



Universidad de Oviedo



Universidad de Oviedo
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

ECONOMÍA:

2021-22

TRABAJO FIN DE GRADO

**PROPINAS: HECHO COTIDIANO CON IMPLICACIONES SOCIALES Y
ECONÓMICAS**

ENRIQUE CANDANEDO MORALA

OVIEDO, 30/06/2022

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. LA PROPINA EN EL MUNDO	5
2.1. La propina en Europa y España.....	8
3. PRINCIPALES MOTIVOS PARA DAR PROPINA	10
3.1. Gratitud y utilidad.....	10
3.2. Norma social y desutilidad	11
3.3. Esperanza de un mejor servicio	13
4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CANTIDAD DE LAS PROPINAS.....	13
4.1. La calidad del servicio.....	13
4.2. En función de la cuenta	14
4.3. Género, edad y raza	15
4.4. Otros	16
5. IMPUESTOS, RIESGO MORAL Y REPARTO	17
5.1. Tratamiento fiscal y regulación	17
5.2. Problemas de riesgo moral	18
5.3. Reparto de la propina.....	19
6. PROPINA Y SALARIOS.....	21
6.1. Cargos por servicios	22
6.2. Crédito de propina	22
7. CONCLUSIONES.....	24
BIBLIOGRAFÍA.....	25
ANEXO I: LEGISLACIÓN	26
ANEXO II: JURISPRUDENCIA.....	27
ANEXO III: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA EN RESTAURANTES....	27
ANEXO IV: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA A PORTEROS	28
ANEXO V: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA EN LOS TAXIS	28

RESUMEN

Dar propina es un acto sencillo que no suele relacionarse con la entrega de grandes cantidades de dinero, pero dependiendo del lugar del mundo donde se dé, no solo eso cambia, sino también la norma social que hay detrás. Existe una serie de factores que alteran la percepción de los clientes a la hora de dar propina, y que completan los motivos por los que se suele dar. En este trabajo fin de grado se busca explicar esas causas y factores, además de tratar otros temas estrechamente relacionados con las propinas como son: la forma en que pagan impuestos, cómo son reguladas por la ley, los problemas de riesgo moral que conllevan o cómo se compaginan con los salarios.

ABSTRACT

Tipping is a simple act that is not usually associated with giving large amounts of money but depending on where in the world it is given, not only those changes, but also the social norm behind it. There are several factors that alter the perception of customers when it comes to tipping and that complete the reasons why they are usually given. This thesis seeks to explain these causes and factors, as well as to address other issues closely related to tipping such as: how they are taxed or regulated by law, problems of moral hazard involved, or how they are reconciled with wages.

1. INTRODUCCIÓN

En el día a día, hay muchos actos cotidianos que desde el punto de vista de la Economía pueden tomar un nuevo cariz. Y eso es lo que ocurre con las propinas. Aunque pueda parecer que es una costumbre sin demasiada importancia o con poco peso económico sucede justo lo contrario. En Estados Unidos, se estimó que en 2006 las propinas generaban 44.000 millones de dólares¹ de ingresos (Azar, 2020) y, además, es una costumbre extendida a lo largo del mundo (aunque haya regiones donde no sea habitual), con lo cual, la magnitud monetaria que tienen las propinas es lo suficientemente grande como para llamar la atención.

No solo la cantidad de dinero que mueven es relevante, sino también lo son sus características y las situaciones en las que se da. Si se piensa en las propinas de manera general, se puede decir que son una cantidad extra que entrega un cliente a un trabajador—relación mercantil—, sobre el precio de un servicio prestado (Azar, 2020). Dejarla constituye en sí misma una norma social (Azar, 2003), la cual varía en intensidad según el país donde se dé (Mansfield, 2016), pero a pesar de la existencia de tendencias generales la cantidad que se entrega es voluntaria (Woodhead, 2000). Es habitual asociarla al sector de la hostelería, sin embargo, hay muchos otros servicios donde también se recibe (Lynn, 2021). Además, como la entrega un cliente de forma voluntaria, y no la empresa, las propinas se consideran de carácter extrasalarial (García Murcia, 2021).

Así, la propina puede definirse como: pago voluntario que un cliente da a la persona que le presta un servicio y que se rige por una serie de normas sociales, las cuales varían según la región donde se encuentren.

¹ Para ese año equivaldría al 1,24% de la recaudación de impuestos sobre salarios en EE.UU. (Bryan & Parisi, 2006), o al 11,68% del gasto presupuestado del Medicare (Statista, 2020).

Además de las características que se derivan de la definición anterior sobre las propinas, resulta que, los puestos de trabajo donde más se acostumbra a recibirlas, también guardan similitudes entre ellos: 1) baja cualificación para realizarlos (con bajos ingresos), 2) servicio personalizado, 3) el cliente puede juzgar la calidad de su empeño y 4) se aprecia que el trabajador no disfruta tanto como el cliente durante el servicio (Azar, 2020). Ejemplos de estas profesiones serían: repartidores de comida, botones, guías turísticos, taxistas, camareros, peluqueros... De estas profesiones se infiere que reciben propinas tanto trabajadores por cuenta ajena como por cuenta propia, por eso, se puede suponer que el ser de un tipo o de otro no debe influir en la probabilidad de recibirlas. Sin embargo, sí puede afectar al tratamiento fiscal y al impacto sobre sus ingresos según la clase de trabajador que uno sea. Un autónomo se quedará con el total de las propinas si trabaja solo, mientras que un empleado que trabaja junto a otras personas deberá de repartirlas probablemente. Incluso entregarlas a su supervisor o depositarlas en un lugar concreto, como ocurre en los casinos. Además, en contraste con aquellas profesiones donde las propinas pueden suponer una gran parte de sus ganancias, en otras pueden ser poco más que un complemento a sus ingresos laborales.

Cuando se reciben propinas existe la posibilidad de que la empresa las prohíba. Esto ocurre en España, pero dentro de unas determinadas condiciones y supuestos. En la STS 2679/2021 de la Sala de lo Social de Madrid de 17 junio se presenta el caso de una empresa que dirigía las cafeterías de algunos hospitales en Asturias y debido a problemas con la gestión del efectivo decide denegar la aceptación de propinas². Según esta sentencia, la empresa puede acordar prohibir que sus empleados acepten este tipo de gratificaciones, pero cuando la práctica de dar propina es preexistente a la decisión de prohibirla, entonces, se debe seguir el procedimiento marcado por el artículo 41 del Estatuto de los Trabajadores³. Por su parte, la sociedad que gestiona un casino podrá negar la admisión de propinas avisando claramente de esa norma a los jugadores a la entra del local, como indica el art. 28.1 de la Orden de 9 de enero de 1979 por la que se aprueba el Reglamento de Casinos de Juego (en adelante RCJ). Con esto, se determina que las propinas pueden ser prohibidas por las empresas, a pesar de su carácter extrasalarial.

En ocasiones, se recurre a sentencias de tribunales para cubrir con sus argumentos los huecos existentes en la legislación española sobre las propinas. También, ayudan a tratar algunas de sus características.

La naturaleza de las propinas es otro tema discutido. Queda claro que no son salarios y como son voluntarias, a veces, se las asocia con otras clases de liberalidades con las que comparten similitudes, aunque existen características que permiten diferenciarlas de los regalos, las donaciones e, incluso, de las herencias.

Se podría argumentar que las propinas son dinero y los regalos no lo son, necesariamente, pero las propinas, también pueden tener un carácter no monetario (Azar, 2003), con lo cual, la diferencia entre ambos conceptos no atañe a su forma material. Lo que las distingue de los regalos es la existencia de una relación mercantil entre quien la da y quien la recibe. En ambos casos puede existir el deseo de agradecer a alguien algo. En otras ocasiones, se las trata como donaciones porque la definición que aparece en el artículo 618 del Real Decreto de 24 de julio de 1889, por el que se publica el Código Civil⁴, puede albergar a las propinas por ser una liberalidad. Pero es difícil decir que las

² Las medidas consistieron en quitar el bote de las propinas, añadir en los tiques que no se aceptan propinas y poner un cartel anunciando lo mismo, entre otras.

³ La empresa por no seguir el artículo 41 del Estatuto de los trabajadores tuvo que levantar la prohibición. Como añadido, las propinas hasta ese momento solo eran repartidas entre los trabajadores fijos, pero después de la sentencia, se incluyó también a los temporales.

⁴ Última actualización 16/12/2021.

propinas se dan gratuitamente cuando se ofrecen motivados por un servicio mercantil prestado. Igual que antes, si no hubiese existido una relación comercial previa, esa liberalidad no se hubiera producido. Respecto las herencias, la distinción es clara, una herencia es una gratificación que una persona entrega a otra cuando muere, mientras que las propinas no están relacionadas con la muerte.

Tabla 1: Resumen de tipos de regalos

	Clase	Característica diferenciadora
Regalos	Propinas	Se dan para agradecer una relación <i>mercantil</i>
	Donaciones	Se dan sin esperar una contraprestación o para compensar una acción.
	Herencias	Se dan cuando alguien fallece

Fuente: Elaboración propia

Se podría considerar entonces que, tanto las propinas como las donaciones o las herencias son clases distintas de regalos. Esto es, porque comparten características similares entre sí, pero cada una posee algo que la diferencia del resto y el término regalo podría englobarlas a todas. En un sentido amplio un regalo es *algo* que *alguien* entrega a *otra persona* sin esperar *nada a cambio*, al menos, no de manera explícita.

Con todo lo mencionado hasta este punto se generan muchas preguntas: ¿si son voluntarias, por qué se dan?, ¿cómo tributan? ¿incentivan el trabajo o son causa de riesgo moral? Etc. Además, también queda de manifiesto su estrecha relación con el mundo laboral. Por eso, en este trabajo se intentan tratar los puntos más importantes. En el capítulo 2 se muestra cuál es la situación de la propina en el mundo, dedicando un apartado para la propina en Europa y España, aunque resulta difícil encontrar datos globales. Después, en el capítulo 3 se comentan las principales causas que explican por qué se deja propina, tema muy relacionado con el siguiente capítulo dedicado a los factores que influyen en ella. Los capítulos 5 y 6 se centran en su relación con elementos externos. Así, el quinto capítulo explica la relación de las propinas con los impuestos, los riesgos morales que conllevan y cómo se reparten. Mientras el sexto versa sobre su relación existente con los salarios.

De esta manera, la intención de este documento es plantear la propina en un sentido amplio y general, pero también tratar sus peculiaridades, por eso, en algunos casos se ponen ejemplos sobre oficios concretos ya sea, porque son mencionados en los estudios citados o porque busquen explicar un hecho o argumento. Al final, se intenta conseguir conclusiones generales que se puedan aplicar a todas las profesiones que suelen recibir propinas y también, a un contexto global donde con pequeñas variaciones se pudieran aplicar a la mayoría de los países.

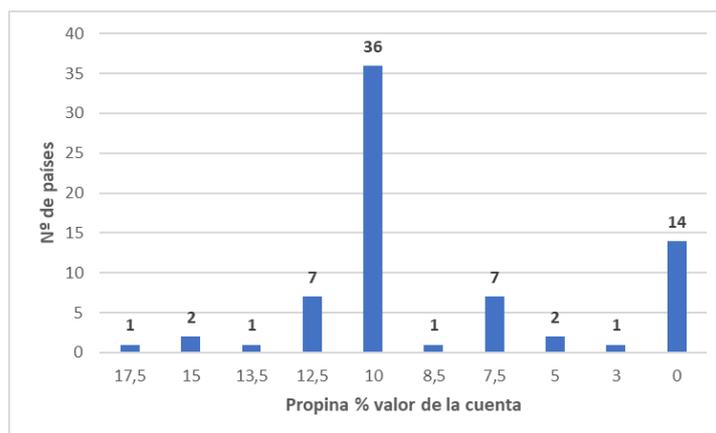
2. LA PROPINA EN EL MUNDO

Aunque dar propina es una costumbre extendida por todo el mundo puede variar este uso social según la región geográfica, como menciona Mansfield (2016), ya que, dependiendo del país las normas sociales alrededor de ella cambian. Estas variaciones van desde la cantidad que está bien vista dejar hasta las situaciones donde se suele dar, llegando a haber ocasiones donde está mal visto ofrecerla. En algunos lugares se considera una acción prácticamente obligatoria o, al menos, que existe una gran presión

por darla (Azar, 2005). Además, dentro de una posible costumbre nacional de dar propina puede haber diferentes tendencias que influyan no solo en la cuantía, sino también, en la probabilidad de recibirlas. Así, en algunos países es posible que se deje propina en algunas profesiones y en otras no.

Encontrar datos estadísticos reales⁵ sobre las propinas es difícil sobre todo si se intenta obtenerlos para un grupo amplio de países. La mejor aproximación es la información que proporciona *World Travelers of America* (2017) en su guía sobre las propinas en el mundo. Solo comenta lo que se suele dar de propina en cada país en restaurantes, a los porteros⁶ y a los taxistas para el año 2017. Los datos vienen expresados en dólares americanos corrientes, cuando no es un porcentaje sobre la cuantía de la cuenta⁷ o casos particulares, como dejar el cambio o redondear la cuenta. Esa es la razón por la cual se habla en términos de dólares en este capítulo. Así, los siguientes gráficos recogen esos datos sobre las propinas dadas en restaurantes, a porteros y a taxistas en el mundo. A parte de ser valores esperados y una guía orientativa hay que aclarar que, en muchos casos, vienen acompañados por otras condiciones como: propina por maleta, por servicios especiales, cantidad suficiente para redondear la cuenta o el cambio de la vuelta. También mencionar, que en estos datos no se especifica con qué probabilidad se dan.

Gráfica 1: Cantidad de países que dan propinas en los restaurantes (% sobre el valor de cuenta)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

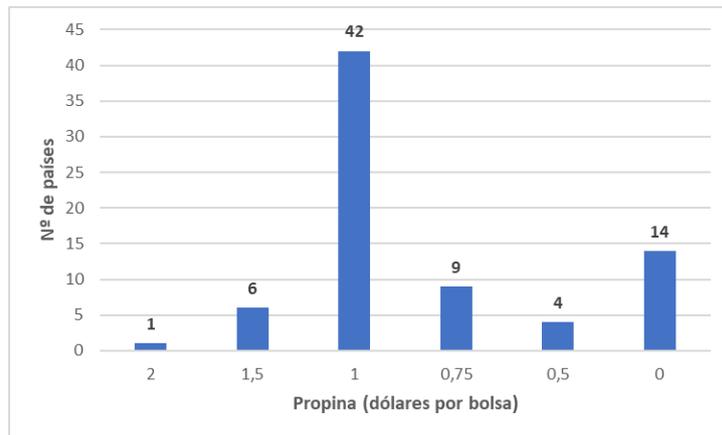
Se aprecia que donde las propinas son de mayor cuantía es en el sector hostelero — en términos relativos—, luego los taxistas encuentran lugares donde pueden conseguir una propina elevada, pero la costumbre más usada es dejar la vuelta o redondear la factura y los porteros reciben propinas que pueden considerarse bajas —en términos absolutos— un dólar por bolsa. En los tres casos, hay una opción que sobresale por encima del resto y suele ser dar una propina ni muy elevada, ni tampoco muy baja, pero contrasta con la cantidad de países donde no se suele dar propina, porque es también alta. En los restaurantes resulta que habría el mismo número de países que dejarían más de un 10% de la cuenta en propinas, que aquellos que dejarían menos del 10%. A los taxistas en una porción considerable se les daría entre un 10 y un 15% en algunos lugares.

⁵ Propinas dadas efectivamente después de un servicio y no la información recabada mediante encuestas sobre intención o sobre algunas de sus características.

⁶ Habla de porteros de hoteles, pero es de suponer que también se refiera a los botones.

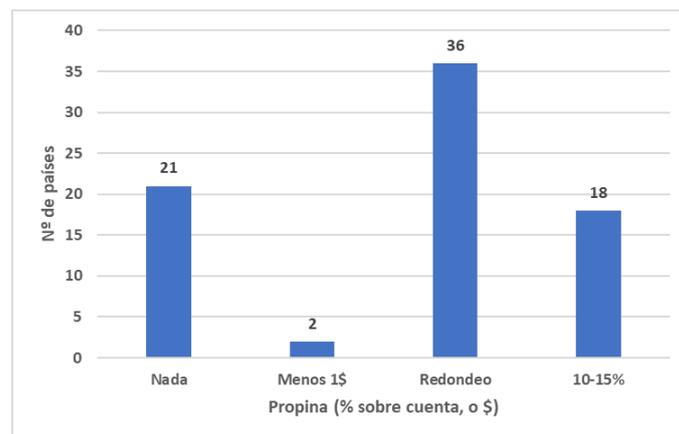
⁷ En la guía aparece a veces un intervalo de porcentajes, pero para facilitar la representación se usa la media.

Gráfica 2: Cantidad de países que dan propina a porteros (\$/bolsa)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

Gráfica 3: Cantidad de países que dan propinas en los taxis (en dólares o cómo % de la cuenta)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

Mansfield (2016) realiza un análisis empírico sobre las diferencias en las propinas dejadas en restaurantes en el mundo y los posibles factores que las explican. Para ello, recopila los datos provenientes de cinco guías turísticas diferentes, los armoniza y busca información sobre: el número de viajeros a Estados Unidos de cada país, el PIB per cápita... entre otras posibles variables explicativas. En contraste con la Gráfica 1, ese artículo obtiene que para 2011 en un tercio de los países del mundo no se dejaba propina. En la misma cantidad se daba un 10% (porcentaje sobre el valor de la cuenta) y, en menor proporción, un 15% de los países entrega más de un 10% de propina y el 10% de la muestra ofrecía menos del 10%. Comparando ambos resultados se observa que las dos costumbres más comunes serían: dar un 10% de propina y no darla, mientras, dar más o menos de esa cantidad serían opciones de menor frecuencia.

Por otro lado, hay que tener cuidado al observar estas gráficas, entre otras razones, porque depende de la cuantía de las facturas. Por ejemplo, un portero que ayude a unos huéspedes a subir 3 maletas podría conseguir 3\$, mientras que un taxista que esté recibiendo el 12,5% de propina por sus carreras recibiría 1,25\$ en una factura de 10\$, que

redondeando podría subir a 1,50 o 2\$ y un camarero que reciba entorno al 10% de propina en una cuenta de 25\$ ganaría 2,5\$ de propinas. En consecuencia, resulta difícil afirmar, a nivel global, quién gana más con esta clase de gratificaciones si los porteros, los taxistas o los camareros. Además, hay una serie de factores que influyen de una forma o de otra en cada servicio. Así, el portero no les cobra a los huéspedes y perfectamente se puede suponer que si recibe una propina es un acto voluntario en su totalidad, mientras taxista y camarero están cobrando por sus servicios y, tampoco se tiene en cuenta la frecuencia con la que cada uno de ellos las recibe.

A nivel geográfico donde en mayor cuantía se entrega esta gratificación es en el continente americano, especialmente Estados Unidos y Canadá, pero los trabajadores australianos también destacan por recibir cuantiosas propinas. Contrastan especialmente con el Sudeste asiático donde se dan muy pocas y de bajo valor. Allí las excepciones suelen ser aquellos establecimientos orientados a turistas que tratan de incorporar la costumbre de los extranjeros sobre las propinas (World Travelers of America, 2017).

A continuación, en el apartado 2.1. se analiza con más detalle el caso europeo y con especial atención a las propinas en España.

2.1. La propina en Europa y España

Si se observan las propinas en Europa de manera general parece que para los restaurantes estarían entorno al 10% y menores, para los porteros predominaría un dólar por bolsa y en cuando a los taxis parece que redondear la cuenta o dejar la vuelta sería la costumbre más extendida. Esto hace que, respecto al resto del mundo, en Europa dar propina sea una costumbre extendida, pero sin implicar grandes cantidades monetarias estando próxima de la categoría mundial más común.

Dentro de las propinas en los restaurantes en Europa los países que parecen dejar un mayor porcentaje de la cuenta son aquellos que están más al norte, como Suecia o Polonia, y algunos de los más representativos del sur, como Portugal o Italia, mientras que los países del centro dejan un menor porcentaje en comparación, véase Francia o Alemania.

Gráfica 4: Propinas restaurantes en Europa (% sobre la cuantía de la cuenta)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

En el caso de los porteros la costumbre más extendida es ofrecer un dólar por bolsa cargada, siendo Austria el único que daría una cantidad más alta y Hungría donde directamente no se ofrecería.

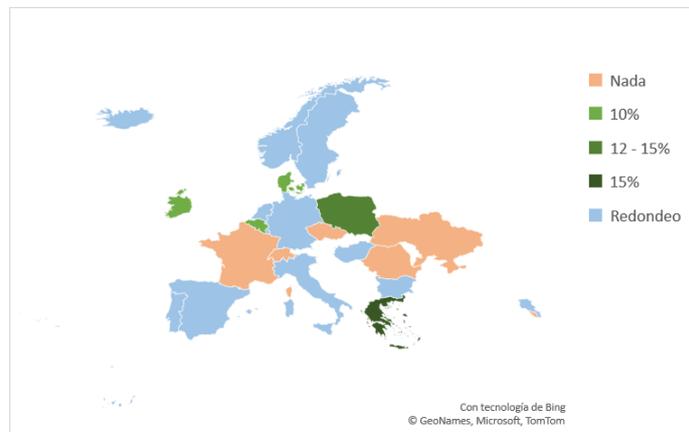
A los taxistas, sin embargo, lo más común es redondear ya sea dejando toda la vuelta de cambio o hasta llegar a una cifra redonda, aunque también es bastante común no dejar nada. La razón que puede estar detrás es que como los precios van en función del número de kilómetros recorridos y, a veces, las facturas quedan con cifras que puede dificultar el pago u obligan a cargar con calderilla. Curioso es el caso de Grecia que dejaría un 15% de propina sobre el precio del viaje, pero en los restaurantes sería solo la mitad de eso.

Gráfica 5: Propinas porteros en Europa (\$/bolsa)⁸



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

Gráfica 6: Propinas taxis en Europa



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de World Travelers of America (2017)

En cuanto a estas tres profesiones en España se tiende a dejar entorno al 8,5% de la cuenta de propina en los restaurantes, un dólar⁹ para los botones y a los taxistas el cambio o redondeo. En el ámbito europeo no resulta ser un país con propinas excesivamente altas, pero tampoco bajas y respecto al marco mundial solo parecen ser más bajas para el sector de la hostelería.

⁸ Como se comentó anteriormente, los datos vienen en dólares porque así aparecen en la fuente de información.

⁹ Realmente sería en euros, pero como los datos vienen en dólares se mantiene así.

En un estudio realizado por Mastercard (2019) sobre los españoles y las propinas¹⁰ comentan una serie de datos interesantes. La mayoría de las personas cuando dejan propina es en efectivo, pero un 30% sí que estaría interesado en poder hacerlo mediante tarjeta. En bares o restaurantes un 83% de las personas dejan propina y el 72% de los encuestados afirman que lo hace en función de su satisfacción con el servicio recibido. Muestran que, además, la hostelería es donde mayor propensión existe a dejar propina comparada con otras profesiones, pues a los repartidores de comida solo estarían dispuestos a dársela algo menos del 60% y entorno al 45% a los taxistas. En el caso de los empleados que ayudan con el equipaje en los hoteles sería un 64%. Estos datos informan sobre la proporción de personas que darían propina a distintos trabajadores y se puede suponer que donde sea mayor la proporción, mayor tiene que ser la posibilidad de recibirlas. Otro dato interesante, del mismo estudio, es que sobre el 65% de los encuestados cuando viajan al extranjero tratan de amoldarse a las normas sociales sobre la propina, imperantes en sus destinos. Esto es relevante porque significa que la influencia de la norma social, como uno de los motivos para dar propina, tiene capacidad para alterar la conducta de los consumidores, aunque la norma provenga de sociedades distintas con diferentes pautas de comportamiento.

Después de estos comentarios sobre la propina en distintas regiones donde se ha visto que hay tendencias globales, a pesar de las diferencias que existen, en el siguiente capítulo se intentará explicar cuáles son las posibles causas por las que se deja propina.

3. PRINCIPALES MOTIVOS PARA DAR PROPINA

Una vez visto qué es una propina, sus características principales y su situación en el mundo, en este capítulo se trata de explicar por qué la gente deja propina si es un gasto voluntario en el cual, no es necesario incurrir. Las tres explicaciones principales que aparecen en los estudios sobre propinas y que se desarrollan a continuación, son:

- 1) es una forma de agradecimiento.
- 2) es una norma social.
- 3) el cliente espera recibir un mejor trato en el futuro.

3.1. Gratitud y utilidad

Una de las razones que podría explicar la existencia de las propinas es la gratitud que pueden sentir los consumidores al recibir un buen servicio, siendo así, esta gratificación una forma de hacerlo.

Azar (2020) recopila datos de encuestas y trabajos anteriores sobre los motivos que llevan a las personas a dar propina, siendo la gratitud por un buen servicio una de las razones más repetidas. A su vez, defiende que este motivo explicaría por qué las propinas tienden a aumentar con el paso del tiempo. El querer agradecer un buen servicio llevaría a algunos consumidores a dejar una propina ligeramente por encima de lo que sugiere la norma social, para así mostrar que se quiere dejar más que lo mínimo aceptado socialmente. También, Azar (2003) afirma que los consumidores dan propina porque se sienten generosos cuando lo hacen y eso eleva su utilidad particular. La STS 2679/2021 en esta misma línea defiende que la importancia de las propinas va más allá de su cuantía económica, pues es en el reconocimiento al buen servicio (muestra de gratitud) donde radica su verdadero valor.

¹⁰ Se realizaron 1000 entrevistas a personas mayores de edad, con ingresos regulares y residentes en España.

Así mismo, Lynn (2021) comenta que ese aumento de utilidad podría ser causado por el hecho de mostrarse ante los demás como una persona generosa que deja propina. Esta afirmación se puede inferir de los resultados que obtiene sobre la probabilidad de dar propina y su cuantía cuando existe un tarro de propinas visible. Concluye que las propinas son más grandes cuando el tarro está vacío que cuando está lleno, pero la probabilidad de dar propina disminuye. Por ende, la utilidad marginal de dar propina es mayor cuanto más destaca sobre el resto.

Entonces, la idea detrás de este motivo para explicar el por qué se deja propina es simple, los clientes dejan propina porque ese acto eleva su utilidad personal más que la cantidad que entregan como gratificación.

3.2. Norma social y desutilidad

Se puede entender a la propina como una norma social debido a una serie de características que cumple. Por eso, en este apartado se busca explicar por qué se la puede considerar una norma social y cuáles son sus consecuencias.

Para empezar, una norma social es aquella que regula y facilita la convivencia entre distintos individuos de una misma comunidad de una manera no explícita y su incumplimiento no implica sanciones legales, sino rechazo social. Por eso, a las propinas se la puede considerar una norma social, porque encaja en la definición. También, se podría considerar que dar propina es una norma imperativa y no solo descriptiva, porque aparte de tratar de regular el comportamiento de los individuos en una determinada situación el no cumplirla acarrea una valoración socialmente negativa (Lynn, 2021). Entonces, es ese rechazo social lo que provoca que las personas dejen propina para no sufrir una pérdida de utilidad al sentirse mal: avergonzado, juzgado, culpable... (Azar, 2003). En consecuencia, una razón para dar propina es no ser discriminado por el resto de las personas o evitar transmitir una mala imagen.

Conlin, Lynn, y O'Donoghue (2003) ya plantean un modelo teórico donde parten de la hipótesis de que una persona experimenta desutilidad cuando no se comporta como dicta la norma social. En ese trabajo concluyen que la existencia de la norma social podría ser una explicación sobre por qué se dan propinas, al estar ligadas con la calidad del servicio. Si al recibir un buen servicio no se recompensa el esfuerzo que implica, el cliente puede sentirse avergonzado en la medida que cree no estar compensando apropiadamente.

En la misma línea, Azar (2005) plantea otro modelo teórico que consiste en una sola interacción entre un camarero y un cliente donde primero juega el camarero escogiendo el nivel de calidad que va a dar, el cual depende del esfuerzo empleado. Después, el cliente actúa ofreciendo cierta cantidad de propina en función de la calidad que recibe. Concluye que a mayor sensibilidad de la norma a la calidad del servicio, mejor servicio y mayor bienestar social. Pero si ocurre al revés y es poco sensible a la calidad, entonces puede conducir a una pérdida total de la misma. Si los camareros —o cualquier otro trabajador con propinas—, va a recibir las mismas gratificaciones por un mal o buen servicio se elimina por completo el incentivo a esforzarse y ofrecer una mayor calidad. Por esta razón, afirma que la norma tiene que ser sensible a la calidad, de tal forma que, si el esfuerzo es elevado, entonces la propina también lo sea, pero si resulta bajo la propina sea igual. La otra conclusión importante a la que llega es que las normas sociales pueden ser causadas por razones económicas, pero a la vez estas alteran el comportamiento económico. Por ejemplo, se recibe un buen servicio por lo que se entrega una propina, la repetición de este hecho crea una norma y la norma local será dar un 10% de propina, así que, un foráneo por no ofender, por no salirse de la norma, también entregará esa cantidad.

En el estudio realizado por Lynn y Starbuck (2015), en el cual tratan de averiguar por qué existen diferencias a nivel nacional a la hora de dar propina, proponen un esquema sobre cómo las propinas se convierten en normas sociales. Su planteamiento consiste en que las primeras propinas son dadas voluntariamente para ayudar o agradecer un servicio, lo que ejerce presión social sobre el resto de los consumidores a imitarles. Esta imitación se repite hasta llegar al punto en que todo el mundo interioriza la acción de dar propina. Entonces, sugieren que las propinas son diferentes entre países en la medida que cada población tiene una determinada actitud hacia ellas, son más sensibles a la presión social o a interiorizar la norma social y seguirla. Aunque su análisis está realizado para los restaurantes, sus conclusiones pueden ser extrapoladas a otros servicios. Este esquema de cómo surgen las normas sociales combina muy bien con la afirmación que hace Azar (2005), sobre que algunos hechos económicos pueden crear normas sociales y, a la vez, las normas sociales pueden influir en la economía. Así, la combinación de esos dos conceptos no solo explicaría cómo surgen las propinas, sino también otras costumbres.

Primero, alguien realiza un determinado acto, después otras personas lo imitan hasta que es interiorizado por la sociedad y se convierte en una norma social.

Segundo, como es una norma social las personas tratan de seguirla y en su empeño, gastan en ocasiones sus recursos económicos¹¹.

Esa forma de instaurarse las propinas como norma social concuerda con uno de los resultados del estudio de Mastercard (2019) donde se afirma que, los españoles al viajar al extranjero tratan de amoldarse a la costumbre local sobre las propinas. En la misma línea, Mansfield (2016) afirma que uno de los factores que mejor explican las diferencias en las propinas de los países es el grado en el que sus ciudadanos viajan a Estados Unidos y viven una experiencia inmersiva de su cultura (estudiar, trabajar o por turismo). La explicación es que después de experimentar las altas¹² propinas que se dan en Estados Unidos se interioriza la costumbre y siguen dando propinas elevadas, aunque regresen a su país de origen. La cuestión es que una norma social local de dar propina puede perdurar en los individuos extranjeros. Otro de los factores que menciona Mansfield es que la propina dada en los países se ve influida por la que se da en los países vecinos. Lo cual, refuerza la idea de la movilidad de las normas sociales y su capacidad para influir en las propinas, porque si una región está rodeada de otras donde se dan en gran cuantía, entonces, es muy probable que esa región también acabe entregando grandes propinas.

Este motivo, el de la norma social y la desutilidad, podría explicar por qué en ocasiones las propinas parecen más una obligación que un acto voluntario y es porque, en cierta manera, sí que estarían forzando a los clientes a incurrir en este gasto extra de una forma no explícita. Se puede suponer que este motivo completa al anterior, porque mientras el primero intenta recompensar el esfuerzo de dar propina, el segundo castiga cuando no se hace. A veces, se intenta discernir las posibles causas de un fenómeno para poder señalar con claridad cuál es la principal, pero en el caso de las propinas es plausible pensar que sea el efecto combinado de estas dos primeras lo que explique mejor por qué los consumidores dan propinas. Uno como un incentivo positivo y el otro como una consecuencia negativa.

¹¹ Escanciar sidra es un ejemplo de esto. Es una bebida común en otros lugares, pero solo en Asturias se escancia y en esta región es extraño no hacerlo. Alguien en algún momento empezó a servirla así, otras personas lo vieron y comenzaron a imitarle hasta que se interiorizó. Tiempo después es una norma social, lo cual tiene sus consecuencias económicas, desde la cantidad de contenido que se desperdicia hasta los complementos que se fabrican o los eventos celebrados alrededor de esta costumbre.

¹² Las más altas del mundo en términos relativos, un 17,5% (World Travelers of America, 2017).

3.3. Esperanza de un mejor servicio

Otro motivo que se podría plantear, aparte de los anteriores, es que se deja propina con la esperanza de recibir un mejor servicio en el futuro al repetir la misma transacción, bajo las mismas circunstancias. Así, hay estudios que afirman que cuantas más veces se acude al mismo establecimiento el porcentaje entregado de propina crece (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003).

Siguiendo ese razonamiento, en el caso de que fuera el único motivo imperante se podría suponer que cuando no se espera repetir esa transacción en el futuro, los consumidores no dejarán propina o, por lo menos, una de muy poco valor. Pero al parecer no sucede esto. Los consumidores que no tendrían pensado repetir el servicio también dejan propina (Azar, 2003). Esto hace pensar que la esperanza de un mejor servicio en el futuro no actuó como el único motivo para dejar propina. Parece más razonable que funcione en colaboración con los mencionados anteriormente aumentando tanto la probabilidad, como la cuantía de las propinas en aquellos establecimientos donde se espera regresar. Esto es, porque no parece que sea la razón principal por la que se deja propina, sino más bien, otro argumento a favor.

Así, aunque la esperanza de un mejor servicio futuro sea un motivo que favorezca la entrega de propina y aumente su cuantía, parece que hay otros factores los cuales influyen más, como la calidad del servicio (Banks, Woznyj, & Kepes, 2018)

Además, estos motivos no actúan solos, pues a pesar de la existencia de motivos fuertes para ofrecer propina si los factores que rodean al acto no son los apropiados la cantidad dada puede mermar e incluso, el consumidor puede negarse a darla. Por esa razón en el siguiente capítulo se tratan aquellos factores que influyen sobre las propinas.

4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CANTIDAD DE LAS PROPINAS

En este capítulo se procede a analizar algunos de los factores que más afectan no solo a la probabilidad de dar propina, sino también a la cantidad. Desde la calidad del servicio que perciben los clientes hasta el horario del servicio son posibles factores que puede alterar la cantidad dada en propina. Algunos dependen del esfuerzo del trabajador, mientras que otros están relacionados con las características personales de los consumidores y algunos otros son ambientales.

4.1. La calidad del servicio

Cuando uno de los motivos para dar propina es la gratitud que siente un consumidor por el servicio prestado, es fácil suponer que debe existir algún tipo de correlación entre la calidad del servicio y la propina. Conlin, Lynn y O'Donoghue (2003) tras analizar los datos recabados mediante encuestas a clientes de restaurantes en Texas, comprueban que la calidad del servicio resulta significativa para explicar la cantidad que se deja de propina. A mayor calidad del servicio, mayor propina. Este resultado está obtenido para el sector de la restauración, pero es muy plausible que ocurra lo mismo en otros servicios. En el estudio de Mastercard (2019) la satisfacción con el servicio es una razón que muchos encuestados dieron para justificar por qué dan propina.

Por otro lado, Azar (2020) en la serie de estudios que revisa encuentra que esta correlación es positiva, pero moderada. Eso sugiere que, a pesar de existir una relación directamente proporcional, pues al aumentar la calidad del servicio aumenta también la cantidad dejada de propina, resulta que ese incremento no es de una gran cuantía. Lo que

le lleva a pensar que las personas que reciben propinas sobreestiman la sensibilidad de estas a cambios en la calidad de los servicios que ofrecen.

4.2. En función de la cuenta

El cliente a la hora de decidir cuál va a ser la cantidad monetaria que va a entregar puede dudar entre dar un porcentaje sobre el total de la cuenta (un 15 o un 20%) o una cantidad dineraria escogida al azar (3 o 5€). Es plausible plantear esta cuestión en aquellos servicios donde existe una factura, como taxistas o camareros, pero hay otros donde no la hay, es el caso de botones o crupieres. Este factor hay que valorarlo porque la cantidad recibida en concepto de propinas puede variar mucho.

La propina con un sistema relativo a la cuenta aumenta según lo haga la factura y el porcentaje, y ese porcentaje puede venir determinado por cada cliente, ser lo socialmente aceptado o, incluso, que venga prefijado por el establecimiento ya sea como un mandato exigiendo esa cantidad (cargo por servicio) o como una sugerencia sobre lo que considera una propina razonable. En el caso contrario, puede depender de otras razones: ser una cantidad fija por una acción —un dólar por maleta cargada—, una valoración social sobre cuánto debe ser la propina —socialmente se acostumbra a dejar X dólares o euros—, o que el consumidor valore el servicio recibido, pero no como un porcentaje de la cuenta, sino como una cantidad determinada de dinero —un par de dólares—. Dejar el cambio o redondear la cuenta sería otra modalidad dentro de esta segunda opción.

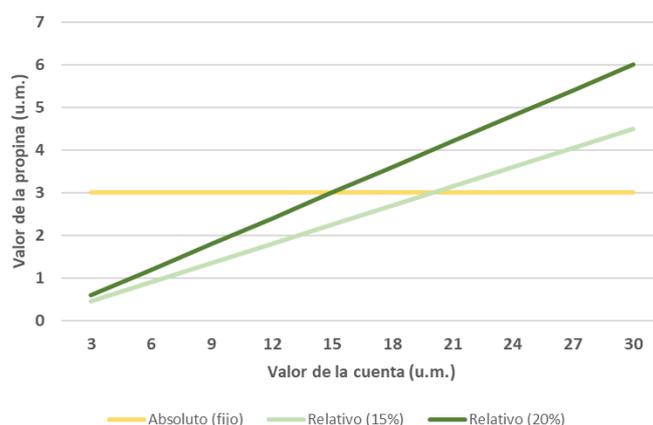
Si se piensa en los camareros, por ejemplo, se puede argumentar que según aumenta el número de platos de una orden o la cantidad de personas en una mesa, el esfuerzo necesario en el que incurre el trabajador que les atiende será mayor y, por tanto, parece lógico ligar la propina a la cuenta porque se estaría recompensando un mayor esfuerzo (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003). Sin embargo, dos platos que son iguales en sus condiciones físicas¹³, siendo la única diferencia el precio, no parece justificación suficiente para que el cliente deba dar una mayor propina solo porque uno de los platos sea más caro que el otro si para el camarero le acarrea la misma cantidad de esfuerzo. (Azar, 2020).

Para ver la diferencia entre las dos opciones se puede plantear un ejemplo genérico que consiste en: 10 cuentas distintas que van aumentando de 3 en 3 unidades monetarias (u.m.) y para cada una de ellas se puede calcular cuánto sería la propina si hubiera que dejar un: 15%, un 20% o solo 3 u.m. En la Gráfica 7 se comparan estos supuestos. En esta situación pueden verse representados aquellos servicios donde se pudiera recibir propinas como un porcentaje de la factura, pero que también fuera posible dar una cantidad cualquier sin ser asociada a la cuenta, sino a otras características —taxistas por km recorrido, camareros por plato servido, repartidores por bolsa cargada...—.

Para valores bajos de factura los trabajadores obtendrían más en concepto de propina si lo común para ellos fuera recibirlas como una cifra determinada, pero si las cuentas son grandes —un trayecto en taxi muy largo, grupo numeroso en un restaurante o una compra muy cara—, entonces les resultaría más rentable que la propina fuera un porcentaje de la cuenta. Simplemente, porque al ser mayor la factura, mayor sería la gratificación. La diferencia entre un 15% y un 20% se traduce en la velocidad con que se llega al punto donde se cambiaría de preferencia al igualarse cuantía fija y relativa.

¹³ Temperatura, peso, si es sólido o líquido...

Gráfica 7: Propinas en función de la cuenta y cantidad fija



Fuente: Elaboración propia

Así, en la Gráfica 7, para que resultase beneficioso tener propinas proporcionales la cuenta tendría que valer un poco más de 21 u.m. si fuera al 15%, pero 15 u.m. si fuera al 20%. Los clientes preferirían justo lo contrario para cuentas pequeñas dar una cantidad proporcional, mientras a mayores valores entregar una cuantía fija baja. La razón es, porque la cantidad monetaria que tendrían que ofrecer para satisfacer la norma social de dar propina y mostrar su gratitud sería menor.

Las variables que afectan a la cuantía de la propina cuando es proporcional son: 1) el tipo de porcentaje usado y 2) la magnitud del monto sobre el que se aplica. Entonces, los trabajadores que pudieran usar un método u otro deberían estimar cuánto ganarían si recibieran propinas ligadas a la factura o a alguna otra variable. Hay que recordar que el tipo de porcentaje que se use puede estar fuertemente ligado a lo que dicte la norma social.

4.3. Género, edad y raza

El género, la edad o la raza son una clase de atributos que podrían afectar a la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio recibido, además de llevar a los trabajadores a percibir que reciben menos propinas de determinados colectivos.

Para los atributos de edad y género, Conlin, Lynn, y O'Donoghue (2003) realizan una serie de encuestas donde obtienen 1.393 observaciones provenientes de restaurantes de Texas y preguntan por las características personales (edad y sexo) de camareros y clientes, entre otras particularidades. Según sus datos parece que las mujeres dan más esta gratificación cuando son atendidas por un hombre que por una mujer, mientras que, en el caso de los hombres no se aprecia una diferencia significativa. Sin embargo, al comprobar este efecto junto con la edad de los clientes, entonces, resulta que los varones adolescentes y adultos jóvenes sí dejan más propina cuando son atendidos por mujeres.

Brewster, Gourlay y Nowak (2021) realizan tres estudios queriendo averiguar si la raza y el género influyen en las propinas que se reciben en los restaurantes. En el primero se hizo un muestro estratificado en línea de consumidores asiáticos, negros, hispanos y blancos obteniendo 914 observaciones y no vieron que la raza o el género fueran significativos respecto a la cantidad de propina que dejarían, pero realizaron más pruebas porque no confían del todo en las respuestas de los encuestados. En el segundo estudio participan 1.356 personas provenientes de *Amazon Mechanical Turk* y del análisis de las respuestas comprueban que no hay diferencia en la cantidad que recibían los camareros

negros y los blancos, en promedio, pero sí que se dejaría más propina a una camarera blanca que a una camarera negra y más a un camarero negro que a un camarero blanco. Para corroborar sus resultados hacen un tercer estudio con 417 consumidores donde en la encuesta, también añadieron fotos representativas de las categorías que querían analizar. Los resultados de ese estudio concluyen que no había diferencias significativas en las propinas que recibirían los camareros por cuestión de género o raza¹⁴.

Ayres, Vars, y Zakariya (2005) analizan datos sobre las propinas que las personas dan a los conductores de taxi. Tras su análisis descubren que existe una diferencia significativa entre las propinas que reciben los conductores blancos y los pertenecientes a minorías raciales, siendo mayores para los primeros. Esta discriminación se mantiene indistintamente de la etnia a la que pertenezca el pasajero que da propina¹⁵. También, si el pasajero era mayor que el conductor daría una mayor cantidad, pero no encontraron datos significativos sobre si influía a la propina el género de los pasajeros.

Dados estos resultados se puede pensar que, en promedio, la raza no sería un factor significativo para las propinas en el sector hostelero, pero sí para los conductores de taxis. Atributos como el género y edad pueden llegar a influir, sobre todo cuando se analizan cruzados. Es comprensible, entonces, pensar que estos efectos puedan darse en las demás profesiones que reciben propinas o que dependiendo de la región exista alguna discriminación adicional, pero para poder afirmar eso serán necesarios más estudios.

4.4. Otros

Existen otros factores que, de manera directa o indirecta, influyen sobre las propinas que reciben algunos trabajadores. Desde el horario en que se realiza el servicio hasta el grado de empatía que puede sentir un cliente por el esfuerzo del empleado.

El horario puede ser muy importante en algunos negocios como es el caso de un restaurante. No es lo mismo que el servicio se desarrolle entre semana que en sábado o domingo, porque la afluencia de clientes es mayor y eso puede afectar reduciendo la percepción de la calidad del servicio. Una peor percepción del servicio tendrá consecuencias negativas en la cuantía de las propinas (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003). Lo mismo puede suceder para determinadas horas del día. Por ejemplo, la carrera de un taxista de noche será más elevada que si fuera por la mañana o el servicio de botones que será más demandado a la hora del *check-in*.

Según Azar (2003) y (2020) la empatía y la generosidad estarían detrás de la ganancia de utilidad que sienten algunas personas al dejar propina y mostrar gratitud. Cuanto más empatiza el cliente con el trabajador, mayor es su propensión para dar propina (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003). Así, se puede pensar que la empatía sea uno de los factores que actúen detrás de la gratitud. Si se empatiza con el trabajador es factible creer que se estará más agradecido con el esfuerzo hecho. Algunas acciones que se pueden tomar para incrementar el valor de la propina por el camino de la empatía serían: hacer cumplidos a los clientes, llamarlos por su nombre o darles recuerdos (Lynn, 2021).

Otras acciones que favorece la propina y no tienen que ver con la empatía son, facilitar su cálculo a los clientes y ofrecer más medios para que puedan entregarla. Así, Azar (2020) comenta como algunos taxis y restaurantes reservan un espacio para insertar la

¹⁴ Matizan que los datos son intenciones de los encuestados y no provienen de un entorno real donde otras variables podrían generar ruido, sin embargo, los autores creen que sus resultados son consistentes.

¹⁵ Apuntan que algunos de sus resultados pueden ser inconsistentes a la hora de extrapolarlos a poblaciones más grandes debido a que se basan en el análisis de una pequeña muestra de una sola ciudad.

propina cuando se paga con tarjeta de crédito¹⁶ en la factura o, incluso, ya calculan al cliente de cuánto sería una propina de un determinado porcentaje sin obligarle a dar esa cantidad, solo como una sugerencia. El *Internal Revenue Service* (2022) muestra un ejemplo de cómo en la factura se pueden ofrecer una sugerencia con varios niveles de propina. Otras alternativas serían colocar carteles agradeciendo las propinas de manera desenfadada o añadiendo eslóganes sencillos en los menús (Lynn & Starbuck, 2015).

Esto demuestra que las propinas tienen cierto carácter subjetivo, pues en parte van a depender de las emociones que el trabajador despierte en los clientes. Cuánto mejor sea la relación empleado-cliente, más fácil será que reciba propinas y que sean de cantidades mayores. A la inversa, esto implica también que cuanto peor sea, más difícil será recibir propinas de una cuantía considerable.

5. IMPUESTOS, RIESGO MORAL Y REPARTO

En los capítulos anteriores se ha tratado qué es la propina, su posición en el mundo, cuáles son las causas y los factores por los cuales se ve afectada. Al fin y al cabo, son temas intrínsecos a la propina por referirse a su definición o características. Por eso, este nuevo capítulo versa sobre algunos problemas de las propinas que se pueden considerar extrínsecos. Esto se debe a que se refieren a su relación con hechos que van más allá de sus características internas. Se pueden agrupar en tres bloques principales:

- 1) cómo tributan las propinas.
- 2) cuáles son los riesgos morales que acarrea su uso.
- 3) cómo hay que repartirla.

5.1. Tratamiento fiscal y regulación

Dependiendo del país donde se entregue la propina la forma que tendrá de tributar será distinta. En el caso de Estados Unidos todas las propinas están obligadas a tributar como un ingreso más dentro del impuesto federal sobre el ingreso. No importa que hayan sido entregadas en efectivo, mediante cualquier tipo de tarjeta o, incluso, sean artículos de valor (Internal Revenue Service, IRS, 2022). Pero dada la naturaleza de las propinas, existe riesgo de fraude y Banks, Woznyj y Kepes (2018) comentan que, tanto empleadores como trabajadores, tienen fuertes incentivos a no declarar la totalidad de esta clase de ingresos. Las razones son que del total de ingresos que obtendrían dejarían una parte sin declarar, lo que hace que sus rentas declaradas sean más bajas y, entonces, paguen menos impuestos. Esto les permite tener una mayor renta disponible, porque conservan una parte de sus ingresos intacta y, por otro lado, entregan menos dinero a la administración pública.

Las propinas no tienen en España una ley o artículo que las regule de forma explícita y general para cualquier clase de trabajo, pero eso no significa que no venga recogida en la ley algunas formas mediante las cuales podrían tributar o que haya algunas profesiones donde sí, estén reguladas. Encajarían en la definición de rendimiento del trabajo que aparece en el artículo 17 del LIRPF¹⁷, pues son, o se podría considerar que son, contraprestaciones monetarias que recibe una persona por su trabajo personal y no corresponde al rendimiento de una actividad económica.

¹⁶ Hay que recordar que según Mastercard (2019) al 30% de sus encuestados les gustaría dejar propina mediante tarjetas de crédito.

¹⁷ Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio

Los casinos de juego son, por ejemplo, uno de los negocios donde las propinas están reguladas por ley. Su tratamiento viene recogido en el artículo 28 del RCJ, ahí se explica que las propinas deben ser depositadas en una caja cerrada, cuando termina el horario de juego se realiza la cuenta de ellas y, después, del tronco de propinas se realiza un reparto entre el personal del casino, además de pagar cuotas a la Seguridad Social y otros servicios en favor de los trabajadores. A parte, en los distintos convenios colectivos de los casinos se amplía y completa lo que indica el RJC, así, por ejemplo, en el correspondiente al Casino de Juego Gran Madrid, S. A. se destina 10.370€ a comprar regalos a los hijos de los trabajadores menores de 12 años como una prestación social¹⁸, o El Gran Casino de Castellón S.A que ofrece una ayuda de 170€ a los empleados que se casan o se inscriben como pareja de hecho¹⁹. Por otro lado, la hostelería o el sector del taxi no tienen en sus convenios colectivos artículos que traten el tema de las propinas. Otra profesión donde las propinas puede suponer un problema es en el caso de los guías turísticos y los *free tours*, personas o empresas que hacen la labor de guías turísticos, pero no tienen un precio fijado previamente, ya que queda en mano del cliente pagar lo que considere adecuado. Según comentan Gutiérrez y Roldán (2020) las propinas que reciben los guías turísticos pueden tratarse de diversas formas, pues si el trabajador es por cuenta ajena, entonces se las entrega al empresario que se las devuelve como un extra sobre su salario considerándose como una donación del cliente al trabajador. En el caso contrario, cuando es por cuenta propia esas mismas propinas se considerarían como ingresos provenientes de clientes y no donaciones. Afirman que el problema con los *free tours* es que no están dados de alta en la Seguridad Social, ni generan facturas, por lo que, los ingresos por propinas que generan no son declarados ante la agencia tributaria.

Una posible alternativa de interpretación es que las propinas, aunque vayan con intención de recompensar las acciones de un trabajador al recibirlas durante su trabajo se podrían considerar ingresos de la empresa y, por tanto, aparecer dentro de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como indica el Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio²⁰.

5.2. Problemas de riesgo moral

Se da una situación de riesgo moral cuando una persona busca de forma oportunista su propio beneficio bajo la premisa de que su comportamiento es difícilmente observable, y sus acciones causan algún tipo de perjuicio a terceros. Aunque las propinas sirvan como medio para evaluar la calidad del servicio que ofrecen algunos trabajadores e incentivarles a esforzarse más, también, pueden actuar como un incentivo perverso, ya que, tratando de maximizar sus ganancias personales perjudique al negocio.

La idea inicial es que, si las propinas van ligadas a la calidad del servicio y son sensibles a cambios en el nivel de la calidad, entonces, es esperable que los trabajadores que den un mejor servicio reciban mayores propinas (Azar, 2003). El cliente al recibir el servicio y dar propina en función de la calidad que recibe se convierte en un supervisor natural del empleado, siendo la propina un incentivo para mejorar (Azar, 2020). Pero si la desutilidad que padece un cliente por no dejar propina es mayor que la sufrida por el empleado al no esforzarse y no recibirla, entonces, tendrá más posibilidades de suceder

¹⁸ RESOLUCIÓN de 9 de octubre de 2019, de la Dirección General de Trabajo de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, sobre registro, depósito y publicación del convenio colectivo de la empresa Casino de Juego Gran Madrid, S. A. (Código 28000452011983).

¹⁹ Resolución y articulado del Convenio Colectivo de Trabajo de la empresa GRAN CASINO DE CASTELLÓN S.A., código 12002070012008.

²⁰ Última actualización 03/06/2021

que los clientes dejen propina aun cuando los trabajadores no se esfuercen (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003). Esta idea puede verse en Azar (2020) cuando comenta dos estudios empíricos previos y afirma que es baja la sensibilidad de las propinas a cambios en la calidad del servicio, por tanto, los camareros —u otra clase de empleados— podrían esforzarse menos, ya que, la repercusión en su utilidad por recibir menos ingresos extras sería compensada por la ganancia de trabajar con menor intensidad. Aunque la propina tenga un carácter voluntario parece que la voluntariedad está más relacionada con la cuantía que con el hecho de darla (Woodhead, 2000), en determinadas situaciones²¹, eso explicaría la baja reacción ante la calidad del servicio, porque a pesar de que fuera deficiente el cliente siente la obligación moral de dejarla.

Otro riesgo moral que existe, en la línea de lo anterior, ocurre cuando el empleado que va a recibir una propina, con la esperanza de aumentarla, favorece en demasía a unos clientes en perjuicio de otros (Conlin, Lynn, & O'Donoghue, 2003) o, incluso del propio establecimiento. Ya sea prestando una atención excesiva mientras ignora a otras mesas o regalando recursos de la empresa —en un restaurante pueden ser consumiciones o en una peluquería productos de cosmética—.

A continuación, en el siguiente apartado, se tratan las dificultades que surgen cuando se intenta repartir la propina entre varios empleados y, también, se comenta un caso particular de riesgo moral²² que ocurre cuando un grupo de personas tienen que colaborar para conseguir un mismo resultado.

5.3. Reparto de la propina

Una duda recurrente respecto las propinas es sobre cómo se reparten y a quién le pertenecen. Esta cuestión es frecuente plantearla en aquellos servicios donde es el trabajo conjunto e inmediato de varios miembros el que logra el resultado final que llega al consumidor. Por ejemplo, en un restaurante para servirle un plato a un cliente es necesaria la colaboración de los cocineros, los friegaplatos y los camareros, sin embargo, esa clase de atribución no tiene sentido para un taxista autónomo que trabaja solo. En la cadena de producción los eslabones que pueden sentir el derecho a reclamar su parte de las propinas son aquellos cuyas contribuciones están temporalmente próximas al resultado final. Entonces, las tres posibilidades principales de reparto serían:

- 1) la propina es de quien la recibe (el trabajador que la recibe directamente).
- 2) se reparte entre los compañeros de una misma categoría (todos los camareros).
- 3) se reparte entre todos aquellos que con su aportación próxima en el tiempo se logra el producto final (todo el personal del restaurante).

Entonces, en un primer momento, se podría argumentar que las propinas son para quien se las gana porque muchas veces el último eslabón de la cadena es el más visible y el trato con el consumidor puede ser decisivo, tanto para recibir esa cuantía extra, como para aumentar su tamaño. Pero, para evitar incentivos perversos por parte de la persona que recibe la propina algunos negocios prohíben aceptarlas a título personal o que cargos de dirección puedan recibirlas. Eso mismo indica el artículo 28.3 del RCJ para los casinos. Por otro lado, el hecho de no repartirla entre todos los trabajadores de una misma categoría puede provocar problemas de eficiencia al no desenvolverse correctamente el

²¹ Por ejemplo, en los restaurantes o taxistas estadounidenses donde la costumbre de las propinas está muy arraigada en la sociedad y ofrecerla se da por hecho, siendo más libre la decisión sobre la cantidad.

²² Ese riesgo moral se plantea junto al tema del reparto de la propina porque guarda estrecha relación con él y se entiende mejor así.

servicio. Los trabajadores podrían competir entre ellos por los mejores servicios, evitando colaborar y perjudicando así el funcionamiento correcto del negocio.

En la segunda opción, cuando se reparte entre todos los trabajadores de una misma categoría se busca fomentar la cooperación y facilitar la agilidad en el servicio, aunque abre las puertas a que aparezca la figura del *free-rider*²³ (Azar, 2003). En el caso de los restaurantes, un camarero podría maximizar su utilidad esforzándose menos cuando existe el reparto de propinas. Para ejemplificar esta situación se realiza el siguiente juego simultáneo en el que 2 camareros pueden decidir entre esforzarse o no, el esfuerzo conlleva una pérdida de 4 unidades de esfuerzo, u.e., que valoran en 4 unidades monetarias, u.m. y la propina recibida cuando uno se esfuerza es de 6 u.m. que reparte entre ambos:

*Juego 1: El problema del free-rider*²⁴

		Camarero 2	
		Esforzarse	No esforzarse
Camarero 1	Esforzarse	2, 2	-1, 3
	No esforzarse	3, -1	0, 0

Fuente: Elaboración propia

Al resolver este juego resulta que el equilibrio de Nash se da cuando ambos camareros deciden no esforzarse, porque en esa situación ninguno quiere cambiar su jugada. Es la mejor respuesta a la mejor respuesta del otro. Aunque existe otra alternativa que es más eficiente en el sentido de Pareto y es cuando los dos se esfuerzan. Si se jugara una sola vez, ninguno de los camareros tendría suficiente información como para confiar en el otro y esforzarse, pero si supone que es un juego que se van a repetir muchas veces, sin saber cuál va a ser la última vez, entonces, se convierte en un juego de infinitas repeticiones donde esforzarse para ambos se vuelve un equilibrio jugable. De esta forma, aunque puede aparecer la figura del polizón, si los incentivos son los adecuados —las ganancias de colaborar— y es una situación que se va a repetir a lo largo del tiempo, entonces se fomenta la cooperación. Una solución real ante este problema, uno de los camareros no se esfuerza, sería que los demás lo excluyeran del reparto o avisaran al supervisor pidiendo su sustitución. Azar (2003) sugiere como solución formar pequeños grupos de trabajadores donde se supervisen mutuamente. Aunque el ejemplo está comentado para los camareros de un restaurante, la idea general es aplicable a cualquier otro sector adaptándose a sus características particulares.

La tercera opción de reparto de las propinas consiste en que se divida entre todos los miembros de la empresa que tienen algo que ver con el producto final, puesto que, sin su correcto desempeño la cuantía de la propina puede ser menor o no darse. Parece poco probable que un consumidor esté dispuesto a pagar un extra por una comida, o un servicio, o unas condiciones físicas del local, inferiores a una calidad esperable. La STSJ PV 1613/2017 de 18 julio respalda la postura de repartir las propinas entre todos los empleados que prestan servicio y no limitar al reparto solo a quien la consigue. El contexto de la sentencia es que, en la cafetería y restaurante de un hotel, el reparto de las propinas era gestionado solo por dos camareros y únicamente se repartían entre los

²³ *Free rider* o, también llamado polizón, es aquella persona que en un trabajo en grupo forma parte del reparto de las ganancias finales del trabajo colectivo sin esforzarse o aportar su propio esfuerzo.

²⁴ Los valores dados son arbitrarios, fueron escogidos para representar la idea descrita en el párrafo anterior sobre la aparición del *free rider*. Si se alteran los valores iniciales se podría explicar otras situaciones.

camareros, excluyendo a friegaplatos, cocineros, extras y personal de limpieza. El argumento que marca el fallo de la sentencia es que la propina no se da a una persona concreta, sino que, se entrega de manera generalizada. Esto se debe a que, muchas veces, cuando se da una propina es difícil determinar qué hecho concreto lleva al cliente a querer ofrecerla. Como sugiere Azar (2020), el reparto de propinas entre todos los trabajadores de una empresa es una buena forma para motivar a todos los empleados sin perjudicar el buen funcionamiento del negocio.

Las tres alternativas de reparto de las propinas (para quien la recibe, entre empleados de una misma categoría y todos los trabajadores), tienen sus ventajas y desventajas, y dependiendo de la situación de cada empresa puede interesar más una forma u otra. Así, cuando un trabajador realiza él solo el servicio sin relacionarse con más compañeros —un taxista—, entonces resulta mejor la primera alternativa. Si son varias personas las que comparten el mismo espacio de trabajo, realizan las mismas actividades y tienen acceso a la misma fuente de clientes —dos peluqueros contratados en un solo local—, entonces, es más recomendable la segunda. Pero cuando se trata del trabajo conjunto de varios empleados con distintas funciones y no es fácil determinar a qué hecho en concreto va dirigida la gratitud de la propina —el caso de un restaurante—, entonces es más recomendable la tercera alternativa.

6. PROPINA Y SALARIOS

Desde el principio queda claro que las propinas son ingresos extrasalariales por su naturaleza, pero, aun así, existe una relación clara entre propina y salarios. Ambos son rentas que reciben algunos empleados durante el desempeño de sus labores, aunque provengan de distintas fuentes —de forma voluntaria por los clientes y de un contrato por el empleador—. Además, modificaciones en los salarios pueden afectar tanto a la posibilidad como a la cuantía de las propinas recibidas.

Otro punto importante para este capítulo es que el valor monetario de esta liberalidad es muy variable. Azar (2003) indica que la propina es muy elevada en algunos restaurantes de Israel, pero también puede ser escasa como se comenta en la sentencia STS 2679/2021. Por eso, no se comentará el supuesto donde los empleados solo reciben propinas, porque no es muy común y el caso más parecido sería el de los *free tours*. Aparte de eso, como las propinas a veces no suponen grandes cuantías en muchas ocasiones simplemente se pagan salarios corrientes y se deja el uso de la propina sin restricciones, como tiende a ocurrir en España. Pero, existen dos variaciones importantes a este sistema:

- 1) cargo por servicio.
- 2) crédito de propinas.

En todos los servicios, el resultado final es la combinación de muchas labores diferentes que interactúan entre sí donde el producto inicial de unas suele ser el final de otras, como en una cadena. Cada uno de esos pasos que intervienen en un proceso productivo espera recibir su compensación, la cual vendrá del precio que el cliente pague y será gestionada por el empresario. Eso es un cargo por servicio, un extra en el precio final que busca retribuir a una parte específica del proceso. Es, en sí mismo, un salario, pero en determinadas circunstancias puede actuar como sustitutivo de las propinas. Luego, el crédito por propina consiste en recibir un salario relativamente bajo por parte de la empresa y compensarlo con las propinas que espera conseguir de los clientes.

6.1. Cargos por servicios

En la factura de una cuenta, a veces, aparece desglosados los costes que conforman el precio final que paga el consumidor, pues un cargo por servicio es uno de esos costes que se añade para retribuir a quienes realizan el servicio. En Estados Unidos, a estos cargos en ocasiones se les llama "propinas automáticas" o son considerados propinas por el público o la empresa, pero en realidad son salarios (Internal Revenue Service, IRS, 2022). En la factura, puede aparecer un apartado que indique que se está cobrando una determinada cantidad como propina para el personal, pero esto es diferente a aquellos casos donde se sugiere una cierta cantidad y sigue quedando a voluntad del consumidor darla. Hay que tener en cuenta también que, el cargo por servicio actúa, o puede actuar, como un sustitutivo de las propinas voluntarias como comenta la STS 2679/2021 o Mansfield (2016). Esto quiere decir que, aquellos lugares donde se cobre un cargo por servicio verán como disminuyen las propinas que dan los clientes de manera voluntaria, porque es posible que piensen que ya se está retribuyendo apropiadamente a los empleados.

Una de las ventajas de este sistema para los trabajadores es la reducción del riesgo que soportan. No tienen la necesidad de realizar un número elevado de servicios para poder conseguir suficientes propinas. Además, Lynn y Starbuck (2015) sostienen que tener cargos por servicio y negar las propinas puede serles beneficioso, porque impide que los consumidores dejen malas propinas y que la esperanza de conseguir grandes propinas provoque riesgos morales. Las empresas, también podrían estar interesadas en este sistema, porque existe la posibilidad de conseguir ingresos extra. Los trabajadores pasan a ganar un salario que iría desde el salario mínimo de la región hasta uno más elevado, dejando para el empresario una posible ganancia extra, la diferencia entre lo que cobrarían esos trabajadores y la recaudación a través del cargo por servicio (Azar, 2020). La empresa puede decidir de qué forma quiere distribuir los ingresos del cargo y, además, se considera que son ingresos brutos para ella (Internal Revenue Service, IRS, 2022). Esto implica que, si los empleados están recibiendo un 10% de la cuenta en propinas, en media, la empresa podría instaurar un cargo por servicio de ese mismo porcentaje y si bastara con el 8% para pagar los salarios, entonces, la empresa ganaría un 2% extra. A parte, a las agencias tributarias le puede favorecer este sistema, porque permite un mejor control sobre los ingresos de los trabajadores que acostumbran a recibir propinas.

En contra, es posible que haya un sesgo psicológico, pues los potenciales clientes quizá perciban como más caro a aquel establecimiento que incluya en el precio final de sus productos el coste de la mano de obra de los trabajadores, aunque pagasen la misma cantidad de dinero que si dieran propina (Azar, 2020). Otro problema para el empleador sería sobre su capacidad para seleccionar a los mejores empleados. Al cobrar todos lo mismo no sabe quiénes son los que podrían ofrecer un mejor servicio —aquellos que obtendrían mayores propinas—. Además, existe la posibilidad de expulsarlos del negocio si piensan que en otro establecimiento con propinas pueden conseguir mejores ingresos, lo que dejaría a los relativamente peores en el local, pues ellos no podrían aumentar sus ingresos con el otro sistema (Azar, 2020).

6.2. Crédito de propina

El crédito por propinas es un sistema de retribución que consiste en pagar a los trabajadores que reciben propinas un salario inferior —hasta un mínimo regulado— al mínimo legal, suponiendo que la diferencia vendrá de la mano de las propinas y, si no fueran suficientes, el empresario se compromete a pagar lo que falte hasta alcanzar el

mínimo legal estándar (Azar, 2020). Es una situación que se puede encontrar en algunos lugares de Estados Unidos²⁵ y que también aparece en el Convenio Colectivo del sector de la Hostelería de la provincia de Santa Cruz de Tenerife 2018-2022 (2019). Lo curioso del convenio es que combina el sistema de cargo por servicio y el crédito de propina. Establece el mínimo salarial que deben de alcanzar los empleados mediante el salario fijo que pagan los empresarios y un porcentaje por servicios dentro de la cuenta. Cuando no se alcanzase el mínimo establecido, entonces, la empresa abonaría la diferencia. Eso es el crédito por propinas, pero sustituye las propinas por el cargo por servicio (porcentaje de servicio).

Con el sistema de crédito por propinas los empleados siguen teniendo el incentivo de realizar un buen servicio para conseguir grandes propinas, pero sabiendo que poseen un mínimo garantizado por la empresa. Esto reduce parcialmente la volatilidad de verse sometido a solo propinas. Además, en algunos negocios al producirse un aumento de la plantilla, pero permaneciendo constante la cantidad de trabajo, las propinas por trabajador disminuyen. En un restaurante, cuando los dueños deciden contratar a más camareros (porque los empleados no son capaces de atender a todos los clientes o se prefiere ofrecer un servicio más personal) y el número de mesas disponibles son las mismas, a cada camarero le toca atender a menos clientes. Como atienden a menos consumidores reciben menos propinas, lo que provoca que sea necesario un salario detrás que les ayude a alcanzar un mínimo (Azar, 2003). Este suceso es respaldado en un artículo redactado por la *Oficina del Censo de los Estados Unidos* (2017), en el cual, se afirma que la cantidad que reciben los camareros de propinas disminuye cuando crece su salario mínimo. En parte se debe a que un salario estable más elevado atrae a más gente que es contratada, lo cual reduce el número de mesas atendidas por cada trabajador. La ventaja que logran los empresarios con este sistema es que casi siempre pagaran a sus empleados menos con crédito por propinas que con el salario mínimo. En el peor de los casos, cuando coincida que las propinas sean escasas tendrán que pagar íntegramente el salario mínimo. Para que ese posible ahorro sea interesante las propinas, incluso en los momentos en que fuesen escasas, deben ser de un cierto valor monetario o, al menos, esperar que lo sean. En aquellas circunstancias donde las propinas sean de baja cuantía o poco frecuentes, la empresa terminará pagando un salario igual o superior al mínimo legal sin prestarles atención.

La razón de existencia de este sistema, comentada por Azar (2020) es que cuando en determinados puestos de trabajo se cobra el mínimo legal y las propinas son elevadas — camareros en Estados Unidos—, su nivel de ingresos crece tanto que termina atrayendo a mano de obra con otras especialidades. La causa del movimiento sería que el aumento extra causado por las propinas es superior al salario que ganan, o esperarían ganar, lo cual, puede desincentivar la formación de determinados puestos de trabajo. Si con menor grado de formación y propinas podrían alcanzar el mismo, o un mayor nivel de salarios, entonces, se desincentiva la formación de algunos profesionales. Así, con el bajo salario del crédito de propinas se intenta desincentivar ese tipo de movimiento, haciendo que las diferencias en las ganancias sean menores. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la marcha de esos profesionales puede provocar una reducción de la oferta de trabajadores especializados, lo que haría que sus salarios aumentasen también por la disminución de la competencia.

Por tanto, el uso de cargos por servicio o crédito de propinas queda principalmente supeditado a las propinas que se esperan conseguir. Cuando son muy escasas en valor o en frecuencia no resulta viable el crédito de propinas, pero cuando son cuantías más

²⁵ En este enlace se puede comprobar la tabla con esos salarios mínimos con propina [Minimum Wages for Tipped Employees | U.S. Department of Labor \(dol.gov\)](https://www.dol.gov/ebsa/press/20170801.html) .

elevadas, entonces ese sistema puede funcionar y servir de incentivo para los trabajadores. Dentro del marco de las leyes y las costumbres los empresarios pueden decidir si permiten el uso de las propinas y cuál de los sistemas anteriores usar, pero la opinión de los trabajadores también es importante porque serán ellos quienes las reciban.

7. CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo de fin de grado era mostrar como un hecho tan cotidiano como la propina puede ser descrito desde un punto de vista económico, además de mostrar situaciones que en un primer momento no se aprecian y comprender en mayor profundidad este fenómeno.

La tendencia de los estudios realizados es tratar a las propinas en el ámbito de Estados Unidos y de los restaurantes. Esto se comprende porque es el país en que más propinas se suelen dar y el negocio que más las suele recibir. Aunque, al margen de eso, se pueden encontrar artículos o reglamentos que abordan este tema para otros lugares y sectores. En general, es difícil encontrar datos fiables en distintas profesiones para poderlas comparar, pero la mayor dificultad se encuentra cuando se quiere buscar datos sobre propinas a nivel global. En mi opinión, esto se debe a que es difícil conseguir información real porque existe un incentivo a ocultar lo que se gana con ellas o se piensa que son de poca cuantía y llevar un registro puede ser incómodo. También hay que tener en cuenta que las diferencias en las normas sociales pueden provocar que no se les preste atención en algunas zonas. Así, en cada país se gestiona el problema de una determinada forma, siendo las guías de turismo la información existente más aproximada a nivel global. Pero eso no quita que se lleguen a estimar tendencias nacionales. Es posible que dentro de un mismo país distintos negocios no disfruten de la misma propensión a recibir propinas, es más, puede que dentro del mismo país se den propinas muy diferentes dependiendo de la región estudiada. No es igual una región muy turística con un gran flujo de personas que otra más remota con menor población.

La metodología seguida ha sido la recopilación de información a través de distintas fuentes, desde textos jurídicos hasta artículos académicos. En algunas ocasiones, se han acompañado las distintas ideas con ejemplos arbitrarios cuya única intención era completar lo expresado en el texto y describir determinadas situaciones. Las principales fuentes de información de los artículos consultados suelen ser encuestas y cada una sigue sus propias directrices, enfocándose en algún tipo de servicio o región geográfica. La ventaja de dedicarse a un solo servicio o región es que facilita la recopilación de datos y su posterior análisis. Algunos resultados empíricos pueden encontrar dificultades al momento de extrapolarse a otras situaciones o contextos, porque están basados en las intenciones de usuarios de dar propina y no sobre la que realmente entregan. En otras ocasiones, no se tienen en cuenta algunos factores ambientales que pueden afectar a los resultados como el horario o el ambiente del local.

Otro tema discutido fue sobre cómo tributan las propinas, lo cual, es complicado porque no se suele llevar constancia de ellas, a pesar de que existen formas de hacerlo como pagos con tarjeta o depositarlas en una urna. Pero algunos de esos métodos son también fáciles de falsear. Además, como son regalos y no se consideran que sean de gran cuantía en España se las suele equiparar a las donaciones, pero no parece lo más adecuado. Las propinas están condicionadas a una relación mercantil, en consecuencia, deberían tener su propio articulado dentro del Código de Comercio. El problema gira, entonces, entorno a la cantidad que se puede generar mediante propinas y que no se puede estimar con facilidad. Si fuera sustancial esa cantidad es probable que se destinasen recursos

públicos a tratar de legislar sobre ellas y a hacerlas tributar. Sin embargo, si resulta que la posible esperanza recaudatoria es menor que el coste en cual tendría que incurrir el estado, entonces, no habría interés y seguir tratándolas como donaciones sería suficiente para la administración pública. Eso explicaría por qué en Estados Unidos sí tributarían.

Uno de los atributos interesantes de las propinas es que pueden servir de incentivo a las personas que las reciben para esforzarse más, pero dependiendo de su cuantía y frecuencia se puede explotar esa cualidad o no. Cuando se las considera elevadas (y la legislación lo permita), existe la posibilidad de instaurar en los negocios un crédito de propinas. Las ganancias de las propinas incentivan a mejorar la calidad del servicio teniendo un respaldo fijo por parte de la empresa, pero no siempre es posible. Cuando las propinas son bajas y no se puede usar ese sistema, la mejor alternativa es aplicar un cargo por servicio, lo cual, puede desincentivar las propinas. Además, el uso de las propinas puede llevar consigo riesgos morales y favorecer la figura del *free rider* en ocasiones.

Finalmente, después de haber escrito este trabajo parece que el principal motivo por el que se da propina es para agradecer un buen servicio. A su vez, esta razón viene reforzada por la norma social imperante y por la posibilidad de futuras repeticiones. Luego, hay otros factores que influyen en la probabilidad de dar propina y la cantidad siendo muy importantes: la calidad del servicio, si está ligada la propina a la cuenta o no y la empatía que sientan los clientes por el empleado que les atendió.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayres, I., Vars, F. E., & Zakariya, N. (2005). To Insure Prejudice: Racial Disparities in Taxicab Tipping. *Yale Law Journal*, 114, 1613-74.
- Azar, O. (2003). The implications of tipping for economics and management. *International Journal of Social Economics*, 30(10), 1084-1094.
- Azar, O. (2005). The Social Norm of Tipping: Does it Improve Social Welfare? *Journal of Economics*, 141-173.
- Azar, O. (2020). The Economics of Tipping. *Journal of Economic Perspectives*, 215-236.
- Banks, G. C., Woznyj, H. M., & Kepes, S. y. (2018). A meta-analytic review of tipping compensation practices: An agency theory perspective. *Personnel Psychology*, 457-478.
- Brewster, Z. W., Gourlay, K., & Nowak, G. R. (2021). Are Black Restaurant Servers Tipped Less Than White Servers? Three Experimental Tests of Server Race Effects on Customers' Tipping Behaviors. *Cornell Hospitality Quarterly*, 1-15. doi:<https://doi.org/10.1177/19389655211036652>
- Bryan, J., & Parisi, M. (2006). *Introduction and Changes in Law*. Recuperado el 7 de Junio de 2022, de <https://www.irs.gov/statistics/soi-tax-stats-individual-income-tax-returns-complete-report-publication-1304>
- Conlin, M., Lynn, M., & O'Donoghue, T. (2003). The norm of restaurant tipping. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 52, 297-321.
- García Murcia, J. (2021). Naturaleza y régimen de establecimiento y modificación de las propinas. *Revista de Jurisprudencia Laboral*(8), 1-10. Recuperado el 12 de Junio de 2022, de https://www.boe.es/biblioteca_juridica/anuarios_derecho/anuario.php?id=L_2021&fasc=8
- Gutiérrez, M. V., & Roldán, A. (2020). Economía sumergida e intrusismo al amparo del turismo colaborativo. *InDret*(2). doi:<https://doi.org/10.31009/InDret.2020.i2.04>

- Internal Revenue Service, IRS. (27 de Abril de 2022). *Cómo registrar y declarar propinas*. Obtenido de www.irs.gov: <https://www.irs.gov/es/businesses/small-businesses-self-employed/tip-recordkeeping-and-reporting>
- Internal Revenue Service, IRS. (28 de Marzo de 2022). *Los contribuyentes deben reportar ingresos de propinas en sus impuestos*. Recuperado el 11 de Mayo de 2022, de www.irs.gov: <https://www.irs.gov/es/newsroom/taxpayers-should-report-tip-income-on-their-tax-return#:~:text=Todas%20las%20propinas%20que%20reciben%20los%20contribuyentes%20son,las%20propinas%20que%20reciben%20en%20sus%20ingresos%20brutos>.
- Lynn, M. (2021). The effects of injunctive and descriptive tipping norms on tipping behavior. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 95(101786).
- Lynn, M., & Starbuck, M. (2015). Tipping customs: The effects of national differences in attitudes toward tipping and sensitivities to duty and social pressure. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 158-166.
- Mansfield, E. (2016). The Political Economy of the Itching Palm: An Analysis of Tipping Norms. *International Studies Quarterly*, 375–386. doi:<https://doi.org/10.1093/isq/sqw015>
- Mastercard. (29 de Julio de 2019). *El 30% de los españoles darían propina en más ocasiones si pudieran pagarlas con tarjeta*. Recuperado el 11 de Mayo de 2022, de www.mastercard.es: <https://newsroom.mastercard.com/eu/es/press-releases/el-30-de-los-espanoles-darian-propina-en-mas-ocasiones-si-pudieran-pagarlas-con-tarjeta/>
- Oficina del Censo de los Estados Unidos. (27 de Septiembre de 2017). *Raising Tipped Minimum Wages Has Mixed Benefits*. Recuperado el 24 de Marzo de 2022, de www.census.gov: <https://www.census.gov/library/stories/2017/09/tipped-minimum-wage.html>
- Statista. (11 de Diciembre de 2020). *Gasto presupuestado en Medicare en Estados Unidos de 2000 a 2029*. Recuperado el 7 de Junio de 2022, de es.statista.com: <https://es.statista.com/estadisticas/634523/gasto-en-medicare-en-ee-uu/>
- Woodhead, R. (15 de Agosto de 2000). *Tipping - a method for optimizing compensation for intellectual*. Obtenido de https://www.selfpromotion.com/tipping_subdomain/CF.html
- World Travelers of America. (2017). *Worldwide Tipping Guide*. Recuperado el 5 de Mayo de 2022, de World Travelers of America: <https://worldtravelers.org/travel-tips-tipping-guide.asp>

ANEXO I: LEGISLACIÓN

- España. Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio. [Internet] *Boletín Oficial del Estado*, de 29/11/2006, núm. 285 [consulta: 23 marzo 2022]. Disponible: <https://www.boe.es/eli/es/l/2006/11/28/35/con>
- España. Real Decreto de 22 de agosto, por el que se publica el Código de Comercio. [Internet] *Gaceta de Madrid*, de 16/10/1885, núm. 289 [consulta: 23 marzo 2022]. Disponible: [https://www.boe.es/eli/es/rd/1885/08/22/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/rd/1885/08/22/(1)/con)

España. Real Decreto de 24 de julio, por el que se publica el Código Civil. [Internet] *Gaceta de Madrid*, de 25/07/1889, núm. 206 [consulta: 23 marzo 2022]. Disponible: [https://www.boe.es/eli/es/rd/1889/07/24/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/rd/1889/07/24/(1)/con)

España. Orden de 9 de enero, por la que se aprueba el Reglamento de Casinos de Juego. [Internet] *Boletín Oficial del Estado*, de 23/01/1979, núm. 20 [consulta: 11 de mayo de 2022]. Disponible: [BOE.es - BOE-A-1979-2076 Orden de 9 de enero de 1979 por la que se aprueba el Reglamento de Casinos de Juego.](#)

Santa Cruz de Tenerife. Convenio Colectivo del sector de la Hostelería de la provincia de Santa Cruz de Tenerife 2018-2022. [Internet] *Boletín Oficial de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife*, de 13/02/2019, núm. 19 [consulta: 11 de junio de 2022]. Disponible: [Boletín 19/2019 \(13/2/2019\) ~ BOP Santa Cruz de Tenerife](#)

Madrid. Resolución de 9 de octubre, de la Dirección General de Trabajo de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, sobre registro, depósito y publicación del convenio colectivo de la empresa Casino de Juego Gran Madrid, S. A. [Internet] *Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid*, de 23/11/2019, núm. 279 [consulta: 07 de junio de 2022]. Disponible: [untitled \(bocm.es\)](#)

Castellón. Resolución de 4 de abril y articulado del Convenio Colectivo de Trabajo de la empresa GRAN CASINO DE CASTELLÓN S.A. [Internet] *Boletín Oficial de la Provincia de Castellón*, de 12/05/2022, núm. 57 [consulta: 07 de junio de 2022]. Disponible: [DIPUTACION DE CASTELLON \(dipc.as\)](#)

ANEXO II: JURISPRUDENCIA

Tribunal Superior de Justicia de País Vasco. Sentencia núm. 1613/2017 de 18 julio de 2017. [Versión electrónica. Base de datos de Aranzadi Instituciones] [Consultado el 23 de marzo de 2022].

Tribunal Supremo Sala de lo Social de Madrid. 2679/2021 de 17 junio de 2021. [Versión electrónica. Centro de documentación judicial] [Consultado el 12 de mayo de 2022].

ANEXO III: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA EN RESTAURANTES

Cantidad sobre cuenta dada (%)	Países
17,5	Estados Unidos
15,0	Canadá, Islas caimán
13,5	Israel
12,5	Brasil, Irlanda, México, Portugal, Rusia, Arabia Saudí, Escocia
10,0	Argentina, Armenia, Australia, Azerbaiyán, Bahamas, Bahréin, Bélgica, Bolivia, Bulgaria, Chile, Colombia, Ecuador, Inglaterra, Finlandia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Islandia, India, Indonesia, Italia, Macao, Madagascar, Nicaragua, Noruega, Paraguay, Perú, Filipinas, Polonia, Sudáfrica, Suecia, Taiwán, Tanzania, Ucrania, Venezuela, Gales
8,5	España
7,5	República Checa, Egipto, Francia, Alemania, Grecia, Holanda, Luxemburgo
5,0	Austria, Kenia
3,0	China

0,0	Brunéi, Costa Rica, Dinamarca, Fiyi, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Omán, Samoa, Singapur, Corea del Sur, Tailandia, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam
-----	--

ANEXO IV: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA A PORTEROS

Propina (\$/bolsa)	Países
2,00	Australia
1,50	Arabia Saudita, Austria, Baréin, Canadá, Estados Unidos, Porcelana
1,00	Alemania, Argentina, Bahamas, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Chile, Costa Rica, Cuba, Dinamarca, Egipto, Escocia, España, Finlandia, Francia, Gales, Grecia, Guatemala, Holanda, Hong Kong, India, Inglaterra, Irlanda, Islandia, Islas Caimán, Israel, Italia, Luxemburgo, Macao, México, Nicaragua, Noruega, Pavo, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania, Rusia, Suecia, Suiza, Taiwán, Ucrania
0,75	Armenia, Azerbaiyán, Bolivia, Colombia, Ecuador, Filipinas, Paraguay, Perú, Venezuela
0,50	Indonesia, Kenia, Madagascar, Marruecos, Sudáfrica
0,00	Brunéi, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, Fiyi, Hungría, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Omán, Samoa, Singapur, Tailandia, Tanzania, Vietnam

ANEXO V: LISTA DE PAÍSES QUE DAN PROPINA EN LOS TAXIS

Propina	Países
10-15% de la factura	Estados Unidos, Bahamas, Bahréin, Bolivia, Brasil, Canadá, Islas Caimán, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Paraguay, Arabia Saudí, Sudáfrica, España, Venezuela, Gales, Israel, Inglaterra
Redondeo	Australia, Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Dinamarca, Egipto, Fiyi, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Holanda, Hong Kong, Hungría, Islandia, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Macao, Madagascar, Marruecos, Noruega, Filipinas, Polonia, Portugal, Rumania, Rusia, Escocia, Suecia, Suiza, Turquía, Ucrania, Argentina
Menos de 1\$	Méjico, Cuba
Nada	Armenia, Azerbaiyán, Brunéi, Chile, China, Colombia, Ecuador, Japón, Kenia, Malasia, Nueva Zelanda, Omán, Perú, Samoa, Singapur, Corea del Sur, Taiwán, Tanzania, Tailandia, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam