

El comercio celebra la eliminación de la compra mínima para el 'tax free'

J. G. R.
MADRID

La aprobación definitiva de los Presupuestos Generales del Estado ha traído consigo la eliminación del importe mínimo que deben pagar en sus compras los turistas procedentes de fuera de la Unión Europea para beneficiarse de la devolución del IVA, lo que se conoce como el *tax free*.

Un límite de 90,16 euros de compra que ya no necesitarán alcanzar, y cuya

eliminación ha sido bien recibida por la patronal de los pequeños y medianos comerciantes, la Confederación Española de Comercio (CEC), desde la que creen que la medida "tendrá un impacto enormemente positivo en el pequeño y mediano comercio".

En su opinión, esto beneficiará al comercio de proximidad, ya que esa limitación invitaba a los turistas de compra a realizar todas sus adquisiciones en las grandes superficies. Ade-

más, fomentará el aumento del gasto por parte de estos. Productos como el calzado, la moda o los juguetes, cuyos *tickets* medios están por debajo de esos 90 euros vigentes hasta ahora, serán de los más beneficiados por su eliminación, y creen que el impacto fiscal será neutro: "La pérdida de recaudación en el IVA se compensa por el aumento recaudatorio por otras vías que resulta de la expansión de la demanda".

Según los cálculos hechos públicos ayer por el

477

millones aumentará la recaudación

Según el operador de *tax free* Global Blue, la supresión del mínimo de compras generará 477 millones adicionales al PIB

operador de *tax free* Global Blue, la eliminación del límite de compra inyectará al PIB hasta 477 millones de euros anuales, lo que supone un incremento del 0,03% respecto a las cantidades actuales. Desde esta compañía coinciden la supresión fomenta la venta de productos de fabricación nacional como calzado o moda, y también beneficiará al pequeño comercio y a las firmas alejadas del lujo. Global Blue estima que su facturación se incrementa-

rá hasta en 120 millones de euros anuales y se fomentará la creación de hasta 7.500 empleos directos e indirectos.

"En Holanda, la eliminación supuso no solo duplicar las ventas a turistas extracomunitarios, sino incrementar en un 25% los comercios que venden a estos, lo que demuestra que es un claro incentivo al gasto para estos viajeros", valoró el director general de Global Blue España, Luis Llorca.