

## E

### 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 internacio-

nal 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 tiempo, 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**