



IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Régimen de percepciones

La Administración Tributaria podrá designar como responsables, en calidad de agentes de percepción, del pago del IVA que deba devengarse en las ventas posteriores, a quienes por sus funciones públicas o por razón de sus actividades privadas intervengan en operaciones gravadas. Así como a los siguientes contribuyentes ordinarios:

1. Los industriales y comerciantes, cuando realicen ventas al mayor de bienes muebles gravados y el adquirente de los mismos no acredite ante aquéllos su condición de contribuyente ordinario de este impuesto. En estos casos, se entenderá como venta al mayor aquella en la que los bienes son adquiridos para su ulterior reventa, lo cual, en caso de dudas, será determinado por el industrial o comerciante en función de parámetros tales como la cantidad de bienes objeto de la operación o la frecuencia con que son adquiridos por la misma persona.

2. Los prestadores de servicios gravados de suministro de electricidad, telecomunicaciones, suministro de agua, aseo urbano y suministro de gas, siempre que el receptor de tales servicios no acredite ante aquéllos su condición de contribuyente ordinario de este impuesto. (Artículos 11 y 12 LIVA)

En efecto, la Administración Tributaria ha designado a los industriales de cigarrillos y manufacturas de tabaco, incluidos los importadores habituales y a los fabricantes o productores de fósforos, como agentes de percepción del IVA.

Estos agentes de percepción han sido designados mediante Providencias Administrativas Nros. 199 y 200, publicadas en la Gaceta Oficial N° 36.840, de fecha 30/11/1999.

La percepción del impuesto se practica sobre la base de la diferencia entre el precio de venta al público (P.V.P), y la base imponible conformada por el precio de venta del producto, excluido el monto de los impuestos nacionales, de conformidad con la ley que regula al impuesto.

El agente de percepción debe incluir en el precio indicado en la factura que emita, los impuestos percibidos correspondientes a los márgenes de comercialización de las operaciones posteriores hasta llegar al consumidor final. Estos impuestos deben ser en todo caso iguales al que se incluya en el P.V.P expresado en la cajetilla.

Los agentes de percepción y quienes soportan el impuesto percibido, no podrán considerar el impuesto como crédito fiscal, debiendo imputar su monto al costo de los bienes que vendan o servicios que presten.

El agente de percepción debe enterar el monto del impuesto percibido dentro del plazo de quince (15) días continuos del mes siguiente al período de imposición que corresponda.