

Revista EDUCATECONCIENCIA.
Volumen 29, No. 32
E-ISSN: 2683-2836
Periodo: Julio-septiembre 2021
Tepic, Nayarit. México
Pp. 48-76
DOI: <https://doi.org/10.58299/4f545h10>

Recibido: 2 de junio 2021
Aprobado: 12 de agosto 2021
Publicado: 12 de agosto 2021

Beneficios del Impuesto al Valor Agregado en los servicios hoteleros de México y otros países.

Value Added Tax benefits for hotel services in Mexico and other countries.

Jesús Miguel López Murillo
*Universidad Autónoma de Baja California,
México*
jesus.miguel.lopez.murillo@uabc.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-3436-1141>

Oscar Galván Mendoza
*Universidad Autónoma de Baja California,
México*
ogalvan68@uabc.edu.mx
<http://orcid.org/0000-0001-6136-2214>

Lizzette Velasco Aulcy
*Universidad Autónoma de Baja California,
México*
lizaulcy@uabc.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-2817-7364>

Resumen

El turismo es una de las actividades económicas más importantes para el desarrollo de cualquier país, es por ello que se otorgan diferentes beneficios a este sector. El objetivo de esta investigación es analizar los beneficios económicos de IVA para los servicios hoteleros que existen en México y otros países. Es una investigación cualitativa, con un diseño no experimental, transversal y de carácter exploratorio. Existen una serie de beneficios en distintos países que buscan fomentar y estimular al turismo internacional; estos son otorgados mediante estímulos fiscales, tales como la exención del pago del impuesto a los turistas por los servicios recibidos, hasta la devolución del mismo al momento de abandonar el país visitado. Tomando en cuenta lo importante que es esta actividad por el desarrollo económico que genera, los empleos que crea y la entrada de divisas, es vital otorgarle beneficios.

Palabras clave: estímulos fiscales, IVA, turismo.

Abstract

Tourism is one of the most important economic activities for the development of any country, which is why different benefits are granted to this sector. The objective of this research is to know the VAT benefits for hotel services that exist in Mexico and other countries. It is a qualitative investigation, with a non-experimental, cross-sectional and exploratory design. There are a series of benefits in the different countries that seek to promote and stimulate international tourism; these are granted through tax incentives, such as exemption from paying taxes for the tourist for the services received, to the refund of the same at the time of leaving the visited country. Taking into account how important this activity is due to the economic development it generates, the jobs it creates and the inflow of foreign currency, it is vital to grant it benefits.

Keywords: tax incentives, VAT, tourism.

Introducción

En México el Impuesto al Valor Agregado (IVA) ocupa la segunda posición en lo que a recaudación se refiere, solo por detrás del Impuesto Sobre la Renta (ISR) que es el impuesto que más recauda en el país. La principal característica del IVA es que es un gravamen indirecto, es decir, grava el consumo en todas sus etapas, trasladándose el pago del mismo a la persona que adquiere el bien o servicio (IDC, 2012). Se considera un impuesto indirecto porque el fisco no lo recibe de manera directa, en el momento que se realiza una operación comercial, la venta de algún bien o servicio, es el vendedor o el prestador del servicio quien le cobra al comprador el impuesto para posteriormente hacer el entero a la autoridad, esta es la forma como funciona.

Para Benítez (2014, p. 13) el IVA es “un típico impuesto al consumo, de carácter indirecto, que tiene en su naturaleza el hecho de ser trasladable a fin de que la carga fiscal real recaiga sobre el consumidor”.

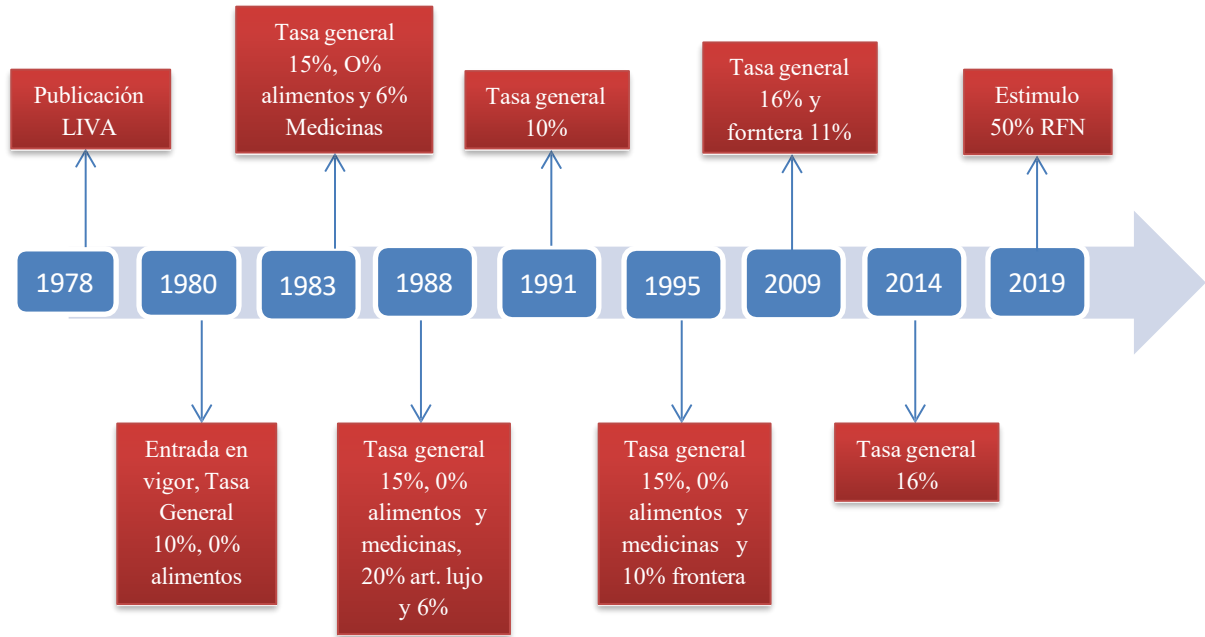
De acuerdo con Yáñez (2014) los impuestos indirectos gravan la capacidad económica de los contribuyentes de manera indirecta, la producción o el consumo. Al tener la característica de indirecto, el traslado se da entre contribuyentes, evitando así la relación directa entre el estado y el contribuyente.

Cuando nació el IVA en México era conocido como el Impuesto sobre Ingresos Mercantiles, el cual fue publicado el 31 de diciembre de 1947 en el Diario Oficial de la Federación (DOF). La problemática que tenía dicho impuesto era que gravaba todas las etapas de la producción, lo cual generaba un impuesto en cascada y terminaba por encarecer el precio de los bienes y servicios. Sin embargo, este impuesto tuvo una vigencia de 31 años (Gómez, 2018).

Según Cruz (2019), el IVA es un impuesto indirecto porque no grava directamente a los ingresos de los contribuyentes, su cobro no depende de las características de estos, ya que va directamente a gravar al consumo que realizan las personas. Este impuesto indirecto va a gravar directamente al consumo de bienes y servicios.

La Ley del IVA fue publicada en México en 1978 y ha sufrido varias modificaciones en sus tasas a través de los años, a continuación, en la figura 1 se muestran las variaciones desde su publicación y entrada en vigor.

Figura 1. Evolución del IVA a lo largo de los años.



Nota. La línea del tiempo muestra los cambios en las tasas del IVA desde su publicación y posterior entrada en vigor. Elaboración propia con base en García (2016).

El impuesto se encuentra diseñado para gravar al último adquirente de un determinado bien o servicio, es decir, al consumidor final; a aquel se le traslada la carga económica del impuesto a pesar de que es otro el sujeto pasivo del mismo desde el punto de vista jurídico. (Landeta, 2016, p. 11)

Situación problemática

El consumidor final es el que termina pagando el impuesto, no la persona que vende el bien o servicios, la obligación de este contribuyente solo es cobrar el impuesto y enterarlo. La ley de IVA estipulaba en su artículo 29 fracción VII que la prestación de servicios de hotelería y conexos entraban dentro de la tasa 0%, es decir, no se cobraba el impuesto por la prestación de estos servicios. Esta fracción fue derogada mediante decreto presidencial el 11 de diciembre de 2013 por el entonces presidente de México Enrique Peña Nieto, días después, el 26 de diciembre del mismo año en otro decreto presidencial en el artículo 2.3 se otorga estímulo fiscal del 100% de IVA que deba pagarse por la prestación de los servicios hotelería y conexos a turistas extranjeros que

ingresen al país para participar exclusivamente en congresos, convenciones, exposiciones o ferias a celebrarse en el territorio nacional. En la figura 2 se muestran los cambios del beneficio de la tasa 0%, desde su derogación en la ley hasta la posterior publicación en decreto.

Figura 2. Cambios en el beneficio del 0% en materia de IVA.



Nota. Se muestra los fundamentos del beneficio del 0% para la prestación de servicios al turismo internacional de negocios. Elaboración propia con base en el Decreto Estímulo de IVA 26 de diciembre 2013.

En México se reembolsa el IVA pagado por la adquisición de mercancías o bienes que vayan a salir efectivamente del país, pero no se le da la difusión que se necesita para que todo turista pueda solicitar la devolución de dicho impuesto.

Los servicios de hotelería prestados a turistas extranjeros que vienen a territorio nacional a participar exclusivamente en congresos, convenciones, exposiciones o ferias, actualmente tienen que pagar el 16% de IVA más el 5% de Impuesto Sobre Servicios de Hospedaje (ISSH), es decir, ello representa un monto del 21% adicional sobre la cuota que manejan los hoteles por noche de hospedaje. Este es el panorama sin la aplicación del estímulo fiscal del 100% del IVA otorgado en el artículo 2.3 del decreto presidencial del 26 de diciembre de 2013, con la aplicación del estímulo solo se le cobraría al huésped extranjero además de la noche de hospedaje, el 5% del ISSH, ya que el IVA sería al 0%. Cabe señalar que, al ser un impuesto estatal, el ISSH varía entre el 2 y 5% dependiendo de la entidad federativa, en Baja california actualmente es el 5%.

Justificación

El beneficio que otorga el estímulo a turistas extranjeros que vienen al país a participar en eventos de capacitación es una ventaja competitiva para atraer turismo internacional.

El turismo representa una gran derrama económica para todos los países del mundo, es por eso que existen en muchos de ellos diferentes beneficios y estímulos para no cobrarle el impuesto al consumo al turista o bien devolvérselo en el momento de regresar a su país de origen, todo esto con la finalidad de cuidar esta actividad económica y fomentarla.

En 2019, se registraron en todo el mundo más de 1,400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la quinta parte de la población mundial. Esto no hace más que evidenciar la importancia global de una industria, la turística, que es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos. (Díaz, 2020, p.1)

Por otra parte, el turismo se ha convertido en una gran fuente de ingresos por el gasto que hacen en alojamiento, comidas, servicios y en compras. Los países son conscientes del potencial del turismo y la gran derrama económica que dejan al mercado local. La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2015, p. 1) señala que “durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento en el mundo”.

En la actualidad el turismo internacional de negocios es una fuente importante de desarrollo económico por lo que esta investigación tiene como objetivo principal verificar el beneficio del estímulo del IVA por los servicios prestados a turistas extranjeros que vienen a participar exclusivamente en congresos, convenciones, exposiciones o ferias a celebrarse en territorio nacional. Por otra parte, esta investigación puede ser útil para que las empresas que no lo apliquen tengan el conocimiento del mismo y de todos los beneficios que le puede traer al eliminarle la carga fiscal al turista y ofreciéndole una mejor tarifa de hospedaje y un mejor precio de todos los servicios que este requiera para participar en el evento.

Por consiguiente, la importancia de esta investigación radica, entonces, en conocer los beneficios que se tienen en México sobre los servicios de hospedaje y contrastarlo con los beneficios o el tratamiento fiscal que se da en otros países.

La industria hotelera es uno de los pilares fundamentales del turismo en México, pues tan solo en el año 2017 aportó \$1,797,374 millones de pesos a la economía nacional, 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB), de acuerdo con el reporte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); los ingresos por servicios de hospedaje representan la mayor aportación al Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) 28.3% del valor en 2017. La hotelería también brinda oportunidades de empleo.

Durante 2017 las actividades relacionadas con el turismo reportaron alrededor de 2.3 millones de empleos, 9% de estos empleos fueron generados por algún servicio relacionado con el alojamiento de turistas. (García, 2019, p.1)

Teniendo en consideración lo anterior, se ha consultado y analizado el trabajo de diversos autores y no se ha encontrado estudio con un enfoque basado en el estímulo a turistas internacionales de negocios en México y su comparativo con otros países. En consecuencia, esta investigación constituye un aporte para conocer y dejar precedente de los beneficios que se otorgan por concepto de hospedaje en diferentes partes del mundo.

Antecedentes

De acuerdo a la OMT (2015), el turismo son los viajes y estancias que una persona realiza en ciudades distintas a la cual habita, por un periodo de tiempo continuo, sin que éste exceda de un periodo de un año, los fines de estos viajes pueden ser por negocios, ocio y otros motivos.

Para Domínguez et al. (2018), el turismo es una actividad que en la vida de cualquier estado es parte fundamental, por el gran desarrollo económico que genera y los miles de empleos que atrae, derivado de estos beneficios existen impuestos que buscan contribuir en la generación de recursos para seguir dando impulso y apoyo al crecimiento de las actividades turísticas.

México es uno de los países más visitados en el mundo, gracias a su riqueza de recursos naturales y culturales, según Schenkel (2018) la Secretaría de Turismo (SECTUR) en coordinación con los distintos niveles gubernamentales y en cooperación con el sector privado, desde hace una década promueven e impulsan un programa llamado “Un Turismo para Todos”, con la finalidad de contribuir con la rentabilidad de las empresas, con el crecimiento nacional y con el desarrollo de los ciudadanos, a partir del crecimiento del turismo local. Dicho programa ofrece diversas opciones turísticas nacionales a precios que son accesibles por medio de financiamiento, ofrecidos por empresas que se dedican a la promoción de viajes turísticos, destinadas a la población mexicana, sin importar la situación económica y social en la que se encuentren.

En México, el turismo internacional de negocios es el único que recibe beneficios económicos en materia de IVA en lo que a servicios de hospedaje se refiere, con el fin de impulsar su crecimiento, los otros tipos de turismo tienen que pagar su impuesto con la tasa normal, Shaadi (2017) argumenta que, en el actual gobierno se ha puesto mucha atención en impulsar y

estimular el turismo de negocios, promoviendo la organización de eventos, como convenciones y reuniones internacionales, incentivándolo con el beneficio de la tasa 0% en materia de IVA, para ser aprovechado por las empresas que encargan de la organización de este tipo de eventos y congresos.

Dicho beneficio de la tasa 0% en materia de IVA al turismo de negocios internacional es otorgado mediante un estímulo fiscal. El estado mexicano cuenta con la facultad de crear alternativas tributarias para impulsar e incentivar el desarrollo económico del país, estas alternativas son los estímulos fiscales, los cuales otorgan a determinado sector o actividad económica, la acreditación, devolución o compensación de algún impuesto a pagar, favoreciendo así, a los contribuyentes que realicen la actividad a la cual va dirigida el estímulo fiscal, sin faltar al cumplimiento de obligaciones fiscales como lo establece la ley (Romero, 2019).

Por otra parte, es la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) quien le da la facultad al estado de emitir estos mecanismos tributarios en vías de estimular el desarrollo económico y disminuir la carga tributaria.

El Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (2019) argumenta que, los estímulos fiscales son instrumentos cuya finalidad es impulsar, promover o estimular determinado sector o actividad económica, por lo que se otorga a través de ellos, beneficios a los contribuyentes o grupo de ellos que realicen la actividad o encuadren en las especificaciones que indica el estímulo para obtener el beneficio que este otorgue. Por lo anterior, el estímulo puede ir dirigido en general o a determinado grupo, en este caso, el estímulo para el turismo de negocios solo aplica para turistas extranjeros que se trasladan de su país de origen a México, con el fin de participar en congresos, convenciones, ferias o exposiciones.

Es necesario recalcar que, en otros países los estímulos fiscales son conocidos como incentivos fiscales, el fin es el mismo, otorgar beneficios a determinado sector para apoyar su impulso y crecimiento. Los incentivos fiscales se definen como aquellos tratamientos especiales y/o concesiones tributarias que se otorgan de manera impositiva con la finalidad de financiar indirectamente políticas públicas. Estos tienen la característica de ser dirigidos a un número reducido de beneficiarios que cumplan con los requisitos previamente establecidos (Romero, 2018).

Se infiere que, los estímulos fiscales son muy importantes para el desarrollo del país y tienen como objetivo principal velar por los intereses del pueblo, al otorgar beneficios a los sectores económicos.

El estímulo presidencial del 26 de diciembre de 2013 otorga la tasa cero a turistas extranjero que vienen a territorio nacional a participar en eventos técnicos, el cual es llamado como turismo de negocios. Cabe señalar que en los considerandos del decreto se explica lo que es el turismo internacional de negocios:

Que una fuente importante de desarrollo económico es el turismo internacional de negocios, consistente en las visitas que realizan a México los turistas extranjeros para participar en congresos, convenciones, exposiciones o ferias, por lo que es conveniente impulsar esta rama de la actividad económica por los beneficios directos e indirectos que genera este tipo de turismo. (Decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativas, 2013, p. 2)

Esta primera parte del decreto señala que el beneficio aplica para turistas extranjeros y de lo importante que es apoyar esta actividad económica a fin de impulsar su desarrollo. Con respecto al segundo párrafo de los considerandos, se habla de en qué consiste el beneficio fiscal para esta actividad:

Que una medida de apoyo al turismo internacional de negocios consiste en eliminar la carga fiscal que por concepto del impuesto al valor agregado se repercute a los turistas internacionales de negocios en los servicios de hotelería y conexos que se les proporcionan, así como en el arrendamiento de centros de convenciones o exposiciones que se realizan con organizadores de congresos y convenciones residentes en el extranjero. (Decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativas, 2013, p. 2)

Este párrafo explica que el beneficio consiste en eliminar la carga fiscal al turista de negocios extranjero, otorgándole la reducción de la totalidad del IVA en los servicios de hotelería, servicios conexos y arrendamiento; servicios que requiere el turista para poder participar en el evento por el cual viene exclusivamente al país.

El turismo de negocios son los viajes que realizan los turistas a otra ciudad con el fin de participar en algún evento, ya sean ferias, convenciones, congresos o exposiciones. Para De León et al. (2016), el turismo de negocios son los viajes que realiza un turista a una ciudad diferente a la de su residencia para efectuar gestiones o labores propias de las empresas, así como participar en congresos, convenciones, entre otras.

El turismo de negocios crece aceleradamente en los países latinoamericanos al ser parte fundamental para el desarrollo de las ciudades inteligentes, utilizando este tipo de turismo como un sector estratégico (Pancorbo et al., 2019).

Teniendo en consideración la definición del turismo de negocios, es necesario mencionar al concepto de un turista de negocios, el cual es definido por García (2016) como aquel interesado en compartir y adquirir nuevos conocimientos; con el objetivo de actualizarse y obtener capacitación, es un turista exigente, informado y con un nivel económico y cultural medio-alto. Por lo regular, este tipo de turista es un profesionista que suele viajar de manera habitual y sus fines y objetivos son establecidos por la empresa para la cual laboran.

El turismo de negocios es una actividad exclusivamente de capacitación, los turistas se trasladan a otras ciudades para participar en eventos técnicos:

Las actividades de la industria de las reuniones cobran una importancia cada vez mayor para el futuro crecimiento de la economía mundial como parte esencial de la difusión de conocimientos y prácticas profesionales, así como factor clave para mejorar el entendimiento y las relaciones entre distintas regiones y culturas.
(Lauman, 2014, p. 8)

En años recientes, la OMT ha promovido entre los países que hagan un esfuerzo por medir el impacto económico que genera el turismo de reuniones en sus ciudades. Ello significa medir la aportación que deja en la economía local después de haberse realizado un evento relacionado con dicho tipo de turismo (Shaadi, 2017).

Para Balslev y Velázquez (2013), el turismo es una de las actividades más importantes para la economía mexicana al apoyar el crecimiento y el desarrollo de algunas regiones del país, generar empleos, producir entrada de divisas e impulsar el desarrollo de actividades económicas.

Objetivo(s)

Analizar los beneficios económicos de IVA para los servicios hoteleros que existen en México y en otros países.

Materiales y método

Diseño

Es una investigación cualitativa con un diseño no experimental, transversal y de carácter exploratorio.

Se realizó un análisis documental de información publicada en trabajos de investigación previos, mismos que se obtuvieron de búsquedas en diversas bases de datos como Web of science, Emerald, Google Académico, Scielo, Redalyc, Dialnet y Semantic Sholar. También, se revisaron leyes fiscales, diarios oficiales y libros de texto.

En lo que corresponde a los criterios de inclusión de los documentos que se consideraron para el presente estudio, se establecieron los siguientes: artículos publicados en revistas indexadas a las bases de datos consultadas, documentos escritos en inglés y español, todas las fechas y países en donde se realizaron investigaciones similares y finalmente, la relación directa con la temática que se aborda, en este caso, estudios que presentaran un abordaje sobre los beneficios otorgados al turismo extranjero por concepto de servicios de hospedaje. De los hallazgos obtenidos de las búsquedas correspondientes, se analizaron 56 documentos.

Participantes

Bajo la óptica descrita líneas arriba, los países que se incluyeron para su respectivo análisis y comparación cumplen con un criterio: otorgan beneficios a los turistas extranjeros en lo que a servicios de hospedaje se refiere; ya que es uno de los costos más alto que se pagan. Si bien es cierto que algunos no cobran el IVA, algunos hacen una reducción al importe que cubre el turista y, por otro lado, otros países otorgan la devolución al momento de abandonar el país. Dichos beneficios se enfocan en la estimulación e impulso del turismo debido a su importancia en el desarrollo económico, ya que produce una derrama económica constante, genera empleos y atrae a la inversión extranjera.

Es por ello que, con base en la información encontrada, se procedió a hacer un análisis comparativo desde una perspectiva internacional, tomando como mínimo un país de cada continente, contrastando los beneficios otorgados en cada país al turismo extranjero por concepto de los servicios de hospedaje.

Se toma como base los servicios de hospedaje debido a que en México se le otorga una tasa del 0% de IVA al turista de negocios por este concepto, eliminando la carga fiscal. Lo anterior, brinda la pauta para seguir con esa línea de razonamiento, lo que permite examinar de forma más objetiva cómo es la carga fiscal que otros países otorgan al turismo de negocios, específicamente por servicios de hospedaje, el tratamiento que le brindan y la dinámica que el turista de negocios debe realizar para obtener los beneficios que el país que visite le brinda. De ahí, se procede a contrastar la información de forma más detallada.

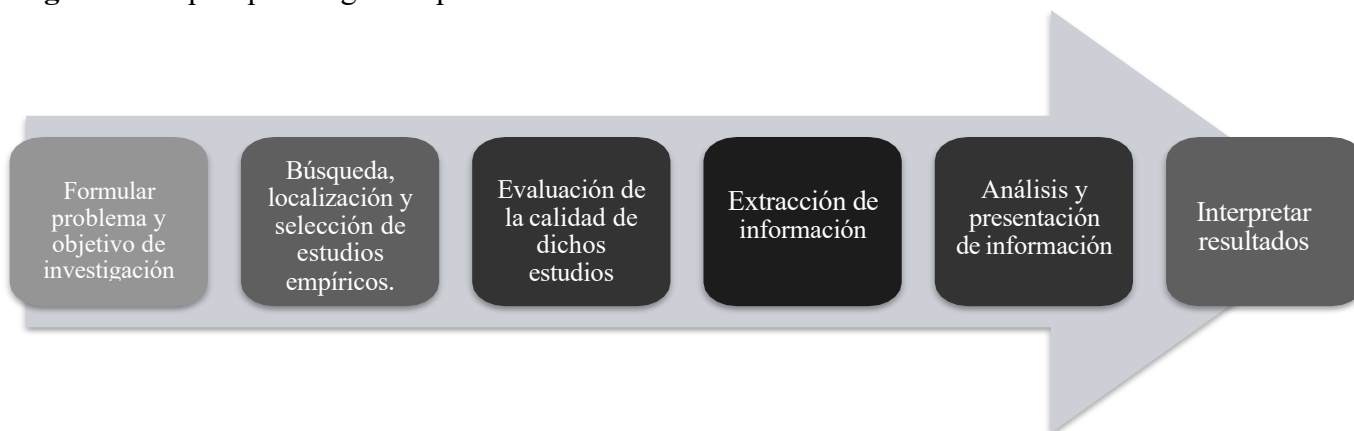
Técnica e instrumentos

Es necesario precisar que, para el cumplimiento del objetivo planteado líneas arriba, se optó por seguir la técnica que Manterola et al. (2013), Ceniceros et al. (2019) y López et al. (2021) han utilizado para un proceso de análisis de evidencia científica empírica y su respectiva comparación acorde al contenido de los hallazgos de la misma.

Procedimiento

A continuación, se presenta la Figura 3, misma que muestra el proceso que se llevó a cabo para el análisis de los estudios empíricos identificados y, posteriormente, comparar-contrastar entre países distribuidos por continente.

Figura 3. Etapas que integran al proceso de análisis de evidencia científica realizado.



Fuente: elaboración propia con base en Manterola et al. (2013), Ceniceros et al. (2019) y López et al. (2021).

Acorde al contenido de la figura 3, en lo que atañe a la segunda etapa del proceso, una vez que se establecieron los criterios de inclusión presentados en el apartado anterior, para la búsqueda, localización y selección de estudios empíricos se realizaron varias búsquedas inteligentes con el ingreso de las palabras clave ‘estímulos fiscales’, ‘IVA’, ‘turismo’ y ‘beneficios de IVA para servicios hoteleros’ y su equivalente en el idioma inglés ‘tax incentives’, ‘VAT’, ‘tourism’ y ‘VAT benefits for hotel services’. El tiempo durante el cual se realizó la búsqueda, fue de febrero a mayo de 2021.

Inicialmente, se tuvo en consideración el año de publicación, autores, objetivo, población y resultados. Luego, para la evaluación de la calidad de los estudios se tuvo en cuenta que los estudios empíricos identificados fueran publicados en revistas indizadas con diversos factores de impacto, en donde las fuentes de información fueron bases de datos como Web of science, Emerald, Google Académico, Scielo, Redalyc, Dialnet y Semantic Sholar.

Resultados y discusiones

Así como el beneficio en México que otorga el decreto, en la revisión y análisis de literatura se encontraron beneficios los turistas extranjeros en otros países, que no son iguales, pero se asemejan por el principio fundamental que se busca, que es el impulsar y estimular el sector tan importante para el desarrollo, como lo es el turismo.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Éste genera movimiento y reactivación en la economía del país en el que se realiza, por lo que representa una parte muy importante en su evolución, ya que contribuye al desarrollo de las diferentes actividades que atiende de forma específica a la demanda de los turistas. (Rubio, 2015, p. 12)

El turismo en América Latina ha sido un importante motor de desarrollo económico y creación de empleos, ya que cuenta con una gran variedad de destinos con recursos, culturales, naturales e históricos. El turismo en Latinoamérica ha sufrido cambios drásticos durante los últimos cuarenta años.

Los turistas comprenden que el ocio, el descanso y la recreación son un derecho, y tienen al alcance los medios de comunicación para estar más informados y así exigir mayor calidad en el lugar de destino, así como en productos y servicios, lo cual es determinante para la forma en que funciona el turismo en cada uno de los países (Carrera & Vallejo, 2015).

Por otra parte, Romero (2018) asevera que en diferentes países latinoamericanos se otorga la devolución o reducción de IVA en los servicios de alojamiento para los turistas, ya que se considera que el gasto de alojamiento es uno de los más altos con respecto a la participación de los gastos de los visitantes y la que promueve un mayor gasto por parte del turista. Este tipo de medidas tienen como principal objetivo aliviar la presión sobre las empresas y los consumidores, a través de la reducción o suspensión de impuestos por lo que podrían influir positivamente en el número de llegadas de turismo. Asimismo, en Brasil no se han adoptado medidas relacionadas con la reducción o devolución de IVA, actualmente se está trabajando en un proyecto de ley para otorgar este beneficio en servicios consumidos por los turistas extranjeros, pero aún no ha sido aprobado. En países como Bolivia y Chile se exenta al turista del pago del impuesto, mientras que en Argentina, Uruguay, Ecuador, Perú y Colombia se opta por la devolución del impuesto, cumpliendo una serie de requisitos al momento de que el turista regresa a su país.

El turismo tiene la capacidad de crear nuevos empleos que benefician a la comunidad y en América Latina es considerada desde un aspecto social y económico. Desde el punto de vista económico genera un efecto en la economía del país, ya que evita que el dinero que ingresa al país por turismo internacional salga de nuevo al extranjero (Schluter, 2015).

Por todo esto los países de América Latina se han percatado de la importancia de apoyar mediante políticas públicas la industria del turismo, fomentando su crecimiento y evolución.

De acuerdo a Cruz (2019, p. 42) en Bolivia el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) ha manifestado que la venta de servicios turísticos de operadores nacionales de turismo receptivo en el exterior y de hospedaje para turistas extranjeros están liberados del pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Tampoco pagan ese tributo turistas extranjeros que acceden a dichos servicios.

Como se puede apreciar en Bolivia los turistas extranjeros no pagan el IVA al momento de pagar servicios de hospedaje, lo cual es un beneficio sumamente atractivo para los turistas que se trasladan a este país, ya que quedan liberados totalmente de la carga fiscal por este concepto.

El mismo autor afirma que en Ecuador los turistas pueden solicitar la devolución de IVA pagado en bienes y servicios, y en los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil se deben depositar en los buzones los sobres que deben tener la siguiente información: Facturas originales entregadas en los establecimientos afiliados por la compra de bienes producidos en el Ecuador y servicios de alojamiento con montos superiores a \$ 50 dólares por cada factura. Anexo de solicitud para la aplicación de beneficios tributarios entregado por el establecimiento afiliado o en los tótems publicitarios que se encuentran en las salas de embarque de los Aeropuertos Internacionales de Quito y Guayaquil. Copia simple del Pasaporte (Congreso de la República de Ecuador, 2010). En Ecuador los turistas extranjeros tienen que desembolsar el IVA al momento de pagar sus cuotas de alojamiento, el beneficio radica en que, al momento de regresar a su país, los turistas extranjeros pueden solicitar la devolución del impuesto, cumpliendo los requisitos establecidos.

Ecuador es uno de los destinos visitados por los turistas:

Dentro de la economía ecuatoriana, el turismo es a día de hoy, junto con el petróleo, el sustento del país. El patrimonio de este país, basado en cultura, en playas, en ocio y en naturaleza le dan una variedad importante a la hora de disfrutar de sus vacaciones en Ecuador. (Pesantes, 2015, p. 32)

Ecuador siendo un país latinoamericano le ha dado gran importancia al desarrollo del turismo por ser una de las dos actividades que mantienen económicamente al país.

En Perú el Impuesto General a las Ventas (IGV) (equivalente al IVA) se puede reembolsar a todo visitante extranjero el 18% en los consumos gastronómicos, hotelería, salud y bienes adquiridos en el comercio mediante el pago con tarjeta de débito y crédito emitida en el exterior. El turista deberá presentar a la salida del país (vía aérea o marítima), los boletos de los productos y servicios adquiridos de los establecimientos autorizados durante su estancia en el aeropuerto para que se le devuelva el IGV, cuyo monto mínimo debe ser de \$ 30 dólares (100 soles) para acceder a la dicha devolución. El reembolso del monto se abona a la tarjeta de débito o crédito del turista

(Decreto supremo 161-2012-EF, 2012). Perú es otro país latinoamericano que brinda beneficios a los turistas extranjeros, al hacer la devolución del impuesto no solo de los servicios de hospedaje, sino de los consumos en restaurantes, gastos que tienen que ver con la salud y los bienes comprados para ser llevados al país de origen, sin duda alguna un gran beneficio que ayuda a atraer más turismo internacional.

Con respecto la política implementada en Uruguay, la misma incluye los servicios de alojamiento, gastronómicos y compras de productos en comercios adheridos al sistema de Tax Free. Uno de los requisitos para acceder a la devolución del IVA (14.4%) es que la compra de cada factura debe superar los \$ 15 dólares (500 pesos uruguayos), cuyo reembolso se reintegra a la tarjeta de crédito del turista a la salida del país en aeropuertos y puertos (Ministerio de Turismo de Uruguay, 2017). Uruguay es otro país que también brinda este beneficio de devolver el IVA a los turistas extranjeros, al igual que Perú, se toman en cuenta los bienes y servicios pagados y el reembolso se realiza al momento que el turista va a regresar a su país de origen.

En Colombia las estrategias y los objetivos de los planes turísticos han evolucionado a través de los años y se han ido adaptando en función de las metas conseguidas por las políticas que se han desarrollado, así como la propia evolución natural que ha tenido el sector, en el ámbito local, regional y mundial, que fijaba los nuevos retos y desafíos a alcanzar (Díaz, 2015). Dicho de otra manera, Colombia ha ido creando estrategias para fomentar la industria turística mediante políticas que ayudan a su desarrollo.

Mientras tanto otro país sudamericano muy visitado es Argentina, según Schenkel (2015) a lo largo de la historia el turismo ha tomado una importancia creciente como asunto público en Argentina y después de casi tres décadas de atraso estatal en el área, el estado toma la iniciativa como pieza fundamental en la coordinación, planificación y acción en el sector turístico. El mismo autor argumenta que la inserción de la actividad turística en la agenda gubernamental deja de ser institucionalizada como una práctica de ocio y recreación, para ser proclamada como una actividad económica, tendiente a impulsar la actividad, el superávit, la recaudación, la inversión, la infraestructura pública y el crecimiento económico.

En Argentina la devolución de IVA a turistas es una medida de reciente aplicación, a partir del año 2017 se aprobó esta facilidad y se realiza mediante un reembolso automático a las tarjetas bancarias de los viajeros internacionales. Mientras tanto, en Colombia se adoptó estos beneficios

de devolución desde el año 2016, igualmente aplica para turistas extranjeros y se incluyen los servicios de hospedaje, ya sea vendidos a través de agencias como paquetes turísticos o pagados directamente en los hoteles del país, para tener derecho a la devolución el turista debe presentar al momento de regresar a su país el formato de devolución y el reembolso se le hará directamente a su cuenta bancaria (Romero, 2018). Argentina y Colombia dos países de Latinoamérica que le dan la importancia al turismo internacional, otorgando el beneficio de la devolución de IVA pagado por concepto de alojamiento, ayudando así al crecimiento económico y a la generación de empleos.

La ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, en su Título Segundo, señala que estarán exentas de este impuesto entre otros, las remuneraciones y servicios en su Artículo 12 Letra E N°17, los ingresos en moneda extranjera percibidos por empresas hoteleras registradas en el Servicio de Impuestos Internos con motivo de servicios prestados a turistas extranjeros sin domicilio ni residencia en Chile. Esta exención favorece a las empresas Hoteleras y da la posibilidad de recuperar como crédito fiscal el IVA soportado a que tiene derecho mediante el Recupero de IVA del Exportador. (Aguilera et al., 2017, p. 41)

En Chile quedan exentos del pago del impuesto los turistas extranjeros, un beneficio muy importante que otorga el gobierno para quitarle la carga al turista y evitarle la molestia de tener que hacer un trámite de devolución. La ley señala dos requisitos que las empresas hoteleras deben cumplir para tener derecho a la exención, uno es percibir en moneda extranjera los pagos de los turistas extranjeros por los servicios proporcionados y el otro es estar inscrito en el registro que lleva el Servicios de Impuestos Internos.

Según Aguilera et al. (2017, p. 10) el turismo constituye para el estado una actividad estratégica para el desarrollo del país, siendo prioritario dentro de las políticas de estado, por lo mismo, se preocupa de promoverla de modo armónico e integral, impulsando su desarrollo sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país.

Es decir, al crear las políticas para el desarrollo del país, le han dado prioridad al turismo para promoverlo e impulsarlo como una actividad económica fundamental.

Por otro lado, los estados miembros de la Unión Europea (UE), han adoptado en materia de armonización un sistema común del IVA. Los tipos reducidos del IVA que aplican los estados se consolidan en la Directiva 2006/112/CE, la misma comprende una lista de productos y servicios incluidos en esta política de reducción. Esta posibilidad existe para los servicios de alojamiento en el marco de la UE desde el año 1992 (Directiva 2006/112/CE, 2006).

El turismo una actividad de suma importancia en todo el mundo y a través de los años ha ido creciendo, Europa es el destino número uno en el mundo para realizar turismo, por la diversidad de atractivos con los que cuenta para recibir a los turistas. Por ello, esta industria es de las más importantes para la economía europea siendo un sector clave, ya que participa directa o indirectamente con más del 10% del PIB de la UE y genera empleos a 9.7 millones de trabajadores en 1.8 millones de empresas. La contribución del turismo es muy amplia, además del empleo y el desarrollo regional, ayuda a la mejora del patrimonio natural y cultural, al desarrollo sostenible y a la configuración de la identidad europea (Pastor, 2015).

Europa es una de las zonas con mayor turismo internacional debido a la gran diversidad de países y a la riqueza histórica de cada ciudad, donde el turismo ha representado una actividad económica (Martínez, 2013).

El documento realizado por Hotrec (2017), en el cual se trata el tema del IVA en los países europeos, identifica que 25 de los 28 estados miembros aplican un IVA reducido en servicios de alojamiento, como medida para impulsar el crecimiento del turismo en la unión. Asimismo, se muestra en la tabla 1 que en el total de los países europeos incluidos se aplica una alícuota reducida para la contratación de servicios de alojamiento a fin de captar visitantes procedentes del extranjero.

Tabla 1. IVA para servicios de alojamiento Unión Europea.

País	IVA estándar	IVA en servicios de alojamiento	Comparación entre el IVA en alojamiento en relación al IVA estándar
Alemania	19%	7%	0.36
Austria	20%	13%	0.65
Bélgica	21%	6%	0.28
España	21%	10%	0.47
Francia	20%	10%	0.5
Italia	22%	10%	0.45
Islandia	24%	11%	0.45
Países Bajos	21%	6%	0.28
Portugal	23%	6%	0.26
Suiza	8%	3.80%	0.47

Nota. Reducción de IVA para servicios de alojamiento en los países europeos. Tomado de Romero (2018).

En lo que respecta al IVA en la hotelería y turismo en España cabe destacar que se aplica un 10%, siendo superior a la media europea que se sitúa en un 9.2%, por lo que está por encima de la media de los tipos reducidos de los países. El tipo normal del IVA español es del 21%, y el tipo medio de los países de la unión europea es del 21.3%. Por lo que España se encuentra en la media europea con un 0.8% superior de los tipos reducidos y un 0.3% inferior del tipo general. (Rubio, 2015, p. 50)

El mismo autor menciona la importancia que tiene el turismo para España, siendo una de las actividades económicas más importantes para el país, debido a que el turismo se considera como una exportación de una región hacia un lugar de destino, en el cual genera renta, crea empleos, aporta divisas, fomenta la actividad empresarial y genera ingresos públicos. Tomando en consideración lo mencionado, es la razón principal por lo cual se les otorgan beneficios a los turistas extranjeros, para atraer más turismo y además considerando que en la mayoría de las economías es clave en el crecimiento del PIB.

España siendo parte de la comunidad europea es de los países más visitados en el mundo, tanto para el turismo vacacional y de recreación, como para el turismo de reuniones, según Vizcaíno (2015) España es de los principales destinos europeos preferidos para realizar turismo vacacional, es el cuarto país en el mundo más visitado y el tercero en recibir reuniones internacionales, también a nivel mundial. En ingresos turísticos se encuentra en segundo lugar, solo por detrás de Estados Unidos. España es uno de los países con mayor porcentaje de satisfacción de los turistas, el 82% de los turistas que han visitado España han realizado un segundo viaje.

Las distintas ciudades españolas son visitadas año con año por la gran historia que las envuelve,

En 2014, Cataluña fue la comunidad autónoma de destino principal para el 25.9% de los turistas internacionales, seguida de Canarias (17.7%), Baleares (17.5%), Andalucía (13.1%), Valencia (9.6%) y Madrid (7%). Las otras once comunidades son el principal destino de menos del 3% de los viajeros internacionales. (Lojo, 2016, p. 512)

En la UE el turismo de eventos es beneficiado con la exención de IVA para los turistas, siempre que los servicios para participar en los eventos sean contratados con una Agencia Turística Integradora Local, la cual haría la facturación exenta de IVA y el cliente se ahorraría entre el 10 y 21%. Dicha facturación es hecho mediante el concepto SUCOE (Servicio Único complejo de Organización de Eventos), el cual incluye todos los servicios para que el turista pueda participar en los eventos (Gavilán, 2019).

En Oceanía se otorgan beneficios a los turistas extranjeros, específicamente en Nueva Zelanda, donde el impuesto sobre bienes y servicios (GST) tiene una tasa estándar del 15 %, a los servicios de alojamiento en hoteles, moteles y similares se aplica una tasa reducida del 9% (Klynveld Peat Marwick Goerdeler [KPMG], 2019).

Los turistas no residentes pueden registrarse en el padrón para recuperar los desembolsos realizados por motivo del Impuesto sobre bienes y servicios en los que hayan incurrido al realizar actividades en Nueva Zelanda con respecto a una actividad imponible. Los turistas pueden solicitar la devolución del impuesto siempre y cuando la cantidad a favor sea más de 500 dólares (Inland Revenue, 2021). Este beneficio reduce efectivamente el costo al realizar actividades en Nueva Zelanda y se lleva a cabo para apoyar el sector.

En lo que respecta al continente africano, en Sudáfrica el IVA aumentó del 14% al 15% a partir del 1 de abril de 2018, este se aplica al suministro de la mayoría de los bienes y servicios y a la importación de bienes. Existe una gama limitada de bienes y servicios que están sujetos al cero por ciento o están exentos de este impuesto. La devolución del IVA solo se aplica a la adquisición de bienes y no a la adquisición de servicios, es decir, el monto pagado por concepto de este impuesto sobre cualquier adquisición de servicios, como transporte y alojamiento, no tiene derecho a devolución (South African Revenue Service, 2021). Los visitantes extranjeros a Sudáfrica pueden reclamar la devolución del impuesto pagado por los artículos que sacan del país, la cual debe presentarse en las oficinas del administrador de devoluciones (Gcabo et al., 2019).

Por otra parte, en Kenia para el IVA hay tres tipos de tipos de tasas; 0% para suministros con clasificación cero, bienes enumerados en el segundo anexo de la Ley del IVA, exportación de bienes y servicios, bienes suministrados a zonas francas industriales, personas privilegiadas y organismos públicos, etc., 8% para aceites de petróleo obtenidos de bituminosos, alcoholes de motor (Diésel Supero, espíritu de aviación, etc.) y 16% tasa general para otros bienes y servicios. El impuesto se encuentra incluido en el precio de la mayoría de los bienes y servicios, incluidos el alojamiento y la comida (Kenya Revenue Authority, 2021). Los turistas extranjeros tienen derecho a la devolución del impuesto pagado tanto de bienes como de servicios al momento de salir del país, para obtener el reembolso se deben presentar las facturas en el aeropuerto y llevar los artículos comprados con ellos o en su equipaje y llenar un formulario que se encuentra disponible en los aeropuertos. Los reembolsos se pagan con cheque, que se puede cobrar inmediatamente en un banco del aeropuerto o reembolsarse a su tarjeta de crédito con una pequeña tarifa de transacción (Mwangi, 2019).

En el continente asiático, se encontró que en Corea del Sur la tasa de IVA estándar es del 10%, que está por debajo del promedio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). Para obtener un reembolso por el alojamiento en un hotel en Corea del Sur, el viajero debe guardar un recibo especial que se le entregará en el hotel, luego este documento se presenta junto con el formulario de solicitud de devolución del IVA al representante del turista correspondiente (National Tax Service, 2021). La OMT señala que las condiciones obligatorias para recibir dicho reembolso son el pago real de los servicios del hotel directamente en el complejo hotelero, pero al mismo tiempo se permiten reservas de hotel preliminares a través de servicios en línea o agencias de viajes. El turista se compromete a abandonar el territorio de Corea del Sur a más tardar tres meses después del desalojo del hotel (Hyun-Ah, 2016).

A continuación, en la tabla 2 se muestra el resumen de los beneficios que se otorgan en cada uno de los países investigados en materia de IVA a los servicios de hotelería, tales como exención, tasa 0%, reducción de tasa y devolución.

Tabla 2. Beneficios de IVA para servicios de hotelería.

País	Exención	IVA Servicios de Hotelería			Sin beneficios
		Tasa 0%	Reducción de IVA	Devolución	
México		✓*			
Argentina				✓	
Bolivia	✓				
Brasil					✓
Chile	✓				
Colombia				✓	
Ecuador				✓	
Perú				✓	
Uruguay				✓	
Unión Europea	✓**		✓**		
Sudáfrica					✓
Kenia				✓	
Nueva Zelanda			✓		
Corea del Sur				✓	

Nota. * Tasa 0% aplicada únicamente al turismo internacional de negocios. **Exención del impuesto al turismo de negocios y reducción de la tasa al turismo en general.

Conclusiones

En México el beneficio para los turistas extranjeros que vienen a territorio nacional al turismo de negocios, consiste otorgar la tasa 0% del IVA por los servicios de hospedaje, es decir, se elimina la carga fiscal al turista al no cobrarle el impuesto, y así tiene una tarifa más accesible, en comparación con otra empresa hotelera donde no aplican el estímulo.

Para la empresa hotelera el beneficio radica en ofrecer un precio más barato, lo cual le ayudará a atraer más turismo, además que la tasa 0% le permite acreditarse el IVA de sus gastos, lo cual le puede resultar en una cantidad a pagar mensual menor por concepto de este impuesto, o incluso a generar saldos a favor que se pueden solicitar en devolución.

El gobierno de México deja de obtener una recaudación importante por concepto de IVA al no cobrárselo al turista internacional de negocios, pero eso se ve compensado con la gran derrama económica que deja, el desarrollo de infraestructura que fomenta y creación de empleos que benefician a todos. En los considerandos del decreto se exponen los motivos por los cuales se le otorga el beneficio a este tipo de turismo.

En México el estímulo otorgado a los turistas internacionales de negocios ha sido de suma importancia para reestablecer la economía y seguir apoyando el crecimiento de las diversas ciudades que han apostado por este tipo de turismo.

En Chile y Bolivia se otorga la exención del impuesto, la diferencia con México es que en estos dos países latinoamericanos el beneficio se aplica para el turismo extranjero en general, no solo al de negocios, lo cual constituye una medida muy atractiva para atraer turismo, cabe mencionar que en Chile el equivalente al IVA es el Impuesto a las Ventas y Servicios.

En Uruguay, Argentina, Perú, Ecuador y Colombia se realiza el cobro del IVA a los turistas extranjeros, el beneficio radica en otorgarle la devolución del impuesto pagado por concepto de servicios de hospedaje, además de los bienes comprados, cumpliendo una serie de requisitos al momento de salir del país. En Perú el IVA es conocido como Impuesto General a las Ventas.

En lo que respecta a la UE, se otorga una tasa reducida al turismo extranjero en general, con relación al IVA general que tiene cada país. Tratándose de turismo de negocios se hace la exención a los turistas extranjeros que van a participar en algún evento de capacitación.

En los países de Kenia, Nueva Zelanda y Corea del Sur, tal como ocurre en algunos países latinoamericanos, se otorga el beneficio de la devolución del IVA a los turistas extranjeros en general, al momento de abandonar el país, cada uno de estos países con requisitos particulares pero buscando beneficiar al sector turístico.

Por último, en Sudáfrica se otorga la devolución del impuesto a turistas extranjero solo por los bienes adquiridos, el impuesto pagado por concepto de servicios no es reembolsable, de acuerdo a las políticas de este país.

Los gobiernos de los diferentes países buscan otorgar beneficios a los turistas extranjeros en lo que a servicios de hospedaje se refiere, ya que es uno de los costos más alto que se pagan, algunos no cobran el IVA, otros hacen una reducción y otros otorgan la devolución al momento de abandonar el país visitado.

El estímulo otorgado en México libera al turista de la carga fiscal al no cobrarle el IVA, una gran medida ya que en otros países se les cobra y después se les devuelve cuando van a regresar a su país de origen, obligándolo a tener que hacer, muchas de las veces, tramites tediosos y complicados que llevan al desistimiento de la devolución.

Los beneficios que brindan los países tienen la finalidad de estimular e impulsar al turismo debido a su importancia en la economía, como lo menciona la OMT, el turismo es una fuente de desarrollo económico para los países por la gran derrama económica que produce, la cantidad de empleos que genera y por el efecto de desarrollo en la infraestructura por medio de la inversión extranjera.

Las limitantes para la presente investigación fueron, en primer lugar, la veracidad de la información y datos recabados, por lo que se tuvo que corroborar con varios autores y fuentes de información. El alcance de los países sujetos de estudio fue otra limitante a considerar, para identificar si se tienen beneficios en materia de IVA, ¿qué tipo de beneficio?, ¿a qué tipo de turismo le aplica?, turismo en general, de negocios, de investigación, deportivo, estudiantil, médico, etc., así como la revisión de los requisitos para ser acreedor a determinado beneficio.

Se mostró que hay diversos beneficios de IVA en diferentes países para los servicios de hospedaje, que van desde la exención, reducción y hasta la devolución del impuesto. Es necesario continuar con esta línea de estudio, quizás buscar información de otros países, considerar nuevos elementos, quizás con otro impuesto, o el mismo impuesto, pero no enfocado a otro tipo de servicios que reciben los turistas. Hay muchos temas que se pueden abordar relacionados con el de la presente investigación, ya que son temas que han sido poco estudiados y de alguna manera se tienen que empezar a desarrollar.

Referencias

- Aguilera, C. V., Baquedano, S. C., Rojas, P. V. & Román, F. E. (2017). *El hotelería y su tributación* [Grado de Magister en Gestión tributaria, Universidad Finis Terrae, Santiago, Chile]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.uft.cl/bitstream/handle/20.500.12254/636/Aguilera-Baquedano-Rojas-Roman%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Balslev, C. H. & Velázquez, M. A. (2013). El turismo cultural en Argentina, México y Brasil. Avances y desafíos. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 9-30.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16229723002>
- Benítez, C. M. (2014). *Análisis jurisprudencial de la devolución del Impuesto al Valor Agregado* [Maestría en derecho con mención en derecho tributario, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador]. Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina, CAN. <http://hdl.handle.net/10644/3747>
- Carrera, B. P. & Vallejo, G. E. (2015). Propuesta de un modelo educativo para la formación del talento humano en turismo en América Latina. *Rev. Latino-Am. Turismología*, 1(2), 30-41.
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/10000>
- Ceniceros, L., Jiménez, P. & Fornelli, A. (2019). Revisión sistemática cualitativa de la Inteligencia organizacional. *Investigación administrativa*, 48(124), 1-20.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2448-76782019000200005&lng=es&nrm=iso
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (2019, 10 de abril). *Reporte fiscal Centro de Estudios de las Finanzas Públicas*, 018.
<https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/nota/2019/notacefp0182019.pdf>
- Cruz, R. X. (2019). *Análisis del proceso de devolución del IVA a los turistas en el Ecuador. Propuesta de modelo en base a Administraciones Tributarias de América del Sur* [Trabajo de investigación grado académico de Magíster en Administración Jurídico, Tributaria y Financiera, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19480>
- Congreso de la república de Ecuador (2010, 20 de diciembre). Registro Oficial No. 348. *Resolución No. NAC-DGERCGC10-00723*. Publicada en el Suplemento.
<https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/8f9a83e8-fdb9-4a00-b516-e93c433b7e03/Resoluci%F3n+NAC-DGERCGC10-00000723+publicada+en+el+Suplemento+del+Registro+Oficial+No.+348+del+24+de+diciembre+de+2010.pdf>
- Congreso de la república de México (2013, 26 de diciembre). *Decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativa*. Diario Oficial de la Federación.
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328028&fecha=26/12/2013

- Congreso de la República de Perú (2012, 28 de agosto). Decreto Supremo 161-2012-EF. *Decreto que modifica el Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo*. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/228354-161-2012-ef>
- Consejo de la Unión Europea (2006, 28 de noviembre). Directiva 2006/112/CE. *Sistema común del impuesto sobre el valor añadido*. Diario Oficial de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32006L0112>
- De León, S. I., Arteta, P. Y. & Noda, H. M. (2016). Gestión de lealtad del cliente de turismo de negocios en pymes hoteleras. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 244-252.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300003
- Díaz, A. (2020, 1 octubre). *Turismo en el mundo*. <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Díaz, O. O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (14).
<https://www.redalyc.org/pdf/2815/281543007008.pdf>
- Domínguez, R. E., Olivares, G. H. & Moreno, L. R. (2018). La importancia de la transparencia en el impuesto sobre hospedaje. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 5(9), 164-174. <https://www.uv.mx/iic/files/2018/12/Num09-Art15-154.pdf>
- García, X. (2019, 07 marzo). *El hospedaje representa la mayor aportación del Producto Interno Bruto Turístico de México*. <https://www.nitu.mx/index.php/2019/03/07/el-hospedaje-representa-la-mayor-aportacion-al-producto-interno-bruto-turistico-de-mexico/>
- García, M. G. (2016). *Turismo de reuniones en la ciudad de Mar del Plata: Situación actual desde la percepción del Mar del Plata & Visitors Bureau* [Licenciatura en Turismo, Universidad Nacional del Mar del Plata, Argentina]. Repositorio Digital.
<http://nulan.mdp.edu.ar/2622/>
- Gavilán, R. (2019, 10 de enero). *Uno de los beneficios de contratar un DMC: el SUCOE y el IVA*. <https://bevents-spain.com/el-iva-el-suco/>
- Gcabo, R., Moche, B., Steyn, W., Moahlodi, B., Pirtilla, J., Noble, M., Wright, G., Barnes, H. & Masekesa, F. (2019). *Modelling value-added tax (VAT) in South Africa: Assessing the distributional impact of the recent increase in the VAT rate and options for redress through the benefits system*. United nations university world institute for development economic research. <https://doi.org/10.35188/UNU-WIDER/2019/647-0>
- Gómez, G. M. (2018). *El Impuesto al Valor Agregado en alimentos y medicinas en México frente a los derechos humanos: a la vida y a la salud* [Universidad Nacional Autónoma de México]. http://paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/208/2018-10-25-192557_El_Impuesto_al_Valor.pdf

- Hotrec. (2017). *Report on the benefits of low VAT on job creation and competitiveness in the European Union*. http://net-tourism.eu/images/HOTREC_VAT_report_-_May_2017.pdf
- Hyun-Ah, L. (2016). The Usefulness Of The Tax Avoidance Proxy: Evidence From Korea. *The Journal of Applied Business*, 32(2), 607-620.
<https://clutejournals.com/index.php/JABR/article/view/9610>
- IDC. (2012, 4 de abril). *Generalidades para calcular el IVA*.
<https://idconline.mx/fiscal/2012/04/04/generalidades-para-calcular-el-iva>
- Inland Revenue. (2021). *Goods and Services Tax*. <https://www.ird.govt.nz/roles/non-residents>
- Kenya Revenue Authority. (2021). *Value Added Tax*. <https://www.kra.go.ke/en/individual/filing-paying/types-of-taxes/vat>
- Klynveld Peat Marwick Goerdeler. (2019). *New Zealand – Indirect tax guide*.
<https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2019/10/new-zealand-indirect-tax-guide.html>
- Landeta, M. A. (2016). *Devolución del IVA al turista extranjero y su impacto tributario en el Ecuador* [Trabajo de titulación Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador]. Repositorio Digital. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1335>
- Lauman, M. V. (2014). *Diagnostico estructural de la cadena de valor del turismo de reuniones en La Plata* [Maestría en gestión turística, Universidad Nacional de La Plata, Argentina]. Repositorio Institucional. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45504>
- Lojo, A. (2016). Turismo chino en España: Un análisis del producto turístico, atracciones e itinerarios ofrecidos por agencias de viajes chinas. *Cuadernos de Turismo*, (37), 511-517.
<https://www.redalyc.org/pdf/398/39845353011.pdf>
- López, P., Galván, O., López, V. & González, M. (2021). Las normas sociales y su impacto en la justicia retributiva y el cumplimiento tributario: un análisis comparativo internacional. *Revista doxa digital*, 11(20), 57-77.
<https://journals.sfu.ca/doxa/index.php/doxa/article/view/213>
- Manterola, C., Astudillo, P., Arias, E. y Claros, N. (2013). Revisiones sistemáticas de la literatura. Que se debe saber acerca de ellas. *Cirugía Española*, 91(3), 149-155.
<https://doi.org/10.1016/j.ciresp.2011.07.009>
- Martínez, G. E. (2013). El turista senior en Europa: Actualidad y futuro. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(1), 38-56. <http://hdl.handle.net/10256/9119>
- Ministerio de Turismo de Uruguay (2017). *Turistas no residentes*.
<http://turismo.gub.uy/index.php/beneficios/turistas-no-residentes>
- Mwangi, B. (2019). *VAT aspects of cross border E-Commerce in Kenya* [Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements of the Degree of Master of Laws, at Strathmore University]. <https://www.semanticscholar.org/paper/VAT-aspects-of-cross-border-E-Commerce-in-Kenya-Mwangi/0c17efff498e750141dd4f794f05b68cbae0f04c>

- National Tax Service (2021). *Korea Legislative System*.
https://elaw.klri.re.kr/eng_service/struct.do
- Organización Mundial de Turismo (2015). *Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional*. <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284416875>
- Pancorbo, S. J., Leyva, R. S., Rodríguez, Y. & Pancorbo, L. J. (2019). Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador, como destino de turismo de negocios. *Retos Turísticos*, 18(1).
<https://www.scinapse.io/papers/2963392416>
- Pastor, A. L. (2015). La fiscalidad del turismo desde una perspectiva internacional. *Barataria Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (20), 147-160.
<https://doi.org/10.20932/barataria.v0i20.18>
- Pesantes, V. D. (2015). *Análisis de los procesos de la administración tributaria de la devolución de IVA a turistas extranjeros periodo 2013-2014* [Tesis para obtener el título de contador público autorizado Universidad de Guayaquil, Ecuador].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14467>
- Romero, T. M. (2019). *Análisis del estímulo fiscal: Devolución de IVA a turistas extranjeros vía cruceros en Ensenada, Baja California* [Trabajo terminal maestría en impuestos Universidad Autónoma de Baja California, Ensenada, México].
http://catalogocimarron.uabc.mx/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=237558&query_desc=su%3A%22Tesis%20%22%20and%20su-to%3AImpuestos%20and%20holdingbranch%3AVALLEDORAD
- Romero, A. (2018). *Tributos en el sector turístico* [Tesis de grado Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires, Argentina]. Repositorio Institucional.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/74060>
- Rubio, L. S. (2015). *Estudio sobre la fiscalidad del turismo en España y la Unión Europea* [Titulación administración y dirección de empresas Universidad Politécnica de Valencia, España].
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50077/TFC%20Sonia%20Rubio%20Lopez.pdf?sequence=1>
- Schenkel, E. (2018). Turismo social en américa latina. La conquista de un derecho desigual. *Lurralde : inves. Espac.*, (41), 93-113.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7252544>
- Schenkel, E. (2015). La política turística como alternativa económica en la Argentina. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(3), 619-628. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/16143>
- Schluter, R. G. (2015). El turismo en la periferia económica. El caso de América Latina. *Papers de turisme*, 14(15), 149-161.
<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/422>
- Shaadi, R.L. (2017). *Gestión del Turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de destinos turísticos. El Caso Ciudad de Aguascalientes (México)* [Tesis doctoral Universidad de Jaén, España]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=151775>

- South African Revenue Service (2021). *Value Added Tax*.
<https://www.sars.gov.za/TaxTypes/VAT/Pages/default.aspx>
- Yáñez, H. J. (2014). Impuesto al valor agregado: eficiencia y crecimiento. *Revista de Estudios Tributarios*, (9), 221-252. <https://boletinjidh.uchile.cl/index.php/RET/article/view/41081>
- Vizcaíno, P. M. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(4), 75-95.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665969>

