

No parece lo más acertado cargar al turista con más impuestos, especialmente en un momento de cambio de ciclo de la demanda extranjera.

## ¿Son las tasas turísticas la solución? ¿A qué problema?



**Oscar Perelli**

Algunos de los nuevos equipos de gobierno local están planteando como una de las primeras medidas necesarias para el futuro de sus municipios la implantación de la mal llamada *tasa turística*. De forma resumida: gravar a los turistas (es decir los no residentes) con un impuesto adicional, que no tasa, por disfrutar de los atractivos de su territorio. Más allá del atractivo topolístico que supone disponer de un nuevo maná impositivo, hay al menos tres ámbitos en relación a la tasa que merecen una reflexión de fondo:

### 1. ¿Para qué es la tasa?

Las razones esgrimidas para la justificación de la *tasa turística* son variopintas, a la vez que dispares e incluso entre destinos, contradictorias. Vayamos por las más importantes: la primera se centra en la idea de que la tasa es necesaria para financiar los servicios públicos que consumen los turistas, fundamentalmente anclado en dos ideas; los turistas generan un consumo relevante e incluso mayor que los residentes de servicios públicos en los destinos que visitan (seguridad y limpieza, los más paradigmáticos) y, lo que es más importante, los turistas no pagan por dichos servicios, lo que hace que los municipios no dispongan de los recursos económicos para hacerlos frente.

En relación con las pautas de consumo, no hay estudios solventes que demuestren que los turistas que van a la playa, pasean por una calle o disfrutan de un concierto, requieran de mayores servicios per cápita de limpieza o de seguridad que los residen-

tes que tienen a su lado. En todo caso es cierto que determinados servicios más típicos de los turistas y principalmente privados, como los alojamientos en la costa o las embarcaciones de recreo, consumen más recursos como el agua o tienen un mayor impacto ambiental. Incluso en ambas situaciones, dicho coste debería estar integrado en el pago que se hace por su uso, sin que tampoco se identifiquen diferencias con el mismo disfrute que hacen los habitantes de esas zonas.

De ser esto así, resulta falso que los turistas no paguen sus impuestos, otra cosa es que los impuestos que paga no los recibe el municipio que les acoge y que tiene que prestarle dichos servicios. Concretamente, los servicios turísticos están directamente gravados con el IVA (de tipo reducido en el caso de los servicios de restauración y alojamiento) cuya recaudación es repartida a partes iguales entre la comunidad autónoma y la administración central del Estado, sin que el ayuntamiento reciba una parte de la misma con la que sufragar los servicios vinculados a esa población flotante. La perversión que esta realidad genera en muchas localidades que llegan a multiplicar por diez o más su población en verano es que, mientras sus gastos se multiplican, sus ingresos no. Pero la "culpa" no es del turista, sino del inapropiado sistema de reparto de los impuestos que paga.

Otra razón muy distinta de la que defienden la implantación de una *tasa turística* en algunas grandes ciudades españolas es la de financiar la promoción turística de ese destino para atraer más turistas. Asumir la existencia de la tasa para este fin supone aceptar que es necesario gastar más en promoción, cuando el reto de muchos de los organismos encarga-



**Lo razonable es que los municipios turísticos obtengan una proporción de los ingresos por IVA**

dos del marketing turístico es cómo hacer una mejor y más segmentada promoción para atraer los turistas más interesantes, creciendo por más ingresos y no tanto por más afluencia. Y es que el mayor reto que tienen las grandes ciudades es equilibrar su crecimiento turístico con la preservación de los elementos de identidad y la calidad de vida de la sociedad local, hoy en riesgo en algunos de ellos con crecientes conatos de cuestionamiento, que no rechazo, de las bondades del turismo.

### 2. ¿Cómo se recauda?

Si aún se defendiera su implantación, discutamos sobre ¿cómo se recauda? Parece asumido que la tasa ha de recaudarse por parte de los que alojan a los turistas, ya que se grava por pernociación (modelo catalán, balear y el más generalizado en Europa). Aunque se defiende que la tasa la paga el turista, lo cierto es que su cuantía (de 1,10 a 2,25 euros al día en Barcelona y de 1 a 4 euros al día en Baleares) supone penalizar las actividades de alojamiento que han de asumir con mayor o menor probabi-

lidad, dependiendo de la elasticidad al precio del producto (mayor en los destinos de sol y playa y menor en las ciudades y ambos casos dependiendo de la categoría del hotel y su posicionamiento), su pago. En el mundo actual, con la gestión de precios en tiempo real que facilitan las técnicas de *yield management*, si se pudiera vender la habitación 2 euros más cara, los hoteleros ya lo estarían haciendo, luego hay que asumir que una parte relevante de su importe lo pagan ellos, perjudicando sus márgenes y su capacidad de inversión. ¿Es este efecto el más aconsejable?

Esta situación explica que los empresarios que defienden las tasas (comerciantes, transportistas, ...) no suelen ser ni los que la han de recaudar, ni soportar. Muchos de ellos han sufrido ya el efecto que supone la subida de tasas y la dificultad de repercutirlas al cliente final (que le preguntan a las líneas aéreas de la subida de 2012 o del impacto las propuestas que hoy se barajan en Europa por motivos ambientales). De ahí que la distribución de la carga de las tasas turísticas sea otro aspecto clave a tener en cuenta, para incorporar en su financiación al resto de agentes de la cadena de valor que se benefician del turismo.

### 3. ¿Quién la gestiona?

Por último, la gestión de la tasa tu-

*ristica* no es una cuestión baladí. Su propuesta inicial cuenta con una suerte de buena voluntad política, que defiende la utilización de los nuevos recursos para favorecer al propio sector turístico o paliar las cargas sobre determinados servicios o recursos, como modo de tranquilizar/convencer al sector privado. No obstante, la realidad práctica (Baleares en un ejemplo) demuestra que finalmente los nuevos recursos pueden ser empleados para otros objetivos que no necesariamente responden a fines turísticos, acabando en la financiación de promesas políticas muy respetables y necesarias, pero poco *turísticas*. Una buena muestra es el caso balear, donde la partida que más recursos absorbe de la recaudación de la *tasa turística* de 2018 es la construcción de vivienda protegida.

En definitiva, la introducción de un impuesto sobre el turista no parece estar justificado por razones de interés general, eficiencia o equidad. Si los ayuntamientos no disponen de los recursos para hacer frente a los servicios públicos que consume esa población turística, lo razonable es que obtengan una proporción de los ingresos públicos que generan, a través de la cesión de una parte del IVA recaudado en sus términos municipales o revisando la definición y reforzando la financiación de la figura del municipio turístico, que ya recoge la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.

A esto se puede añadir que no parece lo más acertado cargar al turista con más impuestos, especialmente en un momento de cambio de ciclo de la demanda extranjera (sus noches en España ya caen al 2,9%). Y muy probablemente para acabar financiando gastos que poco tienen que ver con la mejora del turismo, la reducción de sus posibles externalidades o la promoción de una demanda de mayores efectos multiplicadores, cargándolo sólo en las espaldas de uno de los sectores supuestamente beneficiados. Al menos sería más equitativo que, de implantarse la *tasa turística*, la carga se distribuyera entre todos esos subsectores que se benefician del turismo.

**Director del Área de Estudios de Exceltur**