



# BlackSip

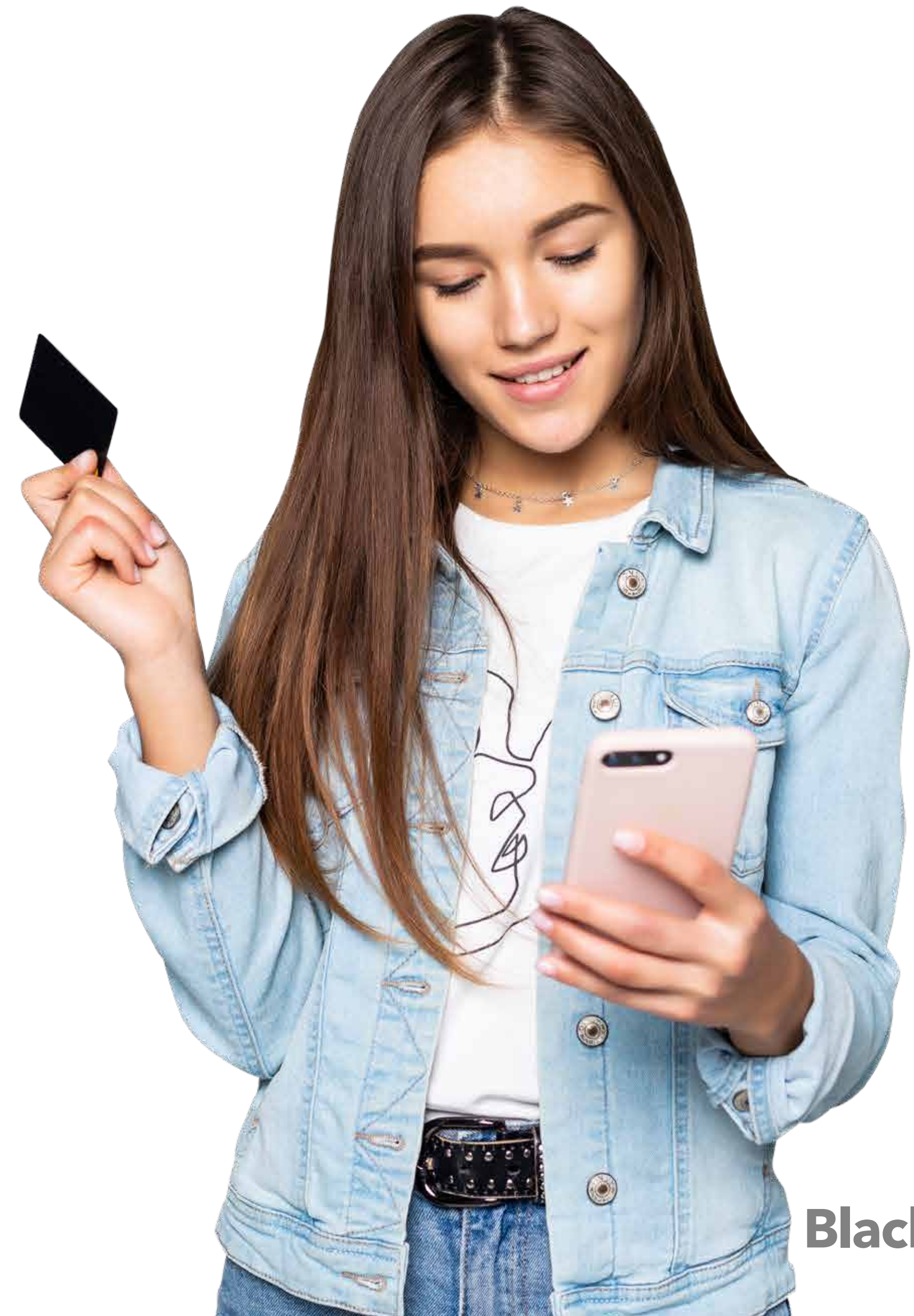
Recomendaciones  
para los próximos  
**Días Sin Iva**

---

# Recomendaciones para los próximos Días Sin Iva

En **BlackSip** queremos que los e-commerce del país se preparen de la mejor forma para los próximos Día sin IVA que se realizarán el **19 de noviembre y el 3 de diciembre de 2021**.

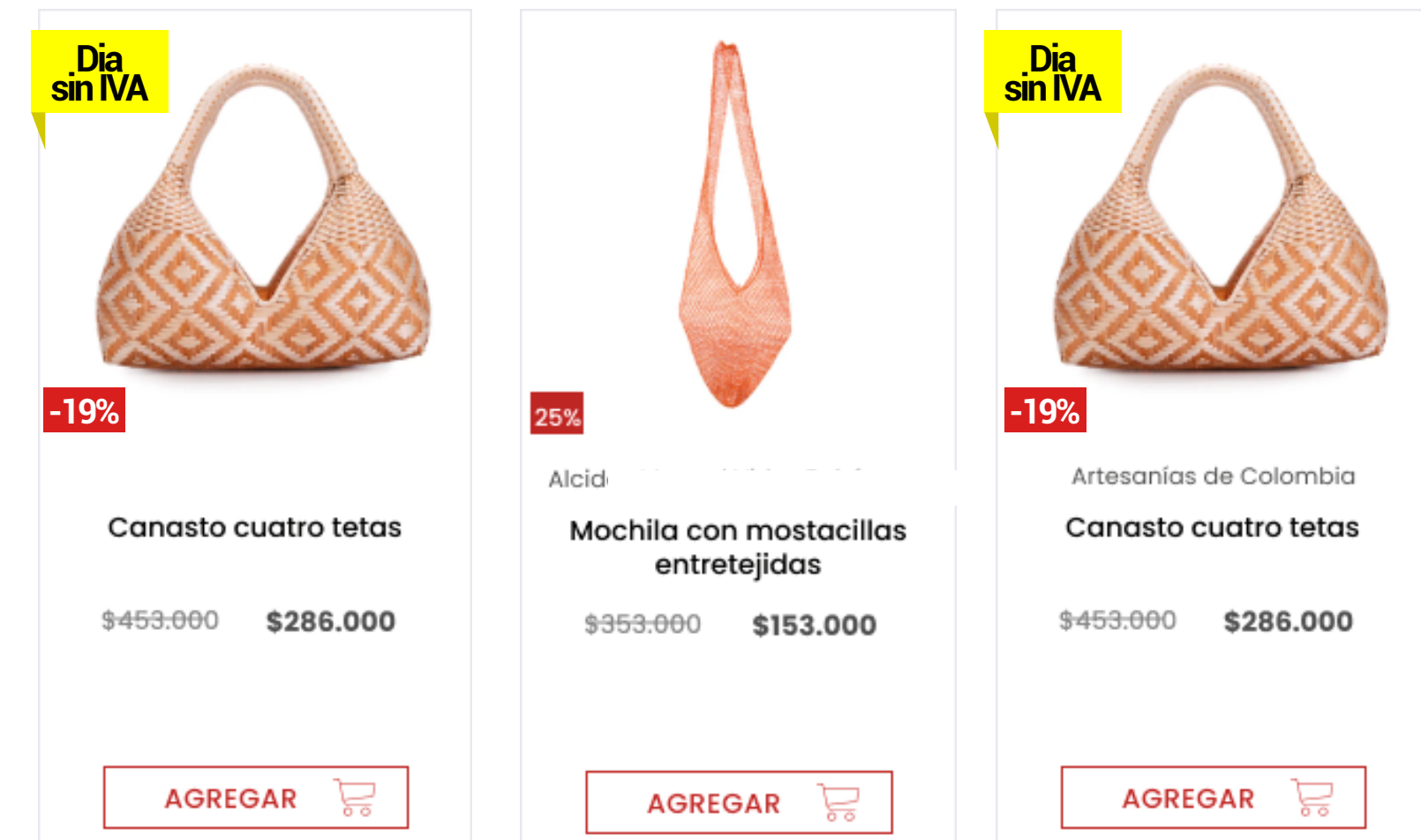
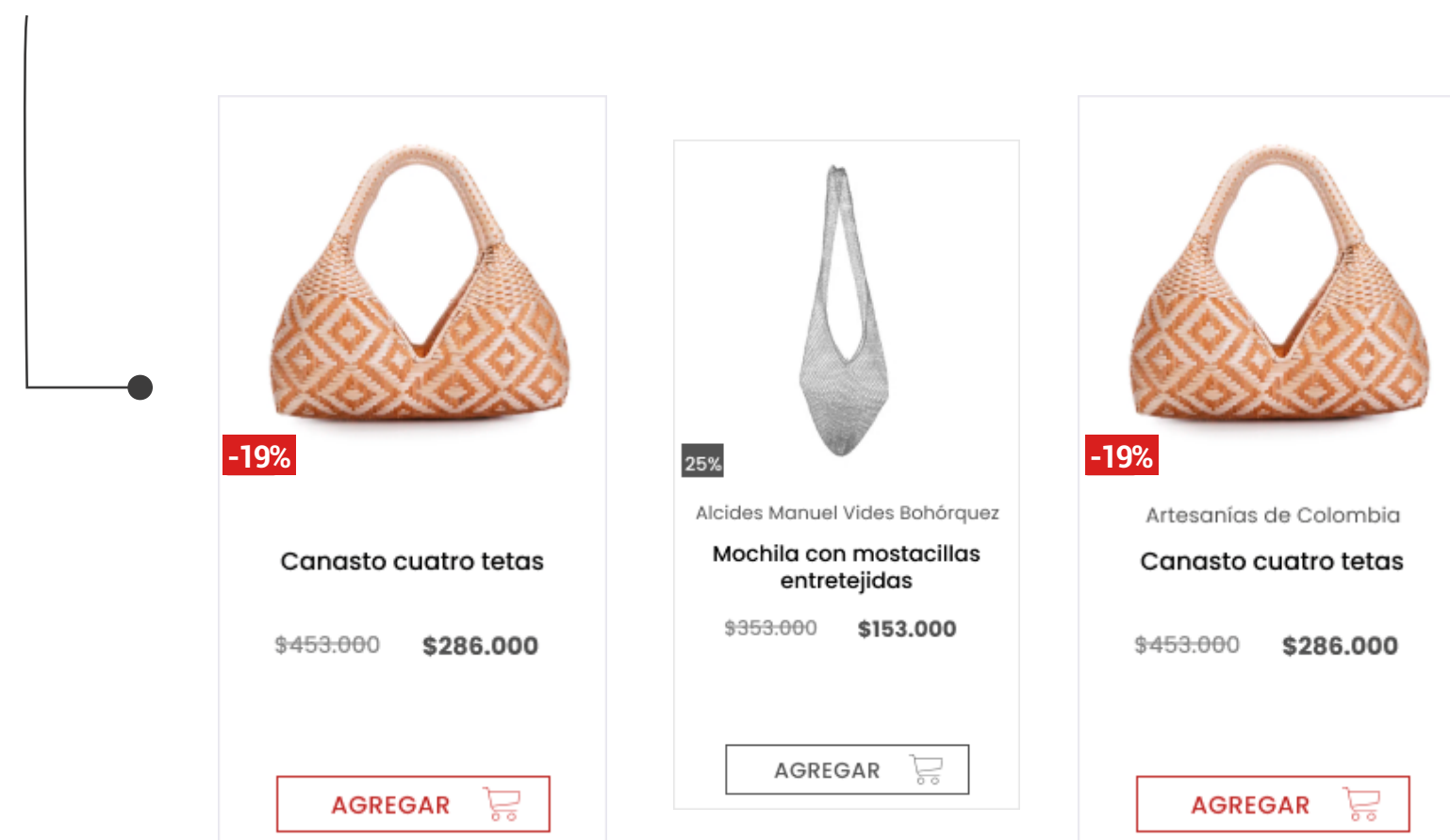
Teniendo en cuenta que se acercan las fiestas de diciembre, estas próximas jornadas prometen un alto incremento en el tráfico a los sitios web y por ende en las ventas a través de los canales digitales; es por esto que preparamos algunas **recomendaciones para que los e-commerce se preparen para los retos** operativos, técnicos, comerciales y logísticos que implican estos próximos Días sin Iva.



# 1

## Configurar la venta de los bienes exentos

Como no todos los bienes están exentos del IVA, el proceso de diferenciación de productos y el cambio de precios y facturación puede ser complejo, así que nuestra recomendación es que el e-commerce opte por ocultar durante ese día los productos que no aplican para la exención del IVA y dejar a la vista (disponibles) solo los que sí. Esto podría facilitar todo el proceso logístico, técnico y de facturación.



Si técnicamente es posible mantener activos todos los productos, una buena opción sería marcar a través de una etiqueta los bienes que están exentos de IVA para así poder compartir esta información fácilmente al consumidor.

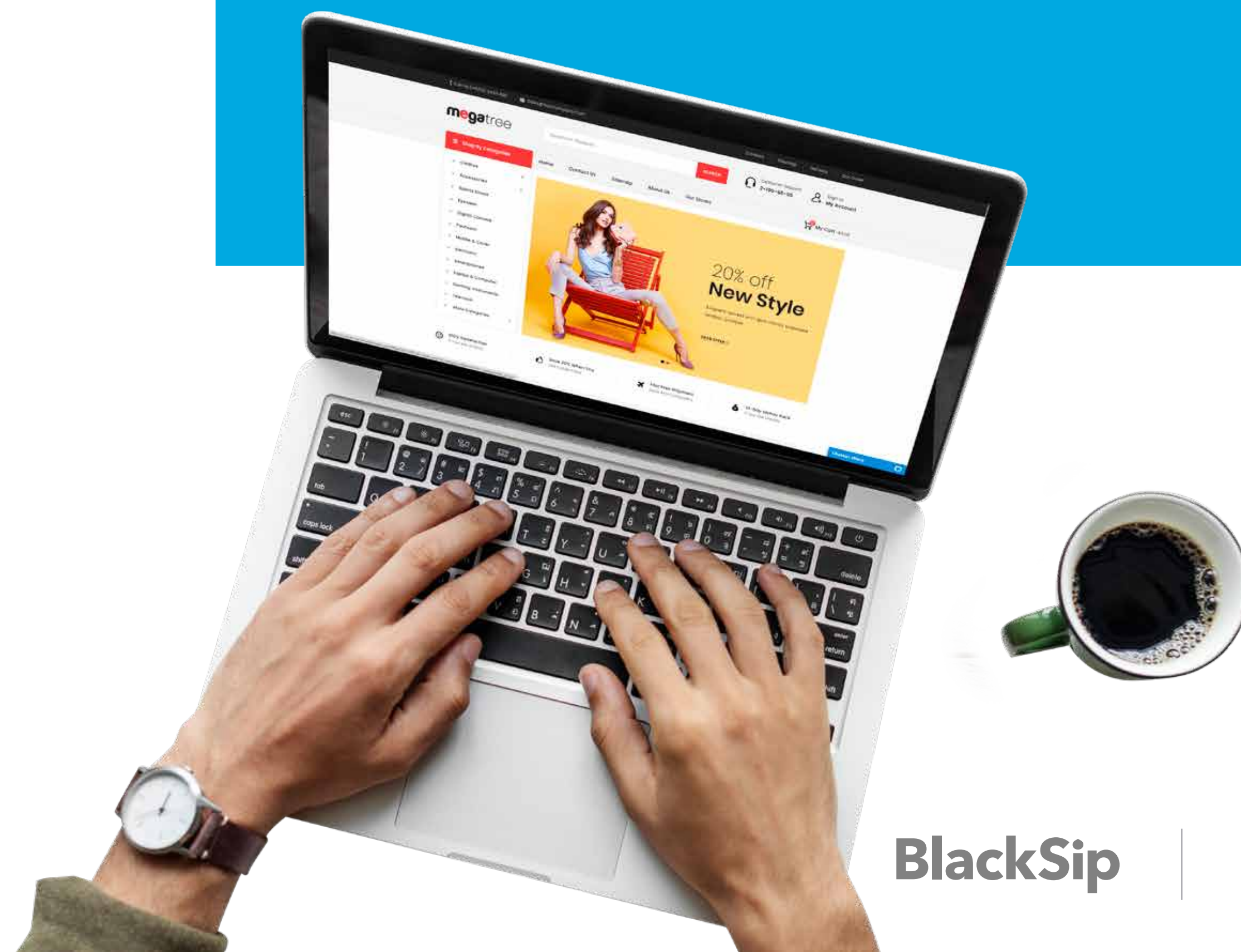
# 2

## Facturación de las ventas

Todo lo que se vende durante este día, se debe facturar el mismo día. Por esta razón recomendamos a los comercios facturar inmediatamente ingrese una orden. Muchas veces en los e-commerce este proceso se hace durante la fase de alistamiento de los productos, pero si se recibe un alto número de órdenes es muy probable que no pueda hacerse todo el mismo día.



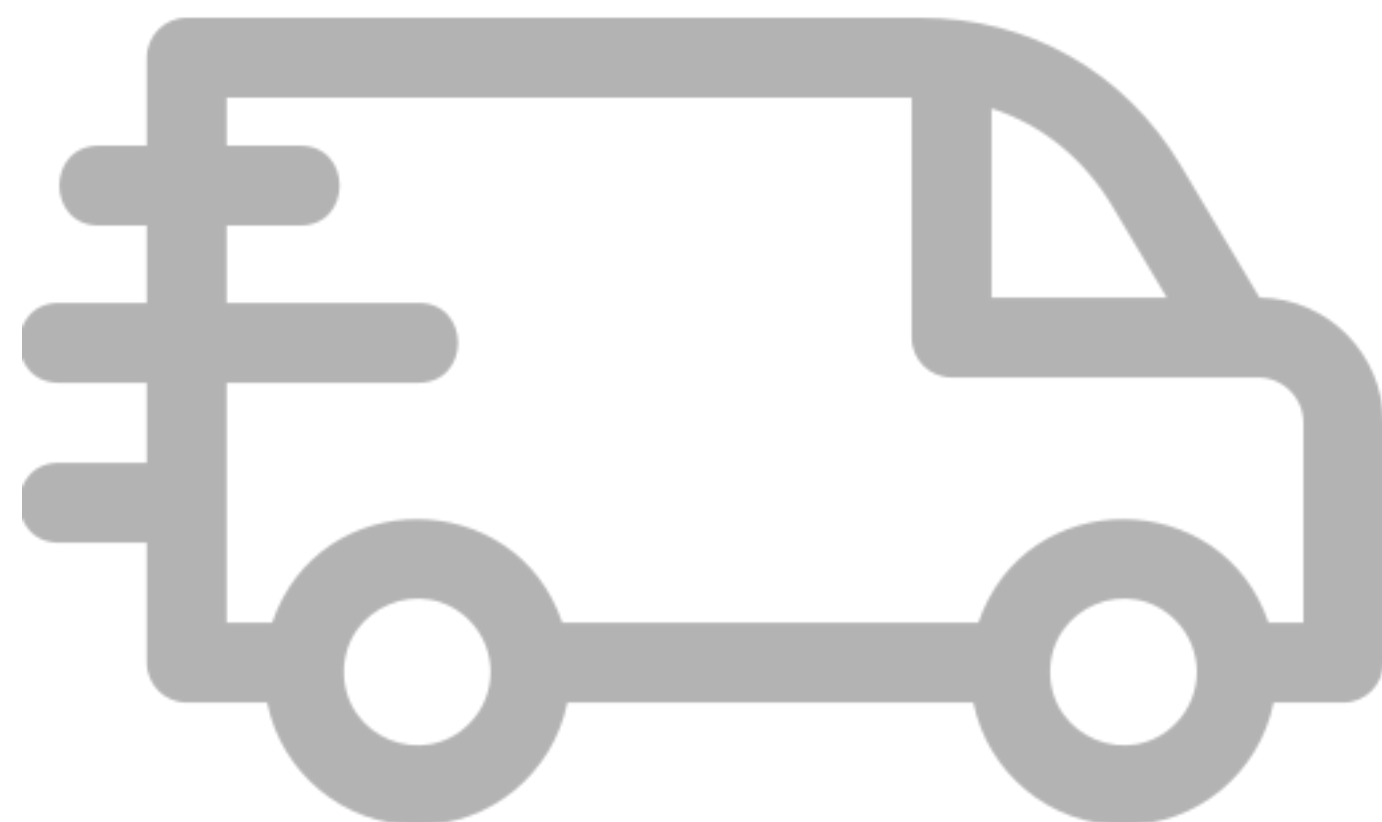
Después, en caso de que se facture algo que no se puede despachar por la razón que sea, se puede efectuar una nota de crédito.



# 3

## Estar al día en pedidos anteriores

Como el día sin IVA tendrá un alto flujo de pedidos, es importante tener al día la facturación de pedidos anteriores y no mezclar facturación con y sin IVA para facilitar el proceso.



Para esto una opción podría ser que el día anterior, hacia el final de la jornada, los comercios “pausen” su e-commerce hasta la medianoche. Esto permitirá ponerse al día en facturas y no correr el riesgo de mezclar facturaciones con y sin IVA.



# 4 Información específica

El cliente que compra en una tienda online confía en el sitio web al que accede y en la información que proporciona. Por lo tanto, recomendamos hacer uso de fotografías atractivas de los productos, dentro y fuera del empaque y en uso, si es posible.

**Especificar el tamaño, color, peso y todos los detalles en la descripción del artículo**, es una buena forma de garantizar que la compra sea precisa y que así, no haya posibilidad de que el consumidor se sienta engañado al recibir su pedido.

# 5

## Alistamiento y despachos

Como hay dos semanas para hacer la entrega, aunque la facturación de los pedidos debe hacerse el mismo día de la venta, el alistamiento y procesamiento puede hacerse posteriormente. Sin embargo, en el decreto se habla de dos semanas para la entrega final, así que hay que tener en cuenta también el tiempo que le toma a la transportadora hacer las entregas, con el fin de despachar el último pedido con suficiente antelación.



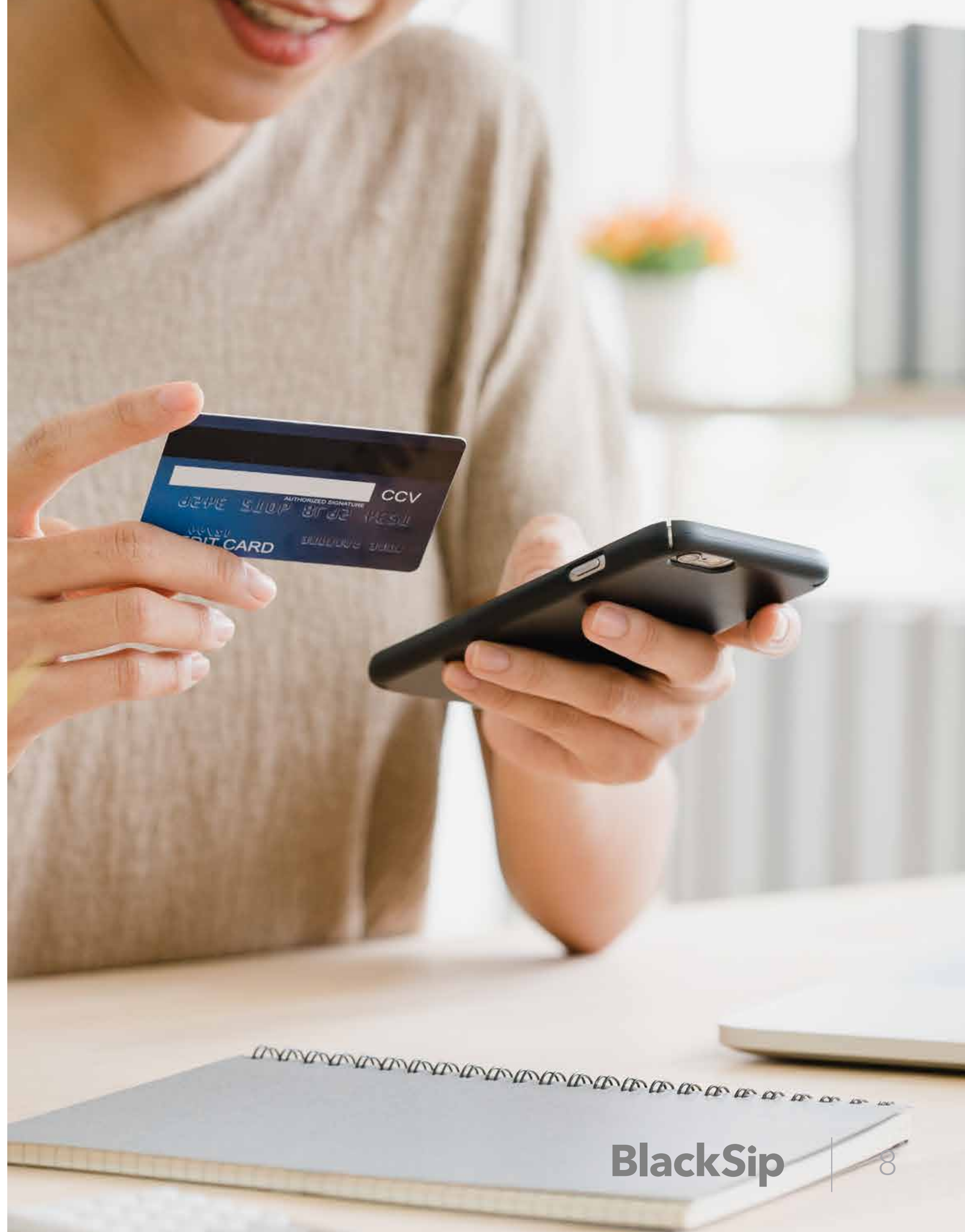
**Es probable que todos los transportadores vayan a tener un alto número de despachos porque muchos comercios van a tener un pico en ventas, así que lo más recomendable es contar con algunos días adicionales.**

# 6

## Tipos de pagos

Los pagos en efectivo o contra entrega no están incluidos dentro del beneficio. Tampoco a través de Baloto, Efecty o demás redes. Si dentro de la plataforma de e-commerce se puede hacer esta excepción y operativamente se logran procesar pedidos teniendo en cuenta esta limitante, es muy importante dejarlo parametrizado.

**De lo contrario, una recomendación sería dejar activos durante estos días únicamente los métodos de pago electrónicos como PSE y tarjetas débito y crédito.**





# 7

## Aprobación de pagos

A veces las pasarelas de pagos se toman varias horas para aprobar una compra, y puede que si la compra se realiza sobre las últimas horas de la noche, la aprobación esté lista el otro día. Por ello, una posible solución podría ser facturar todas las órdenes que no alcancen a ser aprobadas durante el día sin IVA, y si por alguna razón resulta rechazada por la pasarela, se procede a efectuar una nota de crédito.



**Esto teniendo en cuenta que una facturación realizada al día siguiente ya no debería ir exenta de IVA.**



**-19%**

Artesanías de Colombia

**Canasto cuatro tetas**

~~\$453.000~~    **\$286.000**

- **3** +

# 8

## Limitar compras

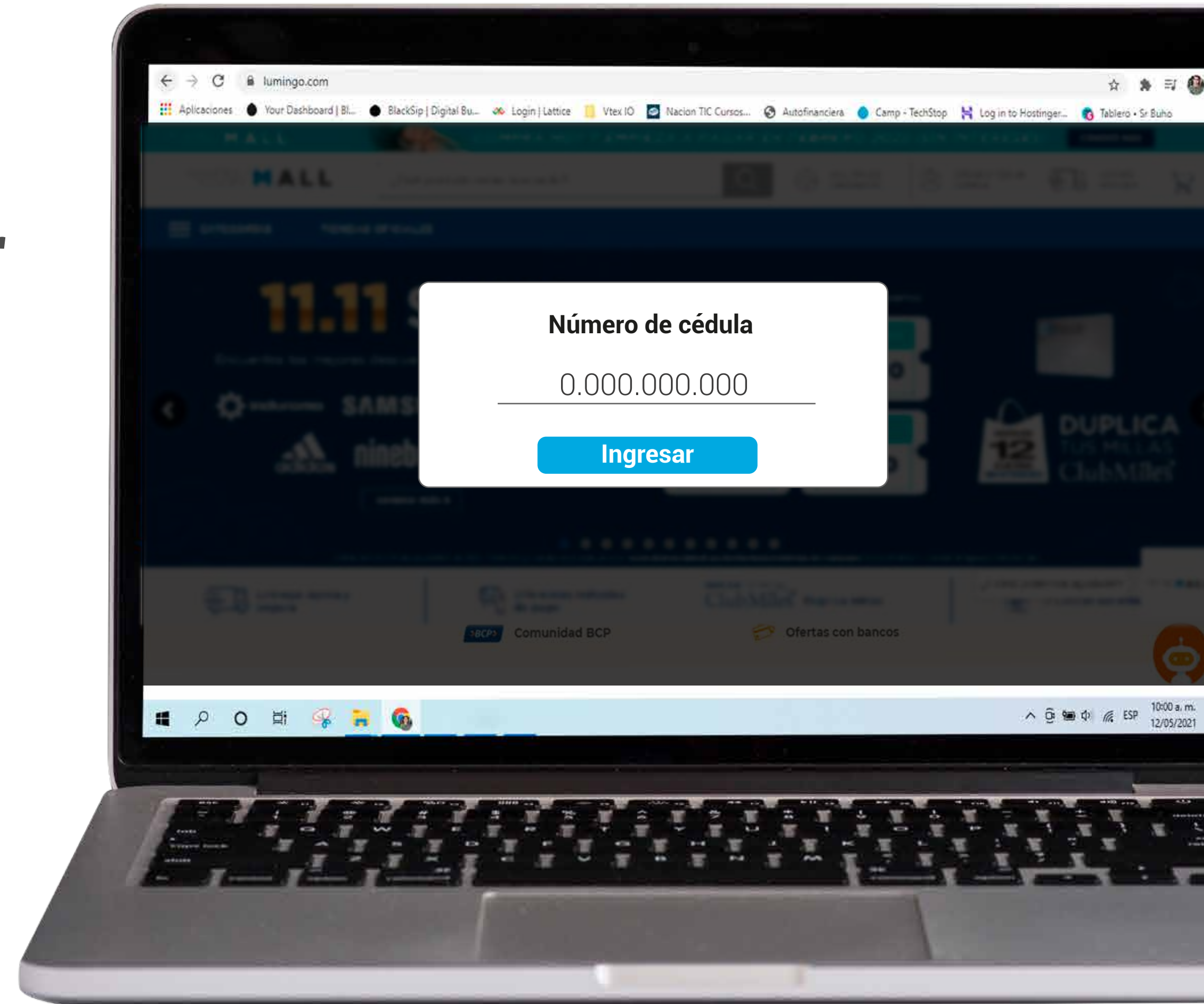
Como solo se pueden comprar 3 unidades de la misma clase o categoría, el comercio debe realizar algún desarrollo en su e-commerce que controle esta limitante. Para las empresas multitegorías esto puede resultar en un “dolor de cabeza”.

Una opción podría ser permitir únicamente la compra de 3 unidades totales por cliente; si bien esta no es la solución ideal, es una opción que nos asegura cumplir con el requisito establecido y no incurrir en futuros problemas.

# 9

## Limitar transacciones por número de identificación

Es importante limitar que un cliente no realice varias compras el mismo día así cada una cumpla el requisito de los 3 bienes: el decreto es claro limitando esto por comprador y no por compra. Si la plataforma de e-commerce no puede solucionar esta limitante, una posible opción sería solicitarle a la pasarela de pago, mediante sus motores antifraude, que solo permitan una transacción por número de identificación desde su comercio para este día.





# 10

## Clases de compradores

Las ventas sólo serán válidas para personas naturales. Si el e-commerce tiene la posibilidad de vender a personas jurídicas, hay que desactivar esta opción o implementar un condicional.

# 11

## Aumentar el equipo de servicio al cliente

Los compradores tendrán muchas preguntas durante este día. Es recomendable que aumenten su equipo de servicio al cliente, especialmente en canales digitales.



Habilitar canales de chat y asegurarse de tener el equipo para atenderlo durante las 24 horas de este día es una excelente opción para resolver todas las dudas que se presenten. Es importante tener en cuenta que el alto volumen de ventas también aumentará la solicitud de seguimiento a pedidos los días siguientes. Es importante contar aún con este equipo de soporte adicional para los días posteriores y así ofrecer un buen servicio post compra a los usuarios.

# 12

## Inventario retenido

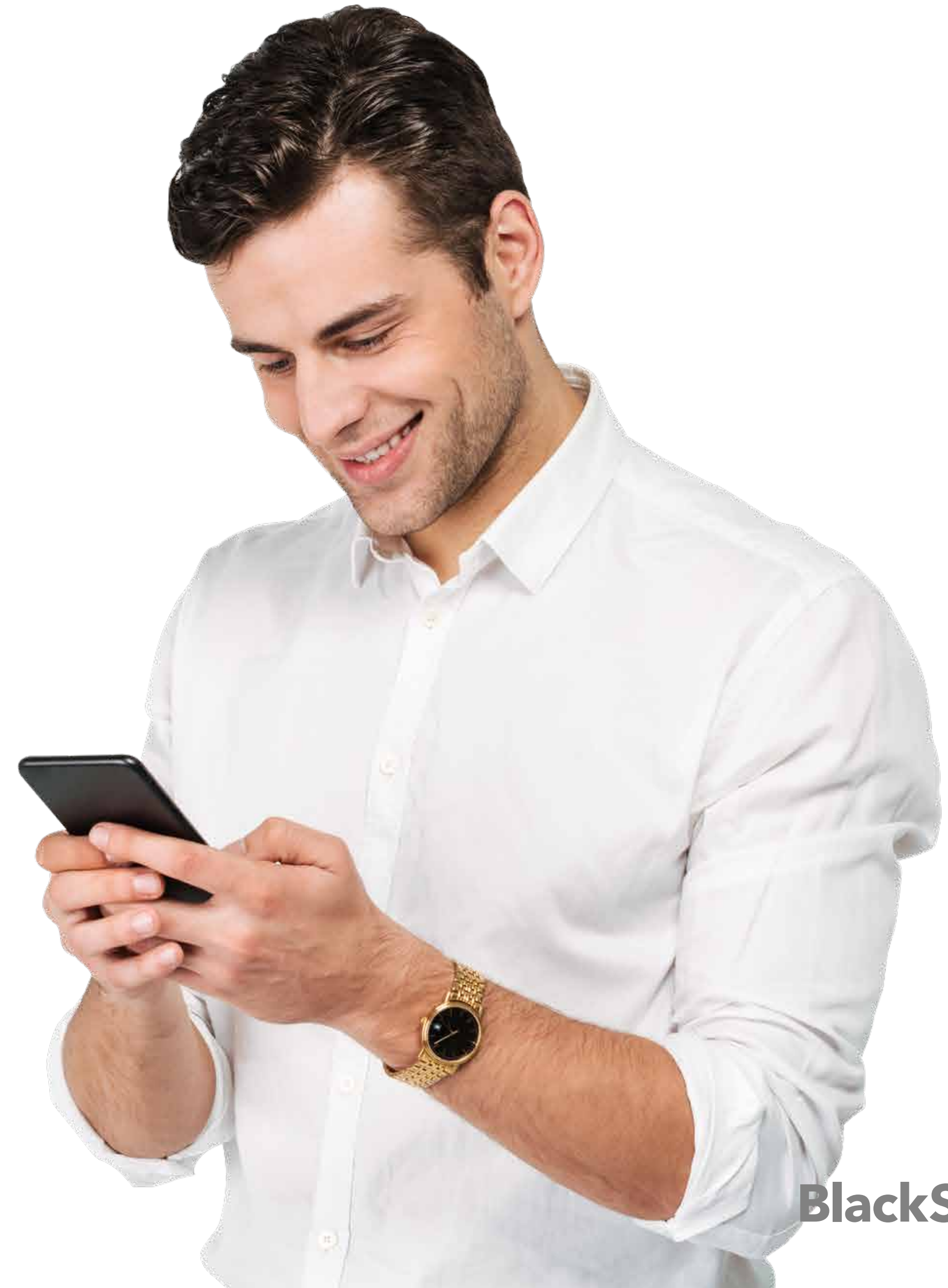
Es una buena oportunidad no solo para ofrecer artículos nuevos y los más vendidos, sino algunos estancados o colecciones viejas. Es importante asegurarse de tener la mayor cantidad de inventario disponible en el canal de e-commerce para no perder ventas por falta de stock.



# 13

## Comunicarlo con tiempo

Recomendamos diseñar una estrategia de comunicación robusta y omnicanal. Al ser un evento grande que aplica no solo para comercios online, los consumidores con seguridad recibirán mucha información mediante diferentes canales, así que es recomendable enviar correos, comunicar por redes sociales y aprovechar la pauta digital con el mensaje de que el comercio participará activamente en las próximas fechas.





# 14

## Abandono del carrito

Las estrategias de marketing no deberían consistir únicamente en generar un primer clic en el sitio web. Por eso resaltamos la importancia de gestionar acciones de llamado a la acción para recuperar carritos abandonados y completar ventas que los consumidores pueden dejar incompletas.



# Cambios para tener en cuenta:

Para este año, el decreto 1314 del 20 de octubre de 2021 indica que las devoluciones no estarán exentas del IVA. Esto significa que si el producto no cumplió con las expectativas o la devolución es por otro bien de diferente referencia, marca y/o valor al adquirido, el cliente deberá pagar lo que se ahorró para realizar el cambio.

Así las cosas, cuando se genere la devolución o reintegro del valor del bien, la nueva compra no se encontrará cubierta con la exención del IVA a menos que se realice en otro día que aplique este beneficio.



Estos eventos son estratégicamente importantes para los canales de comercio electrónico ya que cada vez más consumidores prefieren la conveniencia de realizar sus compras de forma digital sobre una forma presencial.

Una estrategia clara y la preparación adecuada para estas próximas jornadas de Día sin Iva, pueden lograr un incremento mayor en ventas online e incluso un posicionamiento para marcas poco conocidas.

