



Un par de turistas asiáticas pasan con bolsas ante una tienda de lujo en Madrid. JAVI MARTÍNEZ

Devolver todo el IVA a los turistas aviva las compras

La exención a los visitantes de fuera de la UE amortigua el desplome del 10,5% hasta el 6%

SILVIA FERNÁNDEZ MADRID

El primer impacto de la devolución sin límites del IVA a turistas extracomunitarios ya se ha sentido en el comercio. Los ingresos provenientes de este segmento que, pese al boom turístico en España, se despenaban un 10,5% desde finales de 2017, han logrado frenar su caída a partir de julio hasta un -6%. Al tiempo que la emisión de formularios de devolución del impuesto crecía un 38% entre agosto y octubre.

Los turistas de fuera de la UE gastan en compras en España algo más de 2.000 millones. De ellos, más de 470 millones no alcanzaban el mínimo por compra de 90,15 euros para la deducción del IVA. Desde que a mediados de julio se quitara de forma efectiva, la Agencia Tributaria ha perdido una recaudación que el pequeño y mediano comercio, basándose en ese dato, convierte en beneficios y mantenimiento de empleos.

Los cálculos de la Confederación Española de Comercio (CEC), impulsora de la medida asesorada por

la empresa de *tax free* Global Blue, anticipaban una inyección de entre 87 y 120 millones anuales para el pequeño y mediano comercio, con una creación de empleos de 5.000 a 7.500 entre directos e indirectos.

Agosto, septiembre y octubre han servido a Global Blue para calibrar esa contención del 4,1% que, afirman, «proviene del impacto de la eliminación, y no se hubiese dado sin ella». Esta paralización de las caídas, además, ocurre en un contexto generalizado de ralentización de las compras, que según el proveedor de servicios de pago Planet menguó en el tercer trimestre la actividad de los compradores internacionales en el sector minorista europeo. La razón: «presiones monetarias que obstaculizaron el gasto de los consumidores de mercados emergentes» de Asia.

No obstante, «los primeros datos coinciden más o menos con las expectativas», dice cauto el secretario de CEC, José Guerrero. «Aunque el impacto real no se verá hasta pasado Reyes, muchos establecimientos ya

con *tax free* han incrementado su uso». Cifra en un 15% los que se han incorporado en sólo tres meses a los sistemas de devolución y «en un año lo tendrá el 90% de los comerciantes», augura.

Considera CEC que las pymes del comercio tienen un «acicate para mejorar sus ventas, sobre todo ahora que hay cierta contención del consumo». Han estado «muy alejadas de las compras de turistas los últimos 25 años». Pero la tendencia «ha cambiado un poco», explica Guerrero tomando la temperatura a la eliminación, porque el impacto de esas compras «ya no está tan concentrando en grandes ciudades; se está diversificando en otras con un potencial turístico importante».

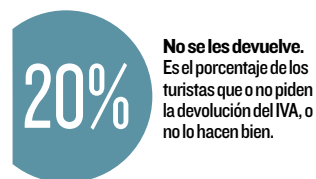
La eliminación total «fue idea de la Dirección General de Tributos», asegura el director general de Global Blue, Luis Llorca. Su petición se limitaba a la mitad, pero, según cuentan, las perspectivas de crecimiento en el turismo de compras frente a la mer-

Global Blue habla de «escaso impacto en términos fiscales». Concretamente, según el informe encargado por la CEC a un profesor de la Universidad Complutense, la pérdida estimada de recaudación por IVA será anualmente de entre 81,6 y 121 millones. Pero los turistas consiguen en la mayoría de los productos un precio un 17,35% menor (porcentaje neto que representa el IVA sobre el precio de venta), lo que hace que lo que el Estado deje de ingresar de forma efectiva se rebaje, por su mayor propensión a comprar, a entre 65,3 y 96,8 millones.

Los cálculos no quedan ahí. El efecto neto sobre la recaudación se limita a entre 308.000 y 1.135.000 euros menos para las arcas públicas. A esto le suma Global Blue que «el 20% de los turistas extracomunitarios no percibe la devolución, ya sea porque no la presentan o porque no lo hacen correctamente».

Pero, según Llorca, sobre el turista influye no sólo el efecto financiero sino cómo somos percibidos, «que se nos vea como un destino importante en compras». Concretamente el impacto entre los chinos —que según datos de Planet copan el 28% de las ventas a turistas no comunitarios— ha sido de sólo «un punto porcentual» frente a la media de 4,2%.

Y es que los artículos de lujo, en los que suele centrarse esta nacionalidad, no están entre los nuevos beneficiados por la medida, por superar los 90 euros. Para Global Blue esto muestra «la eficacia de la medida porque ha incentivado las compras de productos más locales, y por tanto las ha extendido a otros comercios más allá del lujo».



ma de los ingresos tributarios calculadas en el estudio *La eliminación del importe mínimo para la devolución del IVA a turistas extracomunitarios* convencieron a Hacienda. «Cualquier euro que somos capaces de incrementar en el sector comercial incrementa en 1,3 euros el PIB», argumenta Llorca.