



Eliminación de incentivos

● Como Asociación Gremial Marcas del Retail, vemos con preocupación el retroceso que implica dismantelar medidas del proyecto de reactivación del turismo, especialmente herramientas de competitividad como la devolución de IVA a turistas extranjeros por compras realizadas en Chile.

Para el comercio, este no es un debate sectorial: menos turistas significa menos ventas, menos consumo y menos flujo para el comercio formal. En un escenario marcado por la desaceleración del consumo interno, altos costos operacionales y márgenes cada vez más estrechos, el turismo internacional representa una fuente relevante de demanda para miles de tiendas, marcas y centros comerciales del país.

Además, la compra de turistas extranjeros en Chile ha venido mostrando una caída importante en el último tiem-

po, por lo que eliminar incentivos en lugar de fortalecerlos envía una señal equivocada. Países de la región como Argentina, Uruguay, Perú y México cuentan con mecanismos de devolución de impuestos o incentivos similares para estimular el gasto turístico y fortalecer su comercio.

La eliminación de incentivos para atraer visitantes internacionales, congresos y eventos no sólo afecta al turismo: impacta directamente la competitividad del *retail* chileno frente a otros destinos de la región que hoy compiten agresivamente por captar ese consumo.

Por eso, hacemos un llamado a reconsiderar estas indicaciones y abrir un espacio de diálogo con los sectores involucrados antes de debilitar una actividad que puede aportar dinamismo y recuperación al comercio formal en un momento especialmente complejo para la economía. Aún estamos a tiempo.

Andrés Bogolasky
Presidente Asociación
Gremial Marcas del Retail