

LA TASA TURÍSTICA: UNA APROXIMACIÓN A SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Gascó Gascó, J.L.; González Ramírez, M.R.; Llopis Taverner, J. y Monllor Fuster, F.

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. NIVEL DE IMPLANTACIÓN DE LA TASA TURÍSTICA EN EL MUNDO.....	5
3. ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA EN ESPAÑA Y EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.....	7
4. IMPACTO ECONÓMICO DE LA TASA TURÍSTICA EN EL ALOJAMIENTO.....	10
5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE APLICACIÓN DE LA TASA. OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS Y PROFESIONALES.....	11
6. ALTERNATIVAS DE RECAUDACIÓN A LA TASA TURÍSTICA EN EL SECTOR.....	14
7. CONCLUSIONES.....	18
8. BIBLIOGRAFÍA.....	19

1. INTRODUCCIÓN

La tasa turística es una figura tributaria consolidada en muchas ciudades a nivel internacional, con la característica común de tratarse generalmente de ciudades con gran atractivo cultural, histórico, arquitectónico, etc.

Más que a países o grandes áreas regionales, la tasa se asocia a ciudades con atractivos únicos, que exigen mantenimientos específicos; menos sensibles, por tanto, al precio por las dificultades para que sus visitantes puedan encontrar fácilmente destinos alternativos de características similares.

Se suele instrumentar como un impuesto que grava las pernoctaciones a través de establecimientos de alojamiento regulado (hoteles, hostales, campings y apartamentos turísticos), en una cantidad por noche y persona graduada en función del tipo de establecimiento, o como un porcentaje de la factura del alojamiento.

En España se aplica en Cataluña desde 2012¹ y desde este año 2016 en Baleares (Santamarta, 2001; Hercowitz y Puig, 2003; García-Aranda, 2004) tras un intento fallido de consolidarlo entre 2002 y 2003 (Ecotasa), en que fue retirado por falta de consenso en el sector. En ambos casos el impuesto se concreta en una graduación de la cantidad diaria por persona de la tasa, según la categoría del establecimiento, la ubicación y la edad del visitante.

¹ En Barcelona se está estudiando la posibilidad de imponer una nueva tasa a los turistas que visiten la ciudad pero no pernocten (cruceros, viajes en autobús de un día, o similares). No queda claro si responde a la decisión de limitar el acceso de turistas –lo que castigaría adicionalmente al sector en general: hostelería, comercio, etc.-, a la compensación directa por uso de servicios ciudadanos, o a criterios simplemente recaudatorios para ayudar a corregir defectos de financiación no cubiertos por la vía ordinaria de los presupuestos municipales. Ninguna de las tres razones parecería justificar correctamente este posible nuevo impuesto al turismo.

Habitualmente la tasa se identifica o se explica como un impuesto finalista, en el sentido de que su recaudación debería destinarse a compensar al destino por parte de los visitantes de los costes de los servicios públicos que consumen, mejora de infraestructuras, promoción del destino, etc. (Fuenmayor y Juan, 2016), aunque no siempre esa finalidad es del todo transparente y puede destinarse a corregir el déficit de financiación en otros servicios públicos, u otras parcelas de intervención de las administraciones públicas.

Aun tratándose de un impuesto finalista, su adopción tiene algunos riesgos relacionados con su extensión. Un ejemplo: el pasado 7 de Mayo de 2016 el edil de Limpieza y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Alicante informaba acerca de un estudio para proponer un incremento de la tasa de basuras de la ciudad para financiar las inversiones que el Gobierno Valenciano ha requerido en la planta de reciclaje (El Mundo, 2016). El riesgo es que se generalice el concepto de que la necesidad de mejora de determinadas infraestructuras para el desarrollo correcto de los servicios se resuelve siempre con impuestos relacionados con ese servicio, de manera que pudiera llegar a interpretarse que los impuestos los pagamos por el hecho de vivir aquí, y que los servicios se pagan aparte.

El criterio de la Administración es que este impuesto no debe considerarse como una nueva vía de presión fiscal, sino como un instrumento útil para mejorar el destino y, por tanto, como un nuevo instrumento al servicio del sector turístico. Este es el concepto al que se acoge Baleares en su nuevo intento por consolidar la tasa turística en las islas como parte de su política turística, centrada, en este caso, en una finalidad medioambiental (“Impuesto de turismo sostenible” es su nueva denominación en Baleares (Ley Número 3494, 2016)).

La equidad del impuesto queda muy deteriorada desde su concepción, al dejar fuera del mismo a la gran cantidad de viviendas en alquiler no regulado correctamente a través de plataformas “persona a persona, P2P”, cuando no alquiler irregular directo entre particulares, lo que coloca este tipo de alojamiento aún en mejores condiciones

para competir por precio en relación con los establecimientos que cumplen con todas las normas fiscales, laborales, etc., además de deteriorar la imagen del destino por su escasa cobertura de los derechos del turista (Hosteltur, 2014).

La falta de experiencias negativas en otros destinos pioneros en este impuesto, salvo Baleares que ya lo tuvo en 2002 y 2003, y lo anuló por falta de consenso entre todos los participantes del sector, podría aconsejar su incorporación a las tasas en la Comunidad Valenciana; pero ya hemos apuntado que, en general, nuestra situación no es comparable con la de muchos de los destinos que la tienen implantada, en el sentido de que en aquellos la capacidad de atracción es del destino específico, con elementos diferenciales (“ventajas competitivas”, en términos de estrategia empresarial) que los hacen menos vulnerables a los precios que sin duda se encarecen para el usuario final, y que son mucho más importantes como criterio de elección en destinos de *sol y playa* que aún son los más frecuentes en nuestra Comunidad. “*Piensa global, actúa local*” es también un principio perfecto para el sector turístico, ya que es en el destino local en el que se juega la mayor parte del partido turístico y los Ayuntamientos en España no pueden establecer tributos de este tipo, según la Ley de Haciendas Locales.

Al respecto, consideramos necesario contemplar en el análisis, que una parte muy importante de nuestros turistas en alojamientos regulares llega a través de turoperadores, en los que el factor precio es importante, máxime teniendo en cuenta nuestra oferta básica aún de *sol y playa*, en la que compiten gran cantidad de destinos, algunos hoy sin actividad o con actividad bajo mínimos. Los países del Mediterráneo Oriental y Norte de África, como Turquía, Egipto o Túnez, no atraviesan un buen momento, como consecuencia de conflictos bélicos e incidencia importante de la actividad de violentos grupos terroristas, pero en algún momento volverán a competir intensamente con nosotros.

Según un análisis de Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística: el grupo de presión que integra a las principales empresas turísticas en España) un tercio del

crecimiento de turistas extranjeros en España en 2015 se explica por este fenómeno. Egipto, Túnez y Turquía han perdido en 2015 un total de 2,1 millones de turistas que se suman a los más de 5,7 que ya habían perdido los dos primeros desde la Primavera Árabe de enero de 2011. Cada vez que se ha producido un episodio de inestabilidad, se ha acelerado la llegada de turistas extranjeros con paquete turístico a España (Exceltur, 2016).

2. NIVEL DE IMPLANTACIÓN DE LA TASA TURÍSTICA EN EL MUNDO

La tasa turística se trata de un impuesto extendido y justificado principalmente a nivel local, en ciudades con atractivos específicos, arquitectónicos, históricos, naturales, etc., que las hacen menos vulnerables a ligeros aumentos en los costes asociados a la estancia del turista. Pero también existe en algunos casos el impuesto a nivel global del país.

Ciudades como París, Florencia, Roma, Venecia, Milán, Berlín, Ámsterdam, Túnez, Dubái, Maldivas, Atenas o Lisboa, aplican la tasa turística por pernoctación.

Sólo a título de ejemplo, mostramos algunas de estas tasas:

- **Ámsterdam:** 5% sobre la tarifa del hotel. La recaudación se destina a mejora de la ciudad y los servicios ofrecidos.
- **París:** de 20 céntimos a 1,50 € por persona y día para mayores de 13 años (2% para habitaciones con precio superior a 200 €).
- **Florencia:** 1 € por persona y noche por cada estrella del establecimiento, para mayores de 10 años y máximo de 10 días consecutivos.

- **Roma:** 3 € día en habitación de 4 y 5 estrellas, y 2 € día en el resto, las 10 primeras noches y a partir de 10 años.
- **Venecia:** 1 € por persona y día por estrella en Hotel; o entre 1,5 y 2 € en otro tipo de establecimientos, con máximo de 5 noches consecutivas (con descuentos para niños y en temporada baja).
- **Túnez:** 2 dinares (menos de 2 €) por persona y noche.
- **Islas Maldivas:** 3,5% del precio del Hotel, alquiler de veleros, escuelas de buceo y otros gastos habituales entre los turistas.
- **Dubái:** entre 7 y 20 dirhams (1,4 y 4 euros) por habitación y noche, en función de la categoría del hotel.
- **Berlín:** 5% del precio de la pernoctación total.
- **Lisboa:** 1 € por persona y día durante los primeros 7 días, a partir de 13 años.
- **Salzburgo y Viena:** 3,02% del precio de la habitación. En Austria en general, oscila entre 15 céntimos y 2,18 € por persona y noche.
- **Croacia:** de 25 céntimos a 1 € por persona y noche según época y establecimiento.
- **Rumanía:** entre 0,5% y 5% de la factura de la habitación.
- **República Checa:** 1 € por persona y noche.

- **Baleares:** entre 0,45 y 2,50 € por persona y noche, con máximo de 7 días y mayores de 16 años.
- **Cataluña:** entre 0,50 y 2,50 € por persona y día, en función del tipo de establecimiento y su ubicación, para mayores de 16 años, y descuentos a partir de los primeros 7 días.

Además, algunos países y destinos tienen la “tasa turística aérea”:

- **Alemania:** 8 € en vuelos nacionales o UE; 25 € media distancia; 45 € larga distancia.
- **Punta Cana y Riviera Maya:** 10 \$ al entrar al país y 20 \$ al salir.
- **Tailandia:** 12 € tasa entrada.
- **Guatemala:** 30 \$ a la salida.
- **Cuba:** 22 € (25 pesos cubanos) al salir del país.
- **Marruecos:** 100 dirhams (9 €) en billete clase turista y 400 dirhams (36 €) en business al salir del país.

3. ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA EN ESPAÑA Y LA COMUNIDAD VALENCIANA

El sector turístico español ha cerrado el año 2015 con 68 millones de turistas extranjeros, lo que significa un nuevo récord histórico y tres millones más de

visitantes respecto a 2014. Aunque Exceltur nos recordaba que la medida del éxito turístico no es el número de visitantes (Hosteltur, 2015). Por tanto, no deberíamos perder de vista otro indicador clave: los ingresos por turismo extranjero (Hosteltur, 2016).

Según la balanza de pagos difundida por el Banco de España el 30 de diciembre de 2015, el volumen total de dinero que los viajeros extranjeros se gastaron en España de enero a octubre ascendió a 45.068 millones de euros, un 3,4% más respecto al mismo período del año anterior. Pero atención, porque durante ese mismo período de enero a octubre, la llegada de turistas extranjeros creció un 7,5%, según la encuesta FRONTUR (INE, 2016). Podemos observar, por tanto, dos velocidades de crecimiento: las llegadas (+7,5%) están aumentando a un ritmo más rápido que los ingresos (+3,4%).

Como indica Hosteltur (2015), el volumen por el volumen puede valer para los países que están arrancando, pero no para aquellos que, como España, están liderando el turismo mundial y donde el principal indicador debe ser la mayor derrama que genere cada turista.

2015 ha sido un año positivo para el sector turístico de la Comunidad Valenciana, que ha recibido 6,5 millones de turistas extranjeros, lo que representa una subida del 4,3% respecto a 2014 y una cuota del 9,5% del total de turistas extranjeros que visitan España (10,4% con datos al cierre del primer trimestre de este año), según el Balance Turístico de la Comunidad Valenciana 2015, con un gasto total en el año de 5.606 millones de euros, un 4,1% más que el año anterior y una cuota del 8,3% del total del gasto en España (Generalitat Valenciana, 2015).

Estos datos, aun siendo positivos en tanto que suponen un incremento de turistas e ingresos, confirman que existe un crecimiento a dos velocidades, aunque más acusado que en el resto de países: la Comunidad Valenciana crece más en turistas

que en facturación debido en gran medida al mayor crecimiento de las pernoctaciones extra hoteleras (10% en la CV, frente al 5,1% de pernoctaciones hoteleras, con el menor gasto por turista tanto en el coste del alojamiento como en su arrastre sobre otras actividades).

En 2014, con datos más consolidados, la Comunidad Valenciana recibió 22,9 millones de turistas. La demanda nacional representó un 72,7% de los viajes y un 55,8% de las pernoctaciones. (6.233.881 extranjeros y 16.630.300 españoles); con un total de pernoctaciones en todo tipo de alojamiento de 155.331.435 (turistas extranjeros 68.579.677 y turistas españoles 86.751.758).

El número de pernoctaciones en alojamiento privado (vivienda propia, alquilada y de familiares y amigos), estimado en 121 millones, representó un 77,8% del total, un 79,6% de la demanda residente en España y un 75,5% de la demanda residente en el extranjero; en 2014 decreció un 5,3%.

Aunque el turismo de *sol y playa* no se puede obviar y constituye una de nuestras señas de identidad y de nuestras ventajas competitivas, habría que desarrollar, poner en valor y apoyar infraestructuras que permitan evolucionar desde el turismo actual hacia un modelo que comprenda adicionalmente una oferta más completa y diferenciada (gastronomía, deporte, cultura, congresos, sanidad, etc.). Ésta se constituye en la solución a largo plazo del contexto competitivo que vamos a encontrar en cuanto se corrijan los problemas del Mediterráneo. Si la oferta es exclusivamente *sol y playa*, la única estrategia posible es el precio, ventaja que no resulta sostenible a largo plazo.

4. IMPACTO ECONÓMICO DE LA TASA TURÍSTICA EN EL ALOJAMIENTO

Conviene tomar referencia de los que ya están aplicando la tasa turística en nuestro entorno más próximo, en este sentido, la Generalitat de Catalunya recaudó en 2015 un total de 43,5 millones de euros, un 5,48% más que en 2014, de los que 23 millones corresponden a la ciudad de Barcelona y su área de influencia. Del total de la recaudación, solo un 8% correspondió a las viviendas de uso turístico, cuando son el alojamiento más numeroso.

En una aproximación al impacto fiscal de la tasa turística, los cálculos realizados por la Consellería de Hacienda de la Generalitat Valenciana, estiman una recaudación en torno a los 30 millones de euros/año (La Verdad, 2016).

Una aproximación diferente al importe que puede suponer la tasa en la Comunidad Valenciana sería el siguiente: en 2015, 9,9 millones de viajeros se han alojado en hoteles, apartamentos reglados, campings y alojamiento rural de la Comunidad Valenciana, con 42,9 millones de pernoctaciones, con una estancia media en torno a 5 días. Si consideramos limitada la tasa, de forma similar a gran parte de los destinos que la tienen implantada, a un máximo de 7 días y excluimos a menores de edad (en torno al 30 % de los viajeros), y cobramos 1 € de media por persona y noche, la recaudación estaría en torno a 30.03 (42.9 x 70%) millones euros, que habría que corregir sensiblemente a la baja en el caso de los extranjeros porque su estancia media es superior a los 11 días.

Dicha cantidad no parece razonable si supone el más mínimo riesgo a un sector que es el mayor soporte e impulsor de la economía de la Comunidad Valenciana, cuando, como veremos a continuación, existen alternativas mucho más eficientes, tanto desde un planteamiento de apoyo al sector como desde las posibilidades de recaudación fiscal pretendidas.

5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE APLICACIÓN DE LA TASA. OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS Y PROFESIONALES

Sin ánimo de ser exhaustivos a continuación listamos las ventajas e inconvenientes, así como la visión que tienen los profesionales del sector acerca de la tasa turística y su implementación en la Comunidad Valenciana.

Ventajas

- Incremento de la recaudación fiscal, básicamente procedente de fuera de la Comunidad Valenciana.
- Posibilidad de establecer una tasa finalista, con la que invertir y mejorar el sector turístico: promoción, infraestructuras, etc.

Inconvenientes

- Discriminatoria e injusta, en tanto que castiga a las plazas reguladas, favoreciendo el intrusismo en alojamientos irregulares.
- En la Comunidad Valenciana parece una tasa sólo recaudatoria, con visión de corto plazo.
- Dificultades para repercutir, al menos en el primer año, la tasa al cliente, puesto que muchas plazas están contratadas con antelación por turoperadores, con precios muy ajustados, sin posibilidad de repercutir la tasa a los clientes en los viajes ya contratados, lo que significa que la tasa irá directamente contra la cuenta de resultados de las empresas.
- La tasa puede tener sentido en destinos maduros, con atractivos únicos, control exhaustivo de plazas de alojamiento y elevada rentabilidad, que no es el caso de la Comunidad Valenciana.
- Riesgo de que los turoperadores elijan otros destinos competidores de la oferta básica de *sol y playa*, insuficientemente diferenciada.

- El argumento de evitar la masificación usado en otros destinos, no es aplicable a esta comunidad que, en general, no sufre problemas graves de masificación en ningún destino.
- La oferta de la Comunidad Valenciana no es comparable con otros destinos culturales muy consolidados, con precios de alojamientos mucho más elevados, en los que la tasa no es un factor que pueda condicionar la decisión de compra.

Opiniones de los empresarios y profesionales

La tasa turística, todavía poco extendida en nuestro país, ha sido objeto de análisis por parte de políticos y empresarios del sector durante estos últimos años, especialmente en las zonas en que el turismo es un sector relevante en su economía.

El sector turístico sigue siendo uno de los motores de arrastre más importante de la economía valenciana, con registros históricos trimestre a trimestre (en gran medida, como se ha apuntado, por los problemas en destinos competidores del Mediterráneo Oriental y norte de África). En los tres primeros meses de 2016 hemos recibido más de 1,22 millones de turistas extranjeros, con un crecimiento interanual del 23,2%. “La tasa turística afectaría al sector hotelero ya dañado por el intrusismo y la competencia desleal”, afirmaba recientemente el Secretario Autonómico de Turismo, Francesc Colomer (ABC, 2016).

En la misma línea se manifestaba el presidente de Hosbec, Antonio Mayor, que consideraba que “ya tenemos una presión fiscal muy elevada como para aplicar un impuesto similar al aprobado en Baleares”, e instaba a poner el foco sobre “el fraude de las viviendas turísticas” (Levante, 2016).

Es muy relevante el análisis realizado por las patronales turísticas canarias (ASHOTEL, FEHT, AEHTF y ASOLAN) (Noticias Ashotel, 2015) perfectamente

aplicable en la mayor parte de sus puntos a la Comunidad Valenciana. De aquel análisis, destacan los siguientes puntos:

- a) Casi el 70% del turismo llega a través de turoperadores, que no lo aceptarían.
- b) Los problemas en destinos competidores tras la llamada primavera árabe deben terminar –y esperamos que sea así- en algún momento, e intentarán recuperar, lógicamente, su cuota de mercado.
- c) Canarias (y la Comunidad Valenciana) no es comparable con Barcelona o París, destinos culturales muy consolidados, con precios elevados.
- d) No se trata de obtener, vía tasa, más ingresos procedentes del turismo, sino de gestionar mejor los que se generan. De esta forma en Canarias, según el informe IMPACTUR 2013 de Exceltur, el turismo recauda 1.524 millones de euros anuales en impuestos, frente a los 17 millones que se destinan a promoción turística. 1.983 millones de recaudación por impuestos en el sector en la Comunidad Valenciana, según IMPACTUR 2010, último año analizado por Exceltur para nuestra Comunidad, con el 12,6 % del PIB de la Comunidad o el 13,4% del empleo.
- e) No al afán recaudatorio. Los empresarios canarios del sector dudan que la recaudación de esta tasa tenga carácter finalista, sino que iría a engrosar un presupuesto poco productivo.
- f) La tasa no resuelve ningún problema de infrafinanciación de la Comunidad Valenciana.

En Baleares, última comunidad en incorporarse al cobro de la tasa turística, la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca afirma que la competitividad de las Islas Baleares como destino turístico se verá afectada negativamente por la decisión de algunos turistas de desviar sus vacaciones a lugares con servicios similares sin las tasas; además de limitar la inversión en ocio de los turistas que mantengan el destino (compras, hostelería, etc.). En esta línea, la prensa inglesa y alemana se ha hecho eco del nuevo impuesto, interviniendo en el debate con un posicionamiento claro de crítica a la medida balear (The Telegraph, 2016).

6. ALTERNATIVAS DE RECAUDACIÓN A LA TASA TURÍSTICA EN EL SECTOR

El actual escenario favorable en el sector turístico, apoyado en causas fundamentalmente externas al mismo, no será permanente, sino que está sometido a nuevos retos. Como apunta el estudio de Exceltur (2016), que el sector turístico se enfrenta en España a uno de los retos de mayor calado de las últimas décadas, reto aún bastante desapercibido, pero sujeto a una evolución acelerada procedente de los diversos impactos y externalidades de distinto signo, provocados por el crecimiento exponencial de diferentes servicios que integran la cadena de valor turística, comercializados a través de los nuevos modelos y plataformas web de contacto entre particulares; las llamadas plataformas Peer to Peer ó P2P, como Airbnb, Homeaway, Niumba, Wimdu, Housetrip, Rentalia, BeMate (Alterkeys), Vacaciones.Espana, Only-Apartments.

En este contexto, cabría preguntarse si lo más adecuado es tratar de exprimir la parte más regulada del sector con planteamientos puramente tácticos, con la única finalidad clara de aumentar la recaudación con objetivos inconcretos, o si, por el contrario, resulta más sostenible y rentable en términos socioeconómicos, establecer un nuevo marco normativo “ad hoc”, viable y proporcionado a esas nuevas realidades sociales de oferta y actores turísticos, que garantice un marco competitivo más equitativo, que asegure los mismos derechos para los consumidores, limite las externalidades negativas frente a las sociedades locales y contribuya fiscal e igualitariamente al mantenimiento de los servicios públicos. Esta segunda opción se muestra imprescindible desde un planteamiento no solo de equidad con todos los participantes, sino desde un punto de vista de eficiencia en la gestión, además de fiscalmente mucho más efectivo que nuevas tasas poco justificadas.

El alquiler de viviendas turísticas en España no se trata de un negocio en absoluto marginal. Según los datos apuntados por Exceltur (2015), la oferta de plazas en viviendas de alquiler turístico en España a través de plataformas P2P alcanzaba los

2,7 millones al cierre de 2014, superando los 2,5 millones de plazas reguladas (hoteles, campings, apartamentos turísticos reglados, y alojamientos de turismo rural reglados). Sólo a título de ejemplo, en Alicante sobre un total de 22.833 plazas de alojamiento, 11.853 se comercializaban a través de plataformas P2P escasamente reguladas, frente a 10.980 plazas de alojamiento reglado.

Por ello, es necesario normalizar el alojamiento irregular de alquiler de viviendas a través de plataformas P2P, con crecimientos espectaculares en los últimos años. Una parte importante de esta oferta a través de las plataformas P2P pertenece al ámbito de la economía sumergida, con tratamientos fiscales no contributivos podrían aportar una recaudación fiscal potencial en torno a los 800 millones de euros/año (400 millones por IRPF y sobre 445 millones por IVA), lo que para la Comunidad Valenciana podría significar en torno a 80 millones, mucho más que la expectativa manifestada en la implantación de la tasa turística en estudio aunque no sea éste el principal motivo para apostar por dicha alternativa.

La equidad ya manifestada con el resto del sector regulado, así como la seguridad del turista y la calidad del destino, serían los factores que aconsejarían abordar prioritariamente esta regulación y el control subsiguiente. Esto sin olvidar el impacto económico y sobre el empleo de este tipo de alquileres de pisos para uso turístico de corta duración, que genera un impacto económico diario en el destino un 84,8% inferior al promovido por la oferta reglada, con una generación de 9,8 puestos de trabajo por cada 100 plazas, frente a los 53,3 empleos de los alojamientos regulados, teniendo en cuenta los puestos directos en el alojamiento, y los inducidos en industrias complementarias como restauración, comercial y ocio, y los arrastrados sobre otras actividades económicas. También cabría considerar el gasto medio en destino del cliente en establecimientos reglados, que es un 71,2% superior al usuario de servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler (88,8 € frente a 51,9 €), confirmando la mayor contratación de otros servicios de valor añadido para el destino, como la restauración y actividades de ocio de los turistas que pernoctan en establecimientos reglados respecto a los que lo hacen en una vivienda de alquiler.

Además, el turista que opta por la vivienda de alquiler de corta duración permanece de media cuatro días más en destino que los que usan alojamientos reglados, por lo que incluso considerando los servicios que el destino debe prestar a estos turistas en términos de consumo y mantenimiento de espacios públicos, infraestructuras, energía, limpieza, seguridad, etc., aún justificarían con más énfasis la conveniencia de regulación a todos los niveles, incluso el fiscal, por supuesto, de este tipo de alojamientos. Aún con el interés recaudatorio que parece ser la esencia de la tasa turística, estos alojamientos resultarían los más rentables para la administración partiendo de la justicia en el tratamiento a todos los participantes en el negocio de alojamiento turístico.

Sobre el elevado número de apartamentos turísticos con funcionamiento irregular, el Secretario Autonómico de Turismo, Francesc Colomer, declaraba en julio de 2015 (Levante, 2015) que “la Generalitat estará siempre al lado del sector legal, los hoteleros y el resto de alojamientos que dan la cara, tributan, generan riqueza colectiva, empleo y prestigio”. Asimismo, aseguraba que “nuestro compromiso es velar por la calidad de la oferta del producto turístico de la Comunidad Valenciana, amparando simultáneamente los recursos turísticos y los intereses del sector empresarial, así como los derechos de los turistas que nos visitan. La competencia desleal y el intrusismo son fenómenos que debemos combatir de forma conjunta diversas administraciones; y en ello estamos y estaremos”.

Este debate en torno a la falta de regulación y necesidad de abordarla para los alquileres turísticos informales a través de Internet no es exclusivo de la Comunidad Valenciana ni de España.

Las plataformas como Airbnb, mediante el impacto de los medios, ponen de relieve el concepto de la tan en boga economía colaborativa, cuando en realidad no lo son, pues reciben comisiones de los dueños de las casas y de quienes demandan el uso de las mismas (Telam, 2016).

El tema se trató en la Primera conferencia Iberoamericana sobre Economía Colaborativa en el Alojamiento Turístico, realizada en abril de 2016 en Montevideo, donde las entidades hoteleras coincidieron en pedir a los Estados que exijan a estas plataformas que cumplan y hagan cumplir a sus clientes las obligaciones a las que están sujetas las empresas registradas y categorizadas, y que se incluyan en sus respectivas legislaciones.

No se trata de poner puertas al campo, este fenómeno llegó para quedarse y la gran cuestión es si el mercado digital sigue creciendo, que lo va a hacer, cómo se incorpora a la legislación para garantizar su neutralidad competitiva (El Diario de Turismo, 2016).

El análisis del impacto del alquiler de viviendas turísticas a través de plataformas P2P es similar al de otras plataformas incluidas en ese concepto denominado economía colaborativa y sus supuestas capacidades disruptivas otra vez en el sector turístico, que efectivamente las tienen aunque las más explotadas están relacionadas con la deficiente regulación que perjudica intensamente a los participantes tradicionales.

En el mismo sentido, la Asociación Empresarial de la Comunidad Valenciana de Vehículos de Alquiler (AECOVAL) presentó en Mayo de 2016 sendos escritos ante las direcciones generales de Consumo y Transportes de la Generalitat, y ante la Agencia Tributaria para denunciar el intrusismo que, a su juicio, supone el funcionamiento de plataformas de alquiler de vehículos de particulares, como Drivy o SocialCar, sin normativas estrictas en materia fiscal, de garantía de los vehículos, etc., compitiendo con ventaja importante a costa de la seguridad, con las compañías tradicionales de “rent a car” (Información, 2016).

7. CONCLUSIONES

La Comunidad Valenciana debería centrarse en el esfuerzo de control para regularizar la cantidad de alojamientos turísticos ilegales, lo que incrementaría de manera muy notable la recaudación y, por tanto, las posibilidades objetivas de inversión en los diferentes destinos para tratar de evolucionar el tipo medio de turista actual, mejorando y diferenciando la oferta complementaria y personalizando la relación con el turista. Sólo entonces, con el ánimo de seguir profundizando en la focalización, podría plantearse esa tasa turística que por ahora sólo parece presentar un afán recaudatorio, poco eficiente, injusto para el sector regulado que es el mayor soporte de la economía de la Comunidad Valenciana, y probablemente desmotivador para algunos de los más importantes operadores turísticos que trabajan con la misma.

Los problemas que generaría la tasa turística, tal como se ha planteado hasta ahora, son al menos dos: primero de imagen ante los turistas por su asociación a una especie de peaje por uso de nuestro entorno; ese uso ya lo pagan nuestros visitantes a través de los impuestos por la actividad económica que generan, satisface un sector fiscalmente muy controlado, el sector del alojamiento regulado, que no es ni mucho menos el que atiende a todos los turistas que nos visitan, ya que el turismo residencial es en gran medida mayoritario en muchas zonas de la Comunidad Valenciana y los alquileres de apartamentos no declarados atienden, como hemos visto, también a una parte muy importante de los turistas.

El segundo problema reside en volver a cargar con más impuestos a aquéllos que cumplen estrictamente con sus obligaciones fiscales, en lugar de resolver el tema de esos alojamientos no declarados que no sólo no pagarán la tasa turística, sino que no pagan ninguna otra tasa compitiendo con ventaja respecto al sector regulado, además de atentar contra la imagen imprescindible de calidad, ya que no existe control sobre los mismos.

La tasa turística, por tanto, parece un impuesto poco consistente, con mala imagen, con interés exclusivamente recaudatorio, con una visión sólo de corto plazo en un sector que no admite más que la orientación al largo plazo por parte de las Administraciones. Un sector, en definitiva, en el que la administración debería pensar en invertir más que en incrementar la recaudación a corto (ya se recaudan 1.983 millones de euros al año en el sector), porque es de las inversiones y no de las limitaciones al sector de dónde llegarán después los ingresos recurrentes.

8. BIBLIOGRAFÍA

ABC (2016). El secretario autonómico Colomer contradice a Puig y niega la tasa turística. *ABC*. Documento Internet. http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/alicante/abci-secretario-autonomico-colomer-contradice-puig-y-niega-tasa-turistica-201604272052_noticia.html. (Consulta 27/04/2016).

EL DIARIO DE TURISMO (2016). “La Primera Reunión Iberoamericana de la OMT sobre economía colaborativa en el alojamiento turístico se realizará en Montevideo”. Documento de Internet. <http://www.eldiariodeturismo.com.ar/2016/03/11/la-primera-reunion-iberoamericana-de-la-omt-sobre-economia-colaborativa-en-el-alojamiento-turistico-se-realizara-en-montevideo/> (Consulta 11/03/16).

EL MUNDO (2016). “Alicante planteará subir la tasa de basuras para invertir en su planta”. *El Mundo*. Documento de Internet. <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2016/05/07/572ce8f1e2704e98718b457f.html> (Consulta 30/05/2016).

EXCELTUR (2015). “Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos y riesgos asociados”. Documento de Internet. <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur% C3% ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf> (Consulta 30/06/16).

EXCELTUR (2016). “Valoración turística empresarial del año 2015 y perspectivas para 2016”. Documento de Internet. <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2016/01/Nota-de-Prensa-Balance-del-a%C3%B1o-2015-y-perspectivas-para-2016.pdf> (Consulta 5/05/2016).

FUENMAYOR FERNANDEZ, A. y JUAN LOZANO, A.M. (2016). “¿Hablamos de una “tasa turística” en la Comunidad Valenciana? ¿Qué es, cuánto es, para qué es, para quién es?”. *El derecho.com*. Documento de Internet http://www.elderecho.com/tribuna/fiscal/Tasa-turistica-Comunidad-Valenciana_11_945805003.html (Consulta 28/04/16).

GARCÍA-ARANDA SOTO, E. (2004). “La imposición sobre el turismo en España: principio y fin de la “Ecotasa” Balear”. Thomson-Aranzadi. Pamplona.

GENERALITAT VALENCIANA (2015). “Balance Turístico Comunitat Valenciana 2015”. Documento Internet. http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_coyuntura2015.pdf (Consulta 5/07/2016).

HERCOWITZ, M. y PUIG, I. (2003). “Fiscalidad ambiental y turismo: tres casos de estudio”. *Revista de Orientación Tributaria*, N.117, pp. 1-10.

HOSTELTUR (2014). “Turismo p2p: ¿negocios sin control o nuevos intermediarios?”. Documento de Internet http://www.hosteltur.com/150650_turismo-p2p-negocios-control-nuevos-intermediarios.html. (Consulta 05/05/2016).

HOSTELTUR (2015). “Exceltur: La medida del éxito turístico no es el número de visitantes”. Documento de Internet. http://www.hosteltur.com/114348_exceltur-medida-exito-turistico-no-es-numero-visitantes.html (Consulta 26/11/15).

HOSTELTUR (2016). “El turismo vuelve a ser el sector exportador número 1 en España”. Documento de Internet. http://www.hosteltur.com/116496_turismo-vuelve-ser-sector-exportador-numero-1-espana.html (Consulta 30/06/2015).

INE (2016). “Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR). <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fp16028&file=inebase&L=0> (Consulta 30/06/16).

INFORMACIÓN (2016). “Ofensiva de las «rent a car» contra las web de alquiler de coches entre particulares. *Diario Información*. Documento de Internet. <http://www.diarioinformacion.com/economia/2016/05/10/ofensiva-rent-car-web-alquiler/1759587.html> (Consulta 10/05/16).

LA VERDAD (2016). “El Consell prevé recaudar 30 millones al año con la tasa turística en los hoteles”. Documento Internet. <http://www.laverdad.es/alicante/201601/22/consell-preve-recaudar-millones-20160122015059-v.html> (Consulta 22/01/2016).

LEVANTE (2015). “Uno de cada dos apartamentos turísticos en la C. Valenciana es ilegal”. *Levante. El Mercantil Valenciano*. Documento de Internet. <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2015/07/26/apartamentos-turisticos-c-valenciana-ilegal/1295147.html> (Consulta 26/07/15).

LEVANTE (2016). “La tasa turística divide al sector: hoteles en contra, viviendas de alquiler a favor”. *Levante. El Mercantil Valenciano*. Documento Internet. <http://www.levante-emv.com/economia/2016/04/21/tasa-turistica-divide-sector-hoteles/1407060.html>. (Consulta 22/07/2016).

LEY NÚMERO 3494 (2016). “Ley del impuesto sobre estancias turísticas en las Illes Balears y de medidas de impulso del turismo sostenible”. *Boletín Oficial de las Islas Baleares*. 30 de Marzo de 2016.

NOTICIAS ASHOTEL (2015). “Las patronales hoteleras canarias advierten del “error fatal” que para el Archipiélago supondría implantar una tasa turística”. Documento de Internet. http://www.ashotel.es/index.aspx?secc=/apartados/comunicacion/noticiasas_hotel&idi=esp&ac=am&id=790. (Consulta 13/06/2016).

SANTAMARTA FLORES, J. (2001). La ecotasa de Baleares, un paso hacia el turismo sostenible. *Mapping*, N° 71, pp. 18-24.

TELAM (2016). “Polémica mundial por los alquileres turísticos informales a través de Internet”. Documento de Internet. <http://www.telam.com.ar/notas/201605/146261-polemica-mundial-por-los-alquileres-turisticos-informales-a-traves-de-internet.html> (Consulta 05/05/16).

THE TELEGRAPH (2016). “British families face tourist tax of up to £75 to visit Balearic Islands this summer”. *The Telegraph News*. Internet Document. <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/04/23/british-families-face-tourist-tax-of-up-to-75-to-visit-balearic/> (Consulta 21/06/2016).