

**ANÁLISIS ECONÓMICO DE LOS ECOIMPUESTOS.
ESPECIAL REFERENCIA A UNA «ECOTASA» TURÍSTICA
EN ANDALUCÍA.**



JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

EDITA:
JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTES

ISBN: 84-699-6797-5

DEPÓSITO LEGAL: SE-3501-2001

Director:

Dr. José Emilio Villena Peña
Catedrático de Economía Aplicada

Autores* :

Dr. José Juan Benítez Rochel
Dr. Pedro Raya Mellado
Dr. José Emilio Villena Peña

Colaborador* :

Dr. Daniel Muñoz Aguilar

Mayo 2001

* Profesores del Departamento de Economía Aplicada (Política Económica) de la Universidad de Málaga.

QUINTA PARTE

**EL CASO DE LA APLICACIÓN DE UN IMPUESTO A LOS
ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA**

5.1. Introducción.

El objetivo de esta parte del informe es la evaluación de los impactos económicos concretos que podría suponer la aplicación de la «*ecotasa*» en el sector turístico andaluz. A lo largo de la misma insistiremos en los problemas existentes para alcanzar una evaluación precisa, no sólo por la ausencia de una información estadística completa, lo cual limita la aplicación de las técnicas econométricas disponibles, sino también porque —como es lógico— resulta mucho más complicado estimar el impacto potencial de una medida que aún no se ha aplicado, que determinar los resultados de una acción que se ha emprendido en el pasado. La rigurosidad que nos hemos exigido en la redacción del presente informe nos obliga a reconocer, de entrada, la provisionalidad de nuestros resultados.

En cualquier caso, no hemos eludido una estimación de la capacidad recaudatoria que podría tener la *ecotasa* en el sector turístico andaluz, así como, sobre la base de las elasticidades pertinentes, presentaremos algunos datos sobre sus posibles efectos económicos agregados.

Todo lo anterior lo completaremos con una información que, aun siendo cualitativa, creemos que aporta las pistas suficientes para conocer los impactos potenciales de una *ecotasa* en el sector turístico andaluz. Nos referimos a los resultados de una encuesta realizada a un grupo de expertos cuyas previsiones son, además, concordantes con lo que predice la teoría expuesta en el capítulo 4 y con los datos de la aproximación agregada.

5.2. Una estimación de la capacidad recaudatoria de la *ecotasa* en el sector turístico andaluz

En este apartado se estima, bajo ciertos supuestos y condiciones, la capacidad recaudatoria de la denominada *ecotasa* aplicada al sector turístico andaluz. Lógicamente, el resultado final será una mera aproximación puesto que la recaudación efectiva dependerá de su diseño definitivo y de las condiciones económicas (en particular, del número de pernoctaciones que realmente se registren) imperantes durante el periodo de su implantación.

En el momento de redactar este informe no disponemos de una información precisa sobre aspectos básicos de la *ecotasa* que supuestamente podría establecerse para el sector turístico andaluz. Es decir, no existe un proyecto de *ecotasa* para Andalucía que defina los aspectos básicos del tributo como, por ejemplo, el hecho imponible, el sujeto pasivo, la base imponible, o, lo que es particularmente importante, la cuota tributaria. Ello nos obliga, en primer término, a buscar una referencia que nos sirva como base para el cálculo del potencial recaudatorio de la *ecotasa* en el sector turístico andaluz. En este sentido, la referencia más útil y completa la encontramos en el *proyecto de ley del impuesto sobre estancias en empresas turísticas de alojamiento destinado a la dotación del fondo para la mejora de la actividad turística y la preservación del medio ambiente* en las Islas Baleares. En consecuencia, el primer supuesto que estableceremos para estimar la capacidad recaudatoria de una *ecotasa* en el sector turístico andaluz será que dicha *ecotasa* tendrá el mismo diseño que el que contiene el proyecto de ley mencionado.

QUINTA PARTE

Concretamente, esto supone aceptar que el hecho imponible sea las estancias realizadas por el contribuyente, contadas por días, en los establecimientos de las empresas turísticas de alojamiento situados en territorio andaluz, y que la cuota tributaria se exigirá por aplicación de una cuota fija conforme a la tarifa que recogimos en el epígrafe 3.4.

Una vez establecido el marco de referencia habrá de determinarse el número de estancias según las categorías de establecimientos que recoge el proyecto de ley reseñado. En el caso de Andalucía disponemos de una información muy valiosa: la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). No obstante, los datos que contiene no se ajustan totalmente a los que se necesitarían para realizar una estimación precisa de la capacidad recaudatoria de la *ecotasa* en los términos que se han descrito. En primer término, el ámbito poblacional de la ECTA está formado por «el conjunto de viajeros que se desplazan por Andalucía por motivos turísticos». En particular, se incluirían todas aquellas personas que, residiendo o no en Andalucía, se desplazan dentro de la Comunidad a un lugar distinto a su residencia habitual por un motivo distinto al de ejercer una actividad remunerada. Con ello se está excluyendo a los que se desplazan para ejercer una actividad remunerada, aunque, en principio, también habrían de pagar una *ecotasa*, según el marco de referencia que se ha aceptado. Es decir, nuestra estimación estaría infravalorando la capacidad recaudatoria de la *ecotasa* en la medida en que no se incluyan los viajeros por motivos de negocio. En este sentido, la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) permitiría suplir ese problema al contabilizar el número de personas que se registran en los establecimientos hoteleros, con independencia del motivo de su viaje. No

QUINTA PARTE

obstante, comparando los datos de ambas encuestas (la ECTA y la EOH) hemos constatado que las diferencias, en cuanto a personas alojadas es relativamente pequeña. Por ejemplo, para el año 2000, según la ECTA el número de turistas alojados en Hoteles, Apartoteles o Pensiones fue de 10.523.144, mientras que según la EOH la cifra fue de 11.190.815. Esto es, la diferencia es de 667.671 personas. Teniendo en cuenta que los turistas registrados por la ECTA —en ese año— fueron de casi 20 millones, la diferencia detectada supondría algo más de 3 por ciento del total de turistas que registra la región.

Existe otro problema: la tipificación de establecimientos que contiene la tabla del impuesto no coincide con la que refleja la ECTA. Esta última distingue ‘Hotel, Apartotel’, ‘Hostal, Pensión’, ‘Apartamento, piso, chalé’ (‘en alquiler’, ‘en propiedad’, ‘multipropiedad’, ‘amigos, familiares’), ‘Camping’, ‘Albergue’, y ‘Otros’. Lo cual nos obliga a realizar una serie de supuestos y ajustes para aplicar las tarifas establecidas en el proyecto de ley de Baleares. A partir de esta clasificación se han realizado los siguientes ajustes:

- ‘*Hotel, Apartotel*’. Para distinguir las pernoctaciones por categorías hemos utilizado los datos procedentes de la EOH; en concreto, se ha aplicado los porcentajes por categorías de las pernoctaciones que contiene la citada encuesta al total de pernoctaciones de la ECTA. Una vez obtenidas por ese procedimiento las pernoctaciones por categorías se ha aplicado la tarifa correspondiente.
- ‘*Hostal, Pensión*’. En este caso, no se ha realizado ninguna desagregación y se optado por aplicar una tarifa de 0,5 euros por pernoctación, es decir, la misma tarifa que a los hoteles de 1 y 2 estrellas.

QUINTA PARTE

- *‘Apartamento, piso, chalé’*. La ECTA distingue en este caso cuatro categorías: ‘en alquiler’, ‘en propiedad’, ‘multipropiedad’, y ‘amigos y familiares’. Con un criterio estricto, habría de gravarse con la *ecotasa* todas las pernoctaciones del turista, con independencia del tipo de alojamiento elegido. Sin embargo, es evidente que se presentarían muchas dificultades prácticas para conseguir una recaudación efectiva en algunos casos (piénsese, por ejemplo, en los turistas alojados en casa de amigos o familiares). De acuerdo con la anterior, hemos supuesto que sólo se grava las pernoctaciones realizadas en apartamento en multipropiedad. Dado que el proyecto de ley de Baleares señala en su artículo 1 que «tiene como objeto la creación de un impuesto sobre estancias en empresas turísticas de alojamiento», creemos mucho más probable que la recaudación efectiva por el establecimiento de la *ecotasa* esté cercana a lo que hemos supuesto. En consecuencia, no procedería gravar las estancias de los turistas en ‘Apartamento, Piso, Chalé’ ya sea en alquiler, en propiedad o de amigos o familiares.

- *Camping*. Se ha aplicado una tarifa de 0,75 euros, tal como recoge el proyecto de ley para este tipo específico de alojamiento. No ha sido, por tanto, necesario aplicar ningún supuesto adicional.

- *Albergue*. No está contemplado esta categoría de una forma específica en el proyecto de ley. Aceptando el carácter social de este tipo de alojamiento hemos optado por aplicar la tarifa más baja posible, es decir, 0,25 euros.

- *Otros*. Aquí se incluyen todos los alojamientos no clasificables en las categorías anteriores. Es difícil encajar esta categoría en las que contempla el proyecto de ley de Baleares. No obstante, se ha optado por

QUINTA PARTE

aplicarle 1 euro En cualquier caso, representan un porcentaje reducido del total de pernотaciones y, por tanto, los supuesto establecidos sobre este caso no deben tener una grave repercusión en la cifra total de recaudación.

En definitiva, con los argumentos anteriores hemos elaborado el cuadro 5.1. que concluye que la capacidad recaudatoria de la *ecotasa* en el sector turístico andaluz hubiera rondado los 15,6 mil millones de pesetas en el año 2000.

QUINTA PARTE

Cuadro 5.1.
Estimación de la recaudación de la ecotasa en el sector turístico andaluz. 2000.

	Número de pernoctaciones	Tarifa (€)	Recaudación (pesetas)
Hotel, Apartotel	77.257.111		
5 estrellas	2.950.023	2	981.578.826
4 y 3 estrellas	64.766.860	1	10.775.133.016
2 y 1 estrella	9.540.228	0,5	793.594.307
Hostal, Pensión	8.049.296	0,5	669.572.635
Apartamento, piso, chalet:	122.256.574		
en alquiler	54.043.403	no procede	
en propiedad	39.880.199	no procede	
multipropiedad	3.704.918	1	616.379.849
amigos, familiares	24.628.054	no procede	
Camping	5.368.559	0,75	669.867.270
Albergue	1.811.690	0,25	75.351.813
Otros	6.145.497	1	1.022.413.981
TOTAL	220.888.726		15.603.891.697

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía y Encuesta de Ocupación Hotelera
Elaboración propia

5.3. Estimaciones de las elasticidades.

A pesar de las aportaciones que se han realizado en los últimos años, la información estadística sobre el sector turístico todavía sigue mostrando carencias importantes. De hecho, la ausencia de ciertos datos dificulta un conocimiento completo que oriente las estrategias turísticas, tanto públicas como privadas¹. En concreto, dadas las dificultades para

¹ En este sentido, tal como afirma A. Espasa (1996, pág. 78), “una inversión pública que proporcione de forma sistemática una mayor información sobre variables relacionadas con el turismo sería altamente rentable para el sector”.

QUINTA PARTE

realizar una aproximación desagregada, los estudios que se han venido realizando han empleado un enfoque global para tratar de explicar y predecir los ingresos por turismo o el número de visitantes extranjeros que recibe España². En particular, los modelos econométricos han permitido una aproximación al valor de las elasticidades precios y de renta en las funciones de demanda de turismo.

Sobre esa base, las estimaciones realizadas demuestran que, al menos para el caso español, las variaciones de los ingresos por turismo o en el número de turistas son más sensibles a las oscilaciones de los precios, cuando superan cierto umbral, que a las variaciones de la renta de los turistas. Esto es, las elasticidades demanda-precio son más elevadas en términos absolutos que las elasticidades demanda-renta. Lo cual parece avalar la tesis que mantiene una fuerte dependencia del sector a la evolución de los precios. Así, tal como defiende A. Espasa (1996), la crisis del sector turístico a finales de la década de los ochenta no se explica por la caída de la renta de la turistas sino por la evolución de los precios, cuyo crecimiento en España superaba al de los países emisores de turistas, y concluye que los estudios cuantitativos sobre el turismo revelan «la existencia de elasticidades altas de precios»³.

² Pueden mencionarse, entre otros, los trabajos de R. Padilla (1988), A. Espasa, R. Gómez-Churruga, y R. Jareño (1990), A. Buisán (1995) y A. Esteban (1996).

³ A. Espasa (1996, pág. 87).

Características de la demanda en los estudios econométricos sobre el turismo en España

El artículo de A. Espasa (1996) analiza las características de la demanda que habían aparecido en estudios previos⁴. En particular, creemos interesante citar textualmente algunas de sus conclusiones referidas al caso español:

- «La fuerte caída del sector turístico de la década de los ochenta no se debió a un efecto procedente de la renta de los turistas, que continuaba creciendo durante esos años, sino a la evolución de los precios relativos».
- «El efecto negativo sobre el sector fue mucho mayor debido a la política de peseta fuerte seguida. Esta política tuvo efectos desiguales por sectores económicos, siendo el turismo uno de los más afectados».
- «El efecto de los precios fue mucho más grave debido a la política de devaluaciones llevada a cabo por diferentes países competidores. El sector turístico español se enfrenta con un conjunto de países competidores que se va ampliando con nuevos países, generalmente, poco desarrollados».

⁴ Cita, en particular, el trabajo de A. Espasa y otros (1993).

QUINTA PARTE

Para el caso de Andalucía, disponemos de un informe reciente, realizado por A. Lozano, A. Morales y M. L. Navarro (1999) a petición de la Consejería de Turismo y Deporte, que confirma la alta sensibilidad del turismo que recibe la región a las variaciones de los precios. En concreto, estos autores construyeron un modelo, basándose en datos que cubren el periodo 1977-1997, que explica las variaciones en las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía a partir del nivel de renta del país de origen del turista, los precios de Andalucía, el coste del transporte, el tipo de cambio, y el precio de los destinos alternativos. En este último caso, se consideraron dos grupos de destinos rivales de Andalucía: uno nacional (Baleares, Canarias, Cataluña y Valencia) y otro de competidores extranjeros (Marruecos, Túnez, Turquía, Grecia y Portugal).

De dicho estudio nos interesa destacar las estimaciones de las elasticidades demanda-precio, que recogemos en el cuadro 2.

Cuadro 5.2. Estimaciones de las elasticidades demanda-precio en el sector turístico andaluz	
Modelo sin competidores	1.73
Modelo con competidores extranjeros	1.48
Modelo con competidores nacionales	1.58

Fuente: A. Lozano, A.J. Morales y M.L. Navarro (1999)

QUINTA PARTE

Todas las estimaciones realizadas confirman que la demanda turística en Andalucía presenta una elasticidad mayor que la unidad; es decir, que un aumento de los precios de un 1 por ciento implica una reducción de la cantidad demandada en más de un 1 por ciento. En otras palabras, las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces presentan una demanda elástica, al haberse constatado su gran sensibilidad a las variaciones de los precios.

El modelo contiene tres especificaciones distintas. En la primera, *modelo sin competidores*, se supone que el destino turístico rival de Andalucía es el turismo interior en el lugar de origen⁵. Aquí se observa la mayor elasticidad demanda-precio, 1.73, que, además, fue superior a la estimación de la elasticidad demanda-renta, 1.64. Lo cual permite concluir a los autores que cuanto más competitivos sean los precios andaluces respecto a los precios vigentes en los países de procedencia de los turistas, mayor oportunidad de incrementarse tendrá la demanda turística.

En el *modelo con competidores nacionales* se obtiene una elasticidad de 1.48. Asimismo, se observó que Canarias y Valencia eran competidoras vía precios con Andalucía, al ser considerados por los turistas como productos turísticos alternativos. Esto significa que un incremento de precios en Andalucía podría provocar una pérdida de cuota de mercado turístico a favor de Canarias y Valencia.

Por último, cuando se especifica el *modelo con competidores extranjeros*, la elasticidad demanda-precio se eleva a 1.68, y se detectó

⁵ Se tuvieron en cuenta 11 lugares de origen de los turistas: España, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza, Suecia, Dinamarca y Estados Unidos.

QUINTA PARTE

que Turquía y, en menor medida, Túnez, eran los destinos que competían vía precios a nivel internacional con Andalucía.

En cualquier caso, afirman que «los valores de la elasticidad precio son bastante altos, sugiriendo que la demanda de turismo en Andalucía presenta una gran sensibilidad a las variaciones de los precios relativos en el período analizado»⁶.

Lógicamente, estos resultados están condicionados por la información estadística disponible. Así, por ejemplo, la demanda turística se aproxima mediante el número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Probablemente, si pudiera construirse un modelo en donde la variable dependiente fuese el gasto turístico, y no el número de turistas o de pernoctaciones, las elasticidades demanda precio resultantes serían mucho mayores.

Por otro lado, la variable precio del turismo se definió como un cociente entre el IPC andaluz y el de los países de origen de los turistas, cuando hubiera sido deseable disponer para todo el periodo analizado de una Índice de Precios Turísticos de Andalucía.

No obstante, insistimos en la relevancia de la siguiente conclusión: la demanda turística en Andalucía es muy sensible a las variaciones de los precios.

⁶ A. Lozano, A.J. Morales y M.L. Navarro (1999, pág. 65).

Lo cual es lógico, puesto que los bienes o servicios que son esenciales y son difícilmente sustituibles tienen una demanda muy inelástica (es decir, un valor menor que la unidad), mientras que aquellos otros que no son tan esenciales y con sustitutivos próximos suelen tener una demanda elástica (es decir, con un valor superior a la unidad)⁷.

5.4. Efectos económicos agregados

Con la información disponible hasta ahora es posible estimar los impactos económicos agregados de la llamada *ecotasa*, aunque, como constataremos a continuación, se necesitan algunos supuesto que limitan en gran medida la veracidad de los datos obtenidos. Así, por ejemplo, para estimar la potencial subida de precios que podría experimentarse en el sector turístico por el establecimiento de la *ecotasa* debemos determinar, además de la cuantía de la potencial recaudación, las elasticidades de demanda y de oferta del mercado para saber en qué porcentaje el impuesto va a ser trasladado hacia los turistas. Por ello necesitamos algunos supuestos previos que nos permitan superar las carencias de información existentes. En primer lugar, el mercado de referencia será el de los alojamientos turísticos reglados a los que se les podría aplicar el impuesto, como se recoge en el cuadro 1. No obstante, la presentación de la última Tabla *Input-Output* para Andalucía, referida a

⁷ El ejemplo de P. Samuelson y W. Nordhaus (1999, pág. 68) —y que, hoy día, reproducen buena parte de los manuales de Economía— sobre los tipos de elasticidades, nos habla de cómo las líneas aéreas deben resolver el problema de distinguir a los pasajeros que viajan por motivo de negocio y poseen una baja elasticidad (es posible cobrarles un precio alto), de los que viajan por motivos de placer y tienen una elevada elasticidad (hay que proporcionarles billetes baratos).

QUINTA PARTE

1995 (TIOAN-95), que nos servirá de referencia para el cálculo del valor total de la producción, agrega en su rama 56 los hoteles, pensiones y otros tipos de hospedaje. Dicha rama se corresponde con los grupos 551 y 552 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1993, que incluye hoteles, moteles, hostales, pensiones, albergues juveniles, refugios de montaña, camping, y otros tipos de hospedaje de corta duración como, por ejemplo, los apartamentos turísticos. Por tanto, para imputar los impuestos a esta rama habríamos de excluir la recaudación de la *ecotasa* en los apartamentos en multipropiedad. En consecuencia, de acuerdo con los datos del cuadro 5.1, la recaudación que podría atribuirse a la rama 56 sería de 14.987,5 millones de pesetas

A continuación debemos calcular el valor total de la producción de los ‘hoteles, pensiones y otros tipos de hospedaje’ para el año 2000. Para ello partimos de los cálculos de la TIOAND-95: 203.523 millones de pesetas. A partir de esa cifra, y gracias a la información proporcionada por el Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo en Andalucía (SAETA), hemos obtenido como resultado el valor total de la producción en 2000: 327.595 millones de pesetas.

Para dar el siguiente paso necesitamos un supuesto adicional sobre la traslación del impuesto. Basándonos en lo expuesto en el capítulo cuarto y, sobre todo, en los resultados de la encuesta que se comentarán más adelante, admitiremos que las empresas trasladarán a los precios el valor total del impuesto. De esta forma, los precios se incrementarían en el porcentaje que supongan los impuestos, que potencialmente pudieran recaudarse en los establecimientos turísticos de referencia, sobre el va-

QUINTA PARTE

lor total de la producción estimada para 2000. El resultado es una subida de precios del 4,6 por ciento en el sector.

Una vez conocido el incremento de precios tomaremos el valor de las elasticidades reseñadas anteriormente para determinar el impacto sobre las pernoctaciones en los establecimientos turísticos que podría provocar dicha subida de precios. Como se recordará, el trabajo de A. Lozano, A.J. Morales y M.L. Navarro (1999) contiene tres modelos distintos que llevan asociados distintas estimaciones de las elasticidades. El intervalo está entre 1.48 y 1.73. Esto aconseja establecer, asimismo, un intervalo en cuanto a las variaciones de las pernoctaciones. Así, dentro del contexto anterior, podría afirmarse que el efecto, a corto plazo, y permaneciendo todo lo demás constante, de una *ecotasa* sería la reducción de las pernoctaciones entre 6,7 y 7,8 millones. Lógicamente, esta estimación agregada, cuyas limitaciones son obvias, no se distribuirían de forma homogénea entre los distintos segmentos del sector.

Para conocer la influencia de la *ecotasa* por categorías de establecimientos hemos partido de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera que realiza el Instituto Nacional de Estadística con una periodicidad mensual. Allí se recoge una información sobre los precios medios de los establecimientos turísticos. En particular, se recogen los precios, en pesetas, de una habitación doble con baño, en la semana de referencia de la encuesta, sin incluir desayuno ni IVA. A partir de ahí, hemos calculado el precio medio por habitación doble. Aplicándole la tarifa del impuesto llegamos a la cuota tributaria que se aplicaría a cada habitación. El cuadro 5.3 contiene esos datos y, en la penúltima colum-

QUINTA PARTE

na, el porcentaje que representa dicha cuota sobre los precios medios definidos por categorías de establecimientos⁸.

Cuadro 5.3.
Influencia del impuesto por categorías de establecimientos. 2000

	Precios medios (a) (*)	Tarifa (€) (**)	Cuota (pts.) (b) (***)	100*(B)/(A) 5*	Base=100
Hoteles					
5*	26.995	2	665	2,47	100
4*	12.651	1	333	2,63	106
3*	8.844	1	333	3,76	152
2*	6.502	0,5	166	2,56	104
1*	5.844	0,5	166	2,85	115
Hostales					
2*	4.803	0,5	166	3,46	140
1*	3.982	0,5	166	4,18	169

(*) Precios en pesetas de una habitación doble

(**) Por alojamiento individual

(***) Por habitación

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera

Los resultados son muy expresivos: son los hoteles de 5 estrellas los que tendrían, en términos relativos, un menor impacto: el impuesto representaría un 2,47 por ciento de los precios medios tal como se han definido. Las diferencias son notables respecto a los hoteles de 3 estrellas y a los hostales. Así, si el impuesto se traslada totalmente a los

⁸ Obsérvese que los incrementos de precios que resultarían, en este caso, son inferiores al incremento medio de precios del sector que hemos calculado anteriormente. Las diferencias en la metodología utilizada y, sobre todo, el universo de referencia utilizado, mucho más restrictivo en el último caso, explican esta discrepancia.

QUINTA PARTE

precios, los turistas alojados en los hoteles de 3 estrellas podrían pagar, en términos relativos, más de un 50 por ciento respecto a los turistas alojados en hoteles de 5 estrellas; y los alojados en hostales de 2 y 1 estrellas pagarían un 40 y un 69 por ciento más, respectivamente. Esta información es muy relevante porque, aunque no conocemos la sensibilidad a los precios de cada uno de los segmentos, es lógico suponer que las elasticidades demanda-precio serán, en los hoteles de 3 estrellas y en los hostales, superiores a las de los hoteles de 5 estrellas. Es decir, que la parte del sector turístico más afectada por el impuesto será, en gran medida, aquella que abastece un mercado que, precisamente, es muy sensible a las variaciones de los precios. Dicho en otros términos: la reducción en el número de pernoctaciones podría concentrarse en los hoteles de 3 estrellas. Si tenemos en cuenta que las pernoctaciones de esos hoteles supusieron, en 2000, el 45 por ciento del total de pernoctaciones en el conjunto de los hoteles de Andalucía cabría afirmar que el impacto de la *ecotasa* en el sector turístico andaluz no sería despreciable.

QUINTA PARTE

Es difícil exagerar las limitaciones que poseen los datos anteriores y, por tanto, la prudencia con la que deben ser presentados porque, entre otras cosas, a largo plazo si, en efecto, la recaudación del impuesto se reinvierte en proyectos medioambientales los efectos beneficiosos pueden provocar un cambio en el sentido de los impactos. Si lo recaudado por la *ecotasa* se reinvierte en proyectos medioambientales es obvio que otras actividades económicas resultarán beneficiadas por el incremento de la inversión e —incluso— el sector turístico en su conjunto podría, asimismo, beneficiarse en la medida en que el turista perciba la mejora en la calidad del medio ambiente como un atractivo adicional de la zona de destino.

En cualquier caso, lo que hemos tratado de ilustrar, simplemente, son los efectos que la teoría predice: un impuesto sobre la producción en una actividad económica suele provocar un incremento de precios y una reducción del tamaño de su mercado.

Precisamente, para superar buena parte de las limitaciones de la aproximación agregada y cuantitativa de este apartado, se ha optado por utilizar una encuesta, siguiendo el método Delphi para conocer, en términos cualitativos, los previsibles impactos de una *ecotasa* sobre el sector.

5.5. Aplicación del método Delphi al estudio de los impactos económicos.

El uso de la técnica Delphi se ha extendido en la actualidad puesto que permite realizar previsiones, bien en condiciones de incertidumbre o ante escenarios novedosos, sobre los que no se dispone de información previa. En este caso, se trata de aplicar dicho instrumento con la finalidad de detectar los posibles efectos económicos de un impuesto sobre los alojamientos turísticos en Andalucía.

Para ello, en primer lugar, se detallan las características generales del método Delphi y la metodología empleada para el estudio actual. En el segundo apartado, se exponen los resultados de la encuestación —en sucesivas fases— al grupo de expertos. Y, por último, se comentan los resultados que reflejan los principales efectos económicos del impuesto sobre alojamientos turísticos.

5.5.1. El método Delphi.

El método Delphi es una *técnica de previsión* que se basa en los conocimientos de un determinado grupo de expertos. Se aplica para la previsión de eventos en condiciones de incertidumbre, como es el caso que nos ocupa.

Los resultados obtenidos con el método Delphi, lógicamente, deben guiar el proceso de toma de decisiones. En este caso, la decisión

gira sobre la aplicación o no en Andalucía de un impuesto sobre los alojamientos turísticos.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo de la encuesta utilizada —cuestionario Delphi— no es el de conocer la postura del sector turístico frente a la denominada «*ecotasa*», sino el de obtener información suficiente que pueda ser empleada para valorar el *impacto económico de una ecotasa* sobre el turismo en Andalucía, así como el de generar información que sintetice los principales efectos de tal medida en el sector turístico andaluz.

La naturaleza de la actividad turística y sus fuentes estadísticas en relación con el tema central de este informe, impide que puedan aplicarse, con la rigurosidad deseable, otros métodos cuantitativos de previsión —modelos de series temporales, de proyección de tendencias, econométricos, etc— por la ausencia de información sobre las variables relevantes. Por ello, la atención se desplaza hacia el campo de los métodos cualitativos, con técnicas de previsión subjetivas en función de las opiniones de un grupo de personas expertas en el tema.

5.5.1.1 Características.

El objeto genérico del método Delphi es obtener una opinión grupal fidedigna a partir de un conjunto de expertos⁹. Se considera que

⁹ Para una aplicación en el campo tecnológico pueden consultarse los trabajos de J. F. Tezanos y otros (1997) y M. Castell y P. Hall directores (1991). Aunque en este último trabajo el panel de expertos fue utilizado de forma simplificada (obtener información de un solo experto para cada caso) debido a la heterogeneidad de las situaciones estudiadas. Además de los trabajos sobre las posibles consecuencias del cambio tecnológico, este método ha sido especialmente utilizado en Medicina y Economía, siempre en situaciones de incertidumbre.

QUINTA PARTE

la opinión subjetiva de los expertos, considerados individualmente, está expuesta a numerosos sesgos e imperfecciones y tiene la limitación de conocimientos e información de una sola persona. Por ello, la calidad de la opinión subjetiva grupal es, generalmente, superior a la individual.

El método Delphi se concibe como un proceso estructurado de recogida de información / comunicación con el *grupo de expertos*, captando las opiniones sintetizadas del grupo de individuos como una entidad.

La identificación de este método como proceso estructurado pone de manifiesto dos aspectos relevantes. El primero, es una técnica en la cual se dan las siguientes características: mantenimiento durante su aplicación del anonimato de los participantes, retroalimentación controlada y respuesta estadística de grupo. Y el segundo, es que la información se canaliza a través de un cuestionario con una serie predeterminada de preguntas. Todos los participantes se someten a las mismas preguntas, de la misma forma y en la misma secuencia.

En definitiva, el método Delphi, según J. Landeta (1999), es «*un proceso sistemático e iterativo encaminado hacia la obtención de las opiniones, y si es posible del consenso, de un grupo de expertos*». Sus principales componentes son los siguientes:

- 1) Al ser un *proceso iterativo*, los expertos deben emitir sus opiniones en diferentes *fases*. En las sucesivas fases, las estimaciones de los participantes deben aproximarse. El proceso finaliza cuando las opiniones de los expertos se estabilizan.
- 2) El *anonimato*, durante la realización de la encuesta, garantiza la independencia de las opiniones individuales, al evitar las posibles relacio-

QUINTA PARTE

nes de poder entre miembros del grupo. Ningún miembro del grupo debe conocer las respuestas de cualquier otro miembro. Y en un sentido más exigente —según los casos— puede que ni siquiera sepan quiénes son los otros expertos componentes del grupo durante el periodo de aplicación. Para evitar la confrontación directa y garantizar el anonimato, el control de la comunicación corresponde en todo momento al equipo redactor (equipo coordinador), y no hay nunca contacto o comunicación directa entre los expertos.

3) La *retroalimentación controlada* permite la transmisión de información libre de ‘ruido’ (es decir, la transmisión de información no relevante, redundante o errónea) entre los expertos a lo largo de las iteraciones que se dan en el proceso. Aunque se evita la confrontación directa entre los participantes, en las sucesivas fases se transmite la posición general del grupo frente a cada cuestión, así como las opiniones significativas, los razonamientos discordantes o la información adicional solicitada. Al comienzo de cada fase, los expertos conocen los resultados de la fase anterior.

4) La *respuesta estadística de grupo* garantiza que todas las opiniones individuales sean tomadas en cuenta en el resultado final del grupo. Cuando cada miembro del grupo es requerido para realizar una estimación numérica, la respuesta del grupo viene caracterizada, generalmente, por la *mediana* de las respuestas individuales.

De esta forma, se promueve el consenso pero no tiene por qué alcanzarse. El *rango intercuartílico*¹⁰ de las estimaciones será el indicador de dispersión de las respuestas.

5.5.1.2. Metodología.

El método Delphi constituye un marco metodológico con suficiente dosis de flexibilidad, de forma que el investigador lo puede aplicar a diversos objetos de estudio. En este informe se emplea con el objetivo de conocer los efectos de la puesta en funcionamiento de una *ecotasa* —impuesto sobre el alojamiento turístico— en Andalucía.

Configurado el equipo redactor —responsable del informe—, debe delimitarse el grupo de expertos y proceder a la elaboración del cuestionario Delphi. La selección del *grupo de expertos* se realiza en función de los conocimientos y experiencia de sus componentes sobre la estructura y el funcionamiento del sector turístico. El diseño del *cuestionario Delphi* deriva, lógicamente, del objetivo central propuesto. Entre las principales cuestiones incorporadas se citan las siguientes: necesidad o no de la ecotasa; repercusiones de la ecotasa sobre los precios turísticos y sobre los ingresos de los establecimientos; problemas de gestión en la recaudación; efectos de la ecotasa sobre la demanda y la

¹⁰ El rango intercuartílico se define como la diferencia entre el tercer cuartil y el primer cuartil ($R = Q_3 - Q_1$). Cada cuartil se calcula, previa ordenación de las N observaciones en sentido creciente, dividiendo N en cuatro partes iguales. A cada parte ($N/4$, $2N/4$ y $3N/4$) le corresponde una observación que se representa por Q_1 , $Q_2=M_e$, Q_3 y Q_4 . Por definición, el segundo cuartil (Q_2) coincide con la mediana (M_e).

QUINTA PARTE

oferta turística, así como sobre el empleo; relación con la calidad de los productos turísticos; influencia sobre la competitividad empresarial, etc.

El sentido y la forma específica de las preguntas incluidas en el cuestionario están condicionadas por lo que predice la teoría económica, al menos en aquellas cuestiones directamente relacionadas con los efectos económicos del impuesto sobre alojamientos turísticos. Por ejemplo, en la segunda pregunta se plantea si la ecotasa repercutirá en un *incremento de los precios turísticos*; esto obedece a que la teoría mantiene que la implantación de un impuesto puede afectar a los precios. Lo mismo ocurre con la tercera pregunta, donde se postula si la *ecotasa* podría tener *efectos negativos sobre los beneficios* de las empresas turísticas; el análisis económico sostiene que, en función de cómo se distribuya la carga del impuesto, podrían verse afectados los beneficios de las empresas. Y se repite con los efectos esperados del impuesto sobre el número de turistas (pregunta 4), sobre los alojamientos turísticos (pregunta 5), sobre el empleo (pregunta 8) y sobre la competitividad (pregunta 9). Aunque se conoce «*a priori*» el sentido de las relaciones entre estas variables, con la encuestación se persigue identificar la intensidad, valorada de 1 a 5, de tales efectos.

Las relaciones entre el equipo redactor y el grupo de expertos se articulan en varias fases. En la *primera fase*, se envía el cuestionario Delphi al grupo de expertos con objeto de recoger sus opiniones. Obtenidas las respuestas, el equipo redactor procede al análisis de los resultados. A partir de las respuestas individuales de los expertos, mediante tratamiento estadístico, se trata de estimar una respuesta estadística de grupo. Para ello, se agrupan las distintas respuestas individuales y se

QUINTA PARTE

calcula la mediana que refleja la opinión del grupo¹¹. En los casos posibles, se halla el rango intercuartílico de las respuestas, como medida de dispersión.

En la *segunda fase*, se vuelve a enviar a cada miembro del grupo de expertos el análisis de los resultados —mediana y rango intercuartílico de las respuestas— junto con su respuesta individual de la fase anterior. También se puede adjuntar cualquier tipo de información adicional que se crea conveniente. Con todo este material, se le pide a los expertos que revisen sus primeras respuestas, si lo consideran oportuno en función de la nueva información. En el caso de que la opinión de un experto se sitúe fuera del rango intercuartílico, se le solicita la correspondiente explicación o justificación de su postura.

En la *tercera fase*, si fuese necesario, se repite el proceso. Cada experto recibe los resultados de la segunda fase, incluyendo las opiniones —de forma anónima— de los expertos que discrepan en ciertas respuestas. Y de nuevo, se le demanda a los expertos que revisen sus respuestas si lo creen conveniente.

El proceso iterativo termina cuando se observa estabilidad en las respuestas, es decir, cuando la mediana apenas sufre alteraciones y el rango intercuartílico deja de reducirse. En esta situación, se puede afirmar que se alcanza el máximo consenso posible a partir de la información disponible.

¹¹ El uso de la mediana como valor representativo de la opinión del grupo de expertos pretende evitar la influencia excesiva en el resultado grupal de los miembros más alejados de la opinión dominante; como alternativa, y en algunas ocasiones de forma complementaria, se podría recurrir a la media, empleando entonces la desviación típica como medida de dispersión. En consecuencia, el cálculo de la mediana permite la integración de las opiniones individuales de los expertos y la conformación de la opinión grupal.

5.5.2. Procedimiento aplicado.

En este apartado, se describen algunas consideraciones adicionales y de carácter práctico sobre diferentes aspectos del método Delphi que hemos aplicado a este informe: equipo redactor, selección del grupo de expertos y retroalimentación de la información.

5.5.2.1 El papel del equipo redactor.

Las tareas del *equipo redactor*, como responsable de la ejecución del método y de la coordinación del proceso, resultan claves para alcanzar los objetivos. Con el espíritu de cubrir las funciones esenciales del equipo redactor (no sólo de coordinación y ejecución sino también de creación, de investigación e impulsora de consenso) y de cumplir con las recomendaciones metodológicas (constituir grupos reducidos, entre 2 y 5 personas con la finalidad de ser operativos) se formó el equipo redactor (coordinador) con los tres responsables de la investigación más una cuarta persona, especialista también en temas de turismo, para reforzar y agilizar las tareas de encuestación y de interpretación de los resultados.

5.5.2.2. Selección del grupo de expertos.

La cuestión probablemente más delicada, y con mayor incidencia sobre la correcta aplicación del método, sea la de *seleccionar el grupo de expertos*.

QUINTA PARTE

En principio, los criterios de selección con mayor peso en el estudio del impacto de la *ecotasa* fueron el nivel de conocimiento, la eficacia predictiva y la experiencia profesional. No obstante, también deben valorarse otras cualidades: espíritu participativo, capacidad de consenso, nivel de implicación o motivación sobre el tema.

Habitualmente se distinguen tres tipos de expertos. Los *especialistas* que se identifican con el concepto de experto en sentido tradicional y es el colectivo que aporta una mayor carga de objetividad a la investigación; pueden provenir del mundo académico o profesional. Los *afectados*, son individuos con un nivel normal de conocimientos sobre el tema tratado pero se ven afectados directamente por tal cuestión; en este caso, puede existir un cierto nivel de subjetividad. Y en una situación intermedia, los denominados *facilitadores*, caracterizados por su capacidad de síntesis, de clarificar problemas y por su espíritu de consenso.

Resulta evidente que la composición del grupo de expertos dependerá de la naturaleza del problema que se plantee. En este informe, aunque se ha buscado un cierto equilibrio entre las tipologías de expertos comentadas en el párrafo anterior, se consideró deseable un cierto predominio de la figura del especialista procedente del mundo profesional y empresarial. Esta orientación concuerda con la necesidad de dar una respuesta al tema de cómo actuar en el caso de la *ecotasa* y con el hecho de que los efectos de tal impuesto se manifestarán en el propio sector turístico.

Aunque no existe un consenso en torno al número óptimo de miembros que deben componer el grupo de expertos, parece ajustado a

la experiencia trabajar con un colectivo de 20-30 miembros. En principio, se fijó la cifra de 30 expertos, en el momento de poner en circulación la encuesta. Conviene advertir al lector no familiarizado con esta técnica que en la encuesta Delphi no se aplican los criterios de representatividad de la muestra propios de las encuestas ordinarias, incluso en múltiples aplicaciones se propugna un grupo reducido de expertos.

5.5.2.3. Retroalimentación.

En el método Delphi, la *retroalimentación* —«feedback»— de la información es otra de sus características básicas. Tal retroalimentación contribuye a la convergencia de las opiniones individuales de los expertos y, por tanto, al proceso de formación de la opinión del grupo.

La información que el equipo director puede transmitir, en las sucesivas fases, al grupo de expertos es de naturaleza diversa. En este caso, se retroalimenta la información cuantitativa de la opinión general del grupo en cada una de las cuestiones, representada por la mediana de las repuestas individuales (el rango intercuartílico se empleará como medida de dispersión).

El proceso de retroalimentación no sólo promueve la convergencia de las estimaciones individuales de los expertos, sino que mejora la calidad de las opiniones del grupo. La información generada por el propio grupo de expertos, a partir de la primera fase de la encuestación, es el principal «*input*» de la retroalimentación y debe ser la principal fuente de mejora de las opiniones, en función de la posterior reflexión sobre las opiniones originales.

QUINTA PARTE

La mecánica es, en síntesis, la siguiente: acabada la primera fase, el equipo coordinador procede a explotar los resultados. Para cada una de las cuestiones planteadas, se calcula la mediana y su valor se le considera representativo de la opinión del grupo de expertos; y el rango intercuartílico se utiliza como medida de dispersión.

En la segunda fase, cada experto recibe un cuestionario con sus respuestas originales y con las respuestas del grupo de expertos —medianas—. En general, se le pide una nueva reflexión a partir de las respuestas del grupo; y de forma especial, se les requiere explicaciones en aquellas preguntas en las cuales el experto individual se aleja de las respuestas del grupo de expertos —se sitúa fuera del rango intercuartílico—.

En principio, se volvería a repetir el proceso hasta llegar a un punto en el cual las respuestas se estabilizan y no aumenta el grado de convergencia de las mismas.

En la mayoría de las aplicaciones, las respuestas del grupo de expertos tienden a converger según se realizan las diferentes fases del proceso; en otras palabras, el rango intercuartílico de cada fase es menor que el anterior. Como hemos apuntado con anterioridad, un criterio objetivo para finalizar el proceso es el de la estabilidad. La estabilidad ocurre cuando, en las últimas fases, las opiniones de los expertos no sufren variaciones significativas, independientemente del grado de consenso existente en tal momento. En términos prácticos, la estabilidad se identifica con la no variación —o variación insignificante— del rango intercuartílico. Si se estableciera como criterio, para finalizar las fases, la obtención de un rango intercuartílico muy reducido —equivalente a

un elevado nivel de consenso— se podrían forzar en exceso las opiniones de los expertos hacia la convergencia y perdería sentido y eficacia esta técnica. Una medida común de medición de la estabilidad es mediante el rango intercuartílico relativo ($RIR = Q_3 - Q_1 / Q_2$; donde cada variable Q es el correspondiente cuartil y el valor de Q_2 es el de la mediana). En coherencia con lo anterior, cuando la variación del recorrido intercuartílico relativo sea inferior a un valor predeterminado, terminaría el proceso. Se pueden aplicar otros criterios, bien como alternativa o, en ocasiones, de forma complementaria, como los cambios del coeficiente de variación (cociente entre la desviación típica y la media aritmética) o la variación relativa de la mediana entre dos fases consecutivas. Lógicamente, en esta decisión hay que tener en cuenta consideraciones de tiempo, coste y precisión del estudio. Por ello, es frecuente recurrir a otros criterios tales como la proporción de expertos que modifican su estimación o prefijar el número de fases que se van a llevar a cabo. En la práctica, se suele fijar un número máximo de tres fases que es lo que hemos realizado.

5.5.3. Resultados.

Los resultados se exponen en un formato estándar —tipo ficha— con tres niveles de información. En el primero, se especifica la pregunta —tal como se planteó en el cuestionario Delphi— y se agrega la respuesta del grupo de expertos. Esta respuesta se identifica con el valor de la mediana. En el segundo nivel, se detalla la distribución de frecuencias de las respuestas, tanto las frecuencias absolutas (n_i) como las rela-

tivas (f_i) y las acumuladas (F_i). Y en el tercer nivel, se recogen los valores centrales representativos de las respuestas y las medidas de dispersión. En concreto, los valores de los cuartiles agrupados en la terna (Q_1 , M_e , Q_3), donde el segundo cuartil coincide con el valor de la mediana ($M_e = Q_2$); y los valores de la media aritmética, la desviación estándar y el coeficiente de variación.

Estos resultados se han obtenido tras la aplicación del método Delphi en un proceso de tres fases. En la *primera fase*, lógicamente, se trasladó el cuestionario Delphi completo al grupo de expertos, ver Apéndices I (Grupo de expertos) y II (Cuestionario Delphi).

El número inicial de expertos participantes fue de 32, con la salvedad de que las opiniones de dos de ellos sólo pudieron tenerse en cuenta en las preguntas correspondientes a la primera fase porque se recibieron los cuestionarios fuera del plazo estipulado, cuando ya se había iniciado la segunda fase. Por otro lado, en la segunda fase cinco expertos no participaron¹². Esto, junto al hecho de que cada experto no necesariamente ha contestado la totalidad de las preguntas, explica que el número de respuestas sea diferente en cada pregunta.

En la *segunda fase*, se tomó —a pesar de suponer un mayor esfuerzo— la decisión de mantener una parte importante de las preguntas del cuestionario inicial. Con ello, se tenía la ventaja de que cada experto podía reflexionar sobre el grueso del cuestionario conociendo las respuestas del grupo en la primera fase.

¹² El método requiere colaboración y paciencia por parte de los expertos, por ello es preferible trabajar con un grupo algo mayor para evitar que al perder algunos de ellos el grupo sea demasiado reducido. Si tenemos en cuenta que el grupo mínimo debe girar en torno a 7 ó 9 personas, se entenderá que a pesar de todo el grupo con el que hemos contado es bastante amplio.

QUINTA PARTE

Se eliminaron, de esta ronda, las preguntas: 1, 13, 15, 16, 19 y 20. Algunas de ellas porque, por su carácter subjetivo, no era necesario el consenso y otras por reflejar puntos de vista muy amplios en función del carácter abierto de la pregunta. No obstante, se mantuvieron las preguntas de mayor contenido económico.

Si en la segunda fase se tuvo un criterio amplio, en la *tercera fase* se actuó de forma selectiva, después de una segunda revisión y conocidas las respuestas del grupo por cada experto individual. Este criterio selectivo se aplicó tanto a las preguntas como a los expertos.

Primero se eligieron aquellas preguntas que reflejaban, con mayor intensidad, los efectos económicos derivados de la implantación de un impuesto sobre el alojamiento turístico. Y dentro de este colectivo, las que hacen referencia a efectos que pueden ser más perceptibles a corto plazo, a excepción de la pregunta relacionada con el empleo. Las preguntas seleccionadas fueron las siguientes: 2, 3, 4, 8 y 9.

Estas preguntas se enviaron a un grupo determinado de expertos, distinto según cada una de las preguntas. Cada una de ellas, se volvió a enviar sólo a aquellos expertos cuyas respuestas en la segunda fase se alejaban más de la opinión del grupo.

A continuación, en la forma indicada, se exponen los resultados íntegros de la encuestación Delphi sobre los impactos económicos de la *ecotasa* sobre el turismo.

QUINTA PARTE

PREGUNTA 1: ¿CREE NECESARIA LA IMPLANTACIÓN EN ANDALUCÍA DE UNA «ECOTASA» EN EL SECTOR TURÍSTICO?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	24	75	75
Poco	3	9	84
Regular	2	6	91
Bastante	2	6	97
Mucho/Muy	1	3	100
Total	32	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (1, 1, 1)$

Media = 1,53

Desviación estándar = 1,06

Coefficiente de variación = 0,69

QUINTA PARTE

PREGUNTA 2: ¿REPERCUTIRÍA LA «ECOTASA» EN UN INCREMENTO DE LOS PRECIOS TURÍSTICOS?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	0	0	0
Poco	2	6	6
Regular	4	13	19
Bastante	24	77	97
Mucho/Muy	1	3	100
Total	31	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (4, 4, 4)$

Media = 3,77

Desviación estándar = 0,61

Coefficiente de variación = 0,16

QUINTA PARTE

PREGUNTA 3: ¿PODRÍA LA «ECOTASA» TENER EFECTOS NEGATIVOS SOBRE LOS BENEFICIOS DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	0	0	0
Poco	6	19	19
Regular	18	56	75
Bastante	8	25	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	32	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (3, 3, 3)$

Media = 3,06

Desviación estándar = 0,66

Coefficiente de variación = 0,22

QUINTA PARTE

PREGUNTA 4: ¿PODRÍA LA «ECOTASA» DISMINUIR EL NÚMERO DE TURISTAS QUE LLEGA A ANDALUCÍA?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	3	10	10
Poco	6	21	31
Regular	14	48	79
Bastante	6	21	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (2, 3, 3)$

Media = 2,79

Desviación estándar = 0,89

Coefficiente de variación = 0,32

QUINTA PARTE

PREGUNTA 5: ¿PROVOCARÍA LA «ECOTASA» UNA DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE ANDALUCÍA?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	7	24	24
Poco	17	59	83
Regular	5	17	100
Bastante	0	0	
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (2, 2, 2)$

Media = 1,93

Desviación estándar = 0,64

Coefficiente de variación = 0,33

QUINTA PARTE

PREGUNTA 6: ¿CONSIDERA QUE LA «ECOTASA» PUEDE SER UNA MEDIDA QUE BENEFICIE AL MEDIO AMBIENTE?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	3	10	10
Poco	4	14	24
Regular	16	55	79
Bastante	6	21	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (3, 3, 3)$

Media = 2,86

Desviación estándar = 0,86

Coefficiente de variación = 0,30

QUINTA PARTE

PREGUNTA 7: ¿LA IMPLANTACIÓN DE LA «ECOTASA» CONTRIBUIRÍA AL DESARROLLO DEL SECTOR NO REGLADO DE ALOJAMIENTOS Y A LA EXPANSIÓN DE LA SEGUNDA RESIDENCIA?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	8	27	27
Poco	15	50	77
Regular	6	20	97
Bastante	1	3	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (1, 2, 2)$

Media = 2,00

Desviación estándar = 0,77

Coefficiente de variación = 0,39

QUINTA PARTE

PREGUNTA 8: ¿CREE QUE LA «ECOTASA» DISMINUIRÍA EL EMPLEO EN EL SECTOR?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	9	29	29
Poco	13	42	71
Regular	9	29	100
Bastante	0	0	
Mucho/Muy	0	0	
Total	31	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (1, 2, 3)$

Media = 2,00

Desviación estándar = 0,76

Coefficiente de variación = 0,38

QUINTA PARTE

PREGUNTA 9: ¿LA «ECOTASA» DISMINUIRÍA LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS ANDALUZAS?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	0	0	0
Poco	5	17	17
Regular	9	30	47
Bastante	13	43	90
Mucho/Muy	3	10	100
Total	30	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (3, 4, 4)$

Media = 3,47

Desviación estándar = 0,88

Coefficiente de variación = 0,26

QUINTA PARTE

PREGUNTA 10: ¿CONSIDERA QUE EL DESARROLLO TURÍSTICO PERJUDICA AL MEDIO AMBIENTE?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	0	0	0
Poco	8	27	27
Regular	11	37	63
Bastante	10	33	97
Mucho/Muy	1	3	100
Total	30	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (2, 3, 4)$

Media = 3,13

Desviación estándar = 0,85

Coficiente de variación = 0,27

QUINTA PARTE

PREGUNTA 11: ¿CREE QUE ES JUSTO APLICAR LA «ECOTASA» EXCLUSIVAMENTE SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO?

No/Nada = 1
Poco = 2
Regular = 3
Bastante = 4
Mucho/Muy = 5

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

	n_i	f_i	F_i
No/Nada	27	90	90
Poco	3	10	100
Regular	0	0	
Bastante	0	0	
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

$(Q_1, Me, Q_3) = (1, 1, 1)$

Media = 1,10

Desviación estándar = 0,30

Coefficiente de variación = 0,27

QUINTA PARTE

PREGUNTA 12: SUPONIENDO QUE LA «ECOTASA» LLEGARA A IMPLANTARSE EN ANDALUCÍA. DETERMINE CUAL SERÁ LA OPCIÓN MÁS PROBABLE EN CADA UNO DE LOS ESTABLECIMIENTOS:

- Opción A. El precio de la pernoctación se eleva en la misma cuantía que el impuesto.
 Opción B. El precio de la pernoctación se eleva en cuantía inferior al impuesto. En este caso indique el porcentaje.
 Opción C. No afecta al precio.

ESTABLECIMIENTOS	A	B	C
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas			
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas			
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas			
Apartamentos turísticos 4 llaves			
Otros apartamentos turísticos			
Hotel rural			
Casa rural o similar			

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

ESTABLECIMIENTOS		n_i	f_i	F_i
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 5 estrellas	A	26	96	96
	B	0	0	96
	C	1	4	100
	Total	27	100	
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 4 y 3 estrellas	A	25	89	89
	B	2	7	96
	C	1	4	100
	Total	28	100	
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 2 y 1 estrellas	A	24	89	89
	B	1	4	93
	C	2	7	100
	Total	27	100	
Apartamentos turísticos de 4 llaves	A	26	96	96
	B	0	0	96
	C	1	4	100
	Total	27	100	
Otros apartamentos turísticos	A	24	89	89
	B	3	11	100
	C	0	0	
	Total	27	100	
Hotel rural	A	24	89	89
	B	3	11	100
	C	0	0	
	Total	27	100	
Casa rural o similar	A	23	85	85
	B	3	11	96
	C	1	4	100
	Total	27	100	

QUINTA PARTE

VALORES ESTADÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	Q₁	Me	Q₃	Media	Desviación estándar	Coefficiente variación
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas	1	1	1	1,07	0,38	0,35
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas	1	1	1	1,14	0,44	0,39
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas	1	1	1	1,19	0,55	0,46
Apartamentos turísticos 4 llaves	1	1	1	1,07	0,38	0,35
Otros apartamentos turísticos	1	1	1	1,11	0,31	0,28
Hotel rural	1	1	1	1,11	0,31	0,28
Casa rural o similar	1	1	1	1,19	0,47	0,40

QUINTA PARTE

PREGUNTA 13: INDIQUE, APROXIMADAMENTE, EL PORCENTAJE DE TURISTAS QUE LLEGAN A ANDALUCÍA A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJES/TOUROPERADORES

VALORES ESTADÍSTICOS

Mediana = 61

Media = 58,21

Desviación estándar = 18,98

Coefficiente de variación = 0,33

QUINTA PARTE

PREGUNTA 14: CONSIDERANDO LAS OPCIONES ANTERIORES (A, B Y C), DETERMINE CUÁL SERÁ EL CASO MÁS PROBABLE PARA LOS TURISTAS QUE LLEGAN A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJE/TOUROPERADORES

ESTABLECIMIENTOS	A	B	C
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas			
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas			
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas			
Apartamentos turísticos 4 llaves			
Otros apartamentos turísticos			
Hotel rural			
Casa rural o similar			

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

ESTABLECIMIENTOS		n_i	f_i	F_i
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 5 estrellas	A	27	96	96
	B	0	0	96
	C	1	4	100
	Total	28	100	
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 4 y 3 estrellas	A	26	90	90
	B	2	7	97
	C	1	3	100
	Total	29	100	
Hoteles y Hoteles-Apartamento de 2 y 1 estrellas	A	25	89	89
	B	1	4	93
	C	2	7	100
	Total	28	100	
Apartamentos turísticos de 4 llaves	A	27	96	96
	B	0	0	96
	C	1	4	100
	Total	28	100	
Otros apartamentos turísticos	A	26	93	93
	B	2	7	100
	C	0	0	
	Total	28	100	
Hotel rural	A	26	93	93
	B	2	7	100
	C	0	0	
	Total	28	100	
Casa rural o similar	A	26	93	93
	B	1	4	96
	C	1	4	100
	Total	28	100	

QUINTA PARTE

VALORES ESTADÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	Q₁	Mediana	Q₃	Media	S_x	C.V.
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas	1	1	1	1,07	0,37	0,35
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas	1	1	1	1,14	0,43	0,38
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas	1	1	1	1,18	0,54	0,46
Apartamentos turísticos 4 llaves	1	1	1	1,07	0,37	0,35
Otros apartamentos turísticos	1	1	1	1,07	0,26	0,24
Hotel rural	1	1	1	1,07	0,26	0,24
Casa rural o similar	1	1	1	1,11	0,41	0,37

QUINTA PARTE

PREGUNTA 15: SUPONIENDO QUE LA «ECOTASA» LLEGARA A IMPLANTARSE EN ANDALUCÍA. INDIQUE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE DEBIERAN ABORDARSE CON LOS INGRESOS RECAUDADOS(*):

	n_i	f_i
Depuración de aguas residuales	10	16
Limpieza de playas y regeneración del litoral	9	15
Tratamiento y control de residuos	9	15
Mejoras de espacios rurales y reforestación	8	13
Mejoras de espacios urbanos	8	13
Contaminación atmosférica y acústica y otras mejoras medioambientales	5	8
Apoyo al sector para inversiones ecológicas	5	8
Abastecimiento de agua	5	8
Educación cívica y concienciación social	2	3
Total	61	100

(*) Respuestas múltiples.

QUINTA PARTE

PREGUNTA 16: LA «ECOTASA» EXIGE LA COLABORACIÓN DE LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO EN LA RECAUDACIÓN. ¿SE PRODUCIRÁN PROBLEMAS DE GESTIÓN?

ESTABLECIMIENTOS	No/nada	Pocos	Regular	Bastantes	Muchos
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas					
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas					
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas					
Apartamentos turísticos 4 llaves					
Otros apartamentos turísticos					
Hotel rural					
Casa rural o similar					

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 5 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	6	22	22
Poco	7	26	48
Regular	4	15	63
Bastante	4	15	78
Mucho/Muy	6	22	100
Total	27	100	

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 4 Y 3 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	3	10	10
Poco	8	27	37
Regular	5	17	53
Bastante	7	23	77
Mucho/Muy	7	23	100
Total	30	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 2 Y 1 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	2	7	7
Poco	5	17	24
Regular	4	14	38
Bastante	10	34	72
Mucho/Muy	8	28	100
Total	29	100	

APARTAMENTOS DE 4 LLAVES			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	3	11	11
Poco	7	26	37
Regular	7	26	63
Bastante	4	15	78
Mucho/Muy	6	22	100
Total	27	100	

OTROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	4	4
Poco	3	11	15
Regular	4	15	30
Bastante	8	30	59
Mucho/Muy	11	41	100
Total	27	100	

HOTEL RURAL			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	4	4
Poco	4	15	19
Regular	6	22	41
Bastante	5	19	59
Mucho/Muy	11	41	100
Total	27	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

CASA RURAL O SIMILAR			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	4	4
Poco	3	11	15
Regular	4	15	30
Bastante	4	15	44
Mucho/Muy	15	56	100
Total	27	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	Q_1	Mediana	Q_3	Media	S_x	C.V.
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas	2	3	4	2,89	1,47	0,51
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas	2	3	4	3,23	1,33	0,41
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas	3	4	5	3,59	1,25	0,35
Apartamentos turísticos 4 llaves	2	3	4	3,11	1,31	0,42
Otros apartamentos turísticos	3	4	5	3,93	1,15	0,29
Hotel rural	3	4	5	3,78	1,23	0,32
Casa rural o similar	3	5	5	4,07	1,21	0,30

QUINTA PARTE

PREGUNTA 17: LA «ECOTASA» PODRÍA DISMINUIR EL NÚMERO DE TURISTAS QUE LLEGAN A ANDALUCÍA. VALORE LA INTENSIDAD SEGÚN ESTABLECIMIENTOS:

ESTABLECIMIENTOS	No/nada	Pocos	Regular	Bastantes	Muchos
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas					
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas					
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas					
Apartamentos turísticos 4 llaves					
Otros apartamentos turísticos					
Hotel rural					
Casa rural o similar					

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 5 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	14	47	47
Poco	14	47	93
Regular	1	3	97
Bastante	1	3	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 4 Y 3 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	2	7	7
Poco	11	38	45
Regular	14	48	93
Bastante	2	7	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

HOTELES Y HOTELES-AP. DE 2 Y 1 ESTRELLAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	3	3
Poco	6	19	23
Regular	16	52	74
Bastante	8	26	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	31	100	

APARTAMENTOS DE 4 LLAVES			
	N_i	f_i	F_i
No/Nada	8	27	27
Poco	16	53	80
Regular	5	17	97
Bastante	1	3	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

OTROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	3	3
Poco	6	20	23
Regular	18	60	83
Bastante	5	17	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

HOTEL RURAL			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	4	13	13
Poco	17	57	70
Regular	6	20	90
Bastante	3	10	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

CASA RURAL O SIMILAR			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	4	13	13
Poco	8	27	40
Regular	14	47	87
Bastante	4	13	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	Q_1	Mediana	Q_3	Media	Sx	C.V.
Hoteles y Hotel-Ap. de 5 estrellas	1	2	2	1,63	0,71	0,43
Hoteles y Hotel-Ap. de 4 y 3 estrellas	2	3	3	2,55	0,72	0,28
Hoteles y Hotel-Ap. de 2 y 1 estrellas	3	3	4	3,00	0,76	0,25
Apartamentos turísticos 4 llaves	1	2	2	1,97	0,75	0,38
Otros apartamentos turísticos	3	3	3	2,90	0,70	0,24
Hotel rural	2	2	3	2,27	0,81	0,36
Casa rural o similar	2	3	3	2,60	0,88	0,34

QUINTA PARTE

PREGUNTA 18: LA «ECOTASA» PODRÍA DISMINUIR EL NÚMERO DE TURISTAS QUE LLEGAN A ANDALUCÍA. VALORE LA INTENSIDAD DE LOS IMPACTOS SOBRE LAS SIGUIENTES TIPOLOGÍAS:

ESTABLECIMIENTOS	No/nada	Pocos	Regular	Bastantes	Muchos
Turismo rural					
Turismo de sol y playa					
Turismo de golf					
Turismo de congresos y negocios					
Turismo cultural					
Turismo social					
Otros					

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

TURISMO RURAL			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	4	13	13
Poco	20	67	80
Regular	4	13	93
Bastante	2	7	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

TURISMO DE SOL Y PLAYA			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	1	3	3
Poco	7	23	27
Regular	16	53	80
Bastante	5	17	97
Mucho/Muy	1	3	100
Total	30	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

TURISMO DE GOLF			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	11	38	38
Poco	15	52	90
Regular	1	3	93
Bastante	2	7	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

TURISMO DE CONGRESOS Y NEGOCIOS			
	N_i	f_i	F_i
No/Nada	11	37	37
Poco	15	50	87
Regular	2	7	93
Bastante	2	7	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	30	100	

TURISMO CULTURAL			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	6	21	21
Poco	5	17	38
Regular	16	55	93
Bastante	2	7	100
Mucho/Muy	0	0	
Total	29	100	

TURISMO SOCIAL			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	2	7	7
Poco	5	17	24
Regular	15	52	76
Bastante	6	21	97
Mucho/Muy	1	3	100
Total	29	100	

QUINTA PARTE

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

OTRAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS			
	n_i	f_i	F_i
No/Nada	4	15	15
Poco	21	78	93
Regular	2	7	100
Bastante	0	0	
Mucho/Muy	0	0	
Total	27	100	

VALORES ESTADÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	Q_1	Mediana	Q_3	Media	S_x	C.V.
Turismo rural	2	2	2	2,13	0,72	0,34
Turismo de sol y playa	2	3	3	2,93	0,81	0,28
Turismo de golf	1	2	2	1,79	0,80	0,45
Turismo de congresos y negocios	1	2	2	1,83	0,82	0,45
Turismo cultural	2	3	3	2,48	0,90	0,36
Turismo social	3	3	3	2,97	0,89	0,30
Otros	2	2	2	1,93	0,47	0,24

QUINTA PARTE

PREGUNTA 19: EN CASO DE EXISTIR EFECTOS NEGATIVOS SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA, INDIQUE TALES EFECTOS Y LAS POSIBLES MEDIDAS DE REESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA.

EFECTOS NEGATIVOS	n_i	f_i
Disminución de los ingresos	8	25
Incremento de los precios turísticos	6	19
Pérdida de competitividad	6	19
Pérdida de empleo	3	9
Imagen negativa del sector	3	9
Reducción del poder de contratación con touroperadores	2	6
Efecto negativo sobre la oferta de alojamientos rurales	2	6
Otros problemas	2	6
Total	32	100

MEDIDAS PROPUESTAS	n_i	f_i
Administrar la «ecotasa» desde Turismo	5	16
Aplicación de la ecotasa a programas finalistas asociados al turismo	5	16
Aumentar las transferencias de las AA.PP. a los municipios turísticos	3	9
Adicionar los fondos recaudados a los existentes	3	9
Reducir costes	3	9
Ejercer control y sanciones contra empresas contaminantes	2	6
Reforzar las ayudas al sector (calidad, promoción, etc.)	2	6
Mejorar el medio ambiente	2	6
Reducir el IVA de los establecimientos recaudadores	2	6
Informar al turista sobre el destino de la ecotasa	2	6
Introducir rigurosidad en el debate	1	3
Tributación proporcional a las categorías	1	3
Luchar contra la oferta no reglada	1	3
Total	32	100

QUINTA PARTE

PREGUNTA 20: EXPRESE CUALQUIER OTRA CUESTIÓN, POSITIVA O NEGATIVA, QUE ESTIME CONVENIENTE EN RELACIÓN CON LA «ECO-TASA».

CUESTIONES POSITIVAS	n_i	f_i
Dotación de recursos para medio ambiente	7	47
Aumento de la sensibilidad sobre el medio ambiente	3	20
Otros efectos positivos sobre el negocio turístico	3	20
Posibilidades de promocionar una marca de calidad: «costa verde»	2	13
Total	15	100

CUESTIONES NEGATIVAS	n_i	f_i
Tratamiento injusto al sector turístico	6	21
El sujeto del tributo no es el único contaminante	6	21
Reducción de la competitividad	3	10
Imagen negativa del sector	3	10
Problemas de recaudación y gestión	3	10
Pérdida de competitividad	2	7
Dificultad de controlar el objetivo finalista del impuesto	2	7
Multiplicidad de figuras impositivas	2	7
Problemas con touroperadores	2	7
Total	29	100

5.5.4. Principales efectos económicos.

En este apartado se comentan los principales resultados, agrupándolos en una serie de bloques. Puede observarse, en la parte relativa a los efectos económicos, cómo los resultados concuerdan con lo que predice la teoría económica sobre el sentido de los efectos del impuesto sobre las variables incorporadas en el análisis.

5.5.4.1. Punto de vista general del grupo de expertos.

El punto de partida del grupo de expertos sobre el impuesto aparece nítidamente en los resultados de la pregunta 1. El sentido de la pregunta era, lógicamente, el de captar las diversas **posturas sobre la ecotasa**, pero conviene recordar que el objetivo central no es el de reflejar la opinión del sector sobre este tema sino el de estudiar los impactos económicos.

El 75 por ciento de los expertos *no cree necesaria* la implantación en Andalucía de una *ecotasa* en el sector turístico. Y se eleva hasta el 84 por ciento si se incluyen las respuestas de *poco* necesario.

La postura frente a la *ecotasa* se ve condicionada, en parte, por las consideraciones que se tenga sobre los posibles efectos positivos sobre el medio ambiente (pregunta 6) y por la idea sobre los efectos perjudiciales del turismo sobre el medio ambiente (pregunta 10).

El grupo de expertos interpreta que la *ecotasa* puede ser una medida que **beneficie regular al medio ambiente**, según el valor de la mediana de las respuestas. El menor coeficiente de variación —del

0,30— respecto a la primera pregunta indica un mayor nivel de consenso en esta cuestión.

El grupo contesta que **el desarrollo turístico perjudica *regular* al medio ambiente**, en este caso también el valor de la mediana es 3. El nivel de consenso, en torno a tal resultado, es alto como indica el coeficiente de variación, del 0,27.

Aún mayor es el nivel de consenso en la pregunta 11. Hasta el 90 por ciento del grupo de expertos cree que **no es *nada* justo aplicar la *ecotasa* exclusivamente sobre el sector turístico**.

Los **problemas de gestión** para las empresas de alojamientos (pregunta 16), derivados de la colaboración en la recaudación del impuesto, dependen del tipo de establecimientos. La respuesta es *regular* (valor 3) para los establecimientos de categorías superiores (hoteles y hoteles-apartamentos de 5, 4 y 3 estrellas y apartamentos turísticos de 4 llaves), por sus mayores capacidades en materia de administración y gestión. La respuesta es *bastante* (valor 4) en el resto de hoteles, en otros apartamentos turísticos y en los hoteles rurales. Y se producirán las máximas dificultades de gestión, respuesta *mucho* (valor 5), en las casa rurales y similares.

Los resultados de las preguntas 15, 19 y 20 completan la postura del grupo de expertos. Entre los **principales problemas medioambientales** (pregunta 15) que deberían abordarse, suponiendo que la *ecotasa* llegara a implantarse, destacan la depuración de aguas residuales, limpieza de playas, regeneración del litoral y tratamiento de los residuos.

Los **principales efectos negativos** que se apuntan (pregunta 19) son la disminución de los ingresos, el incremento de los precios turísti-

QUINTA PARTE

cos y la pérdida de competitividad. Entre las **medidas propuestas** aparecen en los primeros lugares la administración de la ecotasa desde Turismo y la aplicación de la ecotasa a programas finalistas asociados al turismo.

La última pregunta del cuestionario (pregunta 20) se destina a recoger **otras cuestiones** positivas y negativas. Entre las positivas destaca la dotación adicional de recursos para medio ambiente y entre las negativas el tratamiento injusto al sector turístico y que el sujeto del tributo no es el único contaminante.

El 75 por ciento de los componentes del grupo de expertos *no cree necesaria* la implantación de un impuesto sobre los alojamientos turísticos en Andalucía. También, con un alto grado de consenso, el 90 por ciento del grupo de expertos cree que no es *nada justo* aplicar la *ecotasa* exclusivamente sobre el sector turístico.

5.5.4.2. Efectos sobre los precios.

El grupo de expertos mantiene que la *ecotasa* afectará *bastante* (valor 4) en el **incremento de los precios turísticos** (pregunta 2). Los valores del rango intercuartílico y del coeficiente de variación reflejan una débil dispersión, dotando de representatividad tanto a la mediana como a la media aritmética.

QUINTA PARTE

La pregunta 12 permite medir la intensidad del efecto sobre los precios. Según los valores de la mediana, la opinión del grupo para el conjunto de los establecimientos de alojamientos turísticos es la opción A: *el precio de la pernoctación se elevará en la misma cuantía que el impuesto*. Lo cual es compatible con la teoría expuesta en el capítulo 4.

Esta respuesta viene avalada por el 96 por ciento de las opiniones en el caso de los hoteles de 5 estrellas; por el 89 por ciento en el caso de las restantes categorías de hoteles; por el 96 por ciento en los apartamentos turísticos de 4 llaves; por el 89 por ciento en otros apartamentos turísticos y en los hoteles rurales y por el 85 por ciento en el caso de las casas rurales y similares.

En principio, los altos niveles de respuestas a la opción A —según la cual los precios aumentarán en la misma cuantía que el impuesto— trasladan la opinión de que los empresarios turísticos intentarán repercutir íntegramente el impuesto sobre el turista.

En el cuestionario Delphi se añadieron las preguntas 13 y 14, con objeto de determinar si la reacción del sector en materia de precios iba a afectar por igual al colectivo de turistas que visitan Andalucía a través de agencias de viajes o de tour operadores.

El porcentaje de turistas que llegan a Andalucía a través de estos intermediarios es, aproximadamente, del 60 por ciento. La subida de precios para este colectivo, como consecuencia de la implantación de una *ecotasa*, será idéntica al del resto de turistas. La opinión del grupo es también la opción A. Además, los porcentajes de respuestas son también muy elevados como ocurría en la pregunta 12.

En consecuencia, cabe esperar una reacción —vía precios— por parte de los empresarios de alojamientos del mismo tipo para todos los turistas, acudan o no a través de tour operadores.

5.5.4.3. Efectos sobre la demanda.

Aunque se espera una relativa repercusión sobre el incremento de los precios, el grupo de expertos manifiesta que la *ecotasa* podría disminuir *regular* (valor 3) el **número de turistas** que llega a Andalucía (pregunta 4). Es decir, esperan que el impacto sobre los precios sea algo más intenso que sus efectos negativos sobre la demanda turística. Este resultado es coherente con los valores de la elasticidad de la demanda respecto al precio, que es relativamente menor cuando la demanda se define en términos del número de turistas que cuando se define en términos de gasto turístico como se recoge en el capítulo 4.

En la misma línea se sitúan las respuestas a la pregunta 3. El grupo entiende que la *ecotasa* podría tener un efecto negativo *regular* (valor 3) sobre los **beneficios de las empresas turísticas**.

Para profundizar en el impacto sobre el número de turistas, se agregaron las preguntas 17 y 18. Según las respuestas a la primera de ellas, se detecta un impacto diferenciado según las categorías de los establecimientos, de forma que en los hoteles de 5 estrellas, los apartamentos turísticos de 4 llaves y los hoteles rurales se estima que la *ecotasa* disminuirá *poco* (valor 2) el número de turistas; y en el resto de categorías la respuesta es *regular* (valor 3). Se aprecia que los efectos sobre la demanda, en términos de disminución del número de turistas,

QUINTA PARTE

serán relativamente menores en los establecimientos de mayor categoría.

Por tipologías turísticas (pregunta 18), los efectos negativos sobre el número de turistas serán *regular* (valor 3) en el turismo de sol y playa, en el turismo cultural y en el turismo social; en el resto de tipologías, la intensidad del efecto se cataloga como de *poco* (valor 2).

5.5.4.4. Efectos sobre la competitividad.

El grupo de expertos responde que la *ecotasa* disminuirá *bastante* (valor 4) la **competitividad** de las empresas turísticas andaluzas. El valor del rango intercuartílico y del coeficiente de variación confirma la representatividad de los promedios empleados.

Este resultado concuerda perfectamente con los efectos esperados de la *ecotasa* sobre el incremento de los precios y es consecuencia del mismo.

Los efectos económicos más intensos de la *ecotasa*, según la opinión del grupo de expertos, se producirán sobre los **precios** y sobre la **competitividad**. El grupo de expertos responde que la *ecotasa* incrementará *bastante* (valor 4) los precios y también disminuirá bastante la competitividad de las empresas turísticas.

5.5.4.5. Efectos sobre la oferta y el empleo.

En estos casos, los efectos económicos se producen a medio plazo y, por tanto, son más difíciles de prever.

El grupo de expertos opina que la *ecotasa* disminuirá *poco* (valor 2) el **número de alojamientos turísticos** de Andalucía (pregunta 5).

Por otro lado, no parece que la implantación de la *ecotasa* vaya a contribuir al desarrollo del sector no reglado de alojamientos y a la expansión de la segunda residencia, puesto que la respuesta a la pregunta 7 es *poco* (valor 2).

Tampoco se espera —según el grupo de expertos— un impacto significativo de la *ecotasa* sobre el **empleo** del sector turístico (pregunta 8). La opinión del grupo es que disminuirá *poco* (valor 2) el empleo.

Una explicación posible de tales respuestas, aparte de la mayor dificultad de la estimación, por desarrollarse estos efectos a medio plazo, radica en que la cuantía del impuesto que se ha tomado como referencia es reducida en términos absolutos. Puede comprobarse en la definición de la base imponible, un número de euros que oscila entre 0,5 y 2 por cada día de estancia según la categoría y el tipo de establecimiento.

5.6. A modo de resumen.

La implantación de una *ecotasa* turística en Andalucía, semejante a la que se plantea para las Islas Baleares, supondría —bajo ciertas condiciones— una recaudación inicial máxima de 15,6 mil millones de pe-

QUINTA PARTE

setas anuales. El impacto que ese impuesto tendría sobre los precios y, en consecuencia, sobre el mercado dependerá, como demostramos en la cuarta parte, de las elasticidades tanto de la oferta como de la demanda. Sobre esa base, suponiendo que el impuesto se traslada en su totalidad a los consumidores (turistas) y que la elasticidad de la demanda, según los estudios previos, podría oscilar entre el 1.48 y el 1.73, los precios en el sector podrían elevarse un 4.6 por ciento y las pernoctaciones podrían reducirse entre 6.7 y 7.8 millones. Esta reducción del mercado no se distribuiría por igual en todos los segmentos. Dado que los más afectados por la subida de precios, en términos relativos, son los alojados en los hoteles de tres estrellas y que éstos explican casi la mitad de todos los alojamientos en los hoteles de Andalucía, cabría deducir que sería ese mercado el más afectado por el establecimiento de la *ecotasa*, en los términos expuestos.

No obstante, las limitaciones a la que están sujetas las estimaciones anteriores nos impide presentarlas como definitivas porque, entre otras cosas, el destino final de la recaudación por la *ecotasa* turística podría, a largo plazo, cambiar el sentido de algunos impactos.

El punto de vista general del grupo de expertos, en relación al impuesto sobre los alojamientos turísticos en Andalucía, es claramente contrario puesto que el 75 por ciento de los mismos *no cree necesaria* la implantación de la *ecotasa* sobre el turismo. Esta postura se apoya, en parte, en que opinan que la *ecotasa* no resolverá los problemas de medio ambiente (responde que beneficia *regular* al medio ambiente) y en que el desarrollo turístico no es una de las actividades que más dañan al medio ambiente (responden que el turismo perjudica *regular* al medio

QUINTA PARTE

ambiente). También, el grupo de expertos entiende que la *ecotasa* no es nada justa si se aplica exclusivamente sobre el turismo.

Los principales **efectos económicos** de la *ecotasa*, ordenados según el nivel de intensidad, se producirán sobre los **precios** y sobre la **competitividad** (el grupo de expertos responde con el calificativo de bastante —valor 4— al incremento de precios que se originaría y a la pérdida de competitividad); en un nivel intermedio, se sitúan los efectos sobre la **demanda** y sobre los **beneficios** de las empresas turísticas (el grupo de expertos manifiesta que la *ecotasa* podría disminuir —*regular*, valor 3— tanto el número de turistas que llegan a Andalucía como los beneficios de las empresas); y por último, la intensidad de los efectos de la *ecotasa* serían menores sobre la **oferta** y sobre el **empleo** (el nivel de respuesta es poco —valor 2— en ambas variables).