



Recomendaciones para la aplicación del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19 en el sector turismo de la Gran Área Metropolitana durante el segundo semestre 2020, específicamente en Agencias de Viajes y Tour operadores

Evelyn Miranda Soto¹

Resumen

Este trabajo de investigación consiste en el análisis de las recomendaciones para la futura aplicación del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19 en el sector turismo del Gran Área Metropolitana durante el segundo semestre del 2020, específicamente en Agencias de Viajes y Tour operadores.

Lo mencionado traza el problema de investigación ¿Cuáles son las recomendaciones pertinentes para la aplicación del IVA en medio de la pandemia del Covid 19 en el sector turismo de la gran área metropolitana durante el segundo semestre 2020? el cual nos dará las recomendaciones para poder aplicar el IVA a nuestra población estudiada.

La investigación es descriptiva y se aborda desde un enfoque cuantitativo, para el que se utilizó la técnica de la encuesta. Se aplicó una muestra de 52 empresas, tanto agencias como tour operadores de la GAM, por lo tanto, el muestreo es no probabilístico por conveniencia.

Como resultado, la investigación arrojó datos que ayudaron a establecer recomendaciones a las empresas estudiadas y al mismo gobierno. Se obtuvo que, en su mayoría, las agencias de viajes y tour operadores están sin ingresos desde inicios de la pandemia por Covid 19, que no conocen en detalle la aplicación del IVA, que desconocen del bono pyme proteger y que sienten muy poco o nada de apoyo del gobierno con el sector. Adicionalmente, la mayor parte de la población investigada no estaría dispuesta a pagar el IVA. Como puede verse hay un descontento y una verdadera incertidumbre en relación con el impuesto del IVA en el sector aunado a la falta de ingresos.

Con base en lo anterior, se concluye que las agencias de viajes y tour operadores de la GAM deben buscar medios estratégicos para reactivar sus actividades y, por ende, sus

¹ Licenciada en Derecho, Universidad de Costa Rica. Opta por el grado de Maestría en Derecho Tributario de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo electrónico eevelyn@abogados.or.cr

finanzas en una estrategia sostenible con las medidas sanitarias imprescindibles para disminuir el contagio. Solo de esa manera podrán gradualmente salir adelante.

Palabras clave

turismo emisivo, turismo receptivo, IVA, Derecho Tributario, Agencias de Viajes

Abstract

This research work consists of the analysis of the recommendations for the future application of VAT in the midst of the Covid 19 Pandemic in the tourism sector of the Greater Metropolitan Area during the second half of 2020, specifically in Travel Agencies and Tour Operators.

The above rises the research question: What are the pertinent recommendations for the application of IVA in the midst of the Covid 19 pandemic in the tourism sector of the greater metropolitan area during the second half of 2020? which will give us the recommendations to be able to apply IVA to our studied population.

The research is descriptive and is approached from a quantitative approach, for which the survey technique was used. A sample of 52 companies was applied, both agencies and tour operators of the GAM, therefore, the sampling is non-probabilistic for convenience.

As a result, the research yielded data that helped establish recommendations to the companies studied and to the government itself. It was obtained that, for the most part, travel agencies and tour operators have been without income since the beginning of the pandemic due to Covid 19, that they do not know in detail the application of IVA, that they are unaware of the PYME bond to protect and that they feel very little or nothing of government support for the sector. Additionally, most of the investigated population would not be willing to pay IVA. As can be seen, there is discontent and real uncertainty in relation to the IVA tax in the sector coupled with the lack of income from the sector.

Based on the foregoing, it is concluded that GAM travel agencies and tour operators must seek strategic means to reactivate their activities and, therefore, their finances in a sustainable strategy with essential health measures to reduce contagion. Only in that way can you gradually get ahead.

Keywords

Outbound tourism, receptive tourism, IVA, Tax Law, Travel Agencies

INTRODUCCIÓN

Este proyecto pretende analizar las implicaciones del IVA y el tratamiento del derecho tributario ante necesidades del sector turismo específicamente, agencias de viajes y tour operadoras, en la gran área metropolitana en el segundo semestre 2020 y en medio de la pandemia del Covid 19, pretende poder dar las recomendaciones para la aplicación del Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) a este sector de la economía nacional con el fin de que dicho sector tenga claridad al respecto del IVA. 77

Es relevante indicar que la industria turística nacional es una de las actividades económicas más importante de nuestro país, ya que, es la que genera más divisas al país. No obstante, debido a la Pandemia del Covid 19, la situación del mundo cambió de una manera indescriptible, lo cual hizo que los gobiernos de cada país tuvieran que tomar medidas extremas ante el Estado de Emergencia Nacional. El sector turismo no escapó a las medidas tomadas por el gobierno y el cierre de los aeropuertos, de playas, de parques nacionales, de restaurantes y de todo lo relacionado con aglomeraciones sociales se vio terriblemente afectado.

El trabajo pretende analizar e investigar la aplicación del IVA al sector turístico en medio de la pandemia para poder sugerir recomendaciones útiles y pertinentes en su aplicación en la población establecida.

La justificación del trabajo de investigación obedece a la necesidad actual de estudiar y analizar el tema del Impuesto del Valor Agregado en el sector turístico de la Gran Área Metropolitana en el Segundo Semestre 2020, específicamente en Agencias de Viajes y Tour operadores para poder hacer futuras recomendaciones a estas empresas de turismo en esa área determinada ante la Pandemia del Covid 19. El sector Turismo es uno de los más afectados con la Pandemia del Covid 19 y resulta de interés estudiar el tratamiento del Derecho tributario y específicamente la aplicación del IVA a este sector de la economía nacional.

El tema será de utilidad a todas las empresas del sector turismo nacional pues, aunque el estudio se delimita al Gran Área Metropolitana por razones de extensión del presente trabajo, en realidad la utilidad podrá extenderse al sector turismo a nivel nacional como una referencia.

El beneficio de realizar esta investigación radica en poder recomendar al sector turismo después de un adecuado análisis del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19, datos importantes para acciones futuras que les ayuden a lograr la reactivación económica.

Los aportes serán de utilidad pues una vez estudiadas y analizadas las necesidades y aplicación del IVA al sector turismo específicamente a agencias de viajes y tour operadoras

en medio de la pandemia del Covid 19 en el Gran Área Metropolitana para el segundo semestre 2020, podremos tener claro la aplicación del Impuesto de Valor Agregado y definir los elementos clave para la aplicación de este impuesto a estas empresas turísticas. A su vez podremos aportar recomendaciones pertinentes y útiles para este sector en beneficio de estas empresas tan golpeadas, logrando recomendar y lograr que se encaminen a una adecuada reactivación económica de manera rápida y eficiente.

El problema del trabajo responde a la pregunta ¿Cuáles son las recomendaciones pertinentes para la aplicación del IVA en medio de la pandemia del Covid 19 en el sector turismo de la gran área metropolitana durante el segundo semestre 2020?

El Trabajo posee un Objetivo General que consiste en analizar las recomendaciones pertinentes para la aplicación del IVA en medio de la Pandemia en el sector turismo de la gran área metropolitana, específicamente en agencias de viaje y tour operadores durante el segundo semestre de 2020.

Tenemos, además, tres objetivos específicos para cumplir el objetivo general que se mencionan de seguido, el primero de ellos consiste en señalar las necesidades del sector turismo de la gran área metropolitana desde la perspectiva de la aplicación del IVA en medio de la Pandemia, específicamente en agencias de viajes y tour operadores. El segundo de ellos, es describir los elementos claves desde la perspectiva del Derecho tributario necesarios para la aplicación del impuesto del IVA en la población de estudio. Por último, como tercer y último objetivo, tenemos el sugerir las recomendaciones para la aplicación del IVA aplicables durante el segundo semestre 2020 a la población investigada.

A continuación, se muestra el sustento teórico de la investigación a través de la revisión bibliográfica realizada para esta investigación.

Revisión Bibliográfica

Desde tiempos antiguos toda sociedad ha debido ser ordenada a través del derecho y un ordenamiento jurídico que sea el marco dentro del cual se regulan las conductas de los hombres, organizaciones en armonía con ese derecho. Existe una realidad que impera en un tiempo y espacio determinado y el derecho debe irse adecuando a esos cambios y circunstancias de espacio y tiempo. Al respecto señala Kelsen (2009) que:

“una sociedad es un orden normativo (moral, religioso o jurídico) constituido por un conjunto de normas. Un individuo está sometido a un orden normativo en la medida en que su conducta está regulada por las normas de tal orden. Un orden normativo es eficaz cuando, de una manera general, los individuos a los cuales se dirige se conforman a sus normas” (Kelsen, 2009, p. 25).

En nuestro país nuestra Carta Fundamental (Asamblea Constituyente de la República de Costa Rica, 1949) establece los cimientos del sistema tributario imperante en Costa Rica y establece la obligatoriedad para los ciudadanos costarricenses de observar la Constitución Política y el resto del Ordenamiento Jurídico, servir a la Patria, defenderla y contribuir para los gastos públicos” (art. 18).

Westreicher (2020) expresa que *“un impuesto regresivo es aquel que recauda un menor porcentaje de los ingresos en la medida que la persona gana más. Asimismo, representa una mayor carga para los individuos de bajo estatus socioeconómico. Es lo contrario al impuesto progresivo”* (p.1)

El ICT se ha pronunciado al respecto en el sentido de que *“Con la entrada en vigor de la Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas y el subsecuente inicio del cobro del Impuesto al Valor Agregado para todos los sectores productivos del país con algunas excepciones establecidas en dicha ley. Eso ha generado algunas dudas en el sector turismo, las empresas que deben pagarlo y las modalidades del cobro de éste. Sin embargo, cabe resaltar que la mencionada ley indica que las personas físicas o jurídicas debidamente registradas ante ICT, al momento de entrada en vigencia de la ley, serán exoneradas del IVA durante el primer año”*. (ICT, 2016, p.1)

Nos centraremos en este trabajo en el impuesto del valor agregado, pues es el objetivo de este trabajo precisamente y en ese sector de la economía mencionado en el párrafo anterior. La aplicación del IVA en medio de la crisis de la pandemia del Covid 19 en el turismo despertó el interés profesional de escribir sobre eso, ya que, este sector de la economía ha sido uno de los más golpeados en el mundo entero y Costa Rica no ha escapado a la llamada zona cero de ingresos del sector turístico, lo cual ha generado amplios porcentajes de desempleo, cierre de locales destinados a esos fines, mayores niveles de endeudamiento y muchos otros problemas.

En seminario virtual conjunto con el Senado Federal de Brasil, la Secretaria Ejecutiva de ese organismo, Alicia Bárcena, (CEPAL, 2019) enfatizó que se necesita un nuevo modelo de desarrollo tras la pandemia del COVID-19 y dijo:

‘La crisis provocada por la pandemia del coronavirus es una oportunidad para avanzar hacia un Gran Impulso para la Sostenibilidad que permita un nuevo modelo de desarrollo basado en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, indicó hoy Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), durante un seminario virtual de alto nivel organizado conjuntamente con el Senado Federal de Brasil’.

Al respecto el FMI (2020) manifiesta que es natural que los ingresos tributarios varíen según las bases imponibles a lo largo del ciclo; por ejemplo, los impuestos basados en las ganancias, como el impuesto sobre la renta de las personas jurídicas, son mucho más volátiles que los impuestos sobre el consumo o los impuestos basados en la propiedad. Sin embargo, estos efectos pueden ser mayores y diferentes en esta pandemia dado que la recaudación de impuestos sobre el consumo, que suelen ser relativamente estables, se ve muy afectada por las medidas de distanciamiento social. Algunas bases imponibles, como las de los impuestos sobre los pasajes aéreos o las habitaciones hoteleras, pueden incluso colapsar (y, aunque posiblemente sean insignificantes en el conjunto, pueden ser importantes para el beneficiario de estos ingresos, como los municipios).

Resulta de magna trascendencia ver las necesidades que está enfrentando el sector turismo específicamente las agencias de viajes y turoperadoras en el área metropolitana desde la perspectiva de la aplicación del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19 y esto es de vital importancia si como parte de nuestros objetivos está no solo descubrir esas necesidades, sino describir los elementos clave desde la óptica tributaria necesarios para aplicar ese IVA en la población de estudio y poder al final, sugerir las recomendaciones para poder aplicar ese IVA durante el semestre 2020 a nuestra población.

La raíz del problema es que el sector turismo está en zona cero de ingresos y como tal no está generando el hecho generador del tributo.

Ahora bien, cómo están enfrentando las empresas de turismo y específicamente las agencias de viajes y las tour operadoras del área metropolitana esa crisis fiscal en relación con el IVA en medio de la pandemia del Covid 19, es lo que la presente investigación nos describirá a través de muestras no probabilísticas y de nuestra técnica de encuesta.

Dada la gran incertidumbre que rodea a los pronósticos tributarios, resulta útil examinar de cerca los datos de alta frecuencia sobre las recaudaciones y adaptar los pronósticos teniendo en cuenta cualquier diferencia con las proyecciones anteriores. Debido a que los países se encuentran en diferentes etapas de la propagación del virus y de la aplicación de medidas para contrarrestarla, también se puede obtener información de aquellos países que tienen una estructura similar, pero que están por delante en lo que respecta a la pandemia. De manera similar, la información sobre los impuestos de recaudación rápida, como el IVA, puede ayudar a hacer proyecciones de aquellos con recaudación posterior, como el impuesto sobre la renta de las personas jurídicas, aunque, por supuesto, después de hacer ajustes por las diferencias en las bases imponibles.

Como manifestó Alicia Barahona (CEPAL, 2020)

“Necesitamos un Estado de bienestar y sistemas de protección social universales que incluyan una nueva ecuación entre el mercado y sociedad.

Al respecto Vargas Sánchez (2020) señala en relación con el sector de turismo frente al Covid 19 que:

“Por ello, pese a la enorme presión por la supervivencia a muy corto plazo que están enfrentando las empresas del sector y sus profesionales en un entorno extremadamente hostil, es también imprescindible preparar el día después y evitar salir de la hibernación de forma improvisada. A tal fin, parece pertinente hacer notar que esa nueva normalidad a la que estamos abocados tendrá dos fases: una pre-vacuna y otra post-vacuna. Las soluciones de la medicina a esta enfermedad serán determinantes en la manera de encarar la convivencia con el virus”.

La OMT (2020), señala en relación con una recuperación:

“El sector turístico, más que ninguna otra actividad económica con impacto social, se basa en la interacción entre las personas. La OMT ha venido orientando la respuesta del sector del turismo en varios frentes:

- cooperando estrechamente con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el organismo principal de las Naciones Unidas para la gestión de este brote;*
- garantizando, junto a la OMS, que las medidas de salud se apliquen velando por reducir al mínimo las repercusiones innecesarias en los viajes y el comercio internacionales;*
- posicionándonos en solidaridad con los países afectados; y*
- haciendo hincapié en la resiliencia demostrada por el turismo y prestándonos a apoyar la recuperación”*

En los últimos cinco meses el turismo en Costa Rica ha sido significativamente afectado por los efectos de las medidas sanitarias aplicadas por el gobierno para tratar de contener la propagación del COVID-19. Esas medidas incluyen el confinamiento de la población, cierres de fronteras al turismo, el lema quédate en casa, restricciones vehiculares, prohibición de ciertas actividades que implican aglomeraciones, cierre de lugares turísticos y playas y cierre de establecimientos. Lo anterior derivó en una caída inevitable de los viajes y tours.

Debido a la premura con la que se deben definir y poner en práctica las recomendaciones, el trabajo está enfocado en el segmento de las agencias de viajes y tour operadores del área metropolitana en el segundo semestre de 2020.

Las necesidades actuales que tienen estas empresas turísticas son fundamentales para poder analizar la mejor manera de aplicación del IVA ante la pandemia y la rapidez con la que se logre recuperar el sector estudiado es de magna relevancia.

Así, las empresas investigadas serán mucho más asertivas en su recuperación ante la crisis económica causada por el Covid 19 y aumentará la posibilidad de generar ingresos y contar con estabilidad financiera que les permita tener no solo utilidades como es de esperar, sino ingresos que actualmente son inexistentes.

Por ello, la investigación buscará encontrar las necesidades que tiene la población que se va a investigar a través de las encuestas en relación con la aplicación del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19, para determinar los elementos necesarios para poder aplicar el IVA y cual se recomienda sea la mejor manera de realizarlo.

Seguidamente se detalla la metodología empleada en la investigación.

Metodología de la Investigación

Se llevará a cabo un estudio de tipo descriptivo, con la finalidad de realizar esta investigación, cuyo objetivo es describir y medir independientemente conceptos y variables relacionados con el tema y objetivos de la investigación. En consecuencia, se busca analizar las recomendaciones pertinentes para la aplicación del IVA en medio de la Pandemia del Covid 19, en el sector turismo de la gran área metropolitana durante el Segundo semestre de 2020, específicamente en agencias de viajes y tour operadoras. Burns, Veeck y Bush (2016) indican: La investigación descriptiva se refiere a la investigación que describe los fenómenos de interés. Se realizan una cantidad de encuestas para describir y explicar las características del tema objetivo, el nivel de conocimiento de la población en relación con la imposición tributaria del IVA y sus implicaciones en los ingresos de dichas empresas del sector turístico y como les afecta estas cargas tributarias en medio de la Crisis generada por la Pandemia del Covid 19 en un período de tiempo dado.

La recolección de datos tendrá un enfoque cuantitativo, ya que, como indican Hair, Celsi, Ortinau & Bush (2017), procura hacer predicciones precisas sobre factores y comportamientos de la población meta objetivo, obtener información, validar las relaciones y las hipótesis (p. 96). Implica el uso de números para su evaluación y recopilar datos cuantitativos sobre variables predeterminadas, realizar su análisis estadístico para comparar y describir la información obtenida.

En relación con la Población a investigar el ICT (2017) contempla la lista de agencias de viajes y tour operadores inscritos como tales dentro de las agencias receptoras y emisoras del país y que cuentan con la Declaratoria de Interés Turístico o Certificado de Sostenibilidad, Concesión en Zona Marítima Terrestre. No obstante, no hay una lista oficial

que integre a todas las agencias de viajes y tour operadores del área metropolitana, pues no es requisito de funcionamiento para esas empresas la debida inscripción en el ICT. Por ende, debido a que no es posible enumerar (contar), la población, la misma es infinita.

Se utilizará el tipo de muestreo no probabilístico de conveniencia, en virtud de que al no contar con acceso al total de la población de agencia de viajes y tour operadoras de la gran área metropolitana, se hará una selección a conveniencia según el acceso que tengamos a ellas. En este tipo de muestreo *“las muestras no probabilísticas son aquellas en las que las posibilidades de selección de los diversos elementos en la población son desconocidas”* (McDaniel y Gates, 2016, p. 56). La muestra es de 52 personas, la selección de la población objetivo se realizó por conveniencia debido a temas de accesibilidad y disponibilidad de recursos, así como al tiempo disponible para su desarrollo.

La técnica de recolección de datos que utilizaremos en el presente trabajo es la encuesta y el tipo de instrumento de recolección de datos por utilizar es el cuestionario, el cual consta de una serie de preguntas que medirán las opiniones de los entrevistados. Incluye preguntas formales y opciones de respuesta predeterminadas y su distribución será de forma digital a través de Google forms. En relación con lo anterior, Hollensen, Kotler y Opresnik (2017) detallan beneficios como la inmediatez del envío de los cuestionarios a pesar de la ubicación geográfica al igual que su rápida ejecución (p. 23). A continuación, se presentan los resultados obtenidos del análisis de la investigación.

Análisis de la investigación

Se realizó un total de 52 encuestas a diferentes empresas relacionadas con el sector turismo específicamente a agencias de viajes y tour operadoras en la GAM en el segundo semestre del 2020, con la finalidad de responder a los objetivos específicos y dar respuesta al problema planteado del presente estudio y recopilar información que nos permitiera formar un criterio colectivo sobre las recomendaciones para la aplicación del impuesto IVA en medio de la Pandemia del Covid 19 en el sector turismo con esa población definida y en ese momento dicho.

De la muestra estudiada y en la primera pregunta del cuestionario el 90,4% de los encuestados indicaron que la pandemia del Covid 19 les ha afectado demasiado, mientras que el 9,6 % de la población encuestada menciona que ha tenido mucha afectación, quedando como hecho relevante que todos los encuestados están siendo afectados por la situación que vive Costa Rica y el mundo con el coronavirus, ya que, ninguno seleccionó las opciones de poco o nada.

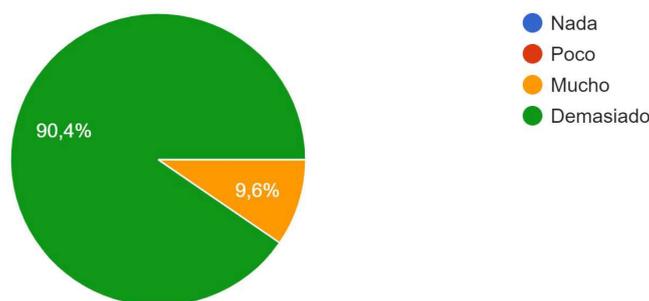


Gráfico 1: Afectación por el COVID-19 en el sector turismo.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

La información previa refleja que al estar siendo afectados los encuestados por el Covid 19, las empresas no cuentan con ingresos económicos como elementos retenedores del IVA para declarar y contribuir al fisco costarricense. Esto implica que, si no reciben ingresos, no retienen dicho impuesto y, por ende, no pueden colaborar al Estado con dicha retención tributaria.

Al respecto Sanabria (2020) nos comenta que en los últimos días en nuestro país se hicieron públicas algunas medidas que están siendo analizadas por el Poder ejecutivo y el Poder legislativo con respecto al Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) a uno de los sectores más golpeados por la pandemia, el sector turístico nacional.

Por una parte, el legislativo propone eximir al sector turístico del pago del IVA durante un año más, hasta julio de 2021, o, mejor dicho, prorrogar la actual exoneración temporal que recae sobre algunas empresas que prestan ciertos tipos de servicios turísticos.

Es indudable la afectación que están atravesando las agencias de viajes y touroperadores en la GAM y esto nos lleva a tener claro que en los lugares que no están dentro de la GAM, igualmente las empresas han visto afectadas sus finanzas por la pandemia del Covid 19. La cantidad de agencias de viajes y tour operadores cerrados se ven día con día en la calle y eso es muy preocupante que dicho sector de la economía nacional esté en esa situación.

El primer objetivo específico tenía como fin señalar las necesidades del sector turismo, específicamente agencias de viajes y tour operadoras de la GAM desde la perspectiva de la aplicación del impuesto del IVA en medio de la Pandemia Covid-19 y para poder abarcar el tema se le hizo la pregunta a los encuestados de cuál es el mercado turístico más relevante para ellos. Al respecto, la información recopilada se representa en el gráfico número dos y nos permitió concluir que el 50 % de las empresas investigadas atienden tanto turismo con nacionales como turismo con extranjeros o turismo receptivo, lo que da sentido a la afectación que sufre el sector estudiado con la pandemia del Covid 19, ya que,

sus actividades productivas están cesadas, por otra parte, un 25 % de las empresas tienen como mercado principal los nacionales y el otro 25 % turismo con extranjeros y el 50% ambos mercados.

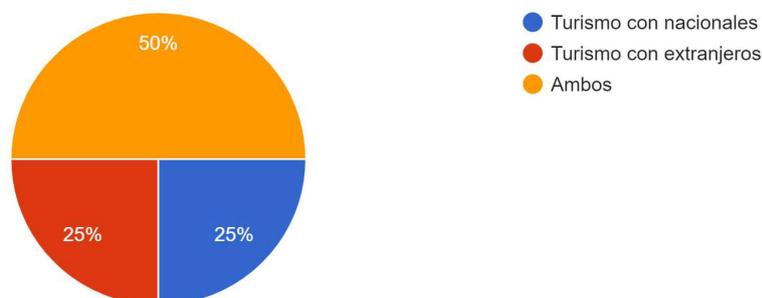


Gráfico 2: Mercado objetivo de las empresas encuestadas

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Para determinar el grado de afectación de las empresas tomadas en consideración para completar el cuestionario en relación con las medidas sanitarias decretadas por el gobierno de Costa Rica en la estacionalidad de lo que lleva el virus en nuestro país, se logró recoger la información de que la totalidad de las agencias y/o tour operadores, es decir, un 100% de la muestra de la población resienten dichas medidas, ya que, el país se ha paralizado económicamente en relación con viajes y tours y entre las principales razones de la afectación están el cierre de fronteras, playas, lugares turísticos, desplazamiento de unidades de transporte de turismo y disminución del poder adquisitivo de la población.

Debido a lo anterior, se puede concluir que el 100% de la muestra estudiada, se ha visto afectada con las medidas decretadas por el gobierno, lo que agrava la situación para poder aplicar el IVA a dicho sector de la industria turística nacional.

Sobre la interrogante que trataba de definir el conocimiento de los encuestados en materia de aplicación del impuesto IVA a las empresas de turismo, el 59,6 % sabe cómo opera dicho impuesto, mientras que un 34,6 % tiene desconocimiento del proceder y el 5,8 tiene poco conocimiento.

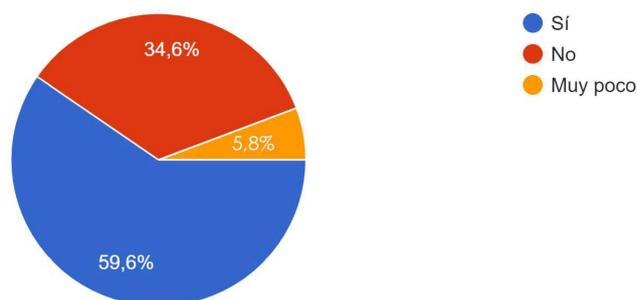


Gráfico 3: Conocimiento de la operación del IVA en las empresas de turismo.

Fuente: elaboración propia 2020

Lo anterior nos lleva a la conclusión de que hay un porcentaje importante del sector que desconoce la forma de operar del impuesto del IVA y por ende, se requiere de parte de las autoridades de fiscalización del Ministerio de Hacienda y del ICT, implementar medidas estratégicas amplias de transmisión que permitan que todo el sector estudiado conozca en detalle cómo opera a cabalidad el IVA, pues solo de esa manera podrán dichas empresas turísticas tener claro el papel que tienen como retenedores de dicho impuesto.

En cuanto a los tours que se venden con mayor frecuencia por la población seleccionada para la encuesta, nos ayuda a estudiar las necesidades del sector que es parte de nuestro primer objetivo. Al respecto se logra recopilar que la mayoría de las empresas venden como destino principal tours de playa con un 57,7 %, seguido por tours de montaña y actividades de adrenalina con 21,2% cada uno, lo anterior deja ver la problemática que trae el cierre de playas para el sector y lugares turísticos que implican aglomeraciones sociales.

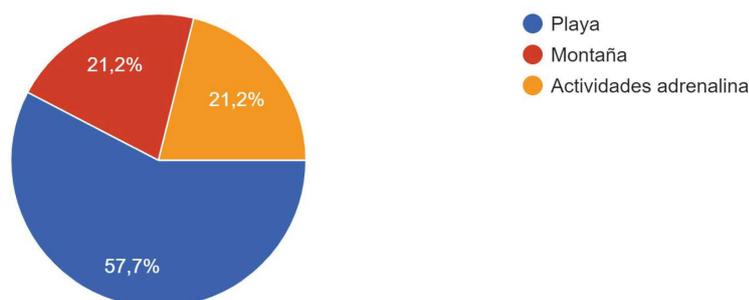


Gráfico 4: tours con mayor venta por el sector turismo

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Lo anterior es consecuencia de las medidas necesarias que ha debido tomar el Gobierno a través de las autoridades del Ministerio de Salud para contrarrestar los efectos de la

pandemia, pero que no han dejado de afectar a muchos sectores de la economía, principalmente el sector turismo que es el de nuestra población en estudio.

Una interrogante que ejemplifica el malestar del sector con el gobierno fue la del apoyo del gobierno para mejorar los ingresos durante la pandemia, 48 empresas consideran que no existe apoyo por parte del gobierno para mejorar los ingresos, eso representa un 92,3 %, entre las principales razones se encuentra la tardanza del ICT por establecer los protocolos y el impedimento de retomar los vuelos internacionales, los permisos para empresas de transporte del sector, aunado a lo anterior, tan solo cuatro organizaciones se han sentido acuerpadas con las acciones del gobierno durante la pandemia.

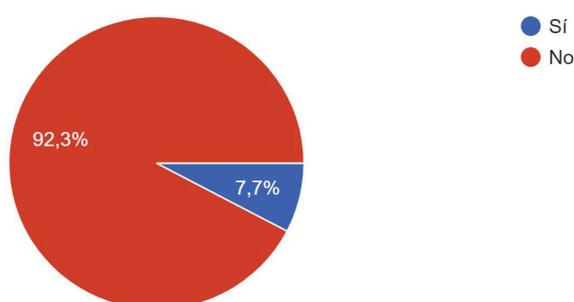


Gráfico 5: Apoyo del gobierno durante la pandemia

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Ese descontento refleja la necesidad de que el gobierno tome medidas acordes con una reactivación sostenible de la economía del sector estudiado, lo cual no es una tarea fácil, pero deberán buscarse las estrategias para lograr levantar esa economía.

Asimismo, en concordancia con el objetivo número dos que era describir elementos claves desde la perspectiva del Derecho tributario, necesarios para la aplicación del IVA en la población de estudio se preguntó sobre el conocimiento del bono proteger para pymes del sector turismo, a lo que 67,3 % de los encuestados respondieron de forma negativa y un 32,7 % de forma positiva, definiendo el bono proteger como una ayuda con dificultades para ser obtenido y que fue creado para la población en general y no como algo específico para el sector.

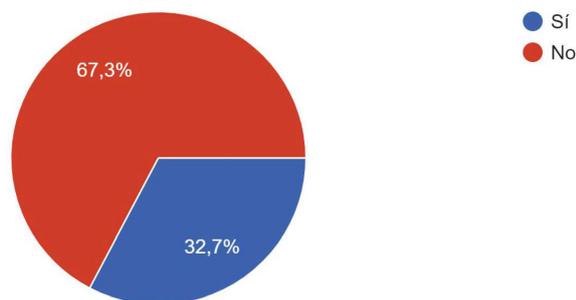


Gráfico 6: Conocimiento del Bono Proteger para Pymes del sector turismo.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Al respecto el ICT (2020), en un comunicado reciente informó que el bono Pyme- Proteger es un proyecto liderado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y tiene como objetivo ampliar la protección del empleo formal focalizándose en los sectores que han sido más fuertemente afectados y cuya recuperación económica puede demorar, tal es el caso del sector turismo.

El ICT participa aportando información sobre las empresas registradas en la institución ya sea que cuentan con Declaratoria Turística, Certificación para la Sostenibilidad Turística, guías turísticos con credencial y transportistas turísticos, información base para que el MTSS ejecute su Programa.

En la búsqueda del cumplimiento del segundo objetivo que pretende describir los elementos claves desde la perspectiva del derecho tributario necesarios para la aplicación del IVA en la población de estudio, se consultó sobre cómo se debería aplicar el IVA a las agencias de viajes y/o tour operadores, a lo que el 75% no ve factible la aplicación de este impuesto, un 21,2 % considera que debe aplicarse de manera gradual y el resto no sabe cómo se podría dar la aplicación.

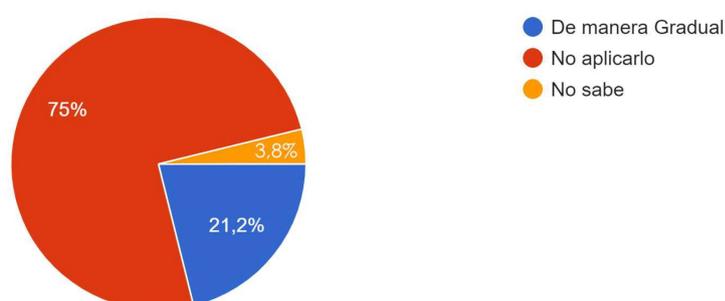


Gráfico 7: Aplicación del impuesto de valor agregado (IVA)

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Lo anterior nos permite concluir que mientras el sector turístico estudiado no pueda reactivarse desde la perspectiva económica no será posible lograr la aplicación del IVA, pues no se cuenta con ventas e ingresos de parte de este sector de la economía. Los cuadros anteriores nos demuestran un desconocimiento de un alto porcentaje del sector, hay una incertidumbre sobre el IVA que deberán las autoridades competentes tratar de disminuir.

Para finalizar, el tercer objetivo trata de sugerir las recomendaciones para la aplicación del IVA aplicables durante el segundo semestre 2020, por lo que se realizaron diferentes consultas a los encuestados en diferentes escenarios, a la pregunta de si estaban de acuerdo en pagar el impuesto de valor agregado (IVA) una vez se reactivaran las actividades de agencias de viajes y tour operadores, 67,3 % de ellos mencionaron que no están dispuestos a pagar dicho impuesto, asimismo, 21,2% de los encuestados apoyan el pago y 11,5 % decidieron no responder a la interrogante, aunado al tema de la pandemia, los impuestos y el actuar del gobierno, se nota una insatisfacción alta con su accionar.

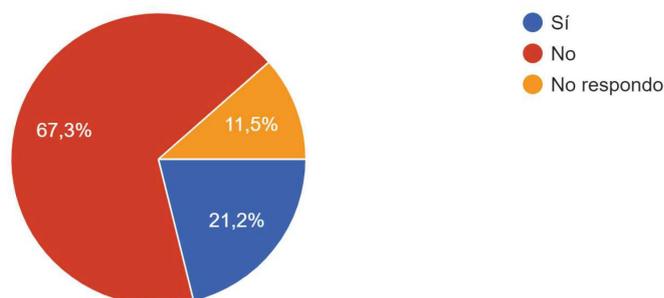


Gráfico 8: Escenarios de pago del impuesto de valor agregado (IVA)

Fuente: Elaboración propia, 2020

Además, en el gráfico 11 en la pregunta sobre la utilización de las redes sociales se aprecia que la mayoría de agencias y tour operadores tienen la plataforma de Facebook como principal línea de comunicación y promoción de sus productos y servicios, redes sociales como Twitter y Youtube son de las menos utilizadas.

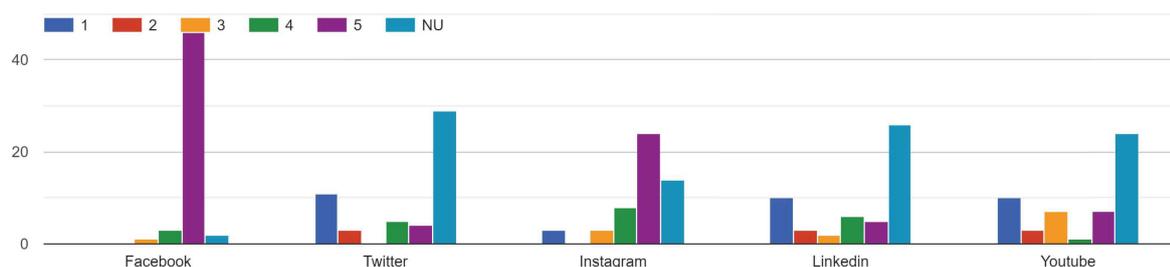


Gráfico 9: utilización de medios digitales

Fuente: elaboración propia 2020

Una vez concluida la integración a este trabajo del análisis de los resultados más relevantes de la investigación, se procede a continuar con las conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones y Recomendaciones

Se presentan las conclusiones y recomendaciones, con base en los hallazgos extraídos, para cada uno de los objetivos planteados.

En relación con el primer objetivo que consistía en señalar las necesidades del sector turismo de la GAM desde la perspectiva de la aplicación del IVA en medio de la pandemia Covid 19 en agencias de viajes y tour operadores, se concluye que, según los gráficos arriba estudiados la población analizada requiere de mayor atención por parte de las autoridades de turismo y de fiscalización tributaria. Un porcentaje del 90,4% de los encuestados se siente con demasiada afectación económica y un 9,6 % de la población encuestada menciona que ha tenido mucha afectación. Ello nos permite concluir que es imposible materialmente hablando la eficacia de un impuesto como el IVA que grava el consumo de las personas, puesto que, si las empresas de turismo no están vendiendo sus productos, consecuentemente no hay retención a los contribuyentes y no hay ingresos que gravar por parte del fisco costarricense. Por otra parte, la población analizada reflejó un desconocimiento del IVA y su aplicación, lo cual también resulta en una responsabilidad para las autoridades nacionales competentes, llevar la información precisa y clara del tema a esa población. Una población informada tomará mejores decisiones para una reactivación.

Otro problema que reflejó el estudio fue que 48 empresas de la muestra consideran que no existe apoyo por parte del gobierno para mejorar los ingresos, eso representa un 92,3 %, eso es grave, pues si el sector no ve apoyo gubernamental, se siente desamparado para emprender las medidas necesarias para una futura reactivación gradual. Se recomienda que las autoridades competentes den apoyo y lo transmitan a este sector tan afectado de la economía, pues de lo contrario no podrá darse la reactivación que dicho sector requiere.

En relación con el segundo objetivo que consiste en describir los elementos claves desde la perspectiva del derecho tributario necesarios para la aplicación del IVA en la población de estudio se puede concluir que efectivamente hay factores influyentes y claves para que pueda realmente a futuro aplicarse el IVA de manera efectiva, pero para ello deberá reactivarse el sector estudiado.

Igualmente, en la encuesta se reflejó un desconocimiento del bono proteger para las Pymes del sector turístico. Esto debe cambiar, para que se extienda el beneficio y sean comunicadas todas las empresas realmente afectadas con estos fondos que están próximos a ser aprobados por la Asamblea Legislativa y sea un aliciente para la reactivación de estas pymes tan afectadas.

En el involucramiento del tercer objetivo que buscaba sugerir las recomendaciones para la aplicación del IVA aplicables durante el segundo semestre 2020, se concluyó que la mayoría de los encuestados solamente utilizan la red social de Facebook para comunicarse y promocionar sus marcas, productos y servicios, es claro que vivimos en un mundo digital y que la llegada de la pandemia por coronavirus vino a acelerar la inclusión de los medios digitales a las labores diarias.

Referencias Bibliográficas

AECIT, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (2020). Turismo Post Covid-19. Recuperado de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2018). Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas. Ley No. 9635. Recuperado de http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?nvalor1=1&nvalor2=87720

Asamblea Constituyente de la República de Costa Rica. (1949). *Constitución Política de la República de Costa Rica*. ¿Recuperado de

http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?param%20=nrtc&nvalor1=1&nvalor2=871&strtipm=tc#ddown

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1971). Código de Normas y Procedimientos Tributarios (Código Tributario). Ley No. 4755. Recuperado de http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?nvalor1=1&nvalor2=6530

Burns, A., Veeck, A., & Bush, R. (2016). *Marketing Research* (8a Ed). New York; U.S.: Pearson Education, Inc.

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (marzo, 2020). Darío González, Las Medidas de Tributación ante el Coronavirus. Recuperado de <https://www.ciat.org/las-medidas-de-tributacion-ante-el-coronavirus/>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe, 2019* (LC/PUB.2019/8-P), Santiago, 2019. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-llama-avanzar-un-gran-impulso-la-sostenibilidad-como-estrategia-salida-la-actual>

FMI (2020), Departamento de Finanzas Públicas, Recuperado de www.fmi.org/files/sp-special-series-on-covid-19-challenges-in-forecasting-tax-revenue.PDF

Instituto Costarricense de Turismo. (abril de 2017). *Plan nacional de desarrollo turístico de Costa Rica, 2017-2021*. Obtenido de [ict.go.cr: https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo.html](https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo.html)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (4ta Ed.). México: Mc Graw Hill.

Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2017). *El marketing en redes sociales* (4a ed.). Estados Unidos de América: Opresnik Management Consulting.

Jinesta, E. (1991). La naturaleza jurídica de la determinación de la obligación tributaria. *Ivstitia*, 5 (58). Recuperado de <http://www.ernestojinesta.com/revistas/naturaleza%juridica%20de%20la%20determinacion%20de%20la%20obligacion%20tributaria.pdf>

Kelsen, H. (2009). *Teoría pura del derecho*. (4a. ed.). Recuperado de <https://cvperu.typepad.com/files/libro-teoria-pura-del-derecho-hans-kelsen.pdf>

McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de Mercados* (10a ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Organización Mundial del Turismo. (2020). Turismo y Covid 19. Recuperado de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/COVID19_NewDS_ES.pdf

SINART (2020) Diputados exoneran a sector de turismo de pagar el IVA durante este año | 22 August 2020, recuperado de <https://costoricamedios.cr/2020/07/29/diputados-exoneran-a-sector-de-turismo-de-pagar-el-iva-durante-este-ano/>

Fabio Parreaguirre, Domingo 26 de mayo 2019, p. 1. La República, Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/varias-cosas-que-debe-saber-del-iva-y-que-de-seguro-desconocia>

Villegas, H. (1994). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario*. (5a. ed.). Buenos Aires: Ediciones Depalma.

Westreicher, G (2020). Impuesto Regresivo, Definición, Qué es y concepto. Economíapedia 22 de agosto de 2020. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/impuesto-regresivo.html>

Sanabria, A.. (2020). Medidas tributarias para el sector turístico a raíz del COVID-19. La República, 2

Santamaria, T. (2020). Agencias de viajes argumentan que aplicación del IVA complica la reprogramación de viajes. *el mundo.cr*, 5

Anexos

Anexo 1. Cuestionario con la técnica de encuesta

Encuesta dirigida a los dueños, encargados o gerentes de las agencias de viajes y tour operadores del área metropolitana que poseen empresas consolidadas en el Mercado Turístico nacional.

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar las recomendaciones pertinentes para la aplicación del IVA en medio de la Pandemia en el sector turismo de la gran área metropolitana durante el Segundo semestre de 2020.

Tema de la investigación: Recomendaciones para la aplicación del IVA en medio de la pandemia del Covid 19 en el sector turismo de la gran área metropolitana durante el segundo semestre 2020, específicamente en Agencias de Viajes y Tour operadores.

Esta encuesta busca recopilar información, con fines académicos, para optar por la Maestría en Derecho Tributario Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Sus respuestas son anónimas y para el uso antes descrito. Gracias por su colaboración.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: señalar las necesidades del sector turismo, específicamente agencias de viajes y tour operadoras de la gran área metropolitana desde la perspectiva de la aplicación del IVA en medio de la Pandemia Covid-19.

Instrucciones: Marque con X la respuesta que se ajuste a su criterio

1) ¿Como le ha afectado el Covid-19 a su empresa en el tema de los ingresos?

a) Nada b) Poco b) Mucho c) Demasiado

2) ¿Cuál es su mercado turístico más fuerte?

a) Turismo con nacionales b) Turismo con extranjeros c) Ambos

3) ¿Le ha afectado las medidas sanitarias decretadas por el Gobierno nacional?

a) Sí b) No si su respuesta es sí ¿por qué?

4) ¿Cuál de las siguientes medidas le ha afectado más a su empresa? Puede marcar más de una opción o todas si aplica.

a) Distanciamiento Social

b) Cierre de fronteras

c) Restricción vehicular

d) Cierre de establecimientos

e) Impedimento de Vuelos Internacionales

e) Cierre de Playas

5) ¿Conoce cómo opera el Impuesto del IVA en las empresas de turismo?

A) Sí B) No c) Muy Poco _____

6) ¿Que tours vende con mayor frecuencia?

a) Playa b) Montaña c) Actividades adrenalina

7) Durante la crisis del Covid 19, ¿ha sentido el apoyo del Gobierno para mejorar los ingresos de su empresa?

a) Sí b) no

¿Por qué?

8) ¿Ha escuchado hablar del Bono Proteger para Pymes del Sector Turismo?

a) Sí o b) no

Si su respuesta es sí mencione ¿en qué consiste?

Respuesta

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: El segundo de ellos es describir los elementos claves desde la perspectiva del derecho tributario necesarios para la aplicación del IVA en la población de estudio.

9) ¿Cómo considera que debería aplicarse el IVA a las agencias de viajes y o tour operadoras?

a) De manera gradual b) No aplicarlo c) No sabe

10) A su empresa ¿Le ha afectado la aplicación del IVA con la crisis del Covid 19?

a) Sí b) no

11) Seleccione el grado de importancia de los siguientes aspectos en relación con la posibilidad de incrementar los ingresos de su empresa, donde 5 es el valor más alto y 1 es el valor más bajo. Puede repetir valores.

| Preguntas | Criterios de valoración | | | | |
|--|-------------------------|---|--------|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| a) Exoneración de Impuestos a Pymes | | | | | |
| b) Facilidades de pago y/o financiamiento para empresas de turismo por parte de Bancos | — | | — | | |
| c) Moratorias legales en los pagos del IVA a agencias de viajes y tour operadores | | | | | |
| d) Ayudas no reembolsables como Bonos Proteger | — — | | — — | | |
| e) Exoneración a hoteles y actividades de turismo | — | | — | | |
| f) Apoyo político en decisiones propias del sector turismo | | | | | |
| g) Apoyo publicitario a las Agencias y Tour operadores | — | | — | | |

OBJETIVO ESPECÍFICO 3 sugerir las recomendaciones para la aplicación del IVA aplicables durante el segundo semestre 2020.

12) ¿Cuál de las siguientes acciones le motivarían a realizar nuevamente viajes y tours y sacarlos a la venta? Donde el valor 5 es el más alto y el 1 es el más bajo.

Puede repetir valores.

| Preguntas | Criterios de valoración | | | | |
|---|--------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| a) Tarifas competitivas en proveedores como buses, aviones y hoteles y restaurantes | | | | | |
| b) Que aparezca la vacuna contra Covid-19 | | | — | | |
| c) Que se puedan tomar las medidas sanitarias correctas, aunque no esté la vacuna aún | | | | | |
| d) Tener apoyo financiero para iniciar labores como obtención de préstamos | | | | | |
| e) Que no haya restricciones sanitarias del Gobierno | | | | | |
| f) Que los turistas tengan un seguro | | | | | |
| | | | | | |

13) ¿Qué medios utiliza para buscar información sobre el IVA y acciones del Gobierno en beneficios del Sector Turismo?

- . a) Periódico
- . b) Televisión
- . c) Radio
- . d) Sitio Web

- . e) Redes sociales
- . f) Recomendaciones de amigos o familiares o Colegas de otras Agencias
- . g) Otros: _____

14) ¿Estaría de acuerdo en pagar el IVA una vez que se reactivaran las actividades de agencias de viajes y tour operadores según sea su caso?

- a) Sí b) No c) no responde

Perfil del encuestado Instrucciones:

Marque con una X (equis) la respuesta según su perfil

15) La empresa de turismo que representa es

- a) Una Agencia de Viajes b) Una Tour operadora c) Ambas

16) La empresa de viajes que representa tiene de funcionar:

- a) de 1 año a 3 años b) de 3 a 7 años c) de 7 a 10 años d) más de 10 años

17) Su Agencia de Viajes es:

- a) Emisiva B) Receptiva c) Ambas d) No aplica, Soy tour operador

18) Su Tour operadora trabaja mayormente con:

- a) Extranjeros b) Nacionales c) Ambos d) no aplica, Soy agencia de viajes

19) Su Empresa se ubica en:

a) Heredia b) Alajuela c) San José d) Cartago e) Otro ¿cuál?

20) Diga si su agencia de Viajes se encuentra o no inscrita en el ICT?

a) Sí b) No c) no respondo

21) ¿La Agencia o Tour operador se encuentra operando actualmente? ¿Por qué?

a) Sí b) No

¿Por qué?

22) ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia para promocionar su empresa? Donde el valor 5 es el más alto y el 1 es el más bajo y NU significa “no la usa”.

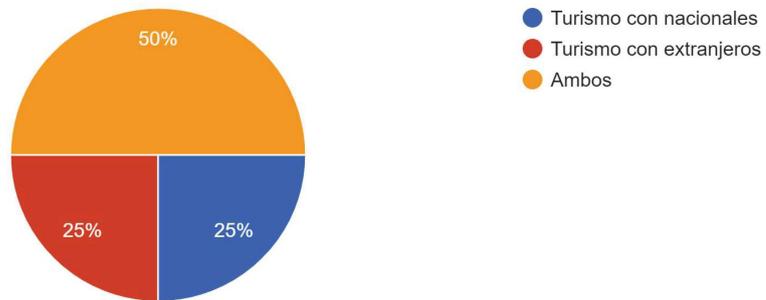
| Preguntas | Criterios de valoración | | | | | |
|-----------|-------------------------|---|---|---|---|----|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | NU |
| Facebook | | | | | | |
| Twitter | | | | | | |
| Instagram | | | | | | |

| | | | | | | |
|----------|--|--|--|--|--|--|
| LinkedIn | | | | | | |
| YouTube | | | | | | |

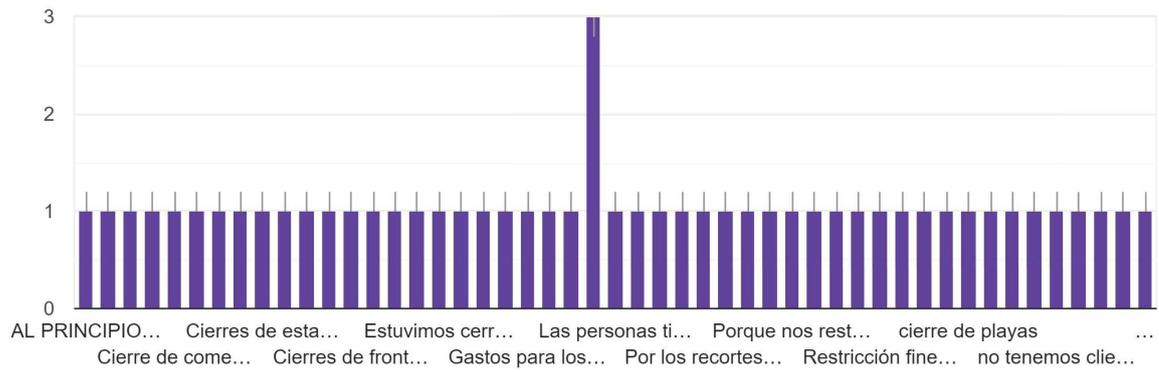
¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2 Imagen del Cuestionario aplicado a la muestra.

¿Cuál es su mercado turístico más fuerte?
52 respuestas

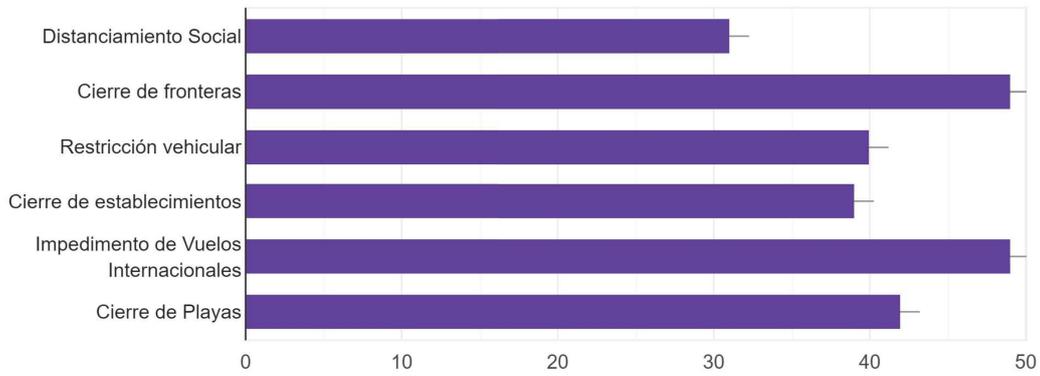


Si su respuesta es si, ¿por qué?
51 respuestas



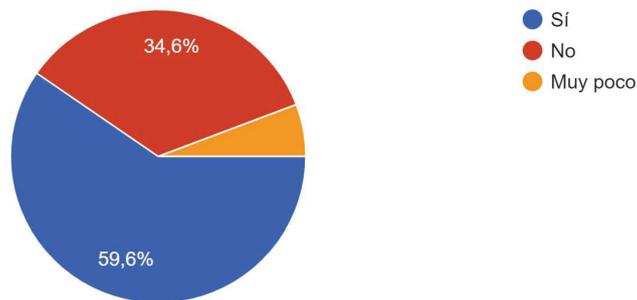
¿Cuál de las siguientes medidas le ha afectado más a su empresa? Puede marcar más de una opción o todas si aplica.

52 respuestas



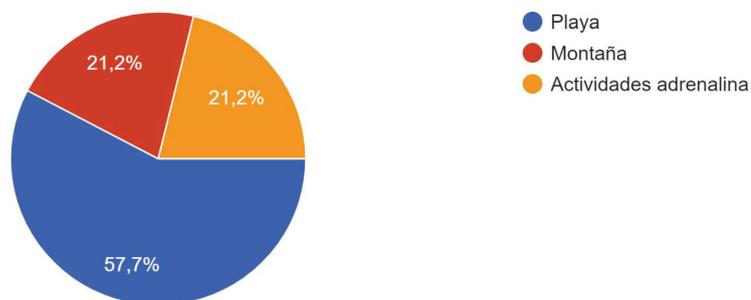
¿Conoce cómo opera el Impuesto del IVA en las empresas de turismo?

52 respuestas



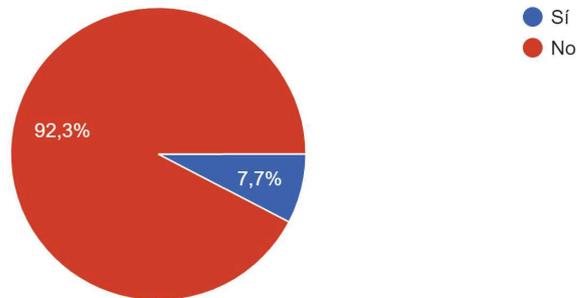
¿Qué Tours vende con mayor frecuencia?

52 respuestas



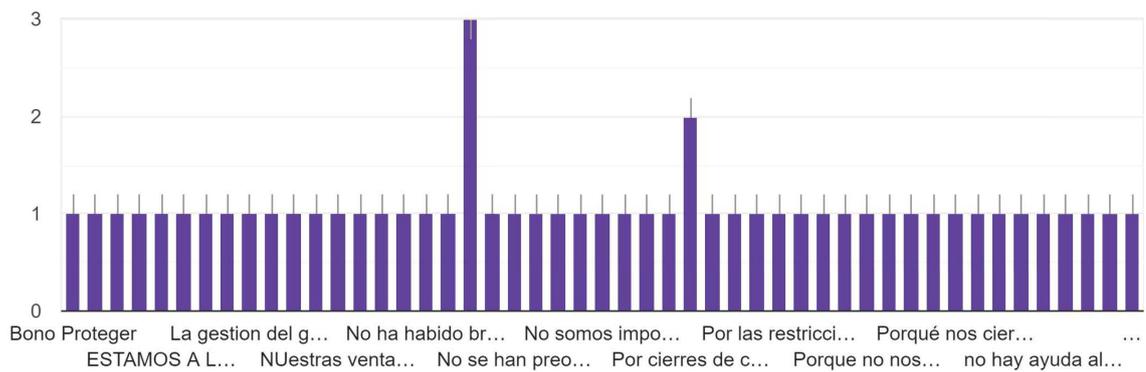
Durante la crisis del Covid 19, ha sentido el apoyo del Gobierno para mejorar los ingresos de su empresa?

52 respuestas



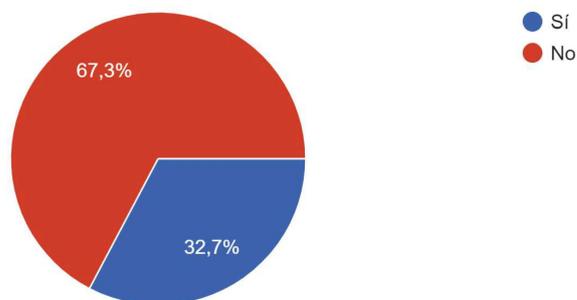
¿Por qué?

52 respuestas



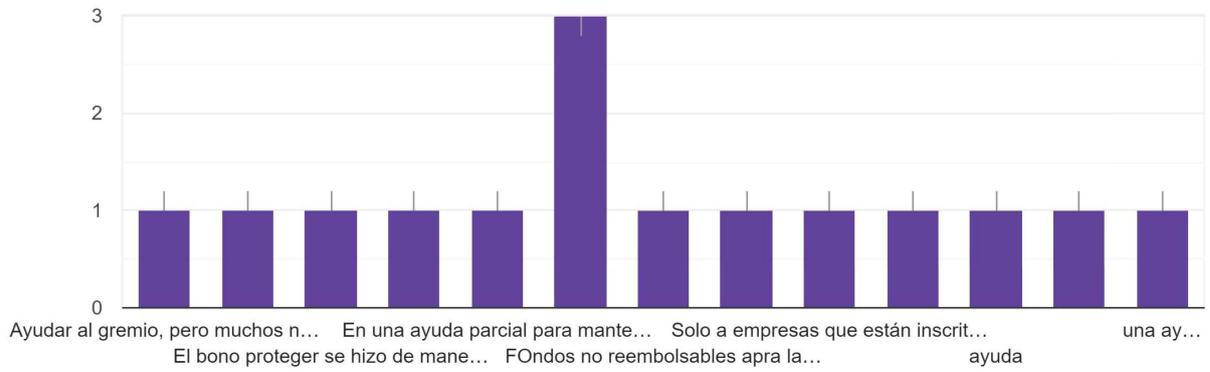
¿Ha escuchado hablar del Bono Proteger para Pymes del Sector Turismo?

52 respuestas



Si su respuesta es si mencione en qué consiste?

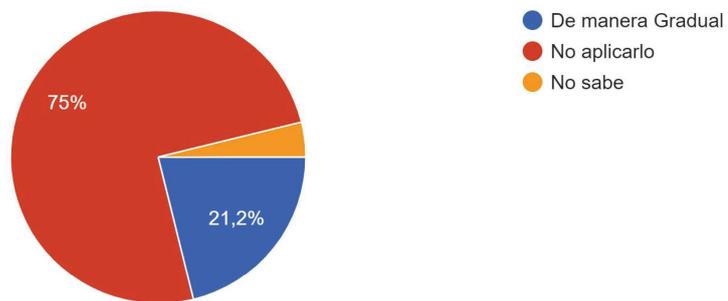
15 respuestas



Objetivo Específico 2:

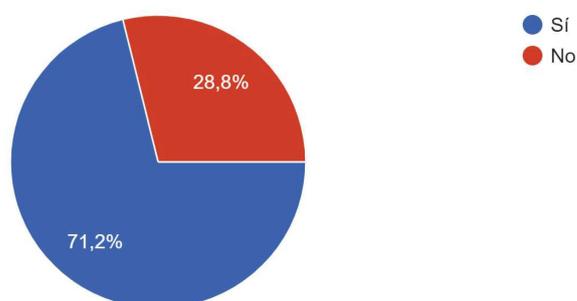
¿Cómo considera que debería aplicarse el IVA a las agencias de viajes y o tourperadoras?

52 respuestas

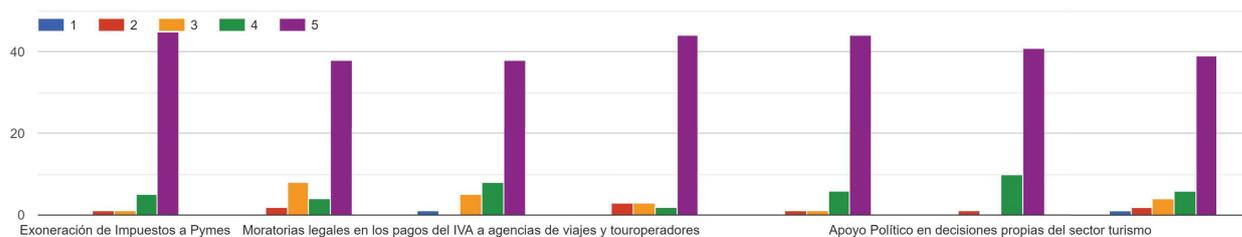


A su empresa ¿Le ha afectado la aplicación del IVA con la crisis del Covid 19?

52 respuestas

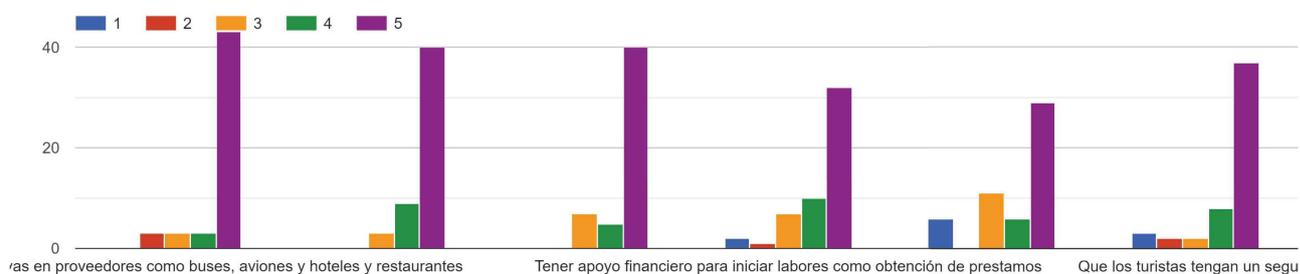


Seleccione el grado de importancia de los siguientes aspectos en relación con la posibilidad de incrementar los ingresos de su empresa, donde 5 es el valor más alto y 1 es el valor más bajo. Puede repetir valores.



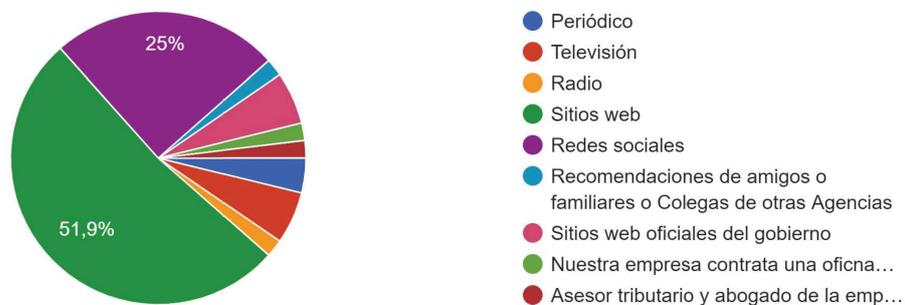
Objetivo Específico 3:

¿Cuál de las siguientes acciones le motivarían a realizar nuevamente viajes y tours y sacarlos a la venta? Donde el valor 5 es el más alto y el 1 es el más bajo. Puede repetir valores.



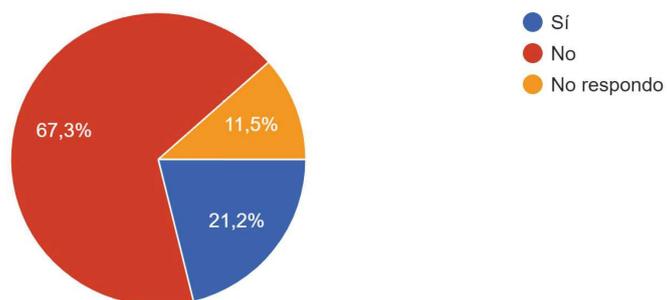
¿Qué medios utiliza para buscar información sobre el IVA y acciones del Gobierno en beneficios del Sector Turismo ?

52 respuestas



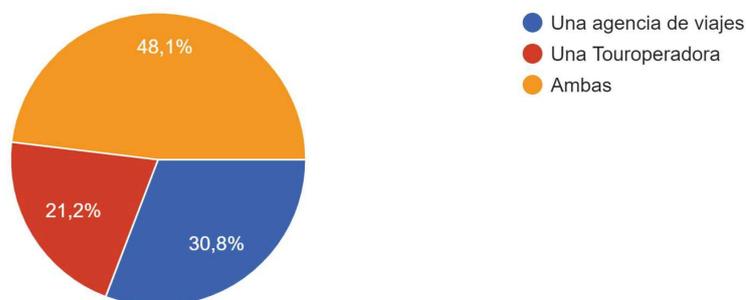
Estaría de acuerdo en pagar el IVA una vez que se reactivarán las actividades de agencias de viajes y touroperadores según sea su caso.

52 respuestas



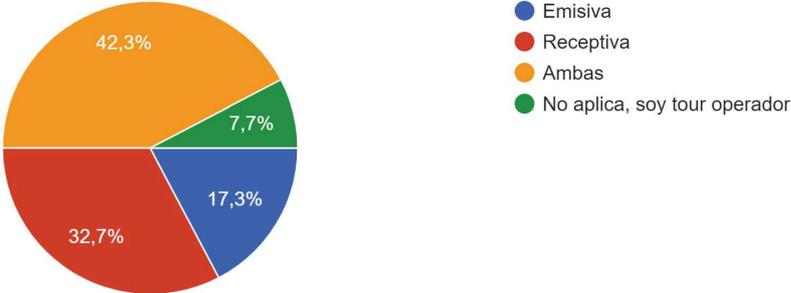
La empresa de turismo que representa es

52 respuestas



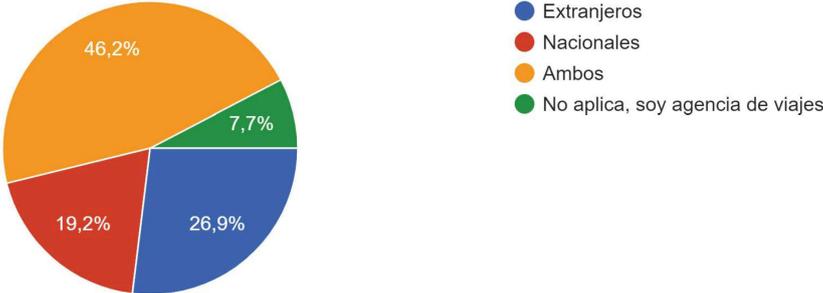
Su Agencia de Viajes es:

52 respuestas



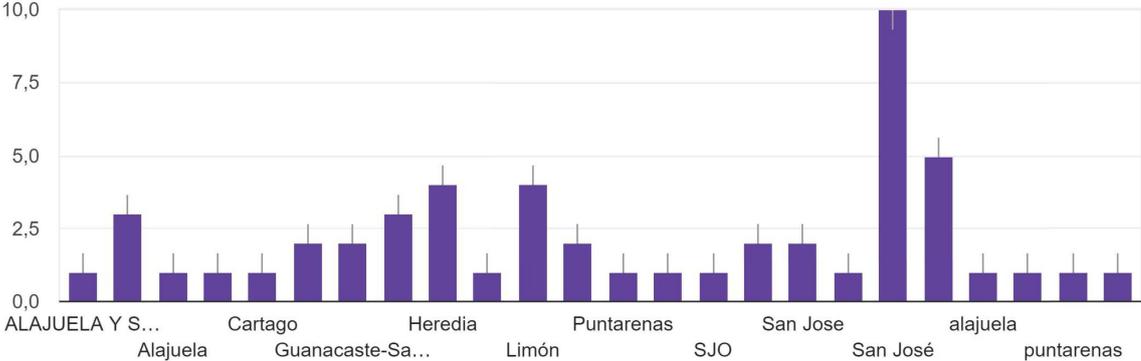
Su Touroperadora trabaja mayormente con:

52 respuestas



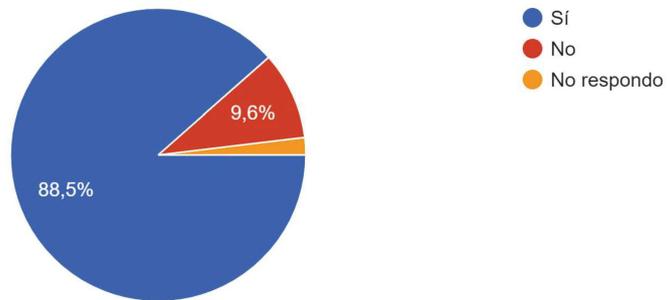
¿En cuál provincia se encuentra ubicada su empresa?

52 respuestas



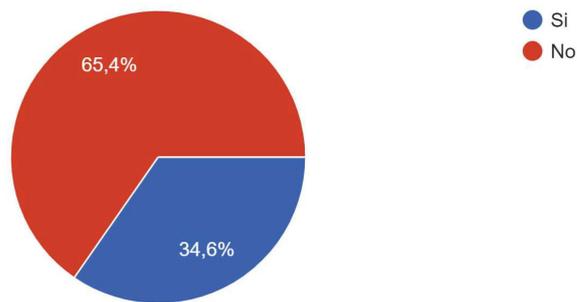
Se encuentra su agencia de viajes inscrita en el ICT?

52 respuestas



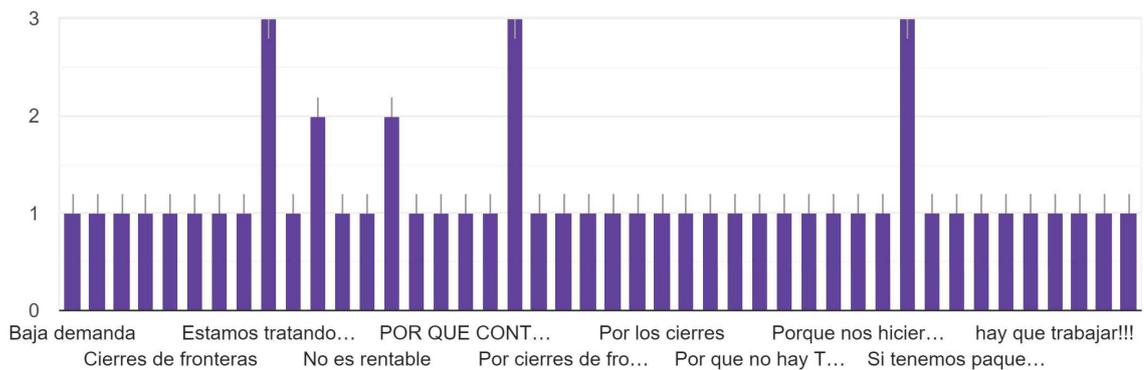
¿La Agencia o Touroperador se encuentra operando actualmente? Por qué?

52 respuestas



¿Por qué?

52 respuestas



¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia para promocionar su empresa? Donde el valor 5 es el más alto y el 1 es el más bajo, y NU significa “no la usa”.

