

Citar: Apellidos, N. (2014) "Título", en: García Sansano J.; González García, E.; Lago Morales, I. y Rubio Sánchez, R. (Coords.) *Tiempos oscuros, décadas sin nombres*. Toledo: ACMS, pp.

EL TURISMO Y LA FISCALIDAD A NIVEL INTERNACIONAL

Laura Pastor Arranz

Universidad Rey Juan Carlos. Academia Iberoamericana de Escritores y Periodistas

Resumen

El turismo ha sido uno de los principales factores dinamizadores del crecimiento económico español instituyéndose, hoy en día, como un sector clave en nuestra economía nacional.

Asimismo, el turismo influye en los flujos de población hacia áreas de concentración turística, de forma que una consecuencia mediata es el aumento del consumo de servicios públicos. Para financiar este gasto público, por ejemplo en infraestructuras, se han de allegar los recursos suficientes a través de la imposición tributaria, entre otros medios de financiación.

Además, de manera paralela, se pretende que la fiscalidad, por medio de los incentivos fiscales, estimule la creación de empleo y la competitividad en el sector, de modo que las decisiones de los actores privados puedan optimizarse y que las empresas turísticas puedan enfrentarse a los retos de la internacionalización.

A través de la evaluación comparativa a nivel internacional, se expondrá en esta ponencia, la interdependencia entre las decisiones fiscales y las decisiones turísticas y cómo este resultado afecta al ámbito sociológico.

Palabras clave

Turismo, sociología, fiscalidad, internacional.

Introducción

El turismo es un fenómeno que ha encontrado sus máximas potencialidades en la globalización gracias a la creciente libertad de circulación que favorece la movilidad de

flujos y la competencia de los destinos turísticos internacionales, coadyuvada por la red mundial de información y formación que totalizan los medios masivos de comunicación.

Actualmente, la sociedad vive una fase de cambio caracterizada por una mayor interconectividad e interdependencia a escala global. En consecuencia, la reorientación del modelo turístico no puede realizarse al margen de esta nueva realidad, que quedará condicionada en los próximos años por el comportamiento de empresas y consumidores, por la influencia de la revolución tecnológica en los procesos de producción y de consumo turístico y por la preocupación por el sobredimensionamiento de la actividad turística a largo plazo y su presión, especialmente, sobre el capital natural (PULIDO, 2011:43).

En particular, la incorporación de innovaciones tecnológicas y el desarrollo de sofisticados sistemas de gestión de datos optimizarán el estímulo de la demanda turística influyendo en la forma de promover y comercializar destinos y en la manera de facilitar el acceso a la información gracias a internet.

Asimismo, la complejidad del turismo es tal que requiere un enfoque pluridisciplinar (MARTÍNEZ, 2006: 69) e interdisciplinar. La investigación sobre el fenómeno del turismo abarca desde culturas a tecnologías, desde ideologías a religiones, desde la sociología a la economía, entre otras dimensiones posibles.

Para una mejor comprensión de la actividad turística, en este trabajo, se analizará la misma desde una triple perspectiva: la sociológica, la económica y la fiscal.

La sociología del turismo

Se puede definir la sociología del turismo como la rama de la sociología general que estudia el comportamiento del ser humano durante sus viajes y sus relaciones con las comunidades receptoras (BALDIÓN, 1976). En un sentido específico, Hans Knebel, la delimita como la ciencia que estudia el comportamiento social del hombre que transforma durante las vacaciones su rol profesional, en rol de turista (KNEBEL, 1974).

La sociología del turismo aborda los aspectos socioeconómicos y socioculturales de la manifestación turística pues comprende aspectos como las relaciones interpersonales, la inmigración, la división del trabajo, la distribución del poder, las

costumbres, el arte y todas las repercusiones en la estructura social y su organización (MARTÍNEZ, 2006: 65).

El enfoque sociológico de la actividad turística, ya sea utilizando el análisis funcional u otras teorías, permite una visión participativa integral, manifestando, que esta actividad es algo más que una suma de hoteles, restaurantes, otras instalaciones y los propios turistas.

En concreto, desde el punto de vista de las clases sociales, la sociología apunta que el turismo aumenta el desfase entre las mismas de manera diferenciada en función de las categorías socio-profesionales y, subsiguientemente, del tiempo y del ingreso disponible. De esta forma, se puede apreciar que, efectivamente, los grupos sociales no le confieren el mismo uso social a las vacaciones. Las clases acomodadas le otorgan una función de aprendizaje de códigos sociales cosmopolitas y como medio de incrementar la confianza en sí mismos. Mientras que las clases sociales menos favorecidas se caracterizarían por una ruptura de la cotidianidad y la distracción, aunque sin descartar la posibilidad de convertir la privación en opción vacacional (RÉAU y COUSIN, 2009).

Desde otro enfoque, es conveniente determinar si la actividad turística realmente contribuye a la sostenibilidad social, ya que, por un lado, esta industria produce empleo pero, al mismo tiempo, acontece que, en ocasiones, este empleo se caracteriza por su precariedad, al ser temporal y con baja capacitación. Desde este punto de vista, la sostenibilidad es una responsabilidad política. En palabras de Peter Van Aert “*la sostenibilidad es una responsabilidad comunitaria canalizada a través de la gestión política*”. La sostenibilidad no se puede concretar nunca sino a través de la acción colectiva.

Así, el turismo es una actividad ambivalente, dado que puede aportar grandes utilidades en el ámbito socioeconómico y cultural mientras que, paralelamente, contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser abordado desde una perspectiva global.

El turismo engendra problemas socioecológicos cuyos costes se trasladan al medioambiente a través del cambio climático, el calentamiento global, el agotamiento de los recursos naturales en potencia, la pérdida de biodiversidad, estructura y conflicto sociales, cuya presión se traslada a generaciones futuras y que han de integrarse dentro

de la comparación coste-beneficio para demostrar la deseabilidad social de un proyecto turístico para así determinar la finalidad de obtener un indicador financiero de la trascendencia que el medioambiente tiene para el turismo.

La complejidad de los costes socioecológicos del turismo se subraya en el número de componentes: las institucionales relacionados con él, el ajuste del turismo a la ley de la oferta y la demanda, el crecimiento del flujo y, consecuentemente con ello, la disminución de los recursos asociados a la forma en que las agencias sociales llevan acabo su relación con el medio ambiente (AGUILAR, ASANZA y MATUTE, 2008).

En 1993, la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el documento “Tourism the Year 2000 and Beyond Qualitative Aspects”, conceptualizó el turismo sostenible como *“aquél que atiende a las necesidades de los turistas y de las regiones receptoras presentes y que, a la vez, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”*

Posteriormente, en el año 2004, en vista de los resultados de la Cumbre de Johannesburgo sobre desarrollo sostenible, la OMT revisó ese concepto. La nueva disquisición conceptual establece que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos (FARRÉ, SALAS y TORRES, 2013: 54).

Para su puesta en práctica es determinante conocer exhaustivamente las condiciones naturales, sociales y económicas ligadas a la actividad en la región donde se piensa aplicar. Para lograrlo con éxito, se requiere de un diagnóstico preciso, de objetivos estratégicamente definidos y de planes de acción que permitan concretar los principios del desarrollo sostenible.

Los principios básicos del turismo sostenible se asientan en tres pilares básicos (CHÁVEZ, 2005: 13 y OMT):

- *sostenibilidad social y cultural*: implica desarrollar la actividad respetando los valores, normas y tradiciones de los pueblos, conservando sus activos culturales

vivos, no afectando a las relaciones sociales así como contribuyendo al entendimiento y tolerancia intercultural. Para ello se debe fomentar la educación y la formación (programas formativos específicos y grado de especialización) y la participación en eventos culturales, ferias y patrimonio cultural.

- *sostenibilidad ambiental*: se trata de proteger el medioambiente a través de una actitud que disminuya los impactos negativos, que fomente un comportamiento responsable de los visitantes y de los anfitriones, y que conserve los recursos naturales y la diversidad biológica.
- *sostenibilidad económica*: se debe asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos. Se orientará hacia la generación de ingresos y la creación de empleos, el desarrollo rural (empleo y creación de actividades complementarias a las agrarias) y el desarrollo económico (creación de empresas turísticas y Producto Interior Bruto generado por el sector).

Estas tres dimensiones han de establecerse en equilibrio adecuado para garantizar el paradigma de la sostenibilidad como referencia de las políticas públicas e incrementar el grado de sensibilización social.

Dimensión económica del turismo

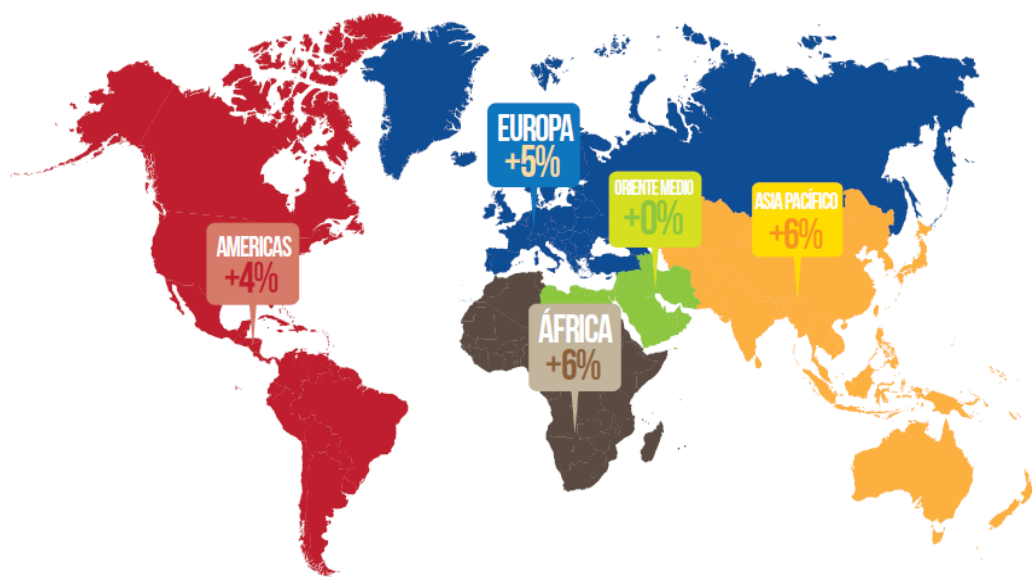
El contenido de la ciencia económica consistente en los resultados económicos, desde la perspectiva del receptor turístico, resulta condición necesaria para la existencia del turismo como hecho social.

Los gobiernos adquieren cada vez mayor conciencia de la pertinencia de esta industria como propulsor económico y como instrumento para el logro de sus políticas y objetivos de desarrollo económico. El turismo se percibe como una práctica para el estímulo económico de las comunidades gracias a los desplazamientos originados en gran magnitud por los recursos naturales y culturales de cada comunidad receptora, por la creación de empleos directos o indirectos que se obtienen, y por la entrada de divisas. Es obvio que los gobiernos atisben en el turismo un área para la cual el desarrollo y la aplicación de políticas de apoyo son relevantes, así como un área en la que no debe pasarse por alto el beneficio potencial de la intervención gubernamental (OECD, 2012).

El turismo afecta directa o indirectamente a todos los aspectos de la economía de un país y por eso se puede calificar de un fenómeno totalizador. Y aunque esta influencia tenga aspectos claramente positivos como en los casos de la balanza de pagos, del impulso a la industrialización o del desarrollo económico de regiones enteras, también tiene efectos negativos como la concentración temporal y espacial, las perturbaciones y congestiones de servicios públicos (como es el caso de la red de transportes y de distribución) y los daños al medioambiente.

En las últimas seis décadas, el desarrollo de esta actividad ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose el “turismo moderno” en el principal motor del progreso económico creando empleo y empresas, desarrollando infraestructuras y obteniendo beneficios. Dentro de este panorama, los países miembros de la OCDE desempeñan una función de liderazgo en el turismo internacional. Al mismo tiempo, han surgido nuevos destinos junto a los tradicionales de Europa y Norte América (UNWTO, 2014: 2).

Mapa 1. Llegadas de turistas internacionales en 2013.



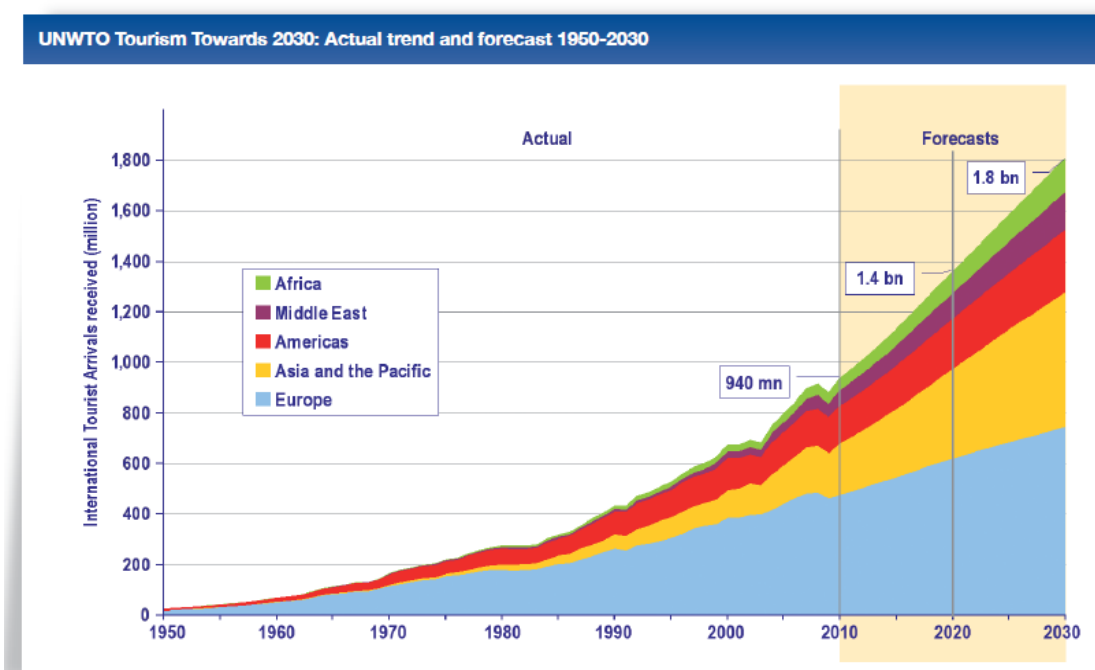
Fuente: UNWTO, 2014.

Así pues, el turismo mundial se convierte en el mayor componente del comercio internacional. Hoy en día, representa el 10% del ingreso mundial y emplea uno de cada nueve trabajadores, para un total de más de 200 millones de empleos (representan aproximadamente el 6% del número total de empleos). Las exportaciones por turismo

suponen el 30% de las exportaciones mundiales de servicios comerciales o el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. En la categoría de exportación a nivel mundial, el turismo ocupa la cuarta posición tras los combustibles, los productos químicos y los productos de automoción (OMT, 2010).

Todo indica que, en el futuro, el turismo seguirá creciendo con mucha fuerza y dinamismo, tal y como prevé la OMT en el siguiente gráfico que representa la senda de esta actividad desde los datos históricos de 1950 hasta las previsiones para 2030.

Gráfico 1: Evolución de las llegadas internacionales de turistas desde 1950 hasta 2030.



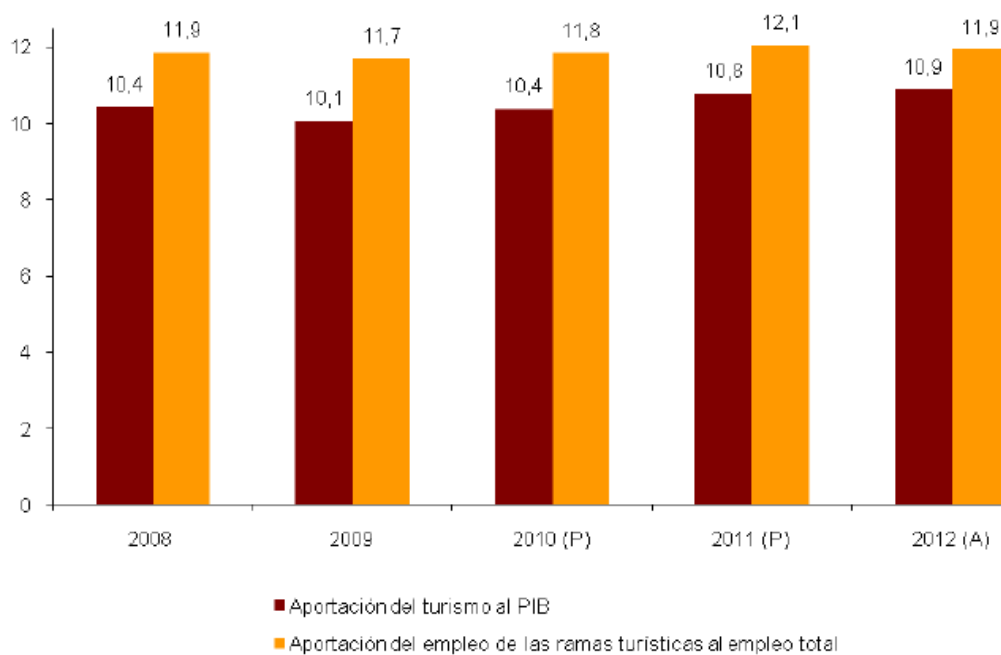
Fuente: OMT, 2014.

Es un hecho, el continuo aumento del número de llegadas de turistas en el ámbito internacional, en particular, en el mundo en desarrollo. Esta pauta hace previsible que el crecimiento del turismo pueda incrementar el potencial para conseguir mejoras socioeconómicas, entre ellas, la reducción de la pobreza, más aún cuando esta actividad, en muchos países en desarrollo menos adelantados, es una de las principales fuentes de ingresos por divisas siendo, por tanto, la opción más viable y sostenible para el desarrollo económico. Así se convierte en una herramienta que posibilita que los más necesitados puedan aprovechar las oportunidades para mejorar su bienestar económico y social debido a su mejor integración a los procesos económicos como el turismo.

En este sentido, la OMT afirma que el turismo, se ha convertido en uno de los sectores económicos que ocupa una posición privilegiada. En especial, contribuirá alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) establecidos en el año 2.000 (cuyo plazo de vencimiento está fijado para el año 2.015), que se refieren a la atenuación de la pobreza.

Por último, una de los mejores sistemas para medir la trascendencia de los parámetros del turismo receptor y del turismo interno de las economías nacionales, es la Cuenta Satélite del Turismo. Los últimos datos de esta metodología basados en la contabilidad nacional, ponen de manifiesto la importancia de esta industria en España ya que en 2012, el turismo contribuyó al 10,9% del PIB y generó el 11,9% de los empleos.

Gráfico 2: Aportación del turismo al PIB de la economía española y al empleo.



Fuente: Cuenta satélite del turismo en España. Base 2008. Serie contable 2008-2012.

INE. Últimos datos publicados a 27 de diciembre de 2013.

La fiscalidad del turismo

Los gobiernos juegan un papel de eminente responsabilidad en la planificación del turismo a largo plazo. Con políticas públicas como la liberalización del comercio, del transporte y de las comunicaciones, crean un entorno empresarial competitivo

proclive a los viajes y al fomento de la inversión en esta industria. Al mismo tiempo, la planificación debe ser coherente con la expansión de un turismo sostenible en consonancia con las culturas locales, las tradiciones y el bienestar social, con la protección del patrimonio, con el entorno, con la innovación tecnológica y con el surgimiento de oportunidades de trabajo.

No obstante, el turismo influye en los flujos de población hacia áreas de concentración turística, siendo una consecuencia mediata el aumento del consumo de recursos y de servicios públicos que con frecuencia lleva a sobrepasar la capacidad de carga y de competencias del territorio y el nivel de servicios para el que están dotados, lo que genera elementos perniciosos para el propio sector turístico. Para financiar este gasto público y ofrecer un servicio satisfactorio a los visitantes, se han de allegar recursos suficientes a través de la imposición tributaria, entre otros medios de financiación.

Tal y como se comentó en el apartado 2 de este trabajo, una suerte de problemas que genera el turismo son los socioecológicos. En este sentido, la fiscalidad medioambiental justifica la intervención del Estado para regular o eliminar los impactos ambientales aplicando medidas tributarias que posibiliten la internalización del coste ambiental, en la función de costes del agente que contamina mediante el uso del servicio o bien medioambiental en correspondencia con el principio de quien contamina paga. La exacción medioambiental alcanza la administración de instrumentos económicos de carácter fiscal (recaudatorios) y parafiscal (incentivadores) con el objetivo principal de propiciar cambios de conducta en los agentes económicos, favorables a la sustentabilidad por encima de los fines estrictamente recaudatorios y encaminados a la corrección de los fallos del mercado.

En los últimos años, se han acrecentado, en número y alcance, los tributos relacionados con el turismo, en particular, los destinados a mejorar la gestión de los impactos ambientales del mismo. Este grupo comprende los impuestos sobre hidrocarburos, sobre las emisiones por combustión, a la circulación de vehículos contaminantes, sobre el consumo de energía en edificaciones o las tasas de basuras, a modo de ilustración. En este ámbito, los países nórdicos son los que llevan la delantera seguidos por Holanda, Bélgica, Francia, Grecia y Alemania.

Con todo, la actividad turística es materia imponible bajo una dilatada amalgama de otras figuras tributarias aparte de los tributos medioambientales: impuestos directos

sobre las industrias (impuesto sobre la renta societaria e impuesto sobre actividades económicas), sobre las personas físicas (impuesto sobre los rendimientos y ganancias), indirectos sobre los consumos turísticos (impuesto sobre el valor añadido), tributos de acceso (tasas por entrada y salida del país o visados), etc.

La realidad muestra que un sector tradicionalmente beneficiario de una baja presión fiscal se está convirtiendo en objetivo prioritario para los sistemas fiscales de muchos países. La OCDE, en su informe “Tourism Trends 2014”, clasifica la tributación turística en seis categorías: llegadas y salidas, transporte aéreo, hoteles y alojamiento, tipos reducidos sobre el consumo, y medioambientales junto con los incentivos fiscales.

Una manera de profundizar en el análisis y cuantificación de la tributación turística es a través del análisis comparativo del impuesto sobre el valor añadido (como principal componente dentro de la exacción sobre el consumo), del impuesto a las ganancias y de las cotizaciones a la Seguridad Social.

Tabla 1. Análisis comparativo de la exacción en algunos de los países con más peso en cuanto a llegadas de turistas.

País	Impuesto sobre el Valor Añadido (%)		Impuesto a las ganancias (%) ¹	Seguridad Social (%)	
	Tipo general	Tipo reducido		Empresa	Empleado
Francia	19,6	7	48,9	28,7	9,9
España	21	10	40,7	23	4,9
Italia	21	10	47,8	24,3	7,2
Turquía			38,6	14,2	12,9
Alemania	19	7	49,3	16,2	17,1
Reino Unido	20	31,5	9,8	8,5
México	16	0	19,2	10,5	1,2
Japón	5	31,9	12,8	12,8

Fuente: OCDE, 2013.

¹. Carga fiscal total sobre el salario medio (100%) de un trabajador soltero y sin hijos.

De la tabla anterior, se puede inferir el comportamiento impositivo que tienen los gobiernos en su relación con la industria turística. En concreto, se observa cómo algunos países han aprobado un tipo reducido de IVA que se aplica especialmente a los alojamientos y restaurantes. Igualmente se observa el potencial recaudatorio del impuesto a las ganancias con tipos de gravamen que llegan a superar el 49%. Por último, las columnas de la derecha comprenden la aportación, tanto del empleador como del empleado, a las arcas de la Seguridad Social.

De manera paralela, se pretende que la fiscalidad, por medio de los incentivos fiscales, también estimule la demanda, la creación de empleo, el gasto de los visitantes y la competitividad en el sector, de modo que las decisiones de los actores privados puedan optimizarse y que las empresas turísticas puedan enfrentarse a los retos de la internacionalización.

Conclusiones

El turismo se ha convertido en un conductor clave del progreso socioeconómico a través de los ingresos de las exportaciones, la creación de empleo y empresas y el desarrollo de infraestructuras.

El sector turístico debe orientarse hacia un modelo de mayor sostenibilidad que le permita ser más competitivo, que impulse las oportunidades de futuro y que se erija como medio de gestión de todos los recursos para satisfacer las necesidades económicas y sociales, considerando conjuntamente la integridad cultural, los procesos ecológicos y los sistemas que sostienen la vida.

El turismo sostenible es una nueva vía de planificar, ofertar y comercializar el producto turístico en cada destino fundamentado en principios éticos para el manejo responsable de los recursos cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los sectores involucrados.

Sin embargo, esta actividad puede tener efectos perjudiciales entre ellos, una saturación de los recursos y servicios públicos. Para afrontar este gasto, los gobiernos se sirven, entre otros medios, de la exacción tributaria con la que allegar recursos suficientes.

De las distintas herramientas impositivas, destacan los tributos medioambientales, el impuesto sobre el consumo y el impuesto a las ganancias.

Bibliografía

AGUILAR, S., ASANZA, P. y MATUTE, M. (2008), *Aspectos sociopsicológicos del turismo*, Ed. Eumed.net, en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/209/> (datos obtenidos 21 de agosto de 2014).

BOKOBO MOICHE, S. (1999), “La fiscalidad de las prestaciones turísticas: la posibilidad de que las Comunidades Autónomas establezcan la tasa turística”, *Revista de Derecho Financiero y Hacienda Pública*, Nº 102: págs. 243 – 260.

CHÁVEZ SALAS, J.M. (2005), *Coordinación de políticas públicas para el desarrollo sostenible del sector turismo en el Perú*, SERIE Medio ambiente y desarrollo, Nº 116, Publicaciones de la CEPAL.

COUSIN, S. y REAU, B. (2009), *Sociologie du tourisme*, La Découverte, col. Repères.

FARRÉ, M., SALAS, M. y TORRES, T. (2013), “El turismo sostenible en las marcas turísticas de Cataluña”, *Revista Galega de Economía*, vol. 22, Nº. 1 (junio 2013): págs. 51-72.

GARCÍA GARZA, D. (2013), “Sociología del turismo”, *Estudios Sociales*, vol. XXI, Nº. 41: págs. 316-319.

KNEBEL, H. (1974), *Sociología del turismo: cambios estructurales en el turismo moderno*, Barcelona, Ed. Hispano Europea.

MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. (2006), *Ocio y turismo en la sociedad actual*, Madrid, Ed. MacGraw-Hill.

OECD (2001), *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies*, OECD Publishing.

OECD (2012), *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing.

OECD (2014), *Tourism Trends 2014*, OECD Publishing.

PRADOS PÉREZ, E. (2001), “Fiscalidad y turismo: el tributo turístico”, *Quincena Fiscal*, N° 4: págs. 11- 19.

PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2011), “La sostenibilidad del modelo turístico español en un escenario de cambio global”, *Papeles de Economía española*, N° 128: págs. 38-52.

UNWTO (1993), *Tourism the Year 2000 and Beyond Qualitative Aspect*, Madrid, UNWTO Publishing.

UNWTO (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*, Madrid, UNWTO Publishing.

UNWTO (2010), *Turismo en Iberoamérica. Panorama actual*, Madrid, UNWTO Publishing, En: segib.org/.../files/2010/12/UNWTO_Turismo_en_Iberoamerica_10. (datos obtenidos, 28 de agosto de 2014).

UNWTO (2014), *Tourism Highlights 2014 Edition*, Madrid, UNWTO Publishing.

VERA REBOLLO, F.V. y BAÑOS CASTIÑEIRA, C.J. (2004), “Turismo, territorio y medio ambiente”, *Papeles de Economía Española*, N° 102: págs. 271-286.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2003), *Blueprint for New Tourism*, Londres.