IMPACTO COMERCIAL DEL DÍA SIN IVA

19 DE NOVIEMBRE DEL 2021

Cámara de Comercio de Tunja

DEPARTAMENTO
DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS

Contenido

Introducción 3
Antecedentes 4
Módulo de identificación 8
Módulo de seguimiento al segundo día sin IVA desde la oferta. 11
Ilustración 2. Nube de palabras 16
Reflexiones 17
Bibliografía 18

IMPACTO COMERCIAL DEL SEGUNDO DÍA SIN IVA-19 DE NOVIEMBRE DEL 2021

Introducción

El 21 de mayo del 2020, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público mediante decreto legislativo 682 del 2020, estableció tres días del año con exención especial del Impuesto al Valor Agregado (IVA):

- Primer día: viernes 19 de junio del 2020.
- Segundo día: viernes 3 de julio del 2020.
- Tercer día: domingo 19 de julio del 2020.

El primer Día Sin IVA se llevó a cabo el 19 de junio, con un panorama de aglomeraciones y largas filas a nivel nacional. La Cámara de Comercio de Tunja realizó seguimiento a este día, evidenciando poco impacto en los comerciantes inscritos, concentrándose las ventas en las grandes superficies de la ciudad (Cámara de Comercio de Tunja, 2020).

Para el segundo día el Gobierno Nacional implementó una serie de medidas para evitar aglomeraciones. <<El 83,65% de los empresarios encuestados tienen una perspectiva indiferente frente al próximo Día Sin IVA>> (Cámara de Comercio de Tunja, 2020a).

En el 2021, por medio del Decreto 1314 del 20 de octubre (MinHacienda, 2021), el Gobierno anunció tres días sin IVA, para dinamizar la economía y recuperar el empleo en el país, en miras a una reactivación económica más efectiva:

- Primer día: 28 de octubre.
- Segundo día: 19 de noviembre.
- Tercer día: 3 de diciembre.

La Cámara de Comercio de Tunja realizó un monitoreo constante el primer Día sin IVA del 2021, con un análisis desde la oferta y la demanda, mediante la aplicación de encuestas tanto a empresarios de Tunja y Chiquinquirá, como a los consumidores en Tunja.

Para el segundo Día sin IVA se realizó la medición del impacto de este evento en Tunja y Chiquinquirá, mediante una encuesta a empresarios, continuando con el monitoreo y seguimiento que se realizan a los principales eventos en la jurisdicción.

Antecedentes

El Día sin IVA es un beneficio que el Gobierno Nacional otorga a todos los colombianos a través del Decreto 1314 de octubre del 2021, que establece la exención especial del impuesto al valor agregado IVA, en productos específicos y hasta por tres (3) días al año.

Durante el 2020, se realizaron tres jornadas de Día sin IVA en el país, obteniendo como resultado un importante incremento en las ventas; según estimaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo las ventas durante estos días rodearon los $ 14.8 billones de los cuales $ 1.2 billones representaron ventas por medio de comercio electrónico. (ElTiempo, 2021)

En el primer Día sin IVA del 2020, las ventas en el comercio presentaron un crecimiento del 158 % y superaron los $ 5 billones, las ventas a través de plataformas electrónicas crecieron un 800 %, ocho veces más de lo registrado en el 2019, se registraron ventas de bienes de entretenimiento crecieron 673 %, electrodomésticos y bienes relacionados 640 %; equipos y aparatos de sonido y de vídeo 366 %, artículos deportivos 296 % , productos textiles y de calzado 242 %, prendas de vestir y accesorios 165 % y elementos escolares 154 %. (Actualícese, 2020)

En el desarrollo de la segunda jornada del Día sin IVA, según el balance preliminar del Gobierno, las ventas en línea sumaron $ 320 mil millones, las más altas realizadas en la historia del comercio electrónico del país, con crecimientos de 330 % frente al 3 de julio del 2019 y del 40 % respecto al Día sin IVA pasado. (ElTiempo, 2021a). La categoría de productos que más creció en esta oportunidad fue la de calzado con 2.983 %, respecto al primer Día sin IVA, mientras que artículos deportivos registró una caída del 49 %.

El balance de los comerciantes estuvo muy en línea con el del Gobierno y estiman que las ventas para toda la jornada fueron del orden de los $ 4,8 y 5 billones, un poco por debajo de los $ 5,4 billones registrados el primer Día sin IVA.

El 21 de noviembre se celebró en el país la tercera jornada del Día sin IVA, una medida con la que el Gobierno colombiano pretendía dinamizar el comercio, que se ha visto muy afectado por la pandemia del coronavirus.

En el tercer Día sin IVA del 2020, según cifras de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) y del Gobierno, se registraron compras por $ 5,8 billones.

Los sectores que más se movieron en esta jornada fueron insumos agropecuarios, prendas de vestir, calzado, elementos deportivos y útiles escolares, que crecieron frente a las otras jornadas del Día sin IVA en más de 300 %, dicha dinámica fue igualmente alta en las ventas de electrodomésticos y equipos de cómputo, segmento en el que los ingresos aumentaron en más de 150 %, según el Ministerio de Comercio. (Semana, 2020)

Para Tunja, se registraron ventas por el orden de los $ 6 mil millones durante la primera de las tres jornadas establecidas como Día sin IVA por el Gobierno Nacional, la capital boyacense obtuvo cifras importantes comparadas con los últimos cuatro viernes y tras reactivarse el 60 % del comercio de la ciudad. (Boyacá7)

La tecnología, aumentó sus ventas en 600 %, las prendas de vestir en 120 %, los juguetes en un 70 %, mientras que los agro insumos en el 100 % y el comercio en general en 300 %.

El sector que más afluencia tuvo fue tecnología, electrodomésticos y prendas de vestir, que representaron el 80 % del total de las ventas que equivalen a $ 4.800 millones. En total, $ 4 mil millones se vendieron en centros comerciales y $ 2 mil millones más en establecimientos comerciales independientes.

En Tunja, durante el segundo Día sin IVA 2020, más de 20.000 ciudadanos tunjanos salieron a realizar compras y a beneficiarse con los descuentos; cerca de 2.000 establecimientos comerciales de los sectores exentos de IVA funcionaron en la jornada y el 80 % de las ventas, con casi $ 2 mil millones, fueron para el sector de prendas de vestir.

Así mismo, la capital boyacense logró un incremento en ventas de más del 30 % frente a las últimas semanas, los medios de pago utilizados fueron: 30 % con tarjeta de crédito, 65 % con tarjeta débito y el 5 % en efectivo.

El pasado 28 de octubre se llevó a cabo el primer Día sin IVA de 2021, en el cual se comprendieron las categorías de vestuario, complementos de vestuario, electrodomésticos, computadores, equipos de comunicaciones, elementos deportivos, juguetes, útiles escolares y bienes e insumos agropecuarios, los cuales no pueden superar los topes señalados en UVT en la reforma tributaria.

Los principales resultados del primer Día sin IVA en Tunja y Chiquinquirá tanto de la oferta (comerciantes) como desde la demanda (clientes) fueron:

En Tunja y Chiquinquirá, los artículos de vestuario (prendas de vestir y calzado) fueron los más comercializados, concentrando el 36,6 %; en promedio, los comerciantes realizaron ventas por valor de $ 2’632.000, manifestando un aumento en sus ventas por canales de comercio electrónico.

En general, tanto los compradores como los comerciantes, presentaron un muy buen comportamiento, respetando las medidas de bioseguridad impuestas por el Gobierno Nacional; los productos que más compraron los consumidores en Tunja fueron electrodomésticos en un 43,28 %, seguido de vestuario con el 33,19 %; es importante destacar el nivel de satisfacción de los consumidores por el primer Día Sin IVA realizado en la ciudad, mostrándose muy satisfechos en un 33,7 % y totalmente satisfechos en 26,9 %. Para Tunja, los consumidores gastaron en promedio $ 1’735.751 durante la jornada del primer Día Sin IVA, con compras que oscilaron entre los $ 20.000 y los $ 27 millones, teniendo como principal medio de pago efectivo el 64,8 % y tarjeta de crédito en 18,7 %.

Tabla 1. Artículos incluidos en el Día sin IVA

Categoría	Valor máximo
Vestuario (prendas de vestir y calzado)	**$726.160**
Complementos de vestuario (morrales, maletines, bolsos de mano, carteras, gafas de sol, paraguas, pañoletas y bisutería)	**$726.160**
Electrodomésticos, computadores y equipos de comunicaciones (televisores, parlantes de uso doméstico, tabletas, refrigeradores, congeladores, lavaplatos eléctricos, máquinas de lavar y secar para el hogar, aspiradoras, enceradoras de piso, trituradores eléctricos de desperdicios, aparatos eléctricos para preparar y elaborar alimentos, máquinas de afeitar, hornos, planchas y cafeteras, computadores personales y equipos de comunicaciones)	**$2.904.640**
Elementos deportivos (pelotas de caucho, bolas, balones, raquetas, bates, mazos, gafas de natación, trajes de neopreno, aletas, salvavidas, cascos, protectores de manos, codos y espinillas, y zapatos especializados para la práctica de deportes, bicicletas y bicicletas eléctricas)	**$2.904.640**
Juguetes y juegos (muñecas, los muñecos que representen personajes, los animales de juguete, muñecos de peluche y de trapo, instrumentos musicales de juguete, naipes, juegos de tablero, juegos electrónicos y videojuegos, trenes eléctricos, sets de construcción, juguetes con ruedas diseñados para ser utilizados como vehículos, rompecabezas y canicas, patinetas y patinetas eléctricas)	**$363.080**
Útiles escolares (cuadernos, software educativo, lápices, esferos, borradores, tajalápices, correctores, plastilina, pegantes y tijeras)	**$181.540**
Bienes e insumos para el sector agropecuario (incluye semillas y frutos para la siembra, los abonos de origen animal, vegetal, mineral y/o químicos, insecticidas, raticidas y demás antirroedores, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germinación y reguladores del crecimiento de las plantas, sistemas de riego, aspersores y goteros para sistemas de riego, guadañadoras, cosechadoras, trilladoras, partes de máquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar, concentrados y/o medicamentos para animales, alambres de púas y cercas)	**$2.904.640**

Fuente: elaboración propia a partir de (MinHacienda, 2021)

Cámara de Comercio de Tunja

DEPARTAMENTO
DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS

COMPORTAMIENTO DESDE LA OFERTA

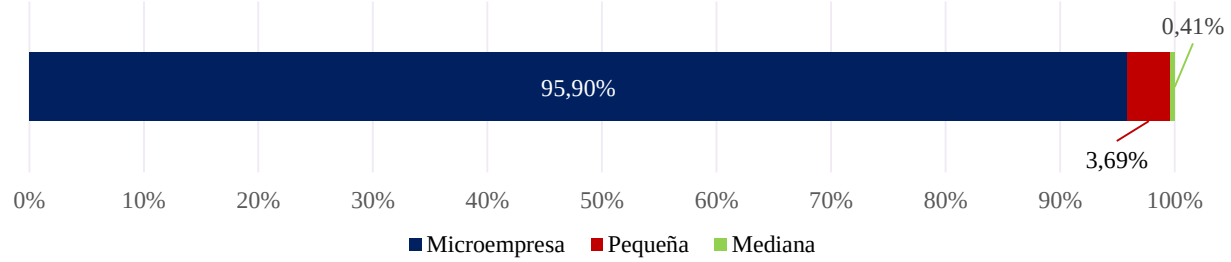
Módulo de identificación

La encuesta se realizó a 246 empresarios matriculados en la Cámara de Comercio de Tunja, pertenecientes a las actividades económicas seleccionadas por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, por medio del Decreto 1314 del 20 de octubre del 2021 (MinHacienda, 2021), siendo la actividad del comercio al por menor de prendas de vestir la de mayor participación con el 44,9 %, seguido de comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados con 22,86 %, comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos, muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados con 7,35 %, comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados con el 5,71 %, comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados con el 4,08 %, comercio al por mayor de productos químicos, básicos, cauchos y plásticos en formas primarias y productos químicos de uso agropecuario y comercio al por menor realizado a través de internet con el 3,27 %.

La encuesta se realizó entre el 22 y el 29 de noviembre del 2021, vía telefónica, por Muestreo Aleatorio Simple (MAS), margen de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %, esta metodología permite determinar una muestra representativa de la población de estudio, ya que, todos los elementos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados, la encuesta se realizó a empresarios de Tunja y Chiquinquirá.

La clasificación por tamaño de la muestra de empresas en los municipios de aplicación, se realizó teniendo en cuenta el valor de sus ingresos y su sección económica (MinCIT, 2019). Según el tamaño de las unidades económicas inscritas, se observa que el 95,9 % de las unidades empresariales encuestadas son microempresas, el 3,69 % pequeña empresa y el 0,41 % restante pertenece a mediana empresa.

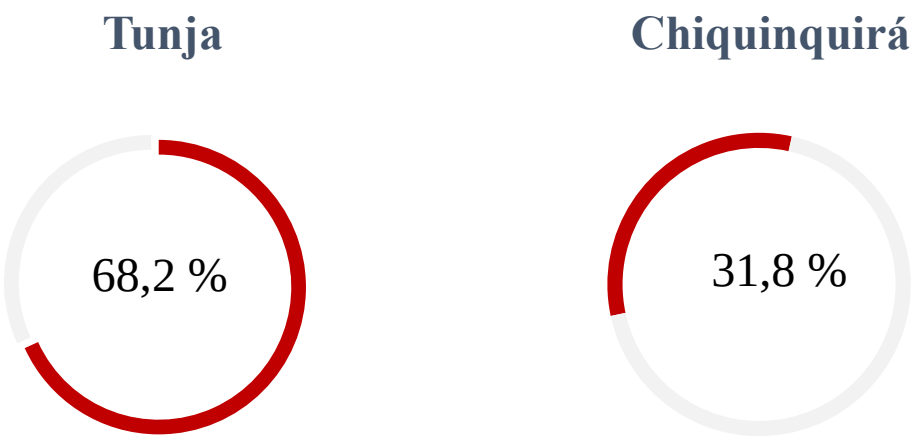
Gráfico 1. Tamaño de la empresa



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 68,2 % de los empresarios encuestados se encuentran ubicados en Tunja y el 31,8 % restante en Chiquinquirá.

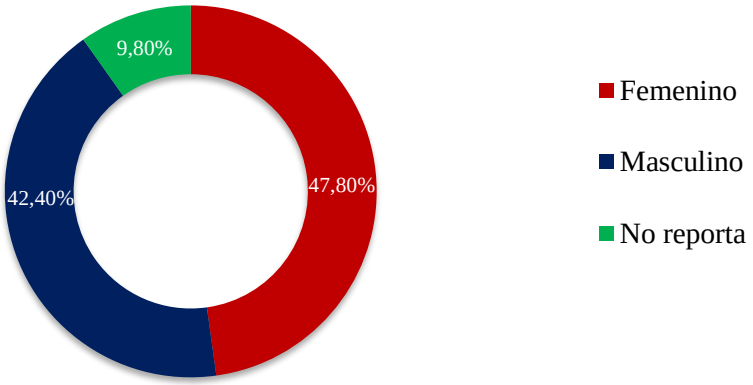
Gráfico 2. Municipio de aplicación de la encuesta



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 47,8 % de los propietarios de los establecimientos son mujeres, el 42,4 % son hombres y el 9,8 % no reporta.

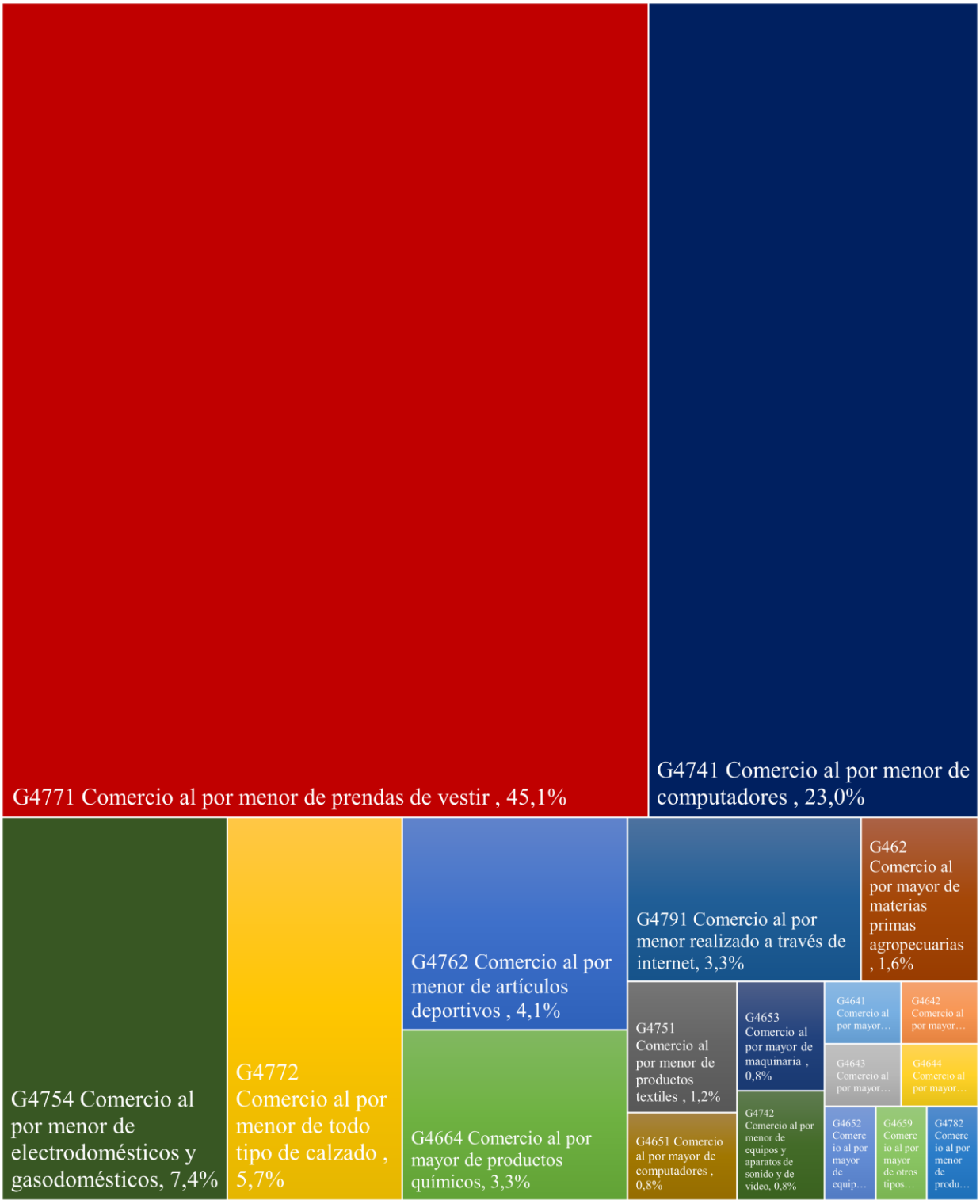
Gráfico 3. Sexo del propietario del establecimiento encuestado.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 45,1 % de los empresarios encuestados pertenecen a la actividad de comercio al por menor de prendas de vestir, seguido de comercio al por menor de computadores con el 23,0 %, comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos con el 7,4 % y comercio al por menor de todo tipo de calzado con el 5,7 % y entre las actividades de mayor representación en la muestra.

Ilustración 1. Distribución de la muestra por sección CIIU



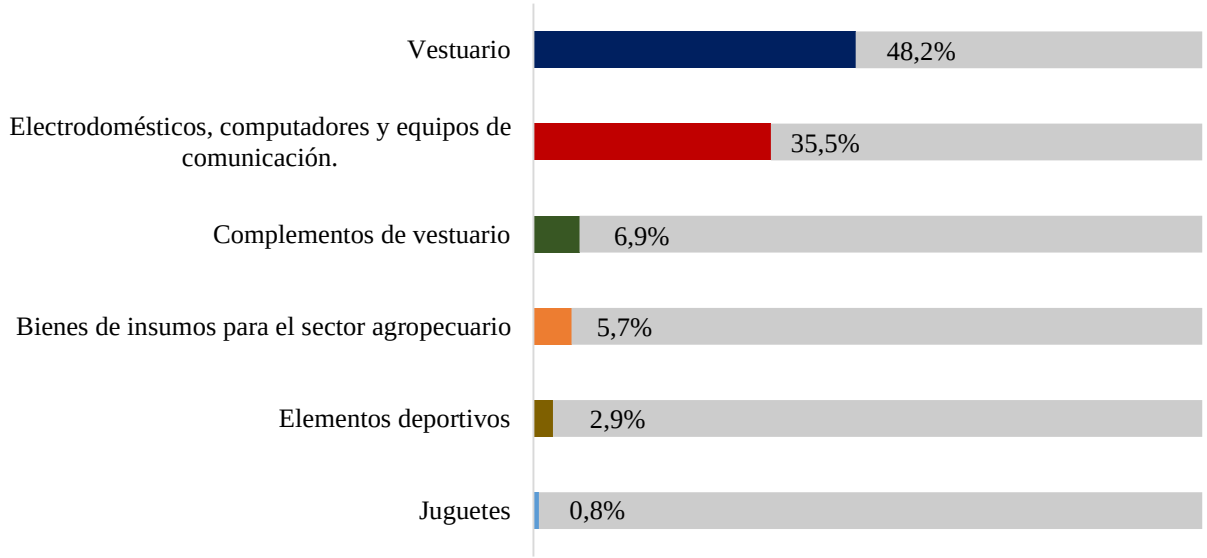
Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

Módulo de seguimiento al segundo Día sin IVA desde la oferta

El principal producto comercializado durante el segundo día sin IVA fue vestuario (prensas de vestir y calzado) con el 48,2 %; seguido de electrodomésticos, computadores y equipos de comunicación (televisores, parlantes de uso doméstico, tabletas, refrigeradores, congeladores, lavaplatos eléctricos, máquinas de lavar y secar para el hogar, aspiradoras, enceradoras de piso, trituradores eléctricos de desperdicios, aparatos eléctricos para preparar y elaborar alimentos, máquinas de afeitar, hornos, planchas y cafeteras, computadores personales y equipos de comunicaciones) con el 35,5 %, complementos de vestuario (morrales, maletines, bolsos de mano, gafas de sol, carteras, paraguas, pañoletas y bisutería) con el 6,9 %.

El 5,7 % de los empresarios comercializó bienes de insumos para el sector agropecuario (incluye semillas y frutos para la siembra, los abonos de origen animal, vegetal, mineral y/o químicos, insecticidas, raticidas y demás antirroedores, aspersores y goteros para sistemas de riego, guadañadoras, cosechadoras, trilladoras, partes de máquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar, concentrados y/o medicamentos para animales, alambres de púas y cercas), seguido de elementos deportivos con el 2,9 % (pelotas de caucho, bolas, balones, raquetas, bates, mazos, gafas de natación, trajes de neopreno, aletas, salvavidas, cascos, protectores de manos, codos y espinillas, y zapatos especializados para la práctica de deportes, bicicletas y bicicletas eléctricas) y el restante 0,8 % juguetes y juegos (muñecas, los muñecos que representen personajes, los animales de juguete, muñecos de peluche y de trapo, instrumentos musicales de juguete, naipes, juegos de tablero, juegos electrónicos y videojuegos).

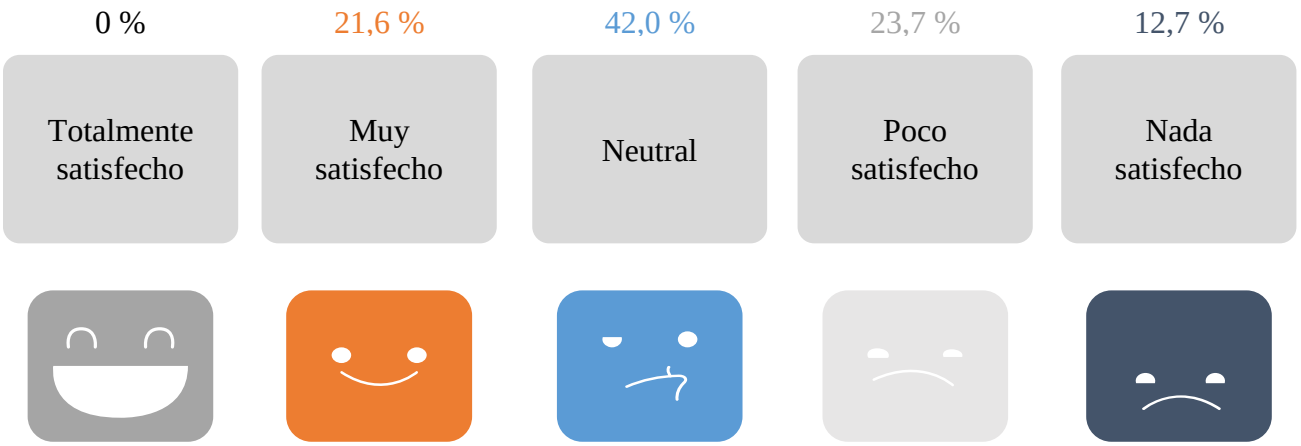
Gráfico 4. ¿Qué productos comercializó durante el segundo Día sin IVA del 2021?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

Para el 42,0 % de los empresarios encuestados, el impacto del segundo Día sin IVA del 2021, con respecto al primer día (28 de octubre del 2021) fue neutral, seguido del 23,7 % que lo encontraron poco satisfecho, el 21,6 % consideró el impacto muy satisfecho y tan solo el 12,7 % nada satisfecho.

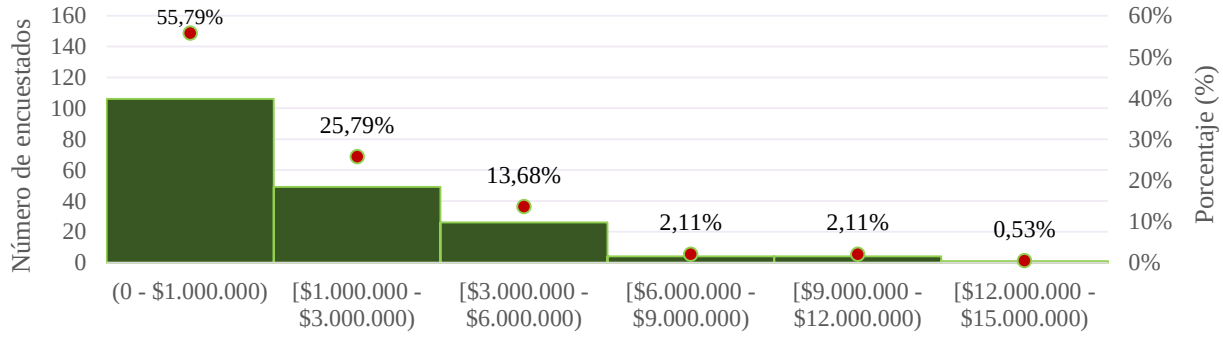
Gráfico 5. ¿Cuál fue el impacto del segundo Día sin IVA del 2021, en comparación con el primer Día Sin IVA del 2021?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

En promedio[1], los empresarios realizaron ventas por valor de $ 3’152.600 en el segundo Día sin IVA, realizado el 19 de noviembre del 2021; como se puede observar en el Gráfico 6, el 55,79 % de los comerciantes vendió un valor entre el ($0 – $1.000.000)[2].

Gráfico 6. Valor aproximado de sus ventas en el segundo Día sin IVA



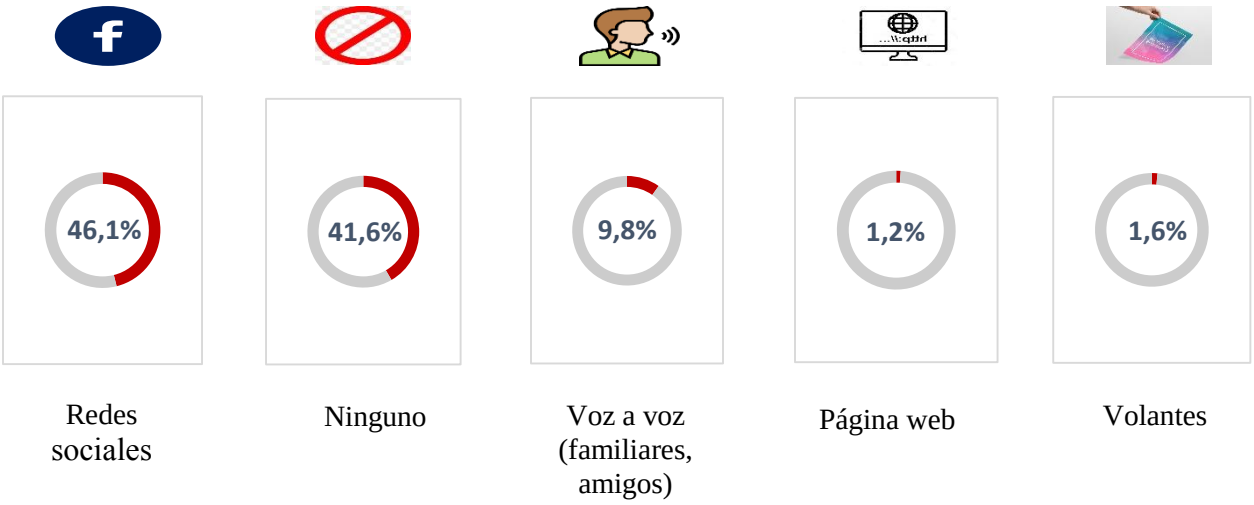
Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

[1] Promedio ponderado

[2] El intervalo ($0 - $1.000.000), no incluye el $0, ni el $ 1.000.000.

El 46,1 % de los comerciantes utilizó las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) como medio para promocionar la venta de sus productos; el 41,6 % ningún medio, 9,8 % voz a voz (familiares y amigos), y 1,2 % por medio de página web y volantes.

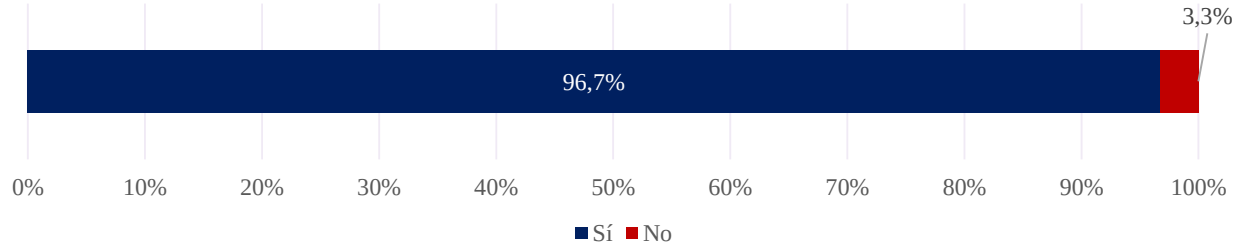
Gráfico 7. ¿Qué medio de comunicación utilizó para promocionar sus productos para atraer clientes durante el segundo Día Sin IVA?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 96,7 % de los comerciantes manifestaron el correcto cumplimiento de los protocolos de bioseguridad por parte de los clientes que ingresaron a sus establecimientos, de igual forma, tan solo el 3,3 % afirmaron que no.

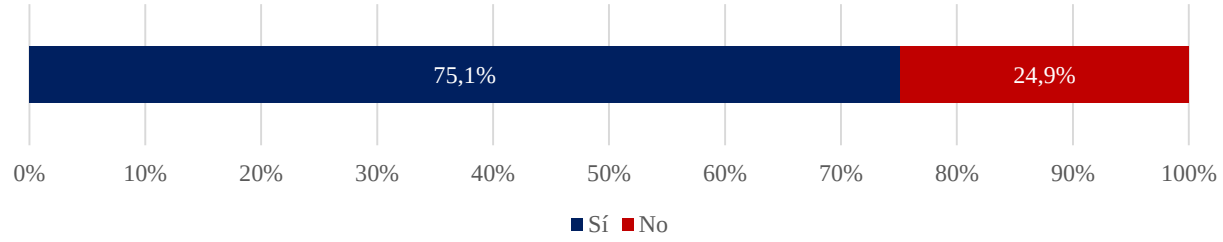
Gráfico 8. ¿Los clientes atendidos por su establecimiento de comercio cumplen con los protocolos de bioseguridad?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 75,1 % de los comerciantes afirmaron que las medidas relacionadas a los días sin IVA, son importantes para el desarrollo económico de la ciudad (Tunja y Chiquinquirá), por su parte, el 24,9 % no consideran estos eventos como factor clave en el desarrollo de la ciudad.

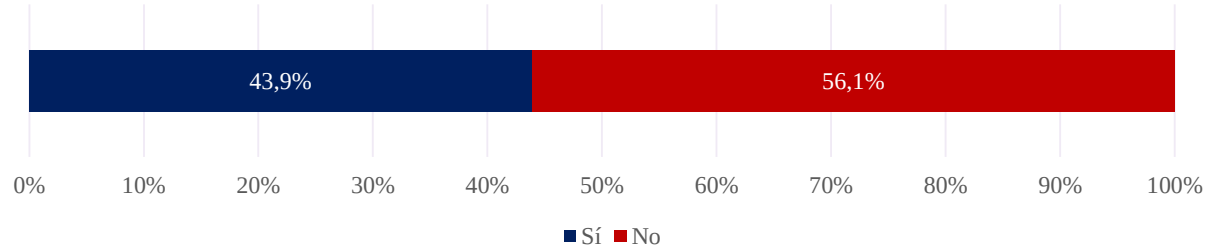
Gráfico 9. ¿Considera que estas medidas como el Día sin IVA hacen bien para el desarrollo económico de la ciudad?



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

El 56,1 % de los empresarios que cuentan con datáfono, afirmaron que sus ventas por este canal de pago disminuyeron, en referencia con el primer Día sin IVA realizado el 28 de octubre del 2021, por su parte, el 43,9 % manifestó haber incrementado sus ventas durante el segundo Día sin IVA.

Gráfico 10. Si cuenta con medios de comercio electrónico (datáfono), ¿logró un incremento en sus ventas por estos canales durante el segundo Día sin IVA del 2021 en comparación con el primer Día sin IVA?



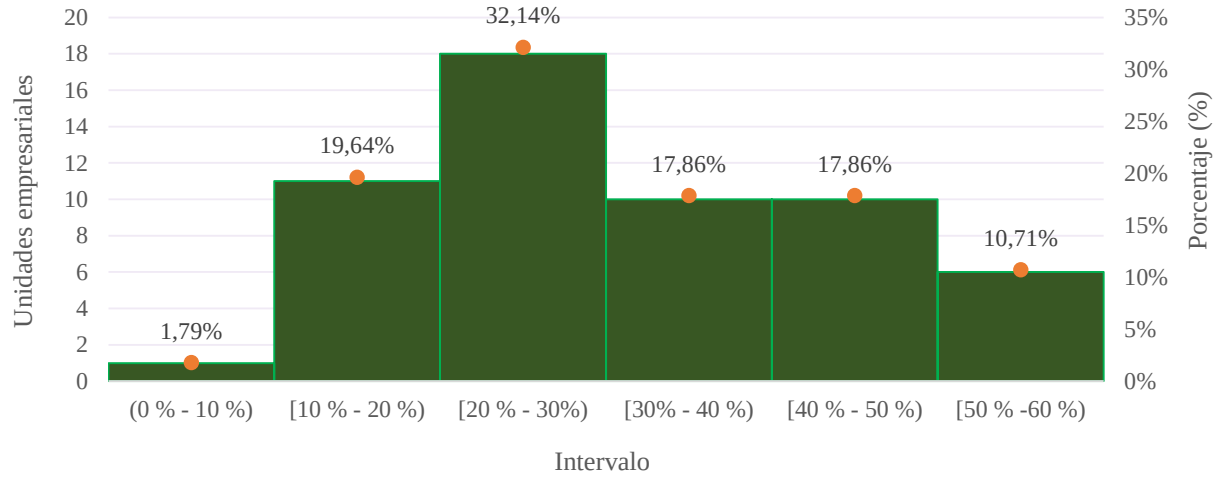
Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

En promedio[3], los empresarios que aumentaron sus ventas por medio del comercio electrónico, lo hicieron en un 31,25 %; como se puede observar en el Gráfico 11, el 32,14 % incrementó sus ventas en el intervalo del [20% - 30%)[4].

[3] Promedio ponderado

[4] El intervalo [20% - 30%), incluye el 20 %, pero excluye el 30 %.

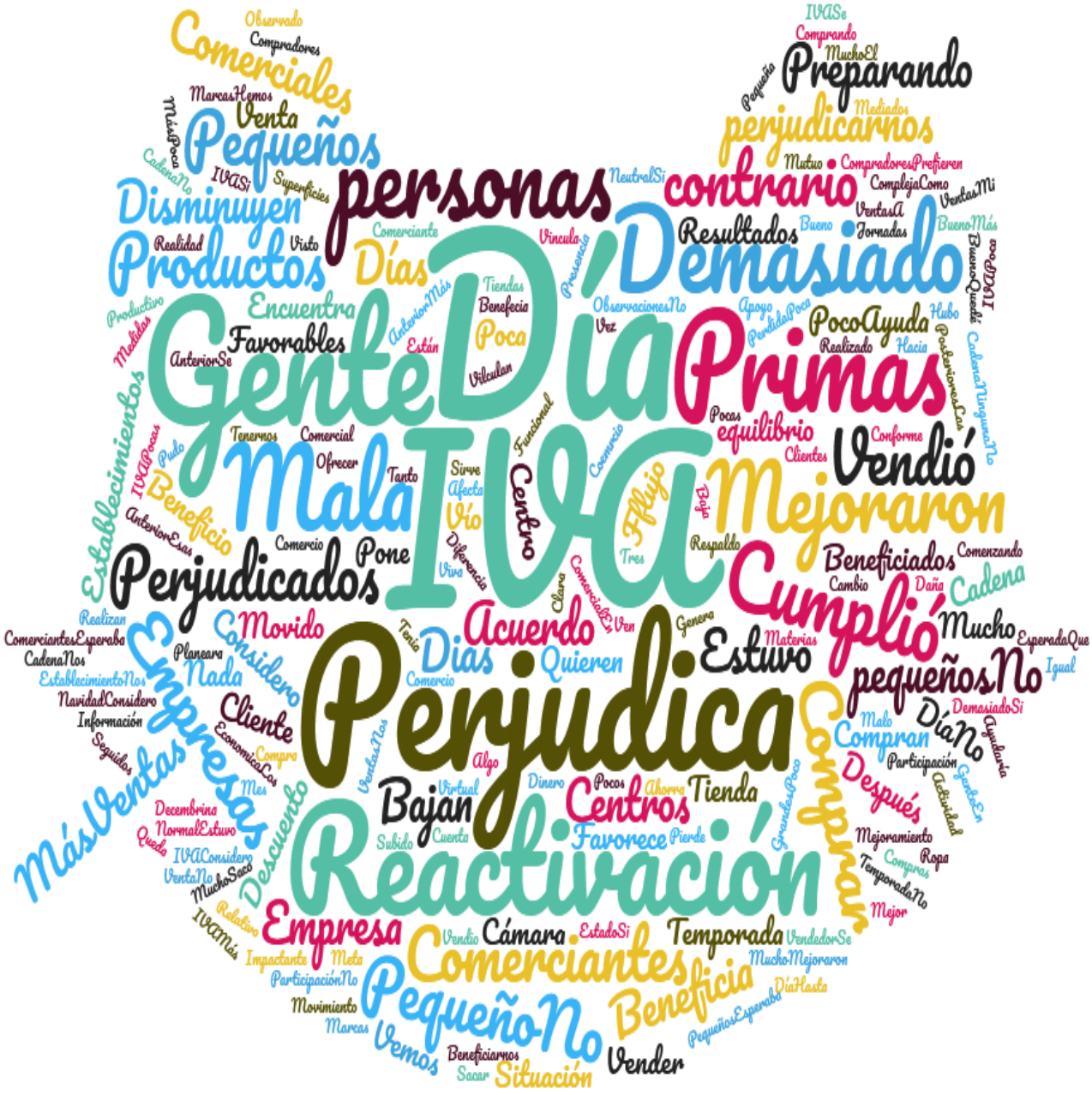
Gráfico 11. En caso de contestar afirmativamente, indique el porcentaje del incremento en las ventas por comercio electrónico.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a empresarios

Ilustración 2. Nube de palabras

Utilizando la herramienta nube de palabras, se presenta en forma visual las palabras más frecuentes usadas por los comerciantes encuestados. En las observaciones al finalizar la encuesta, las palabras con mayor frecuencia fueron: Día sin IVA nos perjudica con 16 repeticiones, reactivación 11 veces, poca gente con 10 repeticiones y prima con 9.



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta a consumidores

Reflexiones

- Las opiniones de los comerciantes se encuentran divididas, indicando en un alto porcentaje que el Día sin IVA no favorece a la empresa pequeña, solo a los almacenes de cadena, por otro lado, los comerciantes indicaron que se aumentaron considerablemente sus ventas durante la realización del Día sin IVA.

- En promedio, los comerciantes de Tunja y Chiquinquirá realizaron ventas por valor de $ 3’152.600, manifestando un aumento en sus ventas por canales de comercio electrónico.

- En general, tanto los compradores como los comerciantes presentaron un muy buen comportamiento, respetando las medidas de bioseguridad impuestas por el Gobierno Nacional.

Bibliografía

Actualícese. (2020). *https://actualicese.com.* Obtenido de https://actualicese.com/infografia-en-cifras-asi-fue-el-balance-del-primer-dia-sin-iva/

Boyacá7. (s.f.). *https://boyaca7dias.com.co/.* Obtenido de https://boyaca7dias.com.co/2020/06/21/ventas-por-el-orden-de-los-6-000-millones-de-pesos-en-el-diasiniva-en-tunja/

Cámara de Comercio de Tunja. (junio del 2020). *https://cctunja.org.co/.* Obtenido de https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2020/07/Impacto-Dia-sin-Iva-dia-del-padre-2020.pdf

Cámara de Comercio de Tunja. (julio del 2020a). *https://cctunja.org.co/.* Obtenido de https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2020/08/Impacto-Empresarial-y-Comercial-D%C3%ADa-Sin-IVA-3-JUL.pdf

ElTiempo. (2021). *https://www.eltiempo.com.* Obtenido de https://www.eltiempo.com/economia/sectores/dia-sin-iva-todo-lo-que-debe-saber-para-realizar-compras-seguras-627517

ElTiempo. (2021a). *https://www.eltiempo.com.* Obtenido de https://www.eltiempo.com/economia/sectores/dia-sin-iva-esto-fue-lo-que-gastaron-los-colombianos-en-esta-segunda-jornada-514162

MinCIT. (2019). *http://www.mincit.gov.co*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a

MinHacienda. (20 de octubre del 2021). *https://dapre.presidencia.gov.co.* Obtenido de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201314%20DEL%2020%20DE%20OCTUBRE%20DE%202021.pdf

Semana. (noviembre del 2020). *https://www.semana.com.* Obtenido de https://www.semana.com/empresas/articulo/ventas-del-comercio-durante-la-tercera-jornada-sin-iva-en-colombia/307542/

DIRECCIÓN

Julián Andrés Galvis Pabón
Presidente Ejecutivo

EQUIPO INVESTIGADOR[5]

Luis Alejandro Suárez Amaya
Director del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Dilsa Anahir Roa Díaz
Auxiliar I del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Angie Alejandra Becerra Alfonso
Auxiliar del Call Center

Harold Mauricio Suárez Calderón
Apoyo del Departamento de Planeación y Estudios Económicos

Tunja, diciembre del 2021

[5]Departamento de Planeación y Estudios Económicos | Cámara de Comercio de Tunja
Correo electrónico: planeacion@cctunja.org.co
auxplaneacion@cctunja.org.co
callcenter2@cctunja.org.co
apoplaneacion@cctunja.org.co
PBX: (8) 747 46 60, ext. 151
Dirección: calle 35 # 10-09, Tunja, Boyacá, Colombia
Sitio web: https://cctunja.org.co