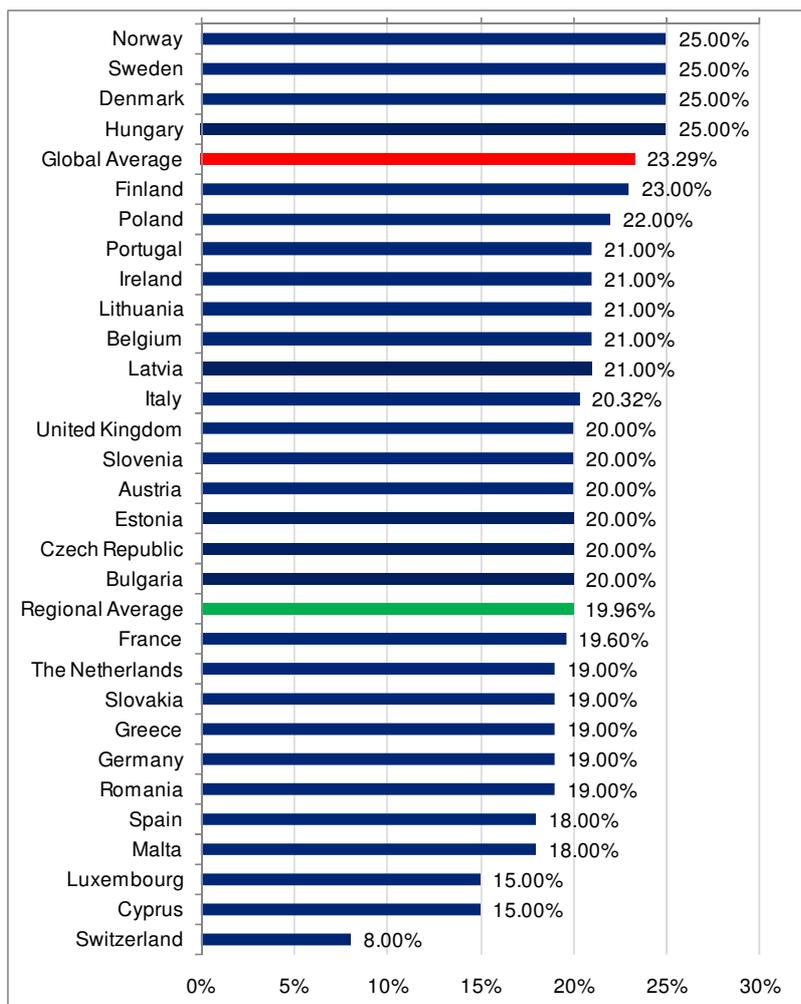
Fuente: análisis de Deloitte

Figura 31 Impuesto como un porcentaje del TCMU en la UE



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 32 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en la UE



Fuente: análisis de Deloitte

6.2 Europa Central y del Este

En Europa Central y del Este, los países con el gravamen impositivo más alto como un porcentaje del costo del servicio son Turquía y Croacia, como se muestra en la Figura 33, la Figura 34 y la Figura 35.

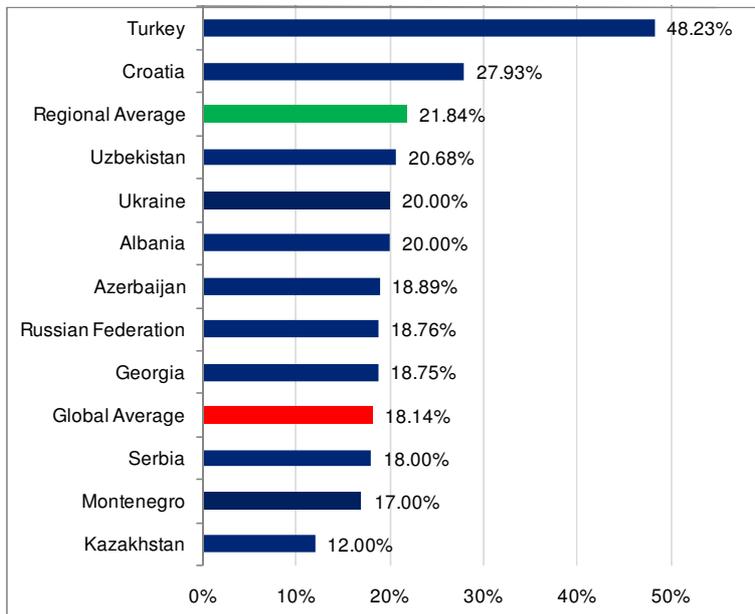
Como se describe anteriormente, los consumidores en Turquía están sujetos a impuestos de consumo y comunicación especiales e impuestos fijos a cada tipo de componente de servicio.

En Croacia, en 2009, el gobierno introdujo una tarifa de 6% solamente para la telefonía móvil a los ingresos provenientes de las llamadas y los SMS/MMS de los MNO, lo que afecta indirectamente el precio de los servicios de voz de telefonía móvil, SMS y MMS. A pesar de que el gobierno croata no lo define como un impuesto al consumo de cobertura radiofónica como en África, esta tarifa de facto genera un impacto similar en los consumidores.

En Serbia, en 2009, el gobierno introdujo un impuesto al consumo de cobertura radiofónica temporal de 10% al uso. Este se introduce para elevar los fondos adicionales durante la crisis financiera, sin embargo, al reconocer los problemas que causó, en particular en la inversión directa extranjera, el impuesto fue eliminado un año después.

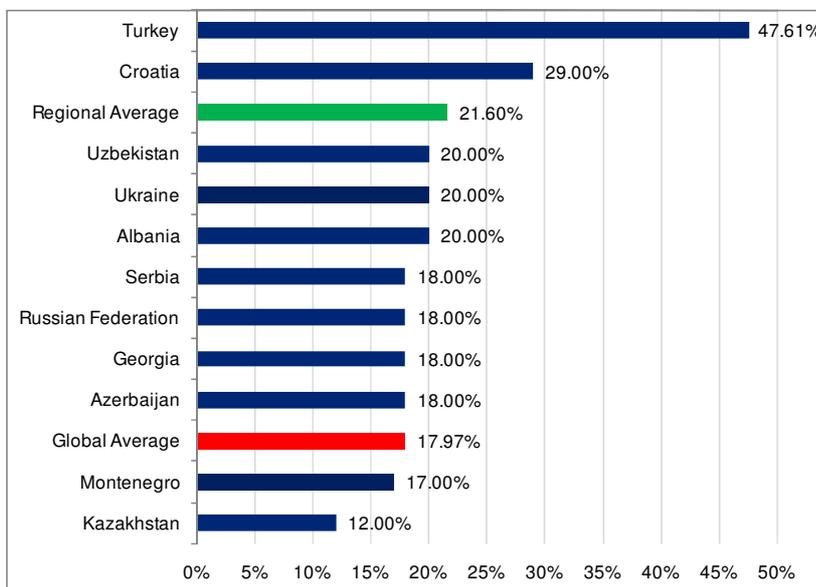
Los más altos impuestos al teléfono como un porcentaje de los costos de teléfonos se encuentran en Uzbekistán, Azerbaiyán y Georgia (además de Turquía), debido a los altos aranceles aduaneros para los teléfonos importados.

Figura 33 Impuesto como una porción del TCMO en Europa Central y del Este



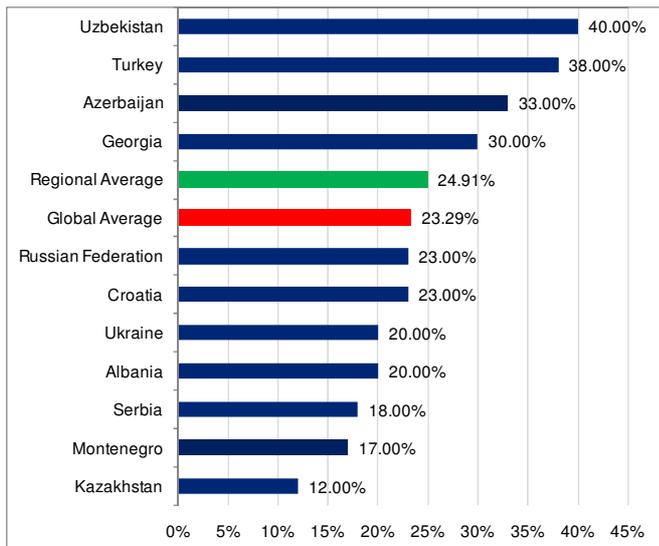
Fuente: análisis de Deloitte

Figura 34 Impuesto como una porción del TCMU en Europa Central y del Este



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 35 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en Europa Central y del Este

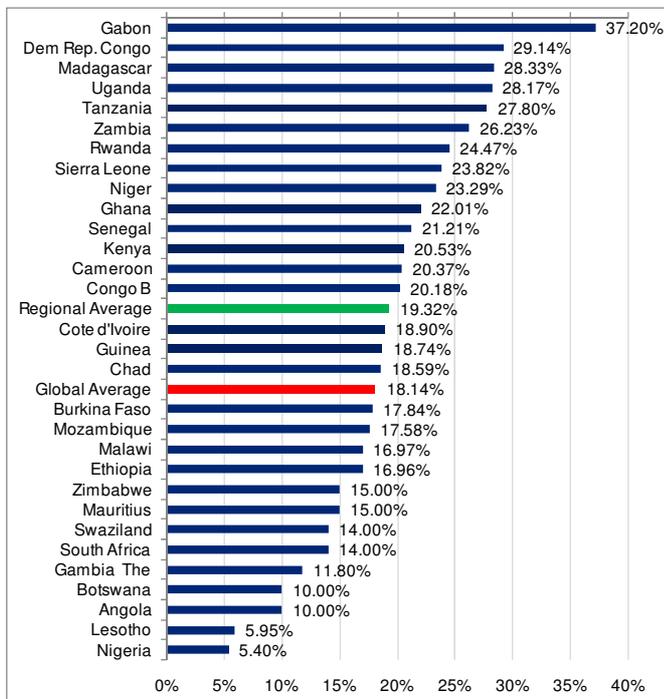


Fuente: análisis de Deloitte

6.3 África

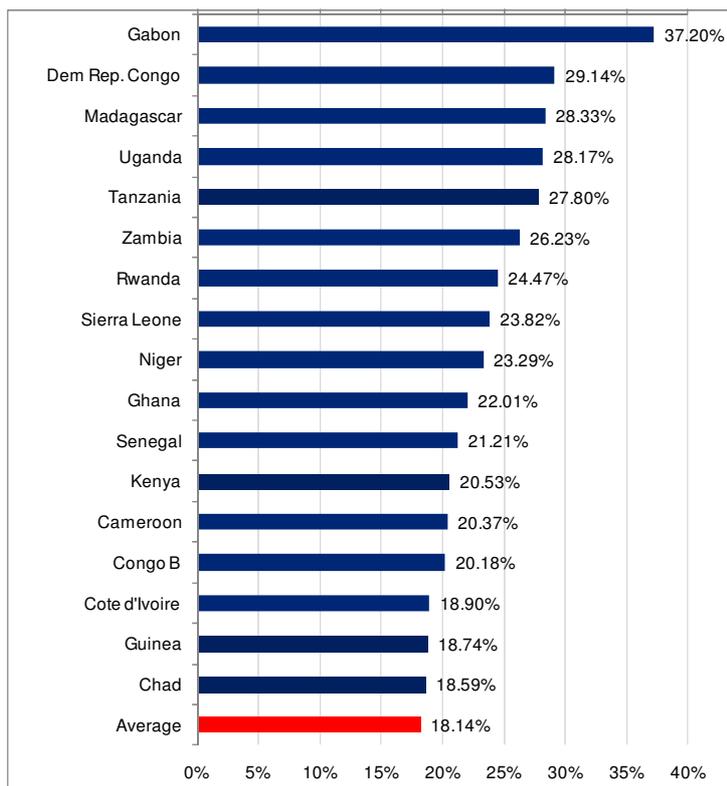
En África, el impuesto como un porcentaje del TCMO ha aumentado de 18,06% en 2007 a 19,32% en 2011, como se indica en la Figura 27 anteriormente. Los impuestos como un porcentaje del TCMO en África se informan en la Figura 36, mientras que la Figura 37 muestra que el gravamen impositivo de telefonía móvil es más alto que el promedio mundial en 17 países africanos.

Figura 36 Impuesto como un porcentaje del TCMO en África



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 37 Países africanos en los que el impuesto como un porcentaje del TCMO son superiores al nivel promedio global



Fuente: análisis de Deloitte

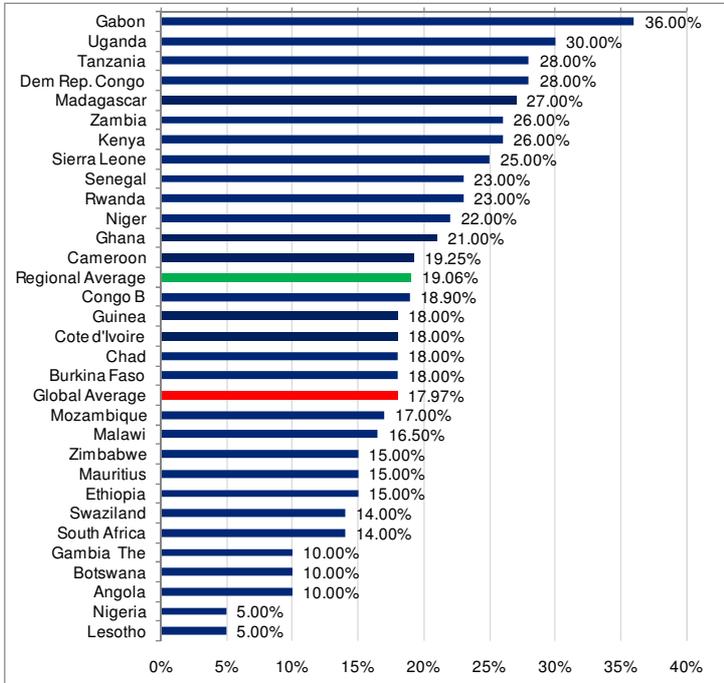
Los 5 países con la carga impositiva más alta son Gabón, el Congo, Madagascar, Uganda y Tanzania:

- En Gabón, el impuesto como un porcentaje del TCMO es de 37,20% debido a una tasa de IVA de 18%, además de un arancel aduanero de 30% que se cobra a los teléfonos importados. A su vez, se cobra un impuesto fijo de \$5 a cada teléfono además de un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 18%.
- En el Congo (RDC), se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%, además de una tasa de arancel aduanero de 26,5% a los teléfonos.
- En Madagascar, los consumidores pagan 28% del TCMO como impuesto, debido a un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 7% y a un impuesto especial de 1% a los teléfonos. Además, se aplica un arancel aduanero de 25%.
- En Uganda, el impuesto como un porcentaje del TCMO es de 28%. Este es resultado de un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 12% al uso, además de un IVA de 18%.
- Tanzania cobra un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 10%, además de un arancel aduanero de 10% a los teléfonos.

La Figura 38 muestra los niveles de gravamen impositivo para el uso de telefonía móvil en África. De los diez países en todo el mundo con el gravamen impositivo más alto para el uso, cinco son africanos. Al tener en cuenta los países que formaron parte del estudio de 2007, 12 países africanos cobran impuestos al consumo de cobertura radiofónica a los consumidores en 2011, mientras que en 2007, solamente seis países

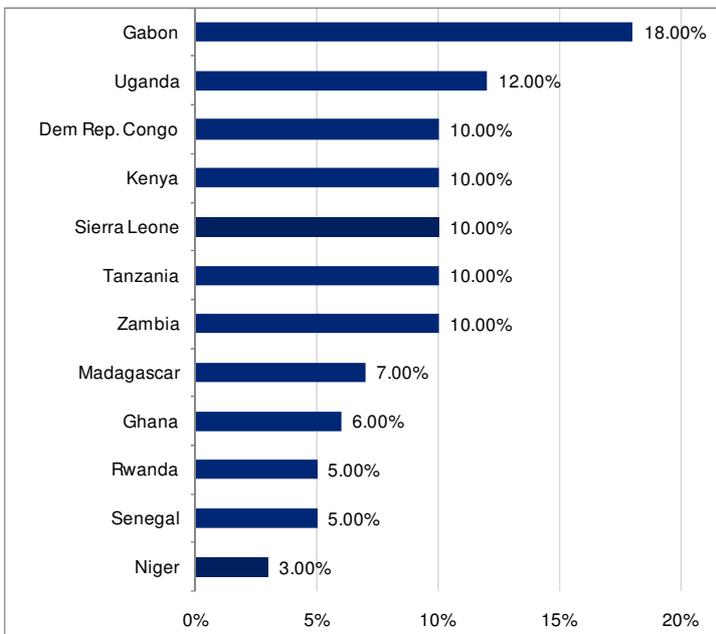
africanos cobraban dicho impuesto. Desde el estudio de 2007, el Congo (RDC), Gabón, Madagascar y Sierra Leona, y Senegal han introducido impuestos al consumo de cobertura radiofónica. En Ruanda, el gobierno espera aumentar el uso de cobertura radiofónica a 8% a partir del nivel actual de 5% en la siguiente ronda presupuestaria. Los impuestos al consumo de cobertura radiofónica en África se ilustran en la Figura 39.

Figura 38 Impuesto como un porcentaje del TCMU en África



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 39 Países africanos donde se aplica un impuesto a la cobertura radiofónica

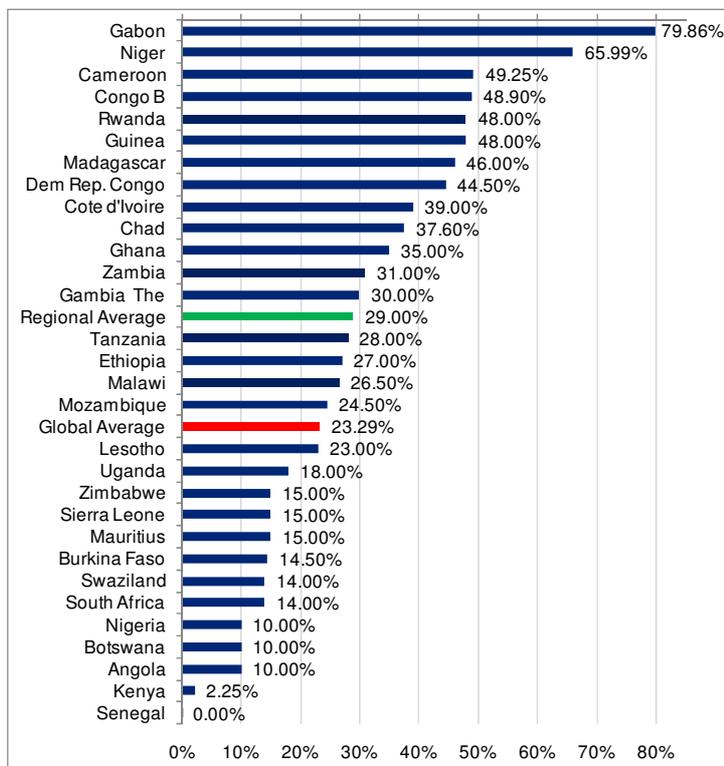


Fuente: análisis de Deloitte

Finalmente, como se trató anteriormente, el gravamen impositivo para los teléfonos es de particular preocupación en África, lo que muestra el nivel más alto de gravamen impositivo para los teléfonos en el

mundo. El impuesto como un porcentaje de los costos de teléfonos en África, se indica en la Figura 40. Esta muestra que el impuesto representa más de 30% de los costos de teléfonos en 13 países africanos.

Figura 40 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en África



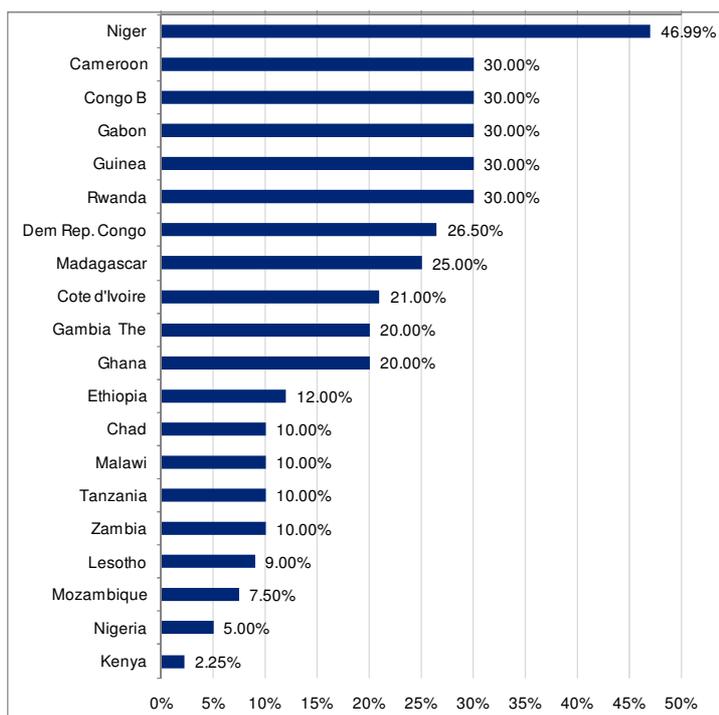
Fuente: análisis de Deloitte

Este alto nivel se produce por varios impuestos y tarifas específicos de los teléfonos, que actualmente se cobran en Burkina Faso, Chad, Gabón, Madagascar y Zambia. También se produce por los aranceles aduaneros que se aplican a las importaciones de teléfonos en 20 países africanos (de los 30 del estudio), como se muestra en la Figura 41. De estos 20, seis cobran impuestos de importación de 30% o más.

Se han observado señales positivas en Kenia y Senegal, donde los gobiernos han eliminado el IVA y los aranceles aduaneros a los teléfonos para alentar el acceso a los servicios de telefonía móvil, en otros países todavía se mantienen niveles promedio más altos de gravamen impositivo para los teléfonos. En Kenia, se halló, mediante un análisis del impacto de la quita del impuesto al teléfono, que la penetración, los volúmenes de teléfonos y el uso han aumentado notablemente¹³ después de que se quitaran los impuestos a los teléfonos. Esto puede indicar que los precios afectan a los consumidores, particularmente en los países en desarrollo, en relación con su adquisición y uso, y que las reducciones impositivas pueden, por lo tanto, impulsar el consumo de servicios de telefonía móvil.

¹³ Consulte Deloitte/GSMA. “La telefonía móvil y el gravamen impositivo en Kenia”, 2011

Figura 41 Países africanos que cobran un arancel aduanero a los teléfonos importados



Fuente: análisis de Deloitte

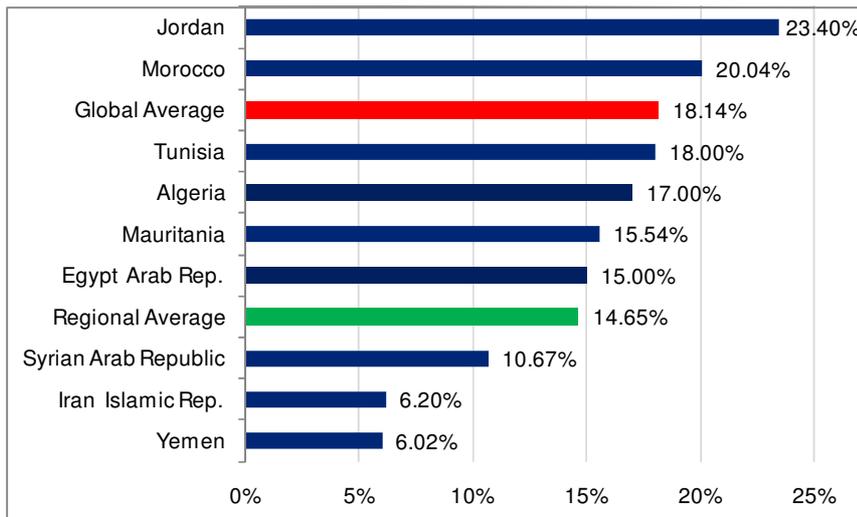
En África, la contribución de las comunicaciones móviles es particularmente importante para el desarrollo económico y social de los países, especialmente como un resultado de la infraestructura de las telecomunicaciones fijas limitadas. A pesar del impacto positivo que tienen las comunicaciones móviles en la actividad económica, los desarrollos sociales y en el empleo, muchos países africanos cobran impuestos a las telecomunicaciones móviles que se encuentran entre las tasas más altas del mundo e imponen una serie de gravámenes impositivos específicos del sector, además del impuesto corporativo y al valor agregado o a las ventas. El gravamen impositivo de telefonía móvil representa una barrera para el acceso de los consumidores a los servicios de las telecomunicaciones, un problema central en África, donde la penetración de la telefonía móvil se encuentra en 60%, el nivel de penetración más bajo en el mundo.

6.4 Magreb y Medio Oriente

En Magreb y Medio Oriente, los países con gravamen impositivo más alto como un porcentaje del TCMO son Jordania y Marruecos, como se muestra en la Figura 42.

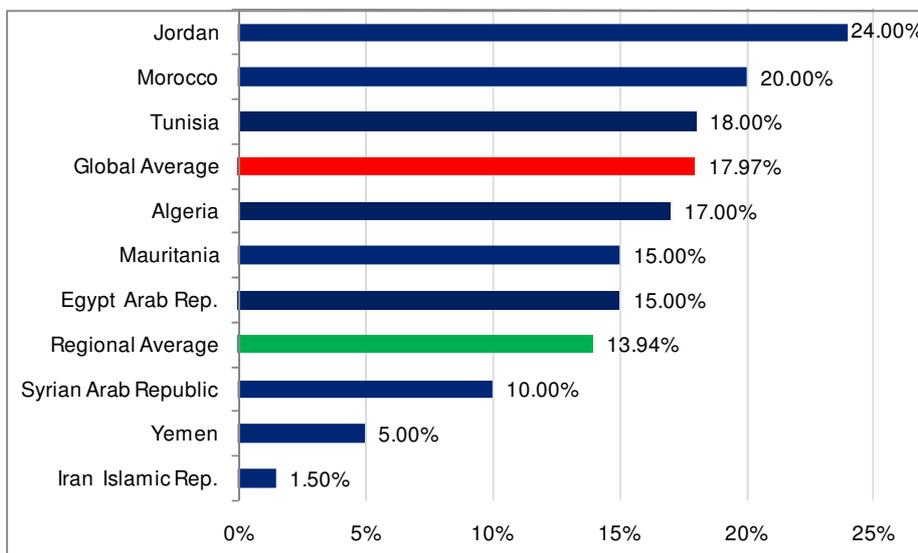
Jordania se clasifica como la región de Medio Oriente con el impuesto más alto como un porcentaje del TCMO de 23%. Esto se debe a un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 8%, además de un IVA de 16%. De manera similar, en Marruecos, el IVA es de 20% y el arancel aduanero a los teléfonos importados es de 2,5%. Otros países de la región muestran un gravamen impositivo de telefonía móvil relativamente bajo en comparación con el promedio mundial, sin embargo, en Egipto, los servicios de telefonía móvil reciben un IVA especial de un 5% más alto que otros bienes y servicios y un 10% más alto que los servicios de telefonía fija. Mauritania e Irán tienen el impuesto a los teléfonos más alto debido a los altos aranceles aduaneros a los teléfonos importados, como se muestra en la Figura 44.

Figura 42 Impuesto como una porción del TCMO en Magreb y Medio Oriente



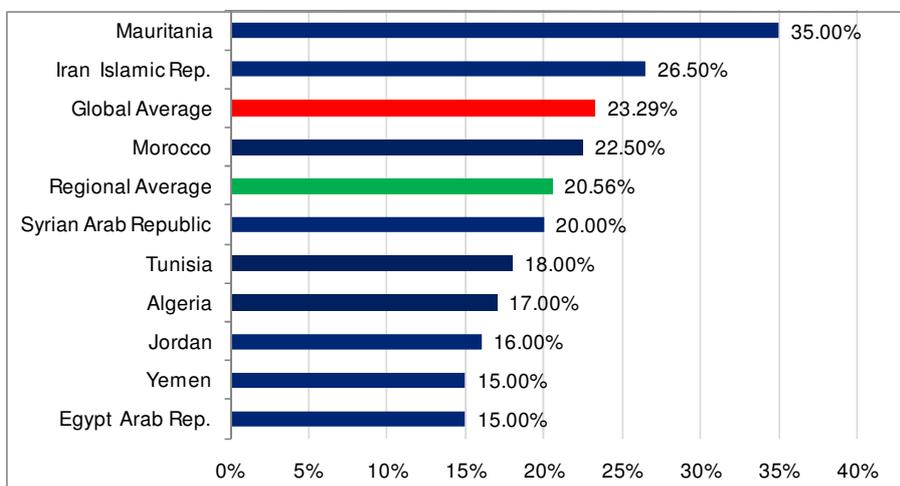
Fuente: análisis de Deloitte

Figura 43 Impuesto como una porción del TCMU en Magreb y Medio Oriente



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 44 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en Medio Oriente y Magreb



Fuente: análisis de Deloitte

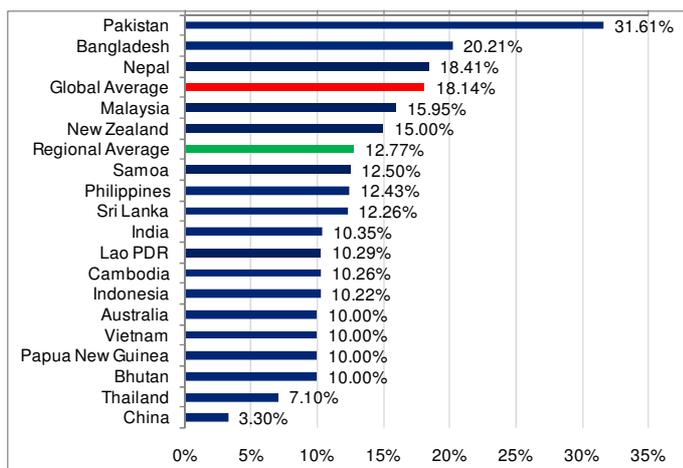
6.5 Asia Pacífico

En Asia Pacífico, el impuesto como un porcentaje del TCMO ha aumentado de 12,19% en 2007 al 12,77% en 2011, como se indica en la Figura 27 anteriormente. Los países con el gravamen impositivo más alto como un porcentaje del TCMO son Paquistán, Bangladesh y Nepal, como se muestra en la Figura 45. En todos los otros países asiáticos, el impuesto como porcentaje del TCMO se clasificó por debajo del valor promedio mundial.

En Paquistán, como se trató anteriormente, se cobran varios impuestos especiales a los servicios de telefonía móvil y a los teléfonos. En Bangladesh, se aplica un impuesto especial al teléfono de 100 Taka además de un impuesto de conexión de 800 Taka. Esto se añade a un arancel aduanero de 12% a todos los teléfonos importados y una tasa de IVA de 15%. En Nepal, se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 5%.

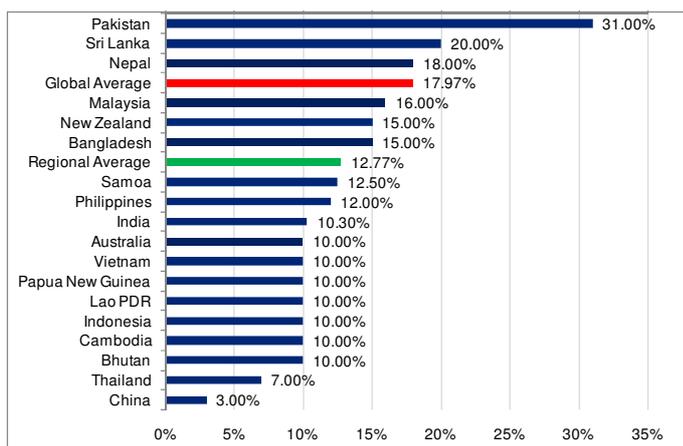
Otros países de clasificación alta dentro de la región incluyen a Malasia, donde se aplica un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 6%, Sri Lanka, donde el gravamen impositivo como un porcentaje del uso se ve afectado por un impuesto al uso de 20% (pero no se aplica IVA aquí) y Camboya, donde el impuesto al teléfono es más alto que el promedio mundial debido a un arancel aduanero de 15% a los teléfonos importados.

Figura 45 Impuesto como una porción del TCMO en Asia Pacífico



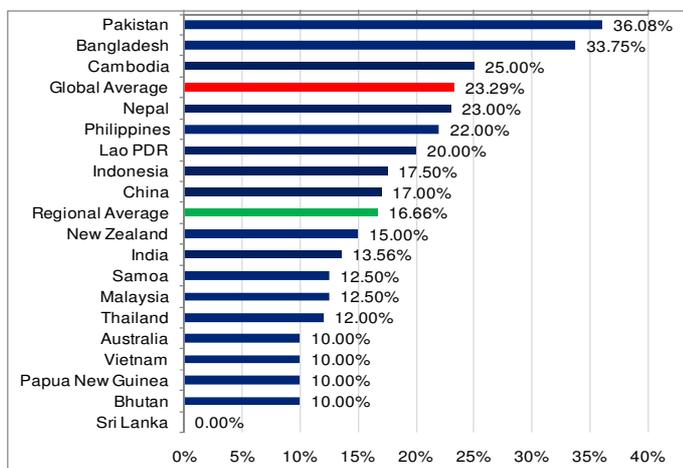
Fuente: análisis de Deloitte

Figura 46 Impuesto como una porción del TCMU en Asia Pacífico



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 47 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en Asia Pacífico



Fuente: análisis de Deloitte

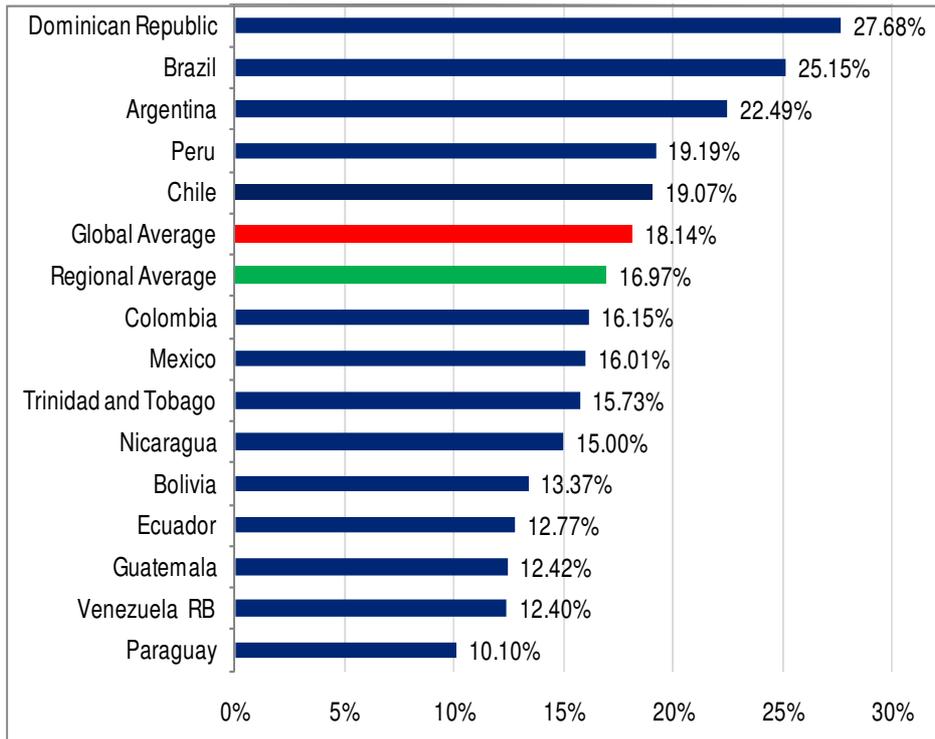
6.6 Latinoamérica

En Latinoamérica, el impuesto como un porcentaje del TCMO ha disminuido de 18,74% en 2007 a 16,97% en 2011, como se indica en la Figura 27 anteriormente.

Como se ilustra en la Figura 48 y la Figura 49, los países donde el gravamen impositivo como un porcentaje del TCMO y el TCMU está por encima del promedio mundial, incluyen a la República Dominicana, donde se cobra un impuesto al consumo de cobertura radiofónica de 12% al uso además de un IVA de 16%; Brasil, donde se aplica un arancel aduanero de 16% a los teléfonos importados además de un IVA de 25%; Argentina, donde se aplica un impuesto especial a los teléfonos importados de 25,21% además de un arancel aduanero de 16%; Perú, donde se aplica un arancel aduanero de 12% a los teléfonos importados además de un IVA de 19%; y Chile, donde se aplica un arancel aduanero de 6% a los teléfonos importados además de un IVA de 19%.

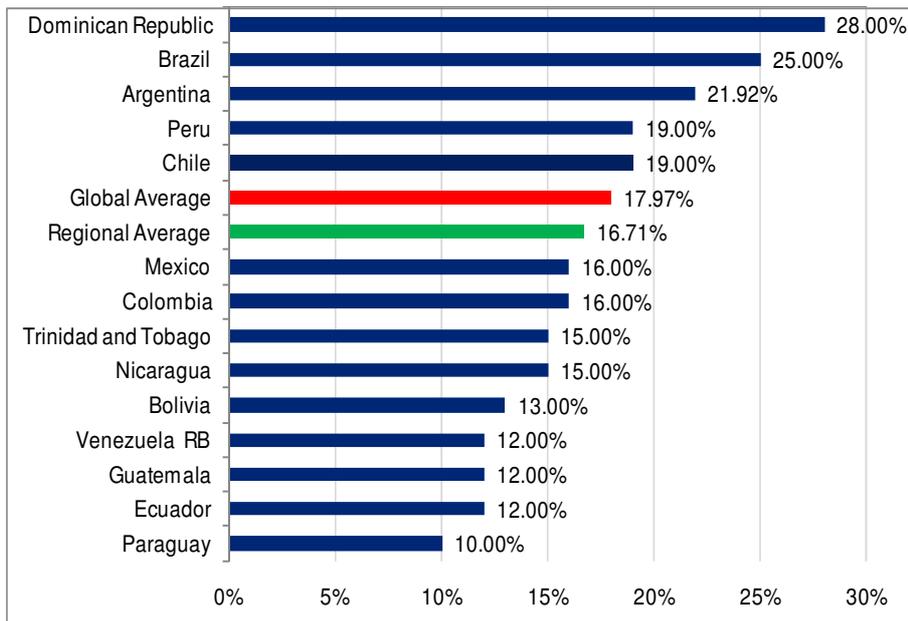
En Trinidad, Ecuador y Venezuela altos aranceles aduaneros a los teléfonos importados contribuyen a que estos países muestren un impuesto a los teléfonos más alto que el promedio mundial, como se ilustra en la Figura 50.

Figura 48 Impuesto como un porcentaje del TCMO en Latinoamérica



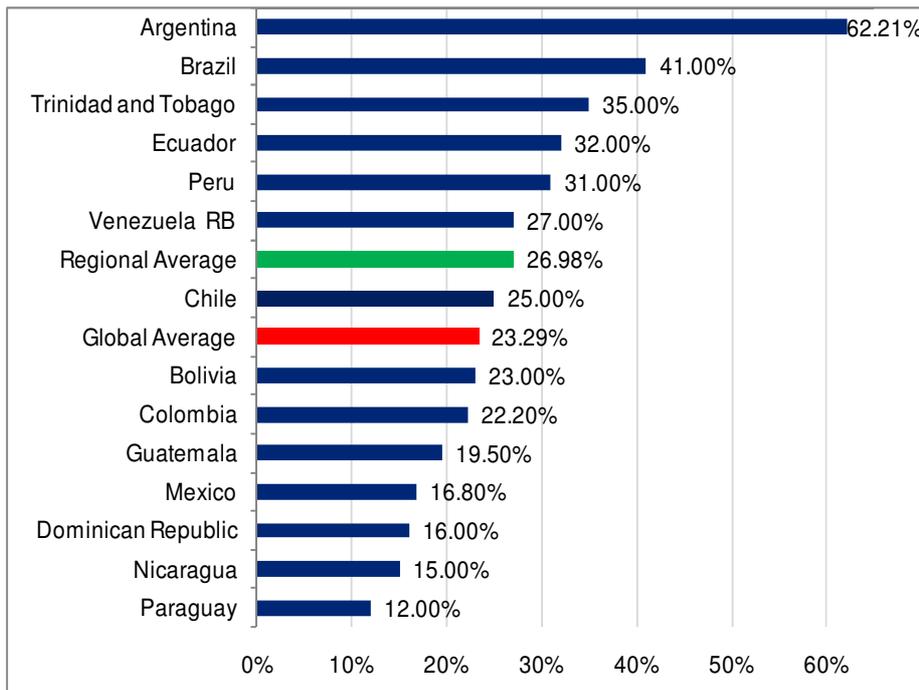
Fuente: análisis de Deloitte

Figura 49 Impuesto como un porcentaje del TCMU en Latinoamérica



Fuente: análisis de Deloitte

Figura 50 Impuesto como un porcentaje del costo del teléfono en Latinoamérica



Fuente: análisis de Deloitte

7 Conclusiones y consecuencias

Los gobiernos cumplen una función importante en el apoyo al desarrollo de las comunicaciones móviles y la información inalámbrica. En particular, las políticas impositivas tienen un impacto crucial en el valor que le otorgan los servicios de telecomunicaciones móviles a las sociedades, ya que afectan los aspectos esenciales que determinan el éxito de las telecomunicaciones.

El gravamen impositivo específico de telefonía móvil puede tener varios impactos sociales y económicos, especialmente en países en desarrollo, donde la telefonía de líneas fijas está más limitada:

- El gravamen impositivo específico del uso, como los impuestos a la cobertura radiofónica, puede representar un obstáculo importante para el uso que los sectores más pobres de la población les dan a los servicios de telefonía móvil, que podrían obtener importantes beneficios al estar conectados.
- Los impuestos a los teléfonos son particularmente ineficaces, ya que aumentan las barreras de acceso al consumo de los servicios de las telecomunicaciones, especialmente en países en desarrollo. Debido a que los teléfonos y los teléfonos inteligentes (Smartphone) pueden representar el único acceso a la banda ancha inalámbrica en los países en desarrollo, los impuestos a los teléfonos pueden también provocar un bajo consumo de los servicios de Internet.
- Los perfiles de gravamen impositivo desequilibrado para los servicios de telefonía móvil relacionados, donde el impuesto representa un porcentaje mucho más alto de los costos de teléfonos que de los costos de uso y propiedad de telefonía móvil, pueden también resultar ineficaces para los incentivos de compra de los consumidores y, además, limitar el acceso a los servicios de telefonía móvil.
- Por lo tanto, el gravamen impositivo específico de telefonía móvil en aumento puede causar la reducción de los beneficios económicos y sociales que generan las comunicaciones móviles y pone en riesgo el desarrollo y la adquisición de los servicios de información inalámbrica.
- Por el contrario, al eliminar el gravamen impositivo específico de telefonía móvil e imponer un perfil de gravamen impositivo equilibrado para los servicios relacionados con la telefonía móvil, se proporcionan incentivos más eficientes a los consumidores en cuanto a sus opciones de consumo y se puede mejorar la evolución del consumo de telefonía móvil básica, como el acceso y uso, hacia servicios más avanzados impulsados por el potencial de la información inalámbrica y la Internet a través de los dispositivos móviles.
- Además de afectar a los consumidores, el gravamen impositivo específico de telefonía móvil afecta negativamente los planes de inversión de los MNO de al menos dos maneras: A menudo, los MNO se ven forzados por el gravamen impositivo de acceso a proporcionar subsidios a las conexiones y los teléfonos, lo que reduce el alcance de la inversión de la red; en segundo lugar, los impuestos de uso reducen los volúmenes y los márgenes de las ventas.

Este estudio ha demostrado que, a nivel mundial, el nivel promedio del gravamen impositivo para el consumidor como un porcentaje de los costos del servicio de telefonía ha aumentado desde 2007. También indica que se continúan cobrando impuestos muy altos al uso como un componente de servicio de los teléfonos móviles en los países en desarrollo y que el gravamen impositivo como un porcentaje de los costos

de teléfonos en los mercados en desarrollo es mayor que otros servicios de telefonía móvil relacionados, lo que produce un desequilibrio en los perfiles de gravamen impositivo dentro del paquete de telefonía móvil.

A pesar de los efectos negativos del gravamen impositivo específico de telefonía móvil, el impuesto como un porcentaje de las comunicaciones móviles todavía es alto, especialmente en los países en desarrollo. A menudo, los MNO se perciben entre las compañías de mayor cumplimiento impositivo y se convierten en un blanco fácil del gravamen impositivo, especialmente en épocas de tensión financiera como la reciente crisis financiera.

Mientras que, en los años recientes, la cobertura móvil ha superado el 80% de la población en la mayoría de los mercados en desarrollo, la penetración en los países más pobres todavía es baja, a menudo como resultado del alto gravamen impositivo específico de la telefonía móvil para los servicios de conexión y los teléfonos. Sin embargo, en épocas de alta competencia en los mercados de telefonía móvil, cuando se eliminó el gravamen impositivo específico de telefonía móvil, por ej., en Kenia, la penetración, las cantidades de teléfonos y el uso aumentaron notablemente. Esto puede indicar que los precios afectan a los consumidores, particularmente en los países en desarrollo, en relación con su adquisición y uso.

Los gobiernos, particularmente de los países en desarrollo, pueden considerar enfocarse en las estrategias de gravamen impositivo de telefonía móvil para aumentar el desarrollo económico en lugar de adoptar políticas que puedan crear barreras para más personas que poseen y utilizan un teléfono móvil.

Apéndice A Metodología y presunciones

En este apéndice, se describe la metodología empleada para calcular el porcentaje de los impuestos relacionado con el uso de la telefonía móvil que pagan los consumidores en cada uno de los países de este estudio. Este apéndice, también establece el método adoptado para cotejar la información impositiva para cada país, las otras fuentes de datos utilizadas y las presunciones fundamentales que se hicieron en el estudio.

A.1 Metodología

El objetivo de este estudio es cuantificar los impuestos pagados por los consumidores como un porcentaje de los costos de propiedad y de uso de los servicios de telefonía móvil. Con este método, se ha buscado identificar el TCMO, el TCMU y los costos de los teléfonos y cuantificar los impuestos pagados como un porcentaje de cada uno de estos elementos.

Para realizar esto, con este método se han considerado dos tipos principales de servicios de telefonía móvil disponibles para los consumidores: servicios de prepago, por los cuales los usuarios compran servicios de telefonía móvil de manera que “pagan según el uso” al pagar una prestación de minutos/SMS por adelantado mediante una tarjeta de prepago, y los servicios de postpago, por los cuales los consumidores reciben facturaciones mensuales por períodos vencidos de parte de su operador de telefonía móvil por el uso de los servicios.

En este trabajo, se tienen en cuenta, por cada país, los patrones de uso y precio para ambos tipos de servicios, y se obtuvo un promedio de países al considerar la penetración relativa de los servicios de postpago y prepago.

El costo total para un consumidor promedio de la propiedad y el uso de un teléfono móvil se puede definir mediante el concepto del TCMO y el TCMU. Estos componentes incluyen el costo del teléfono, los costos de conexión, de alquiler y de uso de llamadas y SMS. El TCMO debe incluir también el uso de datos de Internet, en particular en mercados desarrollados. Sin embargo, no pudimos obtener suficientes datos para el uso y los precios de Internet, en particular para los países en desarrollo, donde no hay mucha disponibilidad de uso de datos de Internet. Por lo tanto, no se incluyó el uso de Internet en este estudio.

El TCMO consta de todos los componentes de precios asociados con la posesión de un teléfono móvil y la compra de los servicios de teléfonos móviles. Estos componentes de costos incluyen:

- El costo del teléfono: este se relaciona con el costo del dispositivo móvil necesario para hacer y recibir llamadas. Se supone que poseen una vida útil de tres años y se reemplazan al final de dicha vida útil. Por lo tanto, el costo del teléfono se divide en los tres años por igual. En países desarrollados, se asume que la vida útil del teléfono es de dos años, ya que este es el tipo de estructura que surge en estos países como resultado de la proliferación y los contratos de los teléfonos.
- Costo de la conexión: este componente se relaciona con el costo de la conexión a la red de los MNO para obtener servicios de telefonía móvil. Para los clientes de servicios de prepago, esto consiste habitualmente en un costo inicial a fin de activar la tarjeta SIM. Se asume que la tarifa de conexión iguala la vida útil del teléfono y, por lo tanto, se divide en los tres años por igual. Esta suposición

puede reflejar de manera insuficiente la migración de clientes en países en desarrollo con una alta participación del mercado de servicios de prepago, aunque existe una base limitada para una suposición alternativa. Para los consumidores de servicios de postpago de países desarrollados, esta se divide en los dos años de acuerdo con los teléfonos.

- Costo de alquiler: este se aplica a los usuarios de telefonía móvil de postpago solamente, por la cual los clientes por contrato pagan un alquiler mensual para poder conectarse a la red móvil. Los precios de alquiler se proporcionaron como precios mensuales y, por lo tanto, se multiplicaron por 12 para obtener las cifras anuales.
- Tarifas de uso de llamadas y SMS: es el precio para realizar llamadas y enviar mensajes SMS, expresado como un precio por minuto y el precio por cada SMS respectivamente. Pueden variar según el tipo de clientes, de postpago o prepago.

El TCMU es una cuantificación similar al TCMO, sin embargo, no incluye el costo del teléfono y la conexión.

En resumen, en este modelo se calculó el TCMO de la siguiente manera:

$$TCMO = (H / n) + (C / n) + TCMU$$

$$TCMU = 12 * \text{MonthlyRental} + 12 * (\text{Monthlyminutes} * \text{price}) + 12 * (\text{MonthlySMS} * \text{price})$$

Donde:

TCMO Costo total de la propiedad de telefonía móvil.

TCMU Costo total del uso de telefonía móvil.

H Costo del teléfono. Suponemos que los teléfonos tienen una vida útil de n años y se reemplazan al final de dicha vida útil. Por lo tanto, el costo del teléfono se divide en los n años por igual¹⁴.

n Vida útil de los teléfonos y la conexión. Esta se estableció en 2 años para los países desarrollados y en 3 años para los países en desarrollo.

C Tarifa de conexión. Suponemos que la tarifa de conexión equivale a la vida útil del teléfono y que se divide en n años por igual.

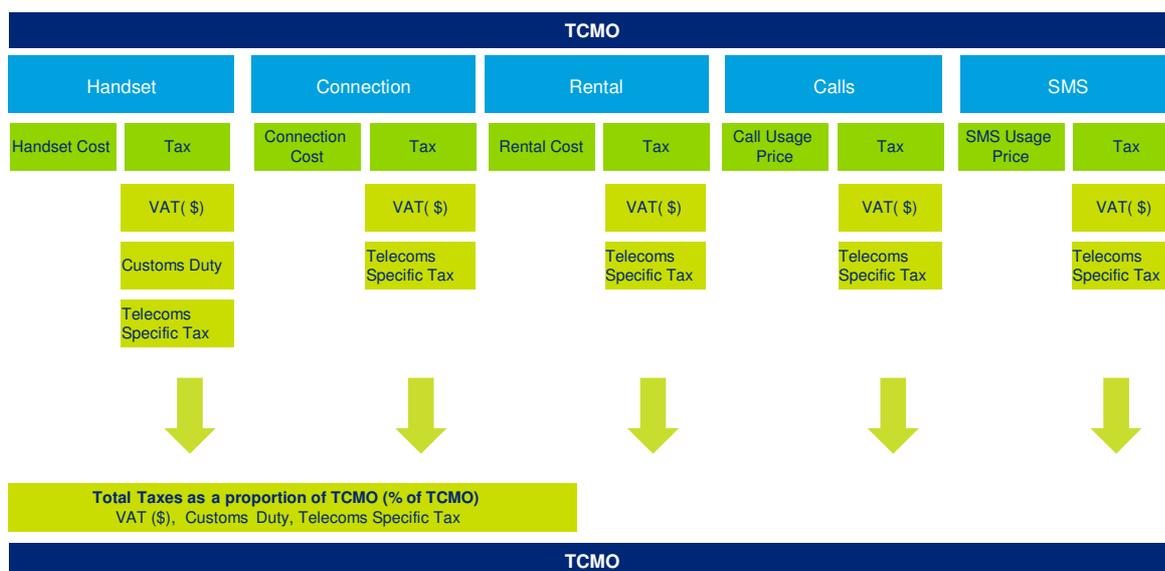
Cada uno de los componentes de costo identificados anteriormente incluye el precio del componente real, así como los impuestos pagados por los consumidores. Estos impuestos pueden variar desde impuestos estándar para el consumidor, como IVA, impuesto general a las ventas (IGV) y aranceles aduaneros, hasta la inclusión de los impuestos a las telecomunicaciones o específicos de la telefonía móvil e incluyen:

¹⁴ Este análisis no contempla el impacto del mercado negro debido a una falta de datos disponibles. Conversaciones con los distribuidores de teléfonos sugieren que un porcentaje importante de los nuevos teléfonos proviene de fuentes del mercado negro, lo que sugiere que esta estimación proporcionaría una exageración del impacto total en las ventas de teléfonos. Por ejemplo, en muchos países africanos con impuestos a las importaciones, los teléfonos del mercado negro se consideran como la norma por parte de los MNO. Sin embargo, no había datos confiables disponibles sobre este tema.

- IVA o impuesto general a las ventas: estos son impuestos en los que incurre el consumidor cuando compra cada componente de propiedad y uso de un teléfono móvil. Estos impuestos se expresan, a menudo, como un porcentaje del valor del bien o el servicio.
- Aranceles aduaneros e impuestos al consumo para bienes importados. En la telefonía móvil, los usuarios de los países en desarrollo habitualmente pagan impuestos de importación para los teléfonos y otros dispositivos móviles. Estos se pueden expresar como un porcentaje del valor del teléfono, como una suma fija o como ambos.
- Otros impuestos específicos para las telecomunicaciones: Como se trató en la parte principal de este informe, varios países cobran todavía impuestos específicos a los consumidores por el uso de servicios de telefonía móvil. Éstos pueden incluir impuestos de artículos suntuarios a los teléfonos, impuestos de activación de SIM u otros impuestos a las conexiones, impuestos especiales de comunicaciones al uso de telefonía móvil y contribuciones mensuales para los clientes de servicios de postpago. Todos estos se han tenido en cuenta en estos cálculos.

La Figura 51 a continuación indica el método empleado para calcular los impuestos totales en los que incurren los consumidores como un porcentaje del TCMO y el TCMU. La metodología se describe con mayor detalle a continuación.

Figura 51: Metodología aplicada



Fuente: análisis de Deloitte

Para calcular el TCMO, el TCMU y los impuestos totales a los componentes como un porcentaje de cada uno de estos, se utilizó el siguiente método:

- Primero, para cada país, el TCMO y el TCMU se calcularon para los servicios de prepago y de postpago:
 - Estos se calcularon teniendo en cuenta el precio promedio del teléfono, la llamada y el SMS, la conexión y el alquiler.
 - Se tuvo en cuenta el uso promedio de los clientes de los servicios de prepago y de postpago para estimar el tamaño del paquete de consumo en cada país.

- El impuesto gravado en cada componente de telefonía móvil se calculó entonces al extrapolar el valor impositivo basado en la investigación sobre tasas impositivas:
 - Por ejemplo, el IVA y los aranceles aduaneros pagados se calcularon mediante el precio promedio de venta al por menor del teléfono en un país.
 - Se aplicó este método para cada componente de costos.
- Los diferentes tipos de pago por cada componente se sumaron después para calcular el impuesto total al que incurrió el consumidor en la compra de un paquete anual de servicios de teléfono móvil.
- El porcentaje de impuestos del precio total de un teléfono móvil para un consumidor se pudo calcular entonces para los usuarios de servicios de prepago y de postpago.
- Después se calculó un promedio ponderado de las dos categorías de usuarios mediante las tasas de penetración en cada país respectivo como la ponderación para calcular el TCMO y el TCMU en total.
- Se calculó una cifra total del país para los impuestos y un porcentaje del TCMO, y finalmente se calculó el TCMO.

A.2 Fuentes de datos y presunciones

En esta sección de la metodología se describen los datos utilizados como entradas para el estudio de cada uno de los componentes del TCMO y las presunciones adicionales aplicadas a estas entradas.

Para los **precios de venta al por menor de los teléfonos**, se tomaron los precios promedio del mercado de teléfonos para países en desarrollo del índice de Nokia proporcionados por Nokia. Se proporcionaron los precios de 2010/11 para la mayoría de los países en desarrollo. Sin embargo, en algunos casos, los datos de 2010/11 no estaban disponibles y se utilizaron los precios de 2009/10 proporcionados anteriormente por Nokia. Para los países desarrollados, se obtuvieron datos de precios de teléfonos de un sondeo mundial de Deloitte llamado "Adictos a la conectividad: perspectivas del consumo mundial de aparatos móviles" llevado a cabo para el Congreso mundial de telefonía móvil de GSMA. Uno de los resultados del sondeo es una estimación de la participación en el mercado de las principales marcas de teléfonos en un conjunto de mercados desarrollados. Estos datos se combinaron con los precios de venta promedio de los teléfonos para los principales tipos de teléfonos y marcas proporcionados por Enders Analysis. Todos los precios de teléfonos se ajustaron para representar un precio promedio de teléfonos del mercado sin incluir impuestos.

Tariff Consultancy Ltd. proporcionó los precios de otros componentes (tasas de conexión, alquiler y uso de llamadas y SMS); de acuerdo con su declaración de metodología, todos los precios finales son precios de venta al por menor después de gravarle impuestos, no se han tomado en cuenta las promociones y se han seleccionado los dos principales MNO de cada país para los datos relevantes. Deloitte no ha verificado la exactitud de estos datos.

Los volúmenes de llamadas y SMS y las tasas de penetración se obtuvieron de Wireless Intelligence Unit. Donde había datos faltantes para algunos países, se utilizaron las cifras promedio de la región donde se encuentra el país. Deloitte no ha verificado la exactitud de estos datos.

Para los **impuestos**, se consultaron varias fuentes de datos:

- Base de datos de impuestos internacionales de Deloitte: la base de datos de Deloitte incluye información obtenida del departamento de impuestos para las prácticas impositivas generales de países extranjeros, muchos de los cuales se incluyeron en este estudio.
- Oficinas locales de Deloitte: se contactó a las oficinas locales de Deloitte para obtener información de especialistas y la verificación de ciertos datos impositivos recolectados.
- Se necesitó investigación adicional de oficina para obtener las tarifas de aranceles aduaneros. Esta incluyó la verificación de datos en los informes de Budde, y de Forrester y Gartner.
- La GSMA y los MNO: los MNO que participan del estudio de la GSMA han verificado todos los datos impositivos recolectados.

Los valores impositivos aplicados a cada país se muestran en la Tabla 3. Estos reflejan la investigación realizada en junio de 2011 y es posible que no se reflejen las variaciones ocurridas desde entonces.

Tabla 3 Tasas impositivas que se aplican a la telefonía móvil en cada país

| Países | IVA a los servicios de telefonía móvil | Derecho aduanero para los teléfonos importados | Impuesto específico de telefonía móvil | | | Impuesto corporativo |
|-----------------|--|--|--|----------|---|----------------------|
| | | | Teléfono | Conexión | Uso | |
| Albania | 20.00% | - | - | - | - | 10.00% |
| Argelia | 17.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| Angola | 10.00% | - | - | - | - | 35.00% |
| Argentina | 21.00% | 16.00% | 25.21% | - | 12,90% al alquiler postpago solamente, no hay impuesto a otro uso | 35.00% |
| Australia | 10.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Austria | 20.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| Azerbaiyán | 18.00% | 15.00% | - | - | - | 20.00% |
| Bangladesh | 15.00% | 12.00% | \$1.38 | \$11.03 | - | 40.00% |
| Bélgica | 21.00% | - | - | - | - | 33.99% |
| Bután | 10.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Bolivia | 13.00% | 10.00% | - | - | - | 25.00% |
| Botsuana | 10.00% | - | - | - | - | 15.00% |
| Brasil | 25.00% | 16.00% | - | - | - | 25.00% |
| Bulgaria | 20.00% | - | - | - | - | 10.00% |
| Burkina Faso | 18,00% (sin incluir a los teléfonos) | - | 14.50% | - | - | 30.00% |
| Camboya | 10.00% | 15.00% | - | - | - | 20.00% |
| Camerún | 19.25% | 30.00% | - | - | - | 38.50% |
| Chad | 18.00% | 10.00% | 9.60% | - | - | 40.00% |
| Chile | 19.00% | 6.00% | - | - | - | 17.00% |
| China | 3.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| Colombia | 16.00% | 5.00% | 1.20% | - | - | 33.00% |
| Congo B | 18.90% | 30.00% | - | - | - | 38.00% |
| Costa de Marfil | 18.00% | 21.00% | - | - | - | 25.00% |

| Países | IVA a los servicios de telefonía móvil | Derecho aduanero para los teléfonos importados | Impuesto específico de telefonía móvil | | | Impuesto corporativo |
|----------------------|--|--|--|----------|--|----------------------|
| | | | Teléfono | Conexión | Uso | |
| Croacia | 23.00% | - | - | - | 6.00% | 20.00% |
| Chipre | 15.00% | - | - | - | - | 10.00% |
| República Checa | 20.00% | - | - | - | - | 19.00% |
| Rep. Dem. del Congo | 18.00% | 26.50% | - | - | 10.00% | 40.00% |
| Dinamarca | 25.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| República Dominicana | 16.00% | - | - | - | 12.00% | 25.00% |
| Ecuador | 12.00% | 20.00% | - | - | - | 25.00% |
| Egipto | 15.00% (El IVA estándar es de 10%) | - | - | - | - | 20.00% |
| Estonia | 20.00% | - | - | - | - | 21.00% |
| Etiopía | 15.00% | 12.00% | - | - | - | 30.00% |
| Finlandia | 23.00% | - | - | - | - | 26.00% |
| Francia | 19.60% | - | - | - | - | 33.00% |
| Gabón | 18.00% | 30.00% | \$5.00 | - | 18.00% | 35.00% |
| Gambia | 10.00% | 20.00% | - | - | - | 35.00% |
| Georgia | 18.00% | 12.00% | - | - | - | 15.00% |
| Alemania | 19.00% | - | - | - | - | 33.30% |
| Ghana | 15.00% | 20.00% | - | - | 6.00% | 25.00% |
| Grecia | 19.00% | - | - | - | 12.00% | 24.00% |
| Guatemala | 12.00% | 7.50% | - | - | - | 5.00% |
| Guinea | 18.00% | 30.00% | - | - | - | 35.00% |
| Hungría | 25.00% | - | - | - | - | 20.00% |
| India | 10.30% | 1.06% | - | - | - | 31.50% |
| Indonesia | 10.00% | 7.50% | - | - | - | 25.00% |
| Irán | 1.50% | 25.00% | - | - | - | 25.00% |
| Irlanda | 21.00% | - | - | - | - | 12.50% |
| Italia | 20.00% | - | \$0,64 a los teléfonos inteligentes (Smartphone) | - | \$12,91 al alquiler postpago solamente, no hay impuesto a otro uso | 31.40% |
| Jordania | 16.00% | - | - | - | 8.00% | 15.00% |
| Kazajstán | 12.00% | - | - | - | - | 20.00% |
| Kenia | 16.00% (sin incluir los teléfonos) | 2.25% | - | - | 10.00% | 30.00% |
| Laos | 10.00% | 10.00% | - | - | - | 35.00% |
| Letonia | 21.00% | - | - | - | - | 15.00% |
| Lesoto | 5.00% | 9.00% | - | - | - | 10.00% |
| Lituania | 21.00% | - | - | - | - | 15.00% |
| Luxemburgo | 15.00% | - | - | - | - | 21.84% |
| Madagascar | 20.00% | 25.00% | 1.00% | - | 7.00% | 23.00% |
| Malawi | 16.50% | 10.00% | - | - | - | 30.00% |
| Malasia | 10.00% | 2.50% | - | - | 6.00% | 25.00% |

| Países | IVA a los servicios de telefonía móvil | Derecho aduanero para los teléfonos importados | Impuesto específico de telefonía móvil | | | Impuesto corporativo |
|--------------------|--|--|--|----------|--------|----------------------|
| | | | Teléfono | Conexión | Uso | |
| Malta | 18.00% | - | - | - | - | 35.00% |
| Mauritania | 15.00% | 20.00% | - | - | - | 15.00% |
| Islas Mauricio | 15.00% | - | - | - | - | 15.00% |
| México | 16.00% | 0.80% | - | - | - | 30.00% |
| Montenegro | 17.00% | - | - | - | - | 9.00% |
| Marruecos | 20.00% | 2.50% | - | - | - | 30.00% |
| Mozambique | 17.00% | 7.50% | - | - | - | 32.00% |
| Nepal | 13.00% | 10.00% | - | - | 5.00% | 25.00% |
| Nueva Zelanda | 15.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Nicaragua | 15.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Níger | 19.00% | 46.99% | - | \$0.54 | 3.00% | 30.00% |
| Nigeria | 5.00% | 5.00% | - | - | - | 30.00% |
| Noruega | 25.00% | - | - | - | - | 28.00% |
| Paquistán | 19.50% (El IVA estándar es de 16%) | - | \$2.92 | \$2.92 | 11.50% | 35.00% |
| Papúa Nueva Guinea | 10.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Paraguay | 10.00% | 2.00% | - | - | - | 10.00% |
| Perú | 19.00% | 12.00% | - | - | - | 30.00% |
| Filipinas | 12.00% | 10.00% | - | - | - | 30.00% |
| Polonia | 22.00% | - | - | - | - | 19.00% |
| Portugal | 21.00% | - | - | - | - | 26.50% |
| Rumania | 19.00% | - | - | - | - | 16.00% |
| Federación Rusa | 18.00% | 5.00% | - | - | - | 20.00% |
| Ruanda | 18.00% | 30.00% | - | - | 5.00% | 30.00% |
| Samoa | 12.50% | - | - | - | - | 27.00% |
| Senegal | 18.00% (sin incluir los teléfonos) | - | - | - | 5.00% | 25.00% |
| Serbia | 18.00% | - | - | - | - | 10.00% |
| Sierra Leona | 15.00% | - | - | - | 10.00% | 30.00% |
| Eslovaquia | 19.00% | - | - | - | - | 19.00% |
| Eslovenia | 20.00% | - | - | - | - | 20.00% |
| Sudáfrica | 14.00% | - | - | - | - | 28.00% |
| España | 18.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Sri Lanka | - | - | - | 20.00% | 20.00% | 35.00% |
| Suazilandia | 14.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Suecia | 25.00% | - | - | - | - | 26.30% |
| Suiza | 8.00% | - | - | - | - | 13.00% |
| Siria | 10.00% | 10.00% | - | - | - | 28.00% |
| Tanzania | 18.00% | 10.00% | - | - | 10.00% | 30.00% |
| Tailandia | 7.00% | 5.00% | - | - | - | 30.00% |
| Países Bajos | 19.00% | - | - | - | - | 25.50% |

| Países | IVA a los servicios de telefonía móvil | Derecho aduanero para los teléfonos importados | Impuesto específico de telefonía móvil | | | Impuesto corporativo |
|-------------------|--|--|--|----------|--------------------------|----------------------|
| | | | Teléfono | Conexión | Uso | |
| Trinidad y Tobago | 15.00% | 20.00% | - | - | - | 25.00% |
| Túnez | 18.00% | - | - | - | - | 30.00% |
| Turquía | 18.00% | - | 20.00% | \$29.50 | 25% y \$8,25 al alquiler | 20.00% |
| Uganda | 18.00% | - | - | - | 12.00% | 30.00% |
| Ucrania | 20.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| Reino Unido | 20.00% | - | - | - | - | 28.00% |
| Uzbekistán | 20.00% | 20.00% | - | - | - | 9.00% |
| Venezuela | 12.00% | 15.00% | - | - | - | 34.00% |
| Vietnam | 10.00% | - | - | - | - | 25.00% |
| Yemen | 5.00% | 10.00% | - | - | - | 35.00% |
| Zambia | 16.00% | 10.00% | 5.00% | - | 10.00% | 35.00% |
| Zimbabue | 15.00% | - | - | - | - | 25.00% |

Fuente: Investigación de Deloitte basada en las fuentes locales y la información de los MNO

Apéndice B Clasificación de países

La Tabla 4 muestra, para cada país: la clasificación del estudio de 2011 para el impuesto como un porcentaje del TCMO en 2011, la clasificación de los países de 2007 y si el impuesto como porcentaje del TCMO ha aumentado o disminuido en comparación con el año 2007.

Tabla 4 Clasificaciones de países

| Clasificación | País | Impuesto como un porcentaje del TCMO 2011 | Clasificación de 2007 | Aumento/disminución en comparación con el año 2007 |
|---------------|----------------------|---|-----------------------|--|
| 1 | Turquía | 48.23% | 1 | aumentó |
| 2 | Gabón | 37.20% | 48 | aumentó |
| 3 | Paquistán | 31.61% | 66 | aumentó |
| 4 | Grecia | 30.44% | 9 | aumentó |
| 5 | Rep. Dem. del Congo | 29.14% | 26 | aumentó |
| 6 | Madagascar | 28.33% | 56 | aumentó |
| 7 | Uganda | 28.17% | 3 | disminuyó |
| 8 | Croacia | 27.93% | No disponible | No disponible |
| 9 | Tanzania | 27.80% | 2 | disminuyó |
| 10 | República Dominicana | 27.68% | 7 | aumentó |
| 11 | Zambia | 26.23% | 6 | disminuyó |
| 12 | Brasil | 25.15% | 4 | disminuyó |
| 13 | Suecia | 25.00% | 13 | aumentó |
| 14 | Noruega | 25.00% | No disponible | No disponible |
| 15 | Dinamarca | 25.00% | 12 | aumentó |
| 16 | Hungría | 25.00% | 31 | aumentó |
| 17 | Ruanda | 24.47% | 23 | aumentó |
| 18 | Italia | 24.38% | 16 | aumentó |
| 19 | Sierra Leona | 23.82% | 91 | aumentó |
| 20 | Jordania | 23.40% | 41 | aumentó |
| 21 | Níger | 23.29% | No disponible | No disponible |
| 22 | Finlandia | 23.00% | 18 | aumentó |
| 23 | Argentina | 22.49% | 10 | disminuyó |
| 24 | Ghana | 22.01% | 59 | aumentó |
| 25 | Polonia | 22.00% | 19 | aumentó |
| 26 | Senegal | 21.21% | 21 | disminuyó |
| 27 | Portugal | 21.00% | 24 | aumentó |
| 28 | Irlanda | 21.00% | 25 | aumentó |
| 29 | Bélgica | 21.00% | No disponible | No disponible |
| 30 | Lituania | 21.00% | 52 | aumentó |
| 31 | Letonia | 21.00% | 53 | aumentó |
| 32 | Uzbekistán | 20.68% | 30 | aumentó |
| 33 | Kenia | 20.53% | 11 | disminuyó |
| 34 | Camerún | 20.37% | 20 | disminuyó |
| 35 | Bangladesh | 20.21% | 47 | aumentó |
| 36 | Congo B | 20.18% | No disponible | No disponible |
| 37 | Marruecos | 20.04% | 27 | disminuyó |

| Clasificación | País | Impuesto como un porcentaje del TCMO 2011 | Clasificación de 2007 | Aumento/disminución en comparación con el año 2007 |
|---------------|----------------------|---|-----------------------|--|
| 38 | Reino Unido | 20.00% | 58 | aumentó |
| 39 | Austria | 20.00% | 32 | aumentó |
| 40 | Ucrania | 20.00% | 5 | disminuyó |
| 41 | Eslovenia | 20.00% | 29 | aumentó |
| 42 | Estonia | 20.00% | 55 | aumentó |
| 43 | República Checa | 20.00% | 45 | aumentó |
| 44 | Bulgaria | 20.00% | 33 | aumentó |
| 45 | Albania | 20.00% | 44 | aumentó |
| 46 | Francia | 19.60% | 35 | aumentó |
| 47 | Perú | 19.19% | 39 | aumentó |
| 48 | Chile | 19.07% | 38 | disminuyó |
| 49 | Países bajos | 19.00% | 49 | aumentó |
| 50 | Alemania | 19.00% | 65 | aumentó |
| 51 | Eslovaquia | 19.00% | 46 | aumentó |
| 52 | Rumania | 19.00% | 43 | aumentó |
| 53 | Costa de Marfil | 18.90% | 50 | aumentó |
| 54 | Azerbaiyán | 18.89% | 36 | disminuyó |
| 55 | Federación Rusa | 18.76% | 51 | aumentó |
| 56 | Georgia | 18.75% | 37 | disminuyó |
| 57 | Guinea | 18.74% | 42 | disminuyó |
| 58 | Chad | 18.59% | 22 | disminuyó |
| 59 | Nepal | 18.41% | 15 | disminuyó |
| 60 | Túnez | 18.00% | 57 | aumentó |
| 61 | España | 18.00% | 63 | aumentó |
| 62 | Serbia | 18.00% | No disponible | No disponible |
| 63 | Malta | 18.00% | 54 | aumentó |
| 64 | Burkina Faso | 17.84% | 40 | disminuyó |
| 65 | Mozambique | 17.58% | 14 | disminuyó |
| 66 | Argelia | 17.00% | No disponible | No disponible |
| 67 | Montenegro | 17.00% | No disponible | No disponible |
| 68 | Malawi | 16.97% | No disponible | No disponible |
| 69 | Etiopía | 16.96% | 64 | aumentó |
| 70 | Colombia | 16.15% | 28 | disminuyó |
| 71 | México | 16.01% | 62 | disminuyó |
| 72 | Malasia | 15.95% | 96 | aumentó |
| 73 | Trinidad y Tobago | 15.73% | 61 | disminuyó |
| 74 | Mauritania | 15.54% | 78 | aumentó |
| 75 | Nueva Zelanda | 15.00% | No disponible | No disponible |
| 76 | Zimbabue | 15.00% | 17 | disminuyó |
| 77 | Islas Mauricio | 15.00% | 68 | aumentó |
| 78 | Rep. Árabe de Egipto | 15.00% | 75 | aumentó |
| 79 | Nicaragua | 15.00% | 69 | aumentó |
| 80 | Luxemburgo | 15.00% | 70 | aumentó |
| 81 | Chipre | 15.00% | 74 | aumentó |

| Clasificación | País | Impuesto como un porcentaje del TCMO 2011 | Clasificación de 2007 | Aumento/disminución en comparación con el año 2007 |
|---------------|-----------------------|---|-----------------------|--|
| 82 | Suazilandia | 14.00% | 100 | aumentó |
| 83 | Sudáfrica | 14.00% | 76 | disminuyó |
| 84 | Bolivia | 13.37% | 79 | disminuyó |
| 85 | Ecuador | 12.77% | 8 | disminuyó |
| 86 | Samoa | 12.50% | 77 | disminuyó |
| 87 | Filipinas | 12.43% | 83 | aumentó |
| 88 | Guatemala | 12.42% | 81 | aumentó |
| 89 | RB de Venezuela | 12.40% | 67 | disminuyó |
| 90 | Sri Lanka | 12.26% | 73 | disminuyó |
| 91 | Kazajstán | 12.00% | 71 | disminuyó |
| 92 | Gambia | 11.80% | 34 | disminuyó |
| 93 | Rep. Árabe de Siria | 10.67% | 95 | aumentó |
| 94 | India | 10.35% | 82 | disminuyó |
| 95 | Laos | 10.29% | 86 | disminuyó |
| 96 | Camboya | 10.26% | 80 | disminuyó |
| 97 | Indonesia | 10.22% | 84 | disminuyó |
| 98 | Paraguay | 10.10% | 89 | aumentó |
| 99 | Australia | 10.00% | No disponible | No disponible |
| 100 | Botsuana | 10.00% | 88 | disminuyó |
| 101 | Angola | 10.00% | No disponible | No disponible |
| 102 | Vietnam | 10.00% | 87 | disminuyó |
| 103 | Papúa Nueva Guinea | 10.00% | 92 | aumentó |
| 104 | Bután | 10.00% | 98 | aumentó |
| 105 | Suiza | 8.00% | No disponible | No disponible |
| 106 | Tailandia | 7.10% | 60 | disminuyó |
| 107 | Rep. Islámica de Irán | 6.20% | 85 | disminuyó |
| 108 | Yemen | 6.02% | 90 | disminuyó |
| 109 | Lesoto | 5.95% | 93 | disminuyó |
| 110 | Nigeria | 5.40% | 94 | disminuyó |
| 111 | China | 3.30% | 97 | disminuyó |

Fuente: análisis de Deloitte

Apéndice C Costos específicos de la telefonía móvil que se aplican a los MNO

La Tabla 5 a continuación describe en más detalles las tarifas específicas de telefonía móvil, incluidas las tarifas normativas, de espectro, de licencia, de USF y otros impuestos en los que incurren los MNO en varios países seleccionados del panel. También se tratan ciertos procedimientos contables que han informado los MNO como particularmente ineficientes para su negocio. Los datos de esta tabla los han provisto directamente los MNO.

Tabla 5: Otras tarifas que se aplican a los MNO

| País | Tarifas |
|---------------------------|--|
| Australia | <ul style="list-style-type: none"> Los MNO han informado que se les exige la retención de un impuesto relacionado con los pagos de intereses y regalías bajo el régimen de retención del servicio de pago según el uso (Pay-As-You-Go). |
| Argentina | <ul style="list-style-type: none"> Los MNO incurren en un impuesto de 0,5% a los ingresos que tienen la función de impuestos normativos. |
| Bangladesh | <ul style="list-style-type: none"> Tasa impositiva corporativa individual para el sector de las telecomunicaciones, que es un 10% mayor que la norma. Las compañías operadoras de teléfonos móviles pagan un impuesto corporativo de 45%. Las compañías operadoras de telefonía móvil que cotizan en bolsa pagan una tasa impositiva corporativa de 35%. Los MNO pagan un 5,5% de sus ingresos como impuesto, llamado "Impuesto sobre un porcentaje de los ingresos", que utiliza el gobierno para pagar el arrendamiento de la red de fibra óptica de los ferrocarriles de Bangladesh. Los MNO han informado varias políticas de impuestos impredecibles por parte de las autoridades. Por ejemplo, los MNO han informado que los gastos de negocios auténticos son, a menudo, rechazados de manera arbitraria. |
| Burkina Faso | <ul style="list-style-type: none"> 2% del ingreso pagado como una tarifa de servicio universal. 1% del ingreso se paga al gobierno como tarifa normativa. 0,5% del ingreso se paga para los Fondos de Investigación y Capacitación del gobierno. |
| Camboya | <ul style="list-style-type: none"> Se aplica un impuesto especial de 3% al ingreso del operador de telefonía móvil. |
| Camerún | <ul style="list-style-type: none"> Contribución a los fondos especiales de las telecomunicaciones establecida en un 3% de la facturación. La tarifa de licencia que se paga al ente regulador se encuentra en 1,5% de la facturación. Los MNO han informado que, a menudo, las variaciones en las tarifas de licencia se reciben sin previo aviso del ente regulador. |
| Chad | <ul style="list-style-type: none"> 3% del ingreso anual pagado como tarifa normativa. |
| Congo B. | <ul style="list-style-type: none"> 3% del ingreso doméstico pagado como tarifa normativa. 6% del ingreso internacional pagado como tarifas normativas. |
| República Democrática del | <ul style="list-style-type: none"> 2% del ingreso del operador de telefonía móvil pagado como una tarifa de licencia anual. |

| País | Tarifas |
|---------|---|
| Congo | <ul style="list-style-type: none"> • 2,4% del ingreso del operador de telefonía móvil pagado como tarifa de frecuencia de espectro anual. • 2% del ingreso del operador de telefonía móvil pagado como una tarifa de numeración anual. • La cobertura radiofónica comprada por el cliente se reserva en primer lugar en la cuenta de ingresos diferidos y, después, se justifica progresivamente en la cuenta de ingresos cuando se realiza el consumo. • Esto produce una distorsión con respecto a otros sectores para los que se calcula el impuesto ICA (equivalente al impuesto general a las ventas, IGV) sobre la cuenta de ingresos, mientras que, para las compañías de telecomunicaciones, se basa en la cuenta de ingresos diferidos. • Las autoridades impositivas exigen un impuesto ICA a los descuentos de cobertura radiofónica por parte de los MNO e, indirectamente, de los comerciantes. |
| Francia | <ul style="list-style-type: none"> • El 5 de marzo de 2009, Francia introdujo un impuesto de 0,9% a los ingresos de los proveedores de servicios de comunicación electrónica, incluidos los ingresos de las telecomunicaciones, la telefonía móvil y el servicio de Internet para financiar la televisión pública después de la cesación de hacer publicidad en aquellos canales. |
| Gabón | <ul style="list-style-type: none"> • 0,5% de los ingresos del operador de telefonía móvil se paga en tarifas de frecuencia y espectro. • 0,5% de los ingresos del operador de telefonía móvil se paga en tarifas de numeración. • 2% de los ingresos del operador de telefonía móvil se paga en tarifas universales/de servicios. • 2% de los ingresos del operador de telefonía móvil se paga en impuestos de tecnología. • 5% del ingreso del operador de telefonía móvil pagado como una tarifa de licencia anual. |
| Ghana | <ul style="list-style-type: none"> • Como se trató anteriormente, los MNO están obligados por ley a pagar 2,5% de sus ingresos como un impuesto de seguro de salud al gobierno, que lo utiliza para financiar la investigación y el desarrollo de los servicios de salud de Ghana. • 2% del ingreso también se paga en tarifas normativas al gobierno. |
| Grecia | <ul style="list-style-type: none"> • Se informa que el gobierno griego planea imponer un impuesto especial a las compañías rentables (lo que podría incluir a las compañías de las telecomunicaciones) durante los próximos tres años, por un valor de € 1,8 mil millones. • La autorización de licencia requiere la participación de 9 autoridades públicas, en comparación con el resto de Europa donde la autorización se logra mediante solo una a tres autoridades públicas. El proceso en Grecia es también más prolongado, toma dos años en comparación con un promedio de 8 meses en la UE |
| Hungria | <ul style="list-style-type: none"> • En Hungría se cobra un impuesto de 4% a 6% sobre los ingresos de los MNO de telecomunicaciones según el volumen de sus ingresos. • Con respecto a las deducciones impositivas después de una deuda incobrable, se necesita una decisión de la corte para obtener las deducciones de impuestos reales. En el sector de las telecomunicaciones, la deuda incobrable puede ser importante, y habitualmente se produce por muchas facturas pequeñas impagadas. Los MNO han reclamado que es casi imposible obtener una decisión de la corte para cada factura pendiente. • Estas reglas, sin embargo, mientras no sean específicas de las telecomunicaciones, no cumplen con la mejor práctica internacional y están distorsionadas con respecto a los negocios de las telecomunicaciones con un alto volumen de pagos bajos. |

| País | Tarifas |
|---------------|--|
| India | <ul style="list-style-type: none"> • Los impuestos a los servicios de telecomunicaciones en India incluyen una tarifa de licencia de 6% a 10% del ingreso bruto anual (según la licencia provista) y una tarifa por espectro de 2% a 6% del ingreso anual. • El ente regulador de India, TRAI, ha recomendado recientemente una tarifa de licencia uniforme de 6% en todas las categorías de licencias, pero el gobierno indio aún debe ratificar esta reforma sugerida. |
| Kenia | <ul style="list-style-type: none"> • 0,5% del ingreso de los operadores de telefonía móvil pagado como tarifas normativas. • 0,5% del ingreso de los operadores de telefonía móvil pagado como tarifa de servicio universal al gobierno. |
| Lesoto | <ul style="list-style-type: none"> • La tarifa de acceso universal se establece en el 1% del ingreso operativo neto. • Se espera que aumente a un 2%. |
| Nueva Zelanda | <ul style="list-style-type: none"> • El gobierno de Nueva Zelanda impone una Obligación de servicio de telecomunicaciones (TSO) (anteriormente conocido como participación Kiwi) para todas las compañías de telecomunicaciones que operan en ese país. • El impuesto se encuentra actualmente en la cifra aproximada a los NZD 70 millones al año. |
| Nigeria | <ul style="list-style-type: none"> • Los MNO pagan un 0,14% de los ingresos como impuesto de tarifa de frecuencia/espectro. • Los MNO pagan un 0,15% del ingreso como impuesto de tarifa de numeración. • 0,04% del ingreso se paga como impuesto de tecnología o contribución a la investigación y el desarrollo. • 2,9% de los ingresos del operador de telefonía móvil se paga como tarifas normativas. |
| Níger | <ul style="list-style-type: none"> • 2% del ingreso se paga como tarifas normativas al gobierno. • 4% del ingreso se paga como USO al gobierno. |
| Paraguay | <ul style="list-style-type: none"> • Impuesto normativo de 1% que se cobra a los MNO. |
| España | <ul style="list-style-type: none"> • El gobierno español cobra un impuesto general de los operadores a la industria de las telecomunicaciones de 1,5% de su facturación. • También se aplica un impuesto de reserva de espectro. Este impuesto anual lo pagan personas o entidades para la reserva de uso exclusivo de cualquier frecuencia del espectro. • Se aplica un impuesto de transferencia a las concesiones públicas de espectro. Este impuesto se paga una vez por cada concesión del derecho de uso de nuevo espectro y representa el 7% del 'valor real' de dicho espectro.' • Para este propósito, el 'valor real' se considera la suma de tarifas de espectro que se estima que se paguen en toda la duración de la concesión más el pago inicial ofrecido. • El 31 de agosto de 2009, España introdujo un impuesto de 0,9% de los ingresos brutos a las ventas al por menor de los operadores de telecomunicaciones que proporcionan servicios de medios audiovisuales para financiar RTVE, la emisora de servicio público, después de la eliminación de la publicidad de la televisión de servicio público. |
| Tanzania | <ul style="list-style-type: none"> • Los proveedores extranjeros de comunicaciones (por ej., los asociados de roaming) sin presencia ni bienes físicos en Tanzania que proporcionan servicios de comunicación móvil a los clientes de ese país (por ej., el operador de telefonía móvil) estarán sujetos ahora a un impuesto de retención de Tanzania (que deducirá su cliente). Normalmente, el proveedor extranjero no podrá reclamar el crédito por |

| País | Tarifas |
|--------|---|
| | <p>dicho impuesto en su jurisdicción local.</p> <ul style="list-style-type: none"> • IVA: Cada uno de los lados de la Unión (Tanzania continental y las islas, Zanzíbar) tiene su propia legislación de IVA (por ej., el IVA no es un impuesto de la unión). • Las dos legislaciones no se han alineado correctamente entre ellas ni con otras legislaciones. |
| Uganda | <ul style="list-style-type: none"> • 2.5% del ingreso del operador de telefonía móvil se paga como tarifas normativas al gobierno. |
| Zambia | <ul style="list-style-type: none"> • 1,5% del ingreso del operador de telefonía móvil se paga como tarifas normativas al gobierno. |

Fuente: *Análisis de Deloitte basado en los debates con los MNO*

Deloitte.

Daide Strusani
Assistant Director,
TMT Economic Consulting, Deloitte LLP
dstrusani@deloitte.co.uk



Gabriel Solomon
Head of Regulatory Policy
GSMA
gsolomon@gsm.org

© 2011 Deloitte LLP