

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN – LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

CARRERA: DERECHO



MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN DERECHO.

“LA APLICABILIDAD DEL IVA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO, EN LA CIUDAD DE LEÓN, EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE JUNIO A DICIEMBRE DE 2021.”

Autores:

- BR. NOE BROWN LAGOS.
- BR. JUAN RÍOS MARTÍNEZ.

Tutor:

- MSC. MARVIN JOSÉ RAMOS VALLADARES.

León 04 de julio de 2022.

“A la libertad por la universidad”

I. Agradecimiento.

Es un honor para nosotros haber finalizado una de nuestras metas, es por eso, que agradecemos a nuestro padre celestial por la vida, por su fortaleza, por la protección y sabiduría que nos ha dado durante todo este tiempo, por habernos permitido llegar a este momento de nuestras vidas.

Agradecemos a nuestra familia, a todos ellos que nos han ayudado día a día, y que han sido parte de todo este camino, agradecemos principalmente a nuestros padres, porque ellos siempre estuvieron presentes, guiándonos por el buen camino, enseñándonos a luchar y cumplir nuestra meta.

Agradecemos a la universidad por habernos dado la oportunidad de iniciar y culminar nuestra meta, a través de sus académicos y administrativos durante todo este tiempo.

Agradecemos a los profesores que con dedicación nos han compartido sus conocimientos y experiencias, formando nuestra vida profesional, en especial agradecemos a nuestro querido tutor, MSc: Marvin José Ramos Valladares, por compartir sus conocimientos y experiencias, por su orientación y disposición de acompañarnos durante todo el tiempo de nuestra investigación.

Agradecemos a nuestros amigos que nos brindaron palabras de consuelo y ánimo durante todo este tiempo, gracias a todos por su amistad, y que han sido parte de nuestra formación profesional.

II. Dedicatoria.

Nuestra tesis monográfica la dedicamos a Dios por habernos dado fuerza y protección durante estos cinco años, así mismo por la sabiduría y entendimiento, que nos ha dado en cada momento, y nos ha ayudado a salir adelante.

La tesis la dedicamos a nuestros padres, a los que están con nosotros y a los que ya no tenemos a nuestro lado, pero que siempre estarán presente en nuestra mente y corazón en cada momento, y es con mucho amor y cariño que les dedicamos nuestra tesis, por creer en nosotros, por darnos aliento y culminar con nuestros objetivos, siendo las personas que nos han brindado su mayor esfuerzo y apoyo durante este largo camino y poder lograr una de nuestras grandes metas propuestas.

Dedicamos también esta tesis a nuestros familiares, abuelos, hermanos, tías, cuñados y primos, por todo el apoyo que nos han brindado, y darnos palabras de ánimo a seguir adelante en cumplir nuestros objetivos.

A nuestro tutor, MSc: Marvin José Ramos Valladares, por habernos dado su apoyo incondicional, por su paciencia en corregir nuestras dificultades, por habernos ayudado a culminar nuestro trabajo final.

Dedicamos nuestra tesis a los amigos y profesores que han sido parte de nuestra formación, con su apoyo, comprensión y en general por ayudarnos a llegar a cumplir nuestra meta.

III. Abreviaturas y Anacronismos.

ADSL: Asymmetric Digital Suscribir Line (Línea de Suscriptor Digital Asimétrica).

B2B: Business-to-Business (negocio a negocio).

B2C: Business to Consumer (negocio a consumidor).

B2E: Business to Employee. (Negocio a empleado).

BEPS: Base Erosion and Profit Shifting (Erosión de la base y el desplazamiento de beneficio).

COVID: Corona Virus.

C2C: Consumer to Consumer. (Consumidor a Consumidor).

DGI: Dirección General de Ingresos.

DGA: Dirección General de Aduanas.

G2C: Government to Consumer. (Gobierno al Consumidor).

IBIDEM: En el mismo lugar.

ÍDEM: Lo mismo.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

ISBN: International Standard Book Number / Número Internacional Normalizado de Libro.

IGV: Impuesto General al Valor.

LCT: Ley de Concertación Tributaria.

MHCP: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OMC: Organización Mundial del Comercio.

PYME: Pequeña y Mediana Empresa.

RUC: Registro Único de Contribuyente.

TCP/IP: Protocolo de control de transmisión/Protocolo de Internet.

TIC: Tecnología de la Información y la Comunicación.

WIX: Wireless Information eXchange (Intercambio de información inalámbrica).

WWW: Word Wide Web. (Red Global o La Web).

IV. Resumen.

El tema de investigación monográfico es novedoso; al respecto existen pocos aportes científicos, únicamente encontramos la Monografía, Titulado; "El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua". Realizado en el año 2019, de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León. Así mismo la Revista Científica del 4to congreso de Investigación Científica del año 2020 de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León. Titulada, "Tributación en tiempos de COVID en Nicaragua". Ambas se relacionan a nuestra temática en estudio. En el desarrollo aborda sobre la aplicabilidad del IVA, en el comercio electrónico, dado que es una parte sustancial e importante que integran el patrimonio del Estado, pero que, debido a las actividades informales, realizadas a través de plataformas virtuales y las redes sociales, con lleva a la poca aplicabilidad de dicho impuesto.

La investigación está basada en documentos y leyes aplicables a la temática, analizando los aspectos generales del E-COMMERCE, centrándose específicamente al impuesto IVA, siendo aplicable a estas enajenaciones. Dado que las personas que operan en estos tipos de actividad están obligados a reportar dicho impuesto a la DGI, en cumplimiento al artículo 124 numeral 9 de la LCT. En la medida que se desarrolla la investigación; está compuesta por introducción, objetivos, capítulos, subtítulos, metodología, conclusión, recomendaciones y las fuentes bibliográficas. Detallando de manera resumida en cada una de las partes; conceptos, características, elementos, naturaleza de este fenómeno social, y exponiendo que es de relevancia jurídica, así mismo concientizar a las instituciones correspondientes a una mayor vigilancia sobre dicho problema, siendo necesario una mayor regulación jurídica en las ventas de bienes tangibles e intangibles realizados desde dispositivos electrónicos con acceso a una red, tomando como referencia el proyecto impulsado por la OCDE, BEPS.

Msc. Edgar Enrique Blanco
Jefe de departamento Derecho Público.
SD.

27/04/2022

DICTAMEN DE APROBACION DE TESIS DE INVESTIGACION

MONOGRAFICA.

Quien suscribe, Marvin Ramos Valladares, académico de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Unan-Leon y en mi calidad de tutor designado, por la jefatura del departamento Derecho Público, a través de la presente dictamino:

Que la Tesis de investigación monográfico intitulado: **“LA APLICABILIDAD DEL IVA EN EL COMERCIO ELECTRONICO, EN LA CIUDAD DE LEON, EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE JUNIO A DICIEMBRE DEL 2021.”** Elaborado por el Br. Noe Brown Lagos, y Juan Ríos Martínez, egresados de la carrera de Derecho Modalidad Diurna, de esta facultad e identificadas con su número de carnet **17-10702-0**, carnet **17-11061-0**, según mis consideraciones ha cumplido con los requisitos de forma y fondo para su aprobación, por lo tanto extendo el **“DICTAMEN FAVORABLE”** del mismo de conformidad con los artículos 19 y 20 del reglamento de formas de comunicación de estudios publicado en la gaceta universitaria número 23.

Cabe mencionar que dicho/as Br. Han empezaron a realizar dicha investigación desde septiembre del año pasado a febrero del presente año , cuyo tema fue inscrito con la normativa interna provisional para la planificación, elaboración, presentación y defensa de la monografía o tesis de licenciatura en derecho según artículos 6, 7 y 10 del reglamento anterior.

Sin más a que referirme.


Msc. Marvin Ramos Valladares

V. Índice.

Contenido	Pág.
Agradecimiento	I
Dedicatoria	II
Abreviaturas y Acrónimos	III
Resumen	IV
Índice	V
Introducción	1-5
Objetivos	6
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES Y TEÓRICOS SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO, Y EL IMPUESTO.	7
1.1 Generalidades del Comercio Electrónico	7
1.1.1 Antecedentes del Comercio Electrónico	7
1.1.2 La pre-web (1987-1992)	8
1.1.3 El lanzamiento de la Web (1992-1997)	8
1.1.4 La era puntocom (1997-2002)	9
1.1.5 Surgimiento de Google (2002 hasta 2007)	9
1.1.6 El regreso de Apple (2007-2012)	9
1.2 El mercado virtual en Nicaragua	10
1.3 Definición del Comercio Electrónico	11
1.3.1 ¿Qué es el comercio electrónico?	11-12
1.4 Características del comercio electrónico	13
1.4.1 Las operaciones son realizadas por vía electrónica o digital.	
1.4.2 Se reducen los intermediarios.	
1.4.3 Disponibilidad.	
1.4.4 Estándares universales.	
1.4.5 La personalización.	

1.5 ventajas del comercio electrónico	14
1.5.1 Publicidad.	
1.5.2 Información.	
1.5.3 Nuevos mercados.	
1.5.4 Alcance global.	
1.5.5 Facilidad de compra.	
1.5.6 Servicio al cliente.	
1.6 Desventajas del comercio electrónico	15
1.6.1 No puedes vender si la página se cae.	
1.6.2 Los clientes no pueden probar el artículo antes de comprarlo.	
1.6.3 Los clientes pueden ser impacientes.	
1.6.4 Tiempo de envío de productos.	
1.6.5 Falta de Autenticidad y Seguridad.	
1.6.6 Tiene ciertos inconvenientes.	
1.7 Elementos del comercio electrónico	16
1.7.1 Utiliza herramientas tecnológicas.	
1.7.2 Utiliza la tecnología para la automatización del negocio.	
1.7.3 El uso de la tecnología permite al negocio reducir sus costos de operaciones e incrementar sus ingresos.	
1.8 Formas de pago del comercio electrónico	17
1.8.1 Tarjetas de crédito.	
1.8.2 Dinero electrónico.	
1.8.3 PayPal.	
1.9 Formas de Comercio electrónico	18
1.9.1 Comercio de bienes.	
1.9.2 Comercio de servicios.	
1.9.3 Comercio electrónico indirecto.	
1.9.4 Comercio electrónico directo.	
1.10 Sujetos que intervienen en el Comercio Electrónico	19-21
1.10.1 Empresario.	
1.10.2 Consumidores.	

1.10.3 Administración.	
1.11 Tipos de Comercio Electrónico	21-25
1.11.1 B2B – Business to Business.	
1.11.2 B2C – Business to Consumer.	
1.11.3 B2E – Business to Employee.	
1.11.4 C2C – Consumer to Consumer.	
1.11.5 G2C – Government to Consumer.	
1.12 Tributo al comercio electrónico	25-26
1.13 Origen del Impuesto	27
1.14 Definiciones de impuesto	27-28
1.14.1 ¿Qué es el Impuesto?	
1.15 Etimología del Impuesto	29
1.16 Principios del impuesto	29
1.16.1 Principio de legalidad.	
1.16.2 Principio de proporcionalidad.	
1.17 Características del Impuesto	29
1.18 Elementos del Impuesto	30
1.18.1 Sujeto.	
1.18.2 Objeto.	
1.18.3 Fuente.	
1.18.4 Base imponible.	
1.18.5 Alícuota.	
1.19 Fines de los impuestos	30-31
1.19.1 Redistribución del ingreso.	
1.19.2 Mejorar la eficiencia económica.	
1.19.3 Proteccionistas.	
1.19.4 De fomento y desarrollo económico.	
1.20 Tipos de Impuestos	31
1.20.1 Impuestos directos.	
1.20.2 Impuestos indirectos.	
1.21 Los tipos de impuestos que establece la LCT	32-33

- 1.21.1 Impuesto Sobre la Renta.
- 1.21.2 Impuesto al Valor Agregado.
- 1.21.3 Impuesto Selectivo al Consumo.
- 1.21.4 Impuesto Específico al Consumo de Cigarrillos.
- 1.21.5 Impuesto Específico Conglobado a los Combustibles.
- 1.21.6 Impuesto Especial para el Financiamiento del Fondo de Mantenimiento Vial.
- 1.21.7 Impuesto Especial a Los Casinos, Máquinas y Mesas de Juegos (IECMMJ).
- 1.21.8 Impuesto de Timbres Fiscales.

CAPÍTULO II: DOCTRINA Y LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE AL IMPUESTO IVA, EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO34

- 2.1 Definición y origen del IVA en Nicaragua.....34
 - 2.1.1 ¿Qué es el IVA?
- 2.2 Origen del IVA en Nicaragua35-37
- 2.3 Elementos del IVA38
- 2.4 Característica del IVA39
 - 2.4.1 Es un impuesto indirecto.
 - 2.4.2 Es un impuesto Real.
 - 2.4.3 Es un impuesto interno.
- 2.5 Naturaleza del IVA39
- 2.6 El Impuesto al Valor Agregado IVA en la Legislación Nicaragüense40
 - 2.6.1 Técnica del impuesto.
 - 2.6.2 Traslación o débito fiscal.
 - 2.6.3 Realización del hecho generador.
- 2.7 Regulación del IVA en el comercio Electrónico41-44
- 2.8 Actividades del comercio electrónico sujeto a IVA45-47

CAPITULO III: CRITERIOS PARA LA APLICABILIDAD DEL IVA AL COMERCIO ELECTRÓNICO A EFECTO DE TRIBUTACIÓN EN LEÓN NICARAGUA	48
3.1 Criterios de identificación de los obligados tributarios para la aplicabilidad del IVA en las ventas en línea de bienes tangibles e intangibles en León Nicaragua	48-54
3.2 Posibles limitantes existentes para regular y aplicar IVA en las enajenaciones del Comercio Electrónico	55-57
3.2.1 La fiscalidad.	
3.2.2 Los sitios web.	
3.2.3 Administrativo.	
3.2.4 Legislativo.	
3.2.5 La parte económicos.	
3.3 Algunos mecanismos tributarios que regulen la actividad económica, realizados a través de internet	58-60
VIII. Diseño metodológico	61-63
IX. Conclusiones	64-67
X. Recomendaciones	68-69
XI. Bibliografía	70-75

VI. Introducción.

El desarrollo y el uso creciente de Internet, originado¹ en el año 1983, la cual normalmente se marca como el año en que «nace el Internet». Fue entonces cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos decidió usar el protocolo TCP/IP en su red Arpanet creando así la red Arpa Internet. Con el paso de los años se quedó con el nombre de «Internet», teniendo un impacto a la sociedad y empresas de todo el mundo. Surgiendo una nueva forma de comercializar a través de plataformas digitales. Las primeras ventas del comercio electrónico fueron realizadas en los años setenta comenzando a hacer su aparición en los Estados Unidos, y evolucionó hasta la forma en como lo conocemos hoy. Permitiendo a las empresas de hoy en día atravesar fronteras sin necesidad de estar físicamente en un lugar. Esto ha dado lugar a la eficiencia del negocio y abrió nuevas vías de comercio. El E-Commerce cada día es más utilizado en la sociedad, siendo un porcentaje considerable de compradores quienes optan por acudir a muy diversas tiendas en línea de marcas de prestigio para adquirir sus bienes más rápido, sin la necesidad de movilizarse de sus hogares.

Las transacciones o enajenaciones de bienes materiales e inmateriales realizados por personas naturales y jurídicas sean con establecimientos permanentes² previamente constituidos o no constituidos, están sujetas a gravámenes fiscales, en las ventas de bienes tangibles e intangibles efectuado por internet;³ está sujeto al impuesto de IVA; que se encuentran regulados por la legislación nicaragüense. Sin embargo, por la influencia de las nuevas transacciones virtuales, permite eludir estos impuestos; En la búsqueda de información relevante sobre este tema hemos encontrado, una monografía, Titulado; El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. Realizado en el año 2019, de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,

¹ LUIS BAHILLO. Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución. Publicado el 18 mayo de 2021. Disponible en: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/> consultado el 02 de febrero de 2022. A las 10: 42 am.

² Ley No. 822 Gaceta Diario Oficial N °241. Managua, lunes 17 de diciembre de 2012. Artículo 8

³ Ibidem. Artículo 124, numeral 9.

UNAN-León⁴. El cual se centra la investigación en el impuesto de IVA, dado que el comercio electrónico de bienes materiales e inmateriales da lugar a la evasión fiscal, aunque existan leyes tributarias y un órgano encargado, el animus de los evasores es beneficiarse así mismo evadiendo dichas normas. De igual manera encontramos una Revista Científica que se relaciona al tópico en cuestión, En la Revista Científica del 4to congreso de Investigación Científica del año 2020 de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León. Titulada, Tributación en tiempos de COVID en Nicaragua⁵, donde plantea que en el mundo, va aumentando las actividades económicas en las plataformas virtuales, llevadas de la mano por la tecnología de la información y comunicación (TIC), y la mayoría de los establecimiento permanente, realizan enajenaciones de bienes y prestaciones de servicios, utilizando el comercio electrónico, el que ha permitido que se valla formando una nueva economía “digital, por lo tanto, se observa la necesidad que tiene el Estado, de disponer acciones ante las enajenaciones y prestaciones de servicios y la pérdida de recaudación tributaria por el mismo hecho.

En la actualidad, en Nicaragua; existe la Ley 822, LCT y su reglamento Decreto: 01-2013, así mismo la Ley 562, Código Tributario de la Republica de Nicaragua, las cuales regulan la figura de tributación de personas físicas y morales con establecimiento permanentes o sin establecimiento permanente, estableciendo mecanismos y formas de tributación de cada contribuyente; el nuevo fenómeno de intercambio de bienes tangible e intangible a través del internet, se grava con el Impuesto de IVA, sin embargo existe poca aplicabilidad, siendo necesario crear mecanismo y recursos humanos capacitados para su recaudación. En Nicaragua la Dirección General de Ingresos (DGI), es el órgano competente para la recaudación de los tributos internos, de manera eficaz para la aportación al Estado, para el Plan

⁴ Belia Magdiel, Morales Fernanda. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](#) consultado el 22 de enero de 2022. A las 11: 02 am.

⁵ Ramos M. Reyes D. As 2020. Revista Científica. TRIBUTACION POR TIEMPOS DE COVID EN NICARAGUA. Pp. 21.

de Desarrollo Humano y el Programa Económico, como parte de su misión. Es evidente que Nicaragua en temas sobre el comercio electrónico, es un país en vías de desarrollo, la cual trata de adoptarse a este nuevo sistema, del mundo globalizado y la tecnología. Sin embargo, no está exenta del impacto de estos nuevos avances, por lo que en la actualidad es común ver a empresas y a personas naturales, hacer oferta y hasta compraventa de bienes tangibles e intangibles. Un ejemplo claro es en la red social de Facebook⁶ en su ventana de MARKETPLACE, donde se hacen ofertas y hasta compraventa de productos, permitiendo un acceso libre para cualquier usuario de esta plataforma.

El avance tecnológico, está en constante desarrollo, a lo que con lleva, cuestionar que tan preparado esta nuestro país para adaptarse a esta nueva realidad. Nicaragua es un Estado soberano tiene sus propias normativas jurídicas que regula las diferentes actividades económicas realizadas dentro de su territorio, sin embargo, a pesar de que hay una institución administrativa encargada que regula, los tributos a declarar, carece de mecanismos en cuanto se trata de retención de impuestos del comercio electrónico y en específico al impuesto de IVA en las enajenaciones de bienes antes mencionados. Lo cual es objeto de esta investigación científica.

Siendo el IVA aplicable en las enajenaciones de bienes como un impuesto indirecto que grava el consumo general de bienes o mercancías, servicios, y el uso o goce de bienes, e incluso las compraventa de bienes corporales e inmateriales realizados a través de internet, un impuesto necesario para el desarrollo económico social del país, sin embargo, al no tener los mecanismos necesarios de retención con respecto a las enajenaciones realizadas vía online, con lleva a una evasión tributaria, lo que permite perder un gran porcentaje de alícuotas, que no ayudan al Estado, los que salen apoderándose son los sujetos que realizan estas actividades económicas. De

⁶ FLORES JUAN, MORAN JORGE, Revista Científica pág. 5. Es el portal más representativo y usado a nivel mundial, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. Disponible en: <https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf> consultado el 05 de abril de 2022, a las 11:00 am.

allí la decisión de realizar esta investigación, sobre la aplicabilidad del impuesto IVA, al comercio online, en la ciudad de León, dado que los tributos representan los principales ingresos económicos para el Estado, dentro de las cuales se encuentran los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales que todo ciudadano nicaragüense de forma directa o indirecta contribuyen a dichas recaudaciones. Por este motivo en específico nuestro enfoque se centra al Impuesto al Valor Agregado, en cuanto se refiere al impuesto de IVA, nos concentraremos a lo que son: la enajenación de bienes materiales e inmateriales; realizados a través de internet. Se entiende por enajenación todo acto o contrato que conlleve la transferencia del dominio o de la facultad para disponer de un bien como propietario, independientemente de la denominación que le asignen las partes, exista o no un precio pactado⁷.

El tema de investigación como tal referente a los impuestos del comercio electrónico, es un tema novedoso, dado que no hay investigaciones dogmáticas jurídica sobre este contenido, a pesar que en nuestra legislación nacional establece como obligación tributaria de IVA en las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles realizados por medio del comercio electrónico, no prevé los suficientes mecanismos para identificar y regular los tributos en su totalidad, quedando a la voluntad de las personas naturales o jurídicas realizar la declaración.

De ahí la importancia de la presente investigación, pues esta disertación contribuye, a los órganos competentes de la materia el conocimiento para la aplicabilidad del impuesto y a la creación de nuevos mecanismos jurídicos fiscales que regule este nuevo fenómeno, y evitar la evasión de impuestos. En la presente investigación se plantean las siguientes interrogantes: ¿Existe en la legislación nicaragüense alguna ley especial donde establezca que mecanismo, se debe aplicar para gravar los impuestos de IVA en las enajenaciones del Comercio Electrónico? ¿Cómo puede recaudar el impuesto IVA en las enajenaciones del Comercio Electrónico en las plataformas digitales y las redes sociales? ¿Es posible identificar a los sujetos

⁷ Ley No. 822 Ley de Concertación Tributaria. Gaceta Diario No. 241. Managua, lunes 17 de diciembre de 2012. Artículo. 124.

pasivos que realizan enajenaciones virtuales a efecto de IVA? ¿Cuáles son las limitantes existentes para regular las enajenaciones del Comercio Electrónico? ¿Qué mecanismos tributarios se pueden crear en Nicaragua, para aplicar en las enajenaciones de bienes y prestaciones de servicios realizados a través del comercio electrónico, que no son declarados ante la Dirección General de Ingresos (DGI)?

La presente investigación; se divide de manera general en tres capítulos principales, el primer capítulo intitulado; ASPECTOS GENERALES Y TEÓRICOS SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO, Y EL IMPUESTO. En este capítulo se aborda de los aspectos en general, desde el punto de vista teórico del comercio electrónico y los impuestos desde un sentido amplio. A si mismo el segundo capítulo que lleva por nombre; DOCTRINA Y LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE AL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO IVA, EN EL E-COMMERCE. Se trata de la aplicabilidad del impuesto IVA desde el punto de vista normativo en el comercio electrónico dentro de la legislación nicaragüense, en cuanto a su naturaleza. Y el tercer capítulo intitulado; CRITERIOS PARA LA APLICABILIDAD DEL IVA AL COMERCIO ELECTRÓNICO A EFECTO DE TRIBUTACIÓN EN LEÓN NICARAGUA. Engloba sobre criterios de identificación de los obligados tributarios para la aplicabilidad del IVA al comercio electrónico, y mecanismo que se pueden crear en Nicaragua para gravar con IVA a dicho comercio. Finalizando con la conclusión y las recomendaciones.

VII. Objetivos.

Objetivo General:

Analizar la Aplicabilidad del Impuesto IVA, en el Comercio Electrónico, de bienes tangibles e intangibles, en la Ciudad de León, en el Periodo Comprendido de Junio a diciembre de 2021.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los elementos teóricos y doctrinarios que integran el Impuesto de IVA en el comercio electrónico.
2. Examinar en la legislación nacional sobre la Aplicabilidad del Impuesto al Valor Agregado, en las ventas realizados a través de internet.
3. Proponer mecanismo de acciones para iniciar un control a la recaudación de los tributos de los negocios online.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES Y TEÓRICOS SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL IMPUESTO.

1.1 Generalidades del Comercio Electrónico.

1.1.1 Antecedentes del Comercio Electrónico.

La necesidad del denominado Comercio Electrónico⁸ nace de la demanda de las Empresas, de hacer un mejor uso de la tecnología y así mejorar la interrelación entre el cliente y el proveedor.

El Comercio Electrónico también conocido por sus siglas en inglés como (E-COMMERCE), comenzó a hacer sus apariciones desde los años setenta en los Estados Unidos, pero principalmente tuvo más impacto en 1991 cuando el internet entro en las áreas comerciales, todo esto está ligado al surgimiento del internet en la década de los años 60 como respuesta a la necesidad de buscar nuevas maneras de utilizar los computadores en cualquier momento.

Luego de muchos años de mejorar todo lo referente al internet y mejoramiento de la tecnología, es en la década de los años 80 que una nueva tecnología electrónica se generaliza entre los consumidores, lo que proporciona una nueva forma de interacción social creando un sentido de “comunidad virtual”.

Así mismo en los años 90 la aparición del Word Wide Web (www) representa un punto de inflexión para el Comercio Electrónico por dotar de un fácil acceso a esta tecnología al momento de difundir y publicar información, el WWW asienta el E-COMMERCE proporcionando una forma más barata y sencilla de esta forma igualando a las pequeñas y grandes empresas en el ámbito tecnológico. Considerando⁹ que la principal característica del E-Commerce es el uso tecnológico,

⁸ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Pag 4. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](#) consultado el 18 de febrero de 2022, a las 12:18 pm.

⁹ OROPEZA, DORIS KARINA. La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano, Primera edición. Universidad Nacional Autónoma de México. ISBN: Impreso: 978-607-02-9858-5. 7 de febrero de 2018, pág. 9. Disponible en:

de los dispositivos y aplicaciones tecnológicas. Permitiendo globalizar el comercio, con una nueva dinámica de comercialización a través de redes informáticos.

En el origen del E-Comercio han existido diversos momentos históricos durante su desarrollo. El comienzo de la etapa actual inicia hace treinta años, su mayor impacto tiene lugar a partir de 2000, momento en que el comercio electrónico toma fuerza y se extiende su uso a un número considerable de agentes comerciales.

Las cinco etapas de la evolución tecnológica, para el desarrollo del comercio electrónico surge desde:

1.1.2 La pre-web (1987-1992)¹⁰:

Durante esta etapa surge la primera cuenta mercantil electrónica por SWREG empresa pionera en la venta de software para pagos en línea. En 1990, una de cada dos mil personas en el mundo usaba Internet. En este año también se presenta la patente del Asymmetric Digital Suscribir Line (ADSL), tecnología que hace posible un acceso a Internet de banda ancha, lo que hace una experiencia mucho más rápida de navegación. Para 1991 se crea el primer sitio Web del mundo, el cual fue programado por Tim Berners-Lee con la invención de la Web.

1.1.3 El lanzamiento de la Web (1992-1997)¹¹:

Durante este lustro surge el primer navegador Web comercial, denominado Mosaic, que más tarde, en 1994, se convertiría en Netscape. En 1995, el gigante de la industria del software, Microsoft, saca al mercado la primera versión de sistema operativo Microsoft Windows 95. Durante el mismo año, surgen en Estados Unidos dos de los primeros sitios Web dedicados a la compra y venta de productos en línea: E-bay y AMAZON.

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/10.pdf>, consultado el 28 de noviembre del año 2021, a las 10:07 am.

¹⁰ Ídem.

¹¹ Ídem.

1.1.4 La era puntocom (1997-2002)¹²:

Durante esta etapa existen ya en el mundo quinientos millones de usuarios de Internet; en 1997, Dell registra ventas en línea que superan el millón de dólares. Al finalizar dicha etapa en Estados Unidos ya se registran ventas de artículos por internet.

1.1.5 Surgimiento de Google (2002 hasta 2007)¹³:

Fue un proyecto impulsado en 1995, en la Universidad de Stanford por Larry Page y Sergej Brin, naciendo Google. En este momento el marketing virtual se convierte en el impulso del mercado en línea; en los Estados Unidos en el año 2002, aproximadamente el 50% de los compradores han adquirido algo por internet; el mismo año, eBay adquiere PayPal; y el 1 de agosto del 2003 se pone en línea MySpace; el 4 de febrero de 2004 la plataforma de Facebook.

1.1.6 El regreso de Apple (2007-2012)¹⁴:

En 2007, Apple, empresa líder en el mercado de software y equipo de cómputo, en competencia directa con Microsoft, revoluciona el mercado con el lanzamiento de importantes productos, como el iPhone. Para 2008, Google lanza Android, una aplicación para teléfonos; para 2011, ocho de cada diez personas cuentan con teléfonos celulares, y dos de cada diez teléfonos son inteligentes.

Actualmente el Comercio Electrónico¹⁵ se ha ido diversificando y ya no solo se realiza a través de los sitios webs existentes en la gran plataforma que es el internet, sino que se ha desarrollado hasta dentro de la denominada comunidad social es decir en las diversas redes sociales que se han creado principalmente y que son Facebook e Instagram, aunque estas son las más utilizadas y dentro de estas es

¹² Ídem.

¹³ Ídem.

¹⁴ Ídem.

¹⁵ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua". 2019, UNAN-León. Pag 6. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](https://unanleon.edu.ni/245649.pdf) consultado el 18 de febrero de 2022, a las 12:20 pm.

que se desarrolla dicho comercio electrónico realizándose pedidos, promocionando bienes e incluso servicios.

1.2 El mercado virtual en Nicaragua¹⁶.

En Centroamérica no se logra determinar con exactitud el año en el cual el comercio electrónico comenzó a hacer presencia, sin embargo, se conoce a través de portales como CentralAmericaData.com, que el comercio virtual en Centroamérica comenzó y mantiene actualmente como líderes en esta modalidad de comercio a Costa Rica y Panamá.

En Nicaragua en el año 2010 se dan los primeros avances de comercio electrónico con la promulgación de Ley No. 729, Ley de firmas electrónicas. Publicado en la Gaceta No. 165 de la ciudad de Managua, lunes 30 de agosto de 2010. En esta ley se dan los primeros indicios de regulación del comercio electrónico de forma segura mediante la autorización y regulación de las firmas electrónicas como medios legales para concertar transacciones económicas sin necesidad de un respaldo físico.

En 2012 la tienda de libros Literato incursionó en el mundo del e-commerce para lograr romper los mitos de que la gente no quiere leer, logrando con esta acción enviar obras de escritores locales a países como Israel o Costa Rica dejando así un precedente para las PYME en Nicaragua.

Otras de las etapas muy importante para el impacto del comercio electrónico, en Nicaragua sin duda alguna, es con el brote de la pandemia COVID 19, obligando a las personas a utilizar las plataformas virtuales, para así mantener su relación con su clientela, y no tomar riesgos de contagio, tanto para sus trabajadores y clientes. Por esta situación real presentada y con la necesidad de proteger la vida, y continuar con el intercambio de bienes y la prestación de servicios para fortalecer la

¹⁶ MALTA DIEDERICK Y SALINAS PEDRO. Propuesta e Implementación de E-Commerce, para la empresa Importadora y Distribuidora de cosméticos P&M (Peña Mairena), ubicada en la ciudad de Chinandega, en el primer semestre del año 2019. UNAN-LEON. León, noviembre 2019, pág. 3. Disponible en <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/7810/1/244971.pdf>. Consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 1:57 pm.

economía, el único medio para seguir implementando el comercio nacional e internacional era a través del uso de plataformas digitales¹⁷. Un impulso para promocionar esta nueva forma de comercio es a través del espacio que ofrece la plataforma social de Facebook Marketplace, de igual forma utilizando aplicaciones¹⁸. Como Wix Un sistema de administración avanzado y optimizado para dispositivos móviles, destacado por su sencillez y, por supuesto, por la adaptabilidad a smartphones y tabletas, por mencionar unas de muchas.

1.3 Definición del Comercio Electrónico.

1.3.1 ¿Qué es el comercio electrónico?

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica, consistente en el intercambio de bienes o servicios, sea para su uso, para su venta o para su transformación mediante otros procesos productivos. Esos intercambios tienen la característica de producirse libremente, debido a que cada una de las partes implicadas obtiene un valor subjetivo del intercambio. Los intercambios comerciales implican la transferencia de bienes, pero también la transferencia de documentos comerciales, tales como pedidos, facturas. Desde esta perspectiva, el comercio electrónico es el intercambio comercial soportado por redes informáticas, incluyendo a las actividades asociadas de marketing llevadas a cabo mediante redes de ordenadores.¹⁹

¹⁷ Las plataformas digitales o plataformas virtuales son espacios en Internet que permiten la **ejecución de diversas aplicaciones o programas** en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.

¹⁸ El término “app” es la abreviatura de la palabra inglesa Application. La app, es una aplicación de software diseñada para ejecutarse en los smartphones (teléfonos inteligentes), tabletas y otros dispositivos móviles.

¹⁹ DELGADO, P. DAVID. Introducción al Comercio y Negocio Electrónico. University Carlos III – Calle 126, 28903 Getafe, Madrid, Spain. Ediciones Universidad de Salamanca - ISBN: 978-84-9012-859-6. Disponible: https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/139689/BISITE_PalomarDelgadoD_Comercioynegocio_.pdf?sequence=1&isAllowed=y consultado; el 24 de octubre de 2021. A las 04: 08 pm.

Entre las definiciones, ya mencionadas existen otros conceptos doctrinarios como;

David van Hoose²⁰ define como “cualquier proceso de reciprocidad de propiedad o de derechos sobre un bien o servicio realizada vía electrónica vinculado a un dispositivo con acceso a una red de internet”.

Andrew D. Mitchell²¹ señala: “el Comercio Electrónico encierra la conducción de las actividades comerciales usando aparatos electrónicos como: teléfono, fax, televisión, pago electrónico, sistemas de transferencia de dinero, intercambio electrónico de datos e Internet”

Matéu de Ros,²² el Comercio Electrónico constituye un fenómeno jurídico y se concibe como la oferta y la contratación electrónica de productos y servicios a través de dos o más ordenadores o terminales informáticos conectados a través de una línea de comunicación dentro del entorno de red abierta que constituye Internet. Representa un fenómeno en plena expansión con votos de crecimiento extraordinario en número de conexiones, clientes y operaciones.

Para la Organización Mundial del Comercio²³ lo define como “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes tangibles e intangibles por medios electrónicos”.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos²⁴ (en adelante OCDE) lo considera como “la compra o venta de bienes o servicios, ya sea entre

²⁰ VAN HOOSE, DAVID, e.commerce economics, Ohio, Baylor University, South Western Thomson Learning, 2003, p. 7, trad. propia.

²¹ OROPEZA, DORIS KARINA. La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano, Primera edición. Universidad Nacional Autónoma de México. ISBN: Impreso: 978-607-02-9858-5. 7 de febrero de 2018, pág. 2. Disponible en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/10.pdf>, consultado el 30 de noviembre de 2021, a las 10:00 am.

²² Idem.

²³ **La Organización Mundial del Comercio (OMC)** es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos Parlamentos. El objetivo es garantizar que los intercambios comerciales se realicen de la forma más fluida, previsible y libre posible. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm Consultado el 02 de febrero de 2022. A las 09: 04 pm.

²⁴ **(OCDE)** es una organización internacional cuya misión es diseñar mejores políticas para **una vida mejor**. Es un foro único, un centro de conocimientos para la recopilación de datos y el análisis, el intercambio de

empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas, realizadas en redes mediadas por computador”.

1.4. Características del comercio electrónico²⁵

Dentro de las principales características del comercio electrónico se pueden mencionar brevemente las siguientes:

1.4.1 Las operaciones son realizadas por vía electrónica o digital, es decir que no es necesario el contacto físico entre las partes que realizan la transacción, así como también se prescinde del lugar donde se encuentran las partes. En este sentido, no se requiere de un establecimiento físico para realizar la compraventa de un producto o servicio.

1.4.2 Se reducen los intermediarios: dado que hay una tendencia a la desaparición radical de los intermediarios ya que los canales electrónicos facilitan la comunicación entre el productor y el consumidor.

1.4.3 Disponibilidad:²⁶ el comercio electrónico está disponible en cualquier lugar con acceso a internet y las veinticuatro horas se puede comprar por medio de la computadora o de dispositivos inteligentes.

1.4.4 Estándares universales: los estándares técnicos de Internet y del comercio electrónico son universales, se comparten en todas las naciones alrededor del mundo. Esto permite reducir a los vendedores los costos de introducción de sus productos al mercado y a los consumidores reducir el costo de búsqueda del producto que se adecúa a sus necesidades.

experiencias y de buenas prácticas. Asesorando en materia de políticas públicas y en el establecimiento de estándares y normas a nivel mundial en ámbitos que van desde la mejora del desempeño económico y la creación de empleo al fomento de una educación eficaz o la lucha contra la evasión fiscal internacional. Disponible en: <https://www.oecd.org/> Consultado el 02 de febrero de 2022. A las 09:06 pm

²⁵ BARRETO, OLGA. et al. El Comercio electrónico en Centroamérica, Consortium Legal, disponible en <https://consortiumlegal.com/el-comercio-electronico-en-centroamerica/>, consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 2:49 pm.

²⁶BASANTES ANDREA, comercio electrónico, universidad técnica del Norte, Ibarra Ecuador, 2016, pág. 25 y Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6793> consultado el 14 de febrero de 2022, a las 10:30 am.

1.4.5 La personalización: permite a los vendedores dirigirse en forma rápida y directa a sus clientes de una manera personalizada, por ejemplo, enviar mensajes con su nombre, ofreciendo productos o servicios, de acuerdo a preferencias de usos del cliente, haciendo referencias a compras anteriores.

1.5 ventajas del comercio electrónico²⁷.

1.5.1 Publicidad. La página Web permanece como anuncio constante de la compañía, tiene fácil acceso mediante la búsqueda del sitio en navegadores de Internet y puede actualizarse periódicamente.

1.5.2 Información. Un sitio con comercio en línea provee información actualizada y automatizada de cada producto que ofrece, incluyendo precio, especificaciones, descripción, fotos, entre otros, a diferencia de un catálogo impreso.

1.5.3 Nuevos mercados. Abre oportunidades a clientes potenciales a nivel local, nacional e internacional; es decir, el comercio electrónico permite expandir el mercado a nivel global.

1.5.4 Alcance global. La tecnología del comercio electrónico permite realizar transacciones electrónicas eliminando fronteras geográficas. El mercado potencial para el comercio electrónico está formado por toda la población "online". Ofrece al consumidor un mercado global acorde a sus necesidades, información de preventa mediante catálogos de exposición elaborados con un sistema de acceso para realizar el pedido.

1.5.5 Facilidad de compra. Permite comprar artículos desde la comodidad del hogar o trabajo y recibirlos donde se especifique.

1.5.6 Servicio al cliente. Dudas, aclaraciones, soporte técnico, estatus de pedidos, verificación de órdenes entre otros servicios, son atendidos de forma efectiva y eficaz por medio de una plataforma tecnológica que puede

²⁷ Ibidem pág. 27 y 28.

incorporar foros, sección de preguntas frecuentes, chat en línea y una vía de comunicación mediante correo electrónico.

1.6 Desventajas del comercio electrónico²⁸.

Entre las desventajas del Comercio Electrónico tenemos las siguientes:

1.6.1. No puedes vender si la página se cae: Una de las peores desventajas del Comercio Electrónico es que nadie puede comprar si la página de tu cuenta se cae o si la red social en la que estas ofertando tu producto deja de funcionar.

1.6.2. Los clientes no pueden probar el artículo antes de comprarlo: Debido a que es una tienda online y el producto solo es ofertado generalmente a través de fotos y videos el cliente no tiene la posibilidad de palparlo o probarlo, de manera que no sabe cómo es realmente ese producto hasta que lo recibe.

1.6.3. Los clientes pueden ser impacientes: En una tienda física, si un cliente tiene una pregunta puede dirigirse a uno de los vendedores para que responda a su inquietud. Sin embargo, en el comercio digital la mayoría de los negocios tardan en responder a las consultas de sus clientes. La realidad es que la mayoría de los clientes esperan obtener una respuesta en redes sociales en el lapso de una hora. Si te tardas mucho en responderles, pueden sentirse ofendidos e irse a comprar a otra parte.

1.6.4. Tiempo de envío de productos: Para los clientes, los tiempos de envío son una de las peores desventajas del E-COMMERCE. Cuando un cliente compra en persona, puede llevarse su producto a casa de una vez. Sin embargo, cuando lo hace en línea, la mayoría tarda al menos una semana o más en recibir el producto.

1.6.5. Falta de Autenticidad y Seguridad: Debido a la falta de confianza, un gran número de personas no utiliza Internet para ningún tipo de transacción financiera. Muchas personas tienen reservas con respecto al requisito de divulgar información personal y privada por cuestiones de seguridad. Algunas personas simplemente se

²⁸BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Pag 20. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](#) consultado el 14 de febrero de 2022, a las 1:34 pm.

niegan a confiar en la autenticidad de transacciones comerciales completamente impersonales, como en el caso del Comercio Electrónico. Además, no existe seguridad para el consumidor de que se le entregue el producto que se ofertó, puede ser estafado o víctima de publicidad engañoso.

1.6.6. Tiene ciertos inconvenientes: La gente prefiere comprar de forma convencional que utilizar el Comercio Electrónico para comprar productos alimenticios y objetos que deben sentirse y tocarse antes de realizar la compra. Por lo tanto, el Comercio Electrónico no es adecuado para tales sectores comerciales. Sin embargo, devolver el producto y obtener un reembolso puede ser aún más problemático y requerir más tiempo que comprar, en caso de que no esté satisfecho con un producto en particular.

1.7 Elementos del comercio electrónico.

Los elementos que forman el comercio electrónico son los siguientes:²⁹

1.7.1 Utiliza herramientas tecnológicas: Involucra productos, servicios, información y pagos utilizando en líneas telefónicas y redes computacionales.

1.7.2 Utiliza la tecnología para la automatización del negocio: y el flujo de transacciones al proveer la oportunidad de incrementar la calidad de sus productos y servicios al mismo tiempo que, incrementan la velocidad en ser entregados.

1.7.3 El uso de la tecnología permite al negocio reducir sus costos de operaciones e incrementar sus ingresos: creando nuevos mercados para sus productos, nuevos canales de comunicación para servir e interactuar con sus clientes. De igual forma, permite reducir los costos de operación mediante una mejor coordinación de las ventas, producción y procesos de distribución.

²⁹BARRETO, OLGA. et al. El Comercio electrónico en Centroamérica, Consortium Legal, disponible en <https://consortiumlegal.com/el-comercio-electronico-en-centroamerica/>, consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 1:49 pm.

1.8 Formas de pago del comercio electrónico.³⁰

1.8.1 Tarjetas de crédito. Es la forma de pago más usual dentro de E-commerce, este tipo de pago es online; si la compra es internacional se debe contar con una tarjeta de crédito habilitada para este efecto, las tarjetas más populares son Visa y MasterCard, es importante que el usuario (comprador) conozca que los bancos cobran una comisión por el uso de sus servicios de tarjeta de crédito, la comisión depende de las políticas de cada entidad bancaria.

1.8.2 Dinero electrónico. El dinero en efectivo en forma de monedas o papel moneda es considerado como dinero electrónico o metálico, algunas empresas que aplican comercio electrónico aplican este escenario en donde permiten que el usuario comprador deposite en una cuenta bancaria su dinero electrónico para posteriormente adquirir artículos en Internet, lógicamente el usuario comprador recibirá un número codificado para cada compra, le permitirá realizar transferencias de éste dinero electrónico al usuario vendedor, a su vez el vendedor canjea este dinero metálico o electrónico en el banco por dinero real.

1.8.3 PayPal. Otra alternativa de efectivizar el pago en una transacción E-commerce es PayPal (empresa estadounidense fundada por Peter Thiel, Elon Musk y otros), que permite pagar en sitios web, así como también realizar transferencias de dinero en Internet, para ello la empresa requiere el registro del cliente en su sitio web con el cual le otorgan servicios como suscripción a pagos periódicos, realizar el pago desde una cuenta bancaria o incluso que el dinero se deposite en la propia cuenta de PayPal.

³⁰ BASANTES ANDREA, comercio electrónico, universidad técnica del Norte, Ibarra Ecuador, 2016, pág. 71, 72, 73 y 74. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6793> consultado el 14 de febrero de 2022, a las 10:50 am.

1.9 Formas de Comercio electrónico³¹:

Si bien existen diferentes formas de clasificación del Comercio Electrónico a través del internet, primero definiremos el comercio de bienes y el comercio de servicios.

1.9.1 Comercio de bienes:³² Es la negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías. Actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación. Se trata de la transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor (que puede ser dinero). A esto tenemos que agregarle el medio por el cual se realiza la negociación que son las redes sociales o sitios web, entonces el comercio de bienes que atañe a nuestra investigación es la negociación de venta y/o compra de productos o mercancías a cambio de dinero dicha negociación se da de forma electrónica a través de cualquier plataforma digital, red social como: Facebook e Instagram.

1.9.2 Comercio de servicios:³³ el término servicios se ha utilizado y se utiliza muy a menudo para referirse a un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas. Las actividades de los servicios que pertenecen a este sector se suelen definir en un sentido muy general como las actividades que no producen bienes, entre ellas se encuentran la de distribución, el transporte, las comunicaciones, las instituciones financieras, etc.

Entonces podemos definir el comercio de servicios como la oferta de los diferentes tipos de servicios al mercado competitivo de este sector cuya finalidad es la de prestar un servicio a cambio de remuneración económica, este tipo de comercio está presente en las plataformas virtuales y redes sociales siendo estas una herramienta para ofertar principalmente servicios profesionales.

³¹ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua". 2019, UNAN-León. Pag 13. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](https://unanleon.edu.ni/245649.pdf) consultado el 16 de febrero de 2022, a las 9:10 am.

³² Ídem.

³³ Ídem

1.9.3 Comercio electrónico indirecto³⁴:

Consiste en adquirir, por medio de la solicitud electrónica, bienes muebles tangibles que son suministrados a través de los canales o vías tradicionales de distribución, como el servicio de correos o servicio de mensajería. Algunos ejemplos podrían ser la compraventa de libros, vinos, entre otros.

1.9.4 Comercio electrónico directo³⁵:

Son llevados a cabo “online” tanto el pedido, pago y suministro de los bienes intangibles y/o tangibles, incluso servicios, como es el caso de transacciones u operaciones vinculadas a los servicios bancarios, venta de software o programas informáticos, servicios de información de cualquier tipo, asesorías profesionales, bibliotecas electrónicas, juegos, bases de datos, entre otros.

1.10 Sujetos que intervienen en el Comercio Electrónico. ³⁶

En el Comercio Electrónico, intervienen dos o más sujetos, los cuales se dividen en: empresario (business), consumidores (consumer) y administración (government).

1.10.1 Empresario: En términos generales podemos definirlo, como la persona física o jurídica, que desarrolla actividades económicas como el intercambio de bienes o prestación de servicios. Desde un punto de vista estrictamente jurídico patrimonial, la empresa se habrá de concebir, a nuestro juicio, como una específica modalidad de riqueza productiva constitutiva de bienes o valor patrimonial de explotación, resultante de la materialización de la iniciativa creadora del empresario de la proyección patrimonial de su labor organizadora de los distintos factores productivos, facultades, poderes y técnicas jurídicas y de la actividad de producción e intermediación de bienes y servicios para el mercado a través del establecimiento mercantil. Este valor patrimonial de explotación se sustenta en tres soportes

³⁴ BARRETO, OLGA. et al. El Comercio electrónico en Centroamérica, Consortium Legal, disponible en <https://consortiumlegal.com/el-comercio-electronico-en-centroamerica/>, consultado el 29 de noviembre del 2021, a las 10:49 am.

³⁵ Ídem.

³⁶ NIETO MELGAREJO, PATRICIA. Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico. Pag 6 y7. Disponible en: https://www.academia.edu/8042910/NOCIONES_GENERALES SOBRE_EL_COMERCIO_ELECTR%C3%93NICO Consultado en Línea el 23 de febrero 2022 a las 9:43 am.

fundamentales: el empresario (sujeto organizador) el establecimiento (Objeto Organizado) y la Organización.

La empresa en sentido jurídico patrimonial será la resultante patrimonial (valor de Explotación) o suma de conjuntos (y subconjuntos) factoriales conexas a esos soportes. Con respecto a esta definición al establecerse la empresa virtual dentro del llamado mercado virtual, muchos de los elementos que constituyen la empresa, han sufrido modificaciones, este es el caso del establecimiento, el cual no es necesario que exista físicamente, para determinar la existencia de la empresa, la mayoría ha optado por añadir o implementar la opción de acceso por medios electrónicos y a la par conservar y/o crear un acceso físico, en los locales comerciales, existentes físicamente.

1.10.2 Consumidores: Existe una definición general de consumidor, la cual equipara a este al ciudadano común, al cual se le atribuye derechos especiales como el de información. Pero la noción concreta de consumidores varía según la finalidad de la norma que lo trata de proteger. Dentro de estas cabe distinguir dos nociones concretas: una se refiere al consumidor como cliente, y otra que considera al denominado “consumidor final”. Siguiendo la segunda definición será consumidor el destinatario final en el mercado. Es decir, aquel que adquiere para consumirlos o utilizarlos (en un ámbito personal, familiar o doméstico). Por tanto, no será destinatario final y por consecuencia tampoco consumidor, aquel que adquiere los bienes para volver a introducirlos al mercado. (Venderlos o cederlos a terceros ya sea en propiedad o en uso).

Dentro de la noción de consumidor como cliente se incluye a cualquier persona que interviene en relaciones jurídicas situado en la posición de demanda en un hipotético caso y convencional vínculo con el titular de la oferta.

1.10.3 Administración: La administración está conformada por todos los órganos e instituciones del Estado. Con respecto a este sujeto, la denominación no queda muy clara, ya que se suele usar indistintamente otras denominaciones, tales como: Gobierno (government). Al respecto Davara señala: “entendemos que el término

administración es más adecuado pues engloba a otros organismos, además del poder ejecutivo, que pueden tener presencia en el entorno electrónico, como la administración de justicia o el parlamento, por ejemplo, u otras instituciones estatales designadas para tal intervención.

1.11 Tipos de Comercio Electrónico.³⁷

1.11.1 B2B – Business to Business.

B2B hace referencia a las operaciones comerciales que se realizan de negocio a negocio. Ambas deben tener presencia en Internet para que la transacción sea posible. En este caso el consumidor final no entra en juego. Estas operaciones están enfocadas a proveedores, vendedores e intermediarios.

Un ejemplo de este tipo de comercio electrónico es cuando la tienda en línea vende al por mayor. También es posible si se venden materias primas o componentes específicos. De esta forma, se aumenta la eficiencia, permite ahorrar, costes y ampliar el mercado.

Otro ejemplo es Fetesa³⁸ (Ferretería Técnica S.A.) es la distribuidora mayorista de materiales de construcción, productos ferreteros, líder a nivel nacional.

Fetesa tiene presencia en el 90% de los proyectos que se ejecutan en Nicaragua y es la opción número uno de todos los negocios ferreteros y ventas de materiales de construcción del país.

Ubicación. Fetesa Do It Center Linda Vista. De los semáforos de Linda Vista 200 metros al Oeste.

Con el objetivo de acercarse más a sus clientes, Fetesa incursionó en el mercado a detalle con el respaldo de Do it Best Corporation, una de las más grandes cooperativas de compras y distribución de productos de ferretería, madera y materiales de construcción con sede en Estados Unidos. Actualmente Fetesa

³⁷ Tipos de comercio electrónico: desde B2B a G2C. 24 de noviembre de 2020 4:00 pm Publicado por Universidad UNADE. Disponible en; <https://unade.edu.mx/tipos-de-comercio-electronico/> Consultado el 28 de noviembre de 2021, a las 3: 08 Pm.

³⁸ Disponible en:<https://fetesa.com.ni/quienes-somos/> consultado el 09 de febrero de 2022, a las 1:02 am.

cuenta con tres modernas tiendas ubicadas en puntos estratégicos de la capital, Fetesa Central, Fetesa Do it Center en Carretera a Masaya y Fetesa Do it Center Linda Vista.

1.11.2 B2C – Business to Consumer.

Las abreviaturas B2C representa del negocio al comprador. Es decir, aquellos espacios virtuales que vinculan a la empresa directamente con el consumidor final. El comprador puede consultar los productos donde sea y en cualquier momento, siempre que tenga acceso a Internet.

Este tipo de negocio hace que el trato al cliente sea más personal, ya que reciben información del cliente de forma constante, pudiendo personalizar su oferta.

Sin embargo, también puede darse el caso de que aparezcan intermediarios que facilitan las compras, pero solicitan una comisión por ello. De este modo, aumentarían los costes y el trato sería menos personal.

Ejemplo: Hoy en día Aeropost.com³⁹ es una empresa verticalmente integrada de comercio electrónico, basada en recursos, para América Latina y el Caribe, la cual brinda servicios integrales que facilitan las compras transfronterizas, sus pagos y entregas en 38 países. Con un equipo de trabajo que supera los 1000 empleados, provenientes de 45 países, la empresa procesa decenas de miles de artículos diariamente para millones de consumidores a lo largo y ancho de la región latinoamericana. Aeropost se ha convertido en una de las marcas más visibles y reconocidas en América Latina; realmente es percibida como una empresa local en toda la región. Su presencia de negocio local, sus empleados, sus activos e infraestructura, el servicio al cliente a nivel local, la presencia de tiendas de la marca y su innovadora plataforma de pago local le permiten al cliente comprar fácilmente en sus tiendas estadounidenses favoritas. Desde el cálculo de aranceles, el despacho aduanero y el envío internacional, a las entregas al cliente final, mercadeo

³⁹Disponible

en:

https://aeropost.com/site/es/productpage?prodId=FLH_MIA_0000001&prodSource=cat&typeSearch=kw&rc=search, consultado el 09 de febrero 2022 a las 11:30 am.

y los pagos locales, Aeropost cuenta con una experiencia y pericia incomparables; la empresa es experta en las necesidades de negocio de sus mercados. Certificada para manejar todo tipo de cargas y equipada con un sistema de seguridad y monitoreo de punta para mantener las compras de nuestros clientes siempre seguros, la bodega de Aeropost en Miami es una impresionante y eficaz área de procesamiento de 177,000 pies cuadrados. Nuestra moderna plataforma tecnológica les permite a nuestros clientes tener control absoluto de sus paquetes y correo, desde el momento en que estos son recibidos en nuestras bodegas en Miami y hasta su recepción en el país de destino. ¡Aeropost te lo trae!

Ubicación en Nicaragua Km 4 ½, frente a Portón principal. Colegio Teresiano, Managua.

Otro ejemplo es Netflix⁴⁰, es un servicio de streaming que ofrece una gran variedad de películas, series y documentales premiados en casi cualquier pantalla conectada a internet.

Todo lo que quieras ver, sin límites ni comerciales, a un costo muy accesible. Siempre hay algo nuevo por descubrir, y todas las semanas se agregan más películas y series.

1.11.3 B2E – Business to Employee.

El comercio “empresa al empleado” es una modalidad relativamente reciente. Las operaciones se producen de forma interna entre los miembros de la compañía. Es frecuente cuando las grandes empresas cuentan con distintas líneas de negocio basadas en compañía matriz, realizado a través del internet.

De esta forma, los empleados pueden beneficiarse de promociones o descuentos por el hecho de trabajar dentro de la organización. Se está comprobando que esta metodología es una fuente importante de motivación, lo que supone, además, una mejora del desempeño laboral.

⁴⁰ Disponible en: <https://www.netflix.com/ni/> consultado el 09 de febrero de 2022, a las 12:15pm

Ejemplo del modelo de e-commerce B2E es el utilizado por la compañía AVON,⁴¹ que ofrece a sus distribuidores la oportunidad de adquirir los productos AVON con un descuento que varía según el volumen de ventas conseguido por el distribuidor en cuestión. Todo ello a través de su tienda online.

1.11.4 C2C – Consumer to Consumer.

El comercio entre consumidores se denomina C2C. Esta forma de comprar y vender es frecuente en las plataformas digitales. Los sujetos de este comercio no forman parte de una empresa, Son realizado entre personas particulares, donde una persona ofrece su producto y la otra lo demanda, normalmente son productos de segunda mano.

Ejemplo. En la plataforma /marketplace de Facebook Odalys vende celular A21S en buen estado 10/10 Nitido, precio de 1234 C\$ detalles. Estado, Usado. Como nuevo, Marca samsung A21S. Su ubicación es león. Por tal motivo Pedro desde su teléfono inteligente observa en línea el producto en venta y como le llama la atención lo compra.⁴²

1.11.5 G2C – Government to Consumer.

Es el tipo de comercio electrónico relaciona a los consumidores con el gobierno, facilitando las transacciones a realizar entre las dos partes. Se utiliza para pagar multas de tránsito, renovaciones de registro de automóviles, impuestos.

Este tipo de comercio electrónico supone un ahorro de tiempo importante. A la vez, descongestiona las oficinas de tramitaciones sencillas. El inconveniente es la protección de datos, este tipo de plataformas requieren grandes medidas de seguridad para garantizar que la información personal está bien almacenada.

⁴¹ Disponible en <https://www.humanlevel.com/articulos/comercio-electronico/tipos-ecommerce-ideales-segun-negocio.html> consultado el 09 de febrero de 2022, a las 1:15pm.

⁴² Disponible en https://www.facebook.com/marketplace/item/1112935122580448/?ref=browse_tab&referral_code=marketplace_top_picks&referral_story_type=top_picks consultado el 09 de febrero de 2022, a las 2:10 pm.

Ejemplo. La DGI, pone a su disposición formularios electrónicos para todos los formularios físicos de IVA, ANTICIPOS, RETENCIONES, IR ANUAL, IR BANCOS, CASINOS, para que usted ingrese sus declaraciones originales o sustantivas desde internet.⁴³ Sus datos viajan de forma segura directamente desde su PC hacia nuestros servidores, donde son verificados contra sus datos almacenados de transacciones anteriores y una vez que se encuentra que están correctos de forma inmediata son actualizados en línea en su cuenta corriente. Al concluir su declaración, automáticamente se le genera su BIT, Bolete de Información de Tramite con el saldo adeudado, para que pueda realizar sus pagos en la red bancaria.

1.12 Tributo al comercio electrónico⁴⁴.

Según se ha visto, el comercio electrónico es un fenómeno de muy reciente aparición en Nicaragua que, como ocurre en otros países, está sujeto a una constante y acelerada evolución. Por lo que se refiere a la materia tributaria, el comercio electrónico tomó por sorpresa a las distintas legislaciones, ya que éstas no ofrecían soluciones normativas a los diversos problemas que acarrea esta nueva realidad.

La reacción internacional a esa problemática, no obstante, ha sido relativamente rápida. Al poco tiempo y paulatinamente se han ido formulando distintas soluciones para encarar los problemas tributarios del comercio electrónico. Dentro de estas soluciones se sugirió en primer término la de suprimir cualquier imposición sobre el comercio en la red, pretendiendo convertir a Internet en un espacio libre de impuestos.

Sin embargo, esta medida ha sido rechazada porque no ofrece una solución apropiada al nuevo escenario comercial, mostrando una beligerancia reprochable contra la contratación tradicional.

⁴³ Disponible en <https://dgi.enlinea.dgi.gob.ni/>, consultado el 09 de febrero de 2022, a las 3:00 pm.

⁴⁴ ALVARADO MIGUEL LOS TRIBUTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO: EL CASO DE MÉXICO, revista científica, pág. 81. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1795/7.pdf> consultado el 14 de febrero de 2022, a las 2:53 pm.

Una solución es la que ha adoptado la gran mayoría de los países, entre ellos, obligado obviamente por las circunstancias internacionales. Se trata, básicamente, de mantener los tributos existentes, pero intentando respetar en la medida de lo posible los principios de neutralidad, flexibilidad, equidad, seguridad jurídica, entre otros.

Ahora bien, los tributos que gravan el comercio electrónico son aquellos que recaen sobre el comercio, en general. Por tanto, el comercio electrónico queda sujeto principalmente al impuesto IR (personas físicas y morales) y al impuesto al valor agregado. En estos dos tributos es donde se producen, hoy en día, los problemas más relevantes de la tributación del comercio electrónico, y Nicaragua no es la excepción de dicho problema. Por ello, a continuación, se abordará aspectos generales del impuesto.

1.13 Origen del Impuesto.

Los tributos surgen como una necesidad derivada de las decisiones que adopta el hombre de vivir en sociedad, formando así las primeras civilizaciones, entre las cuales destaca la cultura Romana, la cuales fueron los pioneros en cuanto a la imposición de impuestos⁴⁵, generalmente se hacían en especie.

Los tributos⁴⁶ tienen la primera aplicación en la Antigua Roma, de esta forma los primeros sujetos pasivos fueron los pueblos conquistados, convirtiéndose en el pilar de la economía del Imperio Romano. Tras la caída del imperio romano encontramos que surgieron otras épocas que aplicaron la misma ideología con respecto a la recaudación, por ejemplo, en la Época colonial: se esclavizó a los indios y busco obtener la riqueza ansiada, explotándolos e imponiendo toda clase de impuestos y prohibiciones.

⁴⁵Antecedentes De Los Impuestos. Disponible en: http://132.248.9.195/ptd2005/10621/0344783/0344783_A7.pdf consultado el 23 de enero de 2022 a las 1:20 pm.

⁴⁶ Ramos M. Reyes D. As 2020. Revista Científica. TRIBUTACION POR TIEMPOS DE COVID EN NICARAGUA. Pág. 5.

1.14 Definiciones de impuesto.

1.14.1 ¿Qué es el Impuesto?

Los impuestos son una parte sustancial de los tributos (o más bien la más importante) de los ingresos públicos. Sin embargo, antes de dar una definición sobre los impuestos hay que aclarar la diferencia entre los conceptos de ingreso público, contribución e impuesto. Cuando nos referimos a ingresos públicos estamos haciendo referencia a todas las percepciones del Estado, pudiendo ser éstas tanto en efectivo como en especie o servicios. En segundo lugar, una contribución es una parte integrante de los ingresos públicos e incluye aportaciones de particulares como, por ejemplo, pagos por servicios públicos, de donaciones, multas, etc. En tercer lugar, los impuestos forman parte de las contribuciones y éstas a su vez forman parte de los ingresos públicos.⁴⁷

La definición de impuesto contiene muchos elementos, y por lo tanto pueden existir diversas definiciones sobre el mismo, entre las principales definiciones están las siguientes⁴⁸:

Vitti de Marco: “Lo determina como una parte de la renta del ciudadano, que el Estado percibe con el objeto de proporcionarse los medios necesarios para la producción de los servicios públicos generales”⁴⁹.

Luigi Cossa: “El impuesto se aplica de forma proporcional de acuerdo con el bien vendido y recaudado por la administración competente para cubrir los gastos públicos”⁵⁰.

José Álvarez de Cienfuegos: “El impuesto es una parte de la renta nacional que el Estado se apropia para aplicarla a la satisfacción de las necesidades públicas”⁵¹.

⁴⁷ ROSAS ANICETO, ROBERTO SANTILLÁN. “Teoría General de las Finanzas Públicas y el Caso de México”. Escuela Nacional de Economía, México D.F. 1962. p.

⁴⁸ Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf> consultado el 23 de enero de 2022 a las 01:58 pm.

⁴⁹ Ídem.

⁵⁰ Ídem.

⁵¹ Ídem.

Anchille Donato: Lo define como prestación pecuniaria, al Estado y demás entidades de Derecho público, que tienen derecho a exigir en virtud de su potestad de imperio, originada o derivada, en los casos, en la medida y según los modos establecidos en la ley, para obtener los ingresos y satisfacer las necesidades colectivas⁵².

En la legislación nicaragüense, el concepto de impuestos aparece bien contemplado; mencionando como un tipo de tributo⁵³, en la LCT, artículo 9 establece; el impuesto es el tributo cuya obligación se genera al producirse el hecho generador contemplado en la ley y obliga al pago de una prestación a favor del Estado, sin contraprestación individualizada en el contribuyente.

1.15 Etimología del Impuesto.

La palabra "impuesto" está formada con raíces latinas y significa "tributo que pagan los que están dentro del país". Sus componentes léxicos son: el prefijo in- (hacia dentro) y positus (puesto).⁵⁴

1.16 Principios del impuesto⁵⁵

En general, podemos señalar que los impuestos obedecen a principios, entre los que podemos nombrar:

1.16.1 Principio de legalidad: Se refiere a que no se podrá cobrar ningún impuesto que no se encuentre contenido en la ley.

⁵² CORREA JORGE, el impuesto empresarial a tasa única: un impuesto al valor agregado. México 2010, pág. 6. Disponible <http://biblio.upmx.mx/tesis/123262.pdf>, consultado el 04 de febrero de 2021, a las 6:43pm.

⁵³ Ley No. 562 CÓDIGO TRIBUTARIO DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA. **Artículo 9: Tributos:** Son las prestaciones que el Estado exige mediante Ley con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Los tributos, objeto de aplicación del presente Código se clasifican en: Impuestos, tasas y contribuciones especiales.

⁵⁴ VALENTÍN ANDERS. Etimologías de Chile. (2001-2020), Disponible en: [http://etimologias.dechile.net/?impuesto#:~:text=La%20palabra%20%22impuesto%22%20est%C3%A1%20formada,%20y%20positus%20\(puesto](http://etimologias.dechile.net/?impuesto#:~:text=La%20palabra%20%22impuesto%22%20est%C3%A1%20formada,%20y%20positus%20(puesto) consultado el 23 de enero de 2022 a las 02:38 pm

⁵⁵ Conoce más sobre los impuestos, modulo 1era edición, pp 12, disponible en https://www.sii.cl/destacados/sii_educa/contenidos/contribuyentes/ed_fiscal/92-GA-201405295939.pdf consultado el 16 de febrero de 2022, a las 12:10 pm.

1.16.2 Principio de proporcionalidad: Hace referencia a que los contribuyentes deberán contribuir de acuerdo con su capacidad económica; es decir, el importe de los impuestos debe tener relación y proporcionalidad con los recursos o ingresos de los contribuyentes.

Al efecto el Código tributario de la Republica de Nicaragua en el artículo 3 establece el principio de Legalidad, donde sólo mediante ley se podrá, Crear, aprobar, modificar o derogar tributos.

1.17 Características del Impuesto⁵⁶.

1. Debe ser establecido por una Ley;
2. Un impuesto constituye una obligación ante el acreedor tributario;
3. Debe ser proporcional y equitativo;
4. Está a cargo de personas físicas y morales;
5. Las personas deben encontrarse en situación jurídica prevista por la Ley;
6. Deben destinarse a cubrir los gastos públicos.

1.18 Elementos del Impuesto.

Los elementos más importantes del impuesto son: ⁵⁷el sujeto, el objeto, la fuente, la base imponible, la alícuota.

1.18.1 a) Sujeto. Este puede ser de dos tipos: sujeto activo y sujeto pasivo. El sujeto activo es aquel que tiene el derecho de exigir el pago de tributos. El sujeto pasivo es toda persona física o moral que tiene la obligación de pagar impuestos en los términos establecidos por las leyes.

⁵⁶ JUAN PABLO ROBLES ORTEGA_ Características y Elementos de los Impuestos. febrero 12, 2016 disponible en: <https://definicionlegal.blogspot.com/2016/02/caracteristicas-y-elementos-de-los.html> consultado el 23 de enero 03;16 pm.

⁵⁷ Disponible en, <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf> consultado el 23 de enero de 2022. A las 03: 37 pm.

1.18.2 b) Objeto. Es la actividad o cosa que la Ley señala como el motivo del gravamen, de tal manera que se considera como el hecho generador del impuesto.

1.18.3 c) Fuente. Se refiere al monto de los bienes o la riqueza de una persona física o moral de donde provienen las cantidades necesarias para el pago de los impuestos. De tal forma las fuentes resultan ser el capital y el trabajo.

1.18.4 d) Base imponible. Es el monto gravable sobre el cual se determina la cuantía del impuesto, por ejemplo: el monto de la renta percibida, el ingreso anual de un contribuyente.

1.18.5 e) Alícuota. Corresponde a la parte o proporción fijada por ley para la determinación de un derecho, impuesto u otra obligatoriedad tributaria.

1.19 Fines de los impuestos.⁵⁸

Los impuestos tienen en el sistema económico gran importancia debido a que a través de éstos se pueden alcanzar diversos objetivos. Originalmente los impuestos servían exclusivamente para que el Estado obtuviera recursos económicos, sin embargo, actualmente se puede identificar que existen varios fines:

1.19.1 Redistribución del ingreso. Uno de los puntos fundamentales de un sistema impositivo es lograr redistribuir el ingreso en favor de un sector o grupo social; esto se alcanza cuando se logran reducir todos aquellos efectos negativos que generan los mercados en la economía. Una vía fundamentalmente poderosa para lograr la redistribución del ingreso es aplicando debidamente los impuestos al ingreso a tasas progresiva.

1.19.2 Mejorar la eficiencia económica. Otro punto fundamental para el sistema impositivo es lograr la eficiencia económica; esto se logra si se pueden corregir ciertas fallas del mercado como lo son, por ejemplo. Las externalidades.

⁵⁸ Los impuestos, Facultad de Ciencias económicas UNAM, marzo 2021, pág. 15 a la 18. disponible en <http://herzog.economia.unam.mx/profesores/blopez/fiscal%20-%20Pres.%203.pdf> consultado el 16 de febrero de 2022, a las 11:25 am.

1.19.3 Proteccionistas. Los impuestos, por otra parte, pueden tener fines proteccionistas a fin de proteger a algún sector muy importante de la nación, como puede ser por ejemplo alguna industria nacional, el comercio exterior o interior, la agricultura.

1.19.4 De fomento y desarrollo económico. Los impuestos por otra parte tienen un papel fundamental en el desarrollo económico del país o de alguna región en particular. Esto se logra a través de los recursos que se obtienen, los cuales se pueden destinar por ejemplo a fomentar a algún sector económico o en particular.

1.20 Tipos de Impuestos⁵⁹.

Existen dos clasificaciones de impuestos, directos e indirectos.

1.20.1 Impuestos directos: son aquellos que gravan al ingreso, la riqueza, el capital o el patrimonio y que afectan en forma directa al sujeto pasivo, por lo tanto, no es posible que se presente el fenómeno de la traslación. De acuerdo con el criterio de la repercusión, el legislador se propone alcanzar al verdadero contribuyente suprimiendo a todo tipo de intermediarios entre el sujeto pasivo y sujeto activo.

Al gravar directamente a la persona los impuestos directos tienen un carácter progresivo. De modo que, quien más dinero perciba, más tributo paga. Se consideran progresivos por que se tiene en cuenta la capacidad económica de la persona o de la empresa, es decir: entre mayor sea la capacidad económica el valor a pagar por concepto del impuesto incrementa. Es decir, el impuesto directo grava los ingresos obtenidos por cada contribuyente, mientras que los indirectos gravan al consumidor final por los bienes o servicios comprado.⁶⁰ Por ejemplo, el IR⁶¹, es un impuesto directo y personal que grava las rentas de fuente nicaragüense obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes.

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ Impuestos directos. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/impuestos-directos.html> consultado el 03 de febrero de 2022, a las 12:07 pm.

⁶¹ Impuesto sobre la renta grava; Las rentas del trabajo, Las rentas de las actividades económicas; y las rentas de capital y las ganancias y pérdidas de capital. Artículo 3 Ley de Concertación Tributaria.

1.20.2 Impuestos indirectos: son aquellos que recaen sobre los gastos de producción y consumo, por lo tanto, su principal característica es que son trasladables hasta el consumidor final. Un ejemplo de impuestos indirectos en Nicaragua es el IVA.

1.21 Los tipos de impuestos que establece la LCT, son;

1.21.1 “Impuesto Sobre la Renta”⁶² en adelante denominado IR, como impuesto directo y personal que grava las siguientes rentas de fuente nicaragüense obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes: Las rentas del trabajo; Las rentas de las actividades económicas; y Las rentas de capital y las ganancias y pérdidas de capital.

1.21.2 “Impuesto al Valor Agregado”⁶³ en adelante denominado IVA, el cual grava los actos realizados en el territorio nicaragüense sobre las actividades siguientes. Enajenación de bienes; Importación e internación de bienes; Exportación de bienes y servicios; y Prestación de servicios y uso o goce de bienes.

1.21.3 “Impuesto Selectivo al Consumo”⁶⁴ en adelante denominado ISC, el cual grava los actos realizados en el territorio nicaragüense sobre las actividades siguientes: Enajenación de bienes; Importación e internación de bienes; y Exportación de bienes. El ISC es un impuesto indirecto que grava el consumo selectivo de bienes o mercancías.

1.21.4 “Impuesto Específico al Consumo de Cigarrillos”⁶⁵ Los cigarrillos están gravados con Impuesto Específico al Consumo de Cigarrillos, en adelante denominado IEC de Cigarrillos, al realizarse los siguientes actos: La importación o internación; y la enajenación de la producción nacional.

⁶² Ley No. 822 Ley de Concertación Tributaria. Gaceta Diario No. 241. Managua, lunes 17 de diciembre de 2012. Artículo 3.

⁶³ Ibidem. Artículo 107.

⁶⁴ Ibidem. Artículo 149.

⁶⁵ Ibidem. Artículo 187.

1.21.5 “Impuesto Específico Conglobado a los Combustibles”⁶⁶ en adelante denominado IECC, que grava la enajenación, importación o internación de bienes derivados del petróleo.

1.21.6 “Impuesto Especial para el Financiamiento del Fondo de Mantenimiento Vial”⁶⁷ en adelante (IEFOMAV) que será aplicable a la enajenación, importación e internación de los bienes derivados del petróleo que se especifican en el artículo 224 de la Ley de Concertación Tributaria. El impuesto grava la enajenación realizada por las personas naturales y jurídicas, fabricantes, importadores y distribuidores de los bienes derivados del petróleo a las estaciones de servicio al público o de uso particular para transporte terrestre, así como los bienes a disposición del consumo propio puesto por los elaboradores e importadores.

1.21.7 “Impuesto Especial a los Casinos, Máquinas y Mesas de Juegos (IECMMJ)”⁶⁸ el que gravará la explotación técnico comercial de: Máquinas de juegos; y Mesas de juegos. Este tributo, es un impuesto directo de carácter territorial, que grava al sujeto pasivo que explota los casinos, máquinas y mesas de juegos.

1.21.8 “Impuesto de Timbres Fiscales”⁶⁹ en adelante denominado ITF de naturaleza indirecto, que grava los actos jurídicos indicados en el artículo 240 de la Ley de Concertación Tributaria, por medio de documentos expedidos en Nicaragua, o en el extranjero, cuando tales documentos deban surtir efecto en el país.

⁶⁶ Ibidem. Artículo 193.

⁶⁷ Ibidem. Artículo 209.

⁶⁸ Ibidem. Artículo 230

⁶⁹ Ibidem. Artículo 237.

CAPÍTULO II

DOCTRINA Y LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE AL IMPUESTO IVA, EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Definición y origen del IVA en Nicaragua.

2.1 ¿Qué es el IVA?

Es un impuesto indirecto sobre el consumo y la prestación de servicios empresariales o profesionales, repercutible en cada una de las fases del proceso económico⁷⁰.

Según **Pérez de Ayala**⁷¹. El IVA es un impuesto indirecto que grava como hecho imponible, las entregas de bienes, las prestaciones de servicios y cesión de derechos, siempre que el dador del bien o prestador del servicio o cedente del derecho sea empresario o profesional. También se incluyen importaciones y exportaciones.

El IVA⁷² es un impuesto indirecto que grava el consumo general de bienes o mercancías, servicios, y el uso o goce de bienes, mediante la técnica del valor agregado. el cual grava los actos realizados en el territorio nicaragüense sobre las actividades siguientes:

1. Enajenación de bienes;
2. Importación e internación de bienes;
3. Exportación de bienes y servicios; y
4. Prestación de servicios y uso o goce de bienes.

⁷⁰ Diccionario de la Lengua Española, Actualización 2021. Disponible en: <https://dle.rae.es/IVA> Consultado el 24 de enero de 2022, a las 9:21 am.

⁷¹ RODRÍGUEZ TANIA. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) EN LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA NICARAGÜENSE, Universidad Centroamericana UCA, Managua Nicaragua julio 2011, pp 62. Disponible en: <http://repositorio.uca.edu.ni/357/1/UCANI3108.PDF> consultado el 16 de febrero de 2022, a las 3:05 pm.

⁷² Ley No. 822 Ley de Concertación Tributaria. Gaceta Diario No. 241. Managua, lunes 17 de diciembre de 2012 Artículo 107 y 108.

2.2 Origen del IVA en Nicaragua.

El IVA⁷³ tuvo su origen en Europa en el año 1925, para ese entonces era conocido como el impuesto a las ventas mismo que llegó a establecerse como un sistema en cascada. Fue en Francia, donde se estableció por primera vez lo que se conoce como impuesto al valor agregado en donde contemplaba recaudarse en etapas periódicas.

En nuestra legislación, en el año de 1967⁷⁴ bajo el gobierno del general Anastasio Somoza Debayle, se comenzó a crear el primer proyecto de ley para la creación de un impuesto que gravara las ventas de bienes con un porcentaje adicional correspondiente al 5% sobre el valor de la venta, pero fue hasta el 18 de junio del año de 1968 que se logra establecer mediante decreto legislativo No 1455, publicado en la gaceta No 139 del 21 de junio 1968, la creación del impuesto sobre las ventas con un valor porcentual del 5%. En dicho decreto estaba gravada cualquier venta de productos utilizados para la agricultura, tales como:

- Insecticidas.
- Herbicidas.
- Canfenos.⁷⁵
- Y los sacos de empaque.

Sin embargo, al adicionar un impuesto del 5% a este tipo de productos encarecería la producción agrícola y como resultado se disminuiría la producción. Al reducirse

⁷³ LILIBETH ALANIZ. MARÍA NORORI. Análisis Jurídico del IVA a las Importaciones en Nicaragua, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Centroamericana UCA. Pag 10 y 11, disponible en: <http://repositorio.uca.edu.ni/1711/1/UCANI3539.PDF> Consultado el 24 de enero de 2022, a las 10: 40 am

⁷⁴ PICADO ZAYRA, LARGAESPADA MARÍA. Análisis de la participación del IVA en los Ingresos Tributarios con la entrada en vigencia de la Ley de Concertación Tributaria en el período del 2013 – 2015. Managua, Nicaragua, miércoles 15 de junio del 2016. Disponible en: <https://repositorio.unan.edu.ni/3368/1/17271.pdf> consultado el 12 de febrero de 2022, a las 11:05 am.

⁷⁵ El Canfeno es un monoterpeneo bicíclico. Es utilizado en la preparación de perfumes o fragancias, como un aditivo saborizante para las comidas, utilizado también para la curación de hierbas y plantíos.

la producción, la oferta disminuiría y por ende el precio del producto se tendría que incrementar.

Es por esto, que el 12 de agosto de 1968 el presidente de la república aprobó el decreto 55 publicado en la gaceta No 187 del 17 de agosto del mismo año, se decreta la ampliación de la lista de productos exentos. En dicha lista se excluye del pago de este impuesto a todos aquellos productos como insecticidas y herbicidas utilizados en la producción agrícola, de tal manera que se normalizara la producción y mantener el precio corriente de los productos perecederos de los nicaragüenses.

La ampliación de la base jurídica del impuesto general de ventas fue el 26 de mayo de 1970 a través de la ley No 1103 aprobada por la cámara de diputados y el presidente de la república y publicada el 28 de mayo de este. Por primera vez se motiva la exportación de productos nacionales, pues se excluye del pago del 5% cualquier venta de mercancías destinadas a la exportación. Además de excluirse de este impuesto otros productos secundarios tales como bebidas gaseosas, animales vivos, cigarrillos, libros, folletos, periódicos, etc.

Se menciona por primera vez las personas físicas y morales exentas, siempre y cuando se encuentren acogidas por la ley de protección y estímulo al desarrollo industrial y se obliga al Estado a pagar el impuesto general de ventas por aquellos productos fuera de la lista de exentos aun cuando por ley estén exentos de pagar impuestos fiscales.

Después de 4 años de vigencia de la última reforma de la ley de 5% sobre la venta, se introduce un nuevo impuesto asociado a las ventas de bienes y se incrementa la tasa impositiva de las ventas en un punto porcentual, pasando del 5% al 6%. Esta disposición se establece mediante la ley No 663 ley sobre impuestos generales de ventas e impuestos selectivos de consumo aprobada por la junta nacional de gobierno el 05 de noviembre de 1974 y publicada el 16 de noviembre del mismo año.

En dicha ley se grava dentro del impuesto general de ventas del 6% a la prestación de servicios otorgados por establecimientos como:

- Hoteles y Moteles,
- Empresas de Publicidad y Propaganda,
- Empresas aéreas y agencias de viajes,
- Empresas de alquileres de vehículos,
- Clubes sociales,
- Compañías de Seguros.

Es decir, se crean los sujetos activos como responsables recaudadores de dichos impuestos y se delega la autoridad de fiscalización de este impuesto a la dirección general de ingresos (DGI) facultando su recaudación a favor del ministerio de hacienda y crédito público (MHCP). Asimismo, se delega la recaudación del impuesto general de ventas por concepto de mercancías importadas a cargo de la dirección general de aduanas (DGA).

Se exige a todos los sujetos obligados de este impuesto a registrarse como responsables recaudadores en la dirección general de ingresos; a partir de ese acontecimiento están sujetos de fiscalización por el cumplimiento de dicha ley.

Posteriormente 10 años después, se crea el impuesto general al valor (IGV) mediante el decreto No 1,531 del 21 de diciembre de 1984 aprobado por la junta de gobierno de reconstrucción nacional de la república de Nicaragua bajo la presidencia del Comandante Daniel Ortega Saavedra publicado en la gaceta No 248 del 26 de diciembre de 1984 el cual presenta una variación incremental de 4 puntos porcentuales en la enajenación de bienes, pasando de 6% a 10% y un incremento porcentual de 9 puntos en prestación de servicios pasando de 6% a 15%.

Con la caída del gobierno sandinista y toma de posición de los gobiernos liberales por dos períodos consecutivos en el 2003 se consideró realizar un cambio total del sistema impositivo actual de Nicaragua pues presentaba una gran distorsión y sesgos negativos económicos, que hacían necesario cambiar hacia un sistema más

equitativo y progresivo, siendo indispensable ampliar la base de contribuyentes para generar los ingresos que el desarrollo del país requiere. Y se creó la ley No 453 ley de equidad fiscal, la cual unificó todos los impuestos pagados por los contribuyentes en una sola ley.

En lo que respecta al IGV se decidió optar por la denominación internacional pasando del tradicional “IGV” al IVA que hoy conocemos manteniéndose su base impositiva del 15% adicional sobre la venta de bienes y la prestación de servicios.

En la actualidad este impuesto se encuentra regulado en la Ley 822, conocida como, Ley de Concertación Tributaria, del 12 de diciembre del dos mil doce, con sus reformas incorporadas.

2.3 Elementos del IVA.

Para identificar los elementos del impuesto de IVA, la LCT, nos indica algunos elementos necesarios para generar IVA, las cuales son las siguientes:

Sujetos Pasivos⁷⁶, sujetos activos. Objetos. Determinación del IVA. Esta consiste en la técnica⁷⁷ de la aplicabilidad del impuesto. Realización del hecho generador⁷⁸, Base imponible⁷⁹.

⁷⁶ Ley No. 822 LCT. Artículo 110: Son sujetos pasivos del IVA, las personas naturales o jurídicas, fideicomisos, fondos de inversión, entidades y colectividades, así como los establecimientos permanentes que realicen los actos o actividades aquí indicados.

⁷⁷ Ley No. 822 LCT. Artículo 113: El IVA se aplicará de forma que incida una sola vez sobre el valor agregado de las varias operaciones de que pueda ser objeto un bien, un servicio, o un uso o goce de bienes gravados, mediante la traslación y acreditación de este.

⁷⁸ Ley No. 822 LCT. Artículo 125: el hecho generador del IVA se realizará al momento en que ocurra alguno de los actos siguientes: 1. Se expida la factura o el documento respectivo; 2. Se pague o se abone al precio del bien; 3. Se efectúe su entrega; y 4. Para los demás hechos que se entiendan como enajenación, en el momento en que se realizó el acto.

⁷⁹ Ley No. 822 LCT. Artículo 126: La base imponible del IVA es el precio de la transacción establecido en la factura o documento respectivo, más toda cantidad adicional por cualquier tributo, servicio o financiamiento no exento de este impuesto.

2.4 Característica del IVA:

De manera general el Impuesto IVA tiene las siguientes características⁸⁰:

2.4.1 Es un impuesto indirecto; porque grava al consumo específico de un bien o servicio y su carga fiscal recae en el consumidor final.

2.4.2 Es un impuesto Real; porque está ligado directamente al consumo de cosas con independencia de las circunstancias personales del contribuyente.

2.4.3 Es un impuesto interno; porque grava solo los actos llevados a cabo dentro del territorio nacional.

2.5 Naturaleza del IVA⁸¹.

Según **Martin Queralt**, la naturaleza del IVA es un impuesto multifásico sobre el consumo. Además, es un impuesto real (su hecho imponible se determina sin referencia a sujeto alguno), objetivo (es decir, sin tener en cuenta las circunstancias personales del sujeto pasivo) e instantáneo.

El artículo 108 LCT, determina la naturaleza del IVA como un impuesto indirecto que grava el consumo general de bienes o mercancías, servicios, y el uso o goce de bienes, mediante la técnica del valor agregado.

2.6 El Impuesto al Valor Agregado IVA en la Legislación Nicaragüense:

La Ley de Concertación Tributario como la norma máxima que regula la figura de la tributación en Nicaragua en su artículo 107, establece; el IVA grava los actos realizados en el territorio nicaragüense sobre las actividades siguientes: 1.

⁸⁰ Revista Científica. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE BCS, AC. Disponible en: [IMPUESTO-AL-VALOR-AGREGADO.pdf \(imcpbcs.org.mx\)](http://imcpbcs.org.mx) consultado el 24 de enero de 2022. A las 12:46 pm

⁸¹ RODRÍGUEZ TANIA, ANÁLISIS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) EN LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA NICARAGÜENSE, Universidad Centroamericana UCA, Managua, Nicaragua julio 2011, pág. 62. Disponible en: <http://repositorio.uca.edu.ni/357/1/UCANI3108.PDF> consultado el 18 de febrero de 2022, a las 10:22 am.

Enajenación de bienes⁸²; 2. Importación e internación de bienes⁸³; 3. Exportación de bienes y servicios y 4. Prestación de servicios y uso o goce de bienes⁸⁴.

La alícuota del IVA es del quince por ciento (15%), salvo en las exportaciones de bienes de producción nacional y de servicios prestados al exterior, sobre las cuales se aplicará una alícuota del cero por ciento (0%).

2.6.1 Técnica del impuesto.

El IVA se aplicará de forma que incida una sola vez sobre las operaciones que pueda ser objeto un bien, un servicio, o un uso o goce de bienes gravados, mediante la traslación y acreditación del mismo en la forma que adelante se establece.

2.6.2 Traslación o débito fiscal. El responsable recaudador trasladará el IVA a las personas que adquieran los bienes, reciban los servicios, o hagan uso o goce de bienes. El traslado consistirá en el cobro del monto del IVA establecido en esta Ley, que debe hacerse a dichas personas.

2.6.3 Realización del hecho generador. En la enajenación de bienes, el hecho generador del IVA se realizará al momento en que ocurra alguno de los actos siguientes:

1. Se expida la factura o el documento respectivo;
2. Se pague o se abone al precio del bien;
3. Se efectúe su entrega; y
4. Para los demás hechos que se entiendan como enajenación, en el momento en que se realizó el acto.

⁸² Ley No.822 LCT. Artículo 124: Para efectos del IVA, se entiende por enajenación todo acto o contrato que conlleve la transferencia del dominio o de la facultad para disponer de un bien como propietario, independientemente de la denominación que le asignen las partes, exista o no un precio pactado.

⁸³ Ley No.822 LCT. Artículo 128: Se entiende por importación el ingreso de mercancías procedentes del exterior para uso o consumo en el territorio aduanero nacional, siendo éste el que comprende el espacio aéreo, terrestre y marítimo.

⁸⁴ Ley No.822 LCT. Artículo 132: Son prestaciones de servicios y otorgamientos de uso o goce de bienes, todas aquellas operaciones onerosas o a título gratuito que no consistan en la transferencia de dominio o enajenación de los mismos.

La base imponible del IVA es el precio de la transacción establecido en la factura o documento respectivo, más toda cantidad adicional por cualquier tributo, servicio o financiamiento no exento de este impuesto y cualquier otro concepto.

2.7 Regulación del IVA en el comercio Electrónico.

Como nuestro trabajo de investigación se centra en la aplicabilidad del Impuesto al Volar Agregado IVA, en las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles realizadas a través de internet, dado que es importante la imposición y recaudación de este tributo, ya que, es ante todo comercio, con el objetivo de aumentar la recaudación de impuestos para que el Estado cumpla las diferentes políticas públicas del país.

Es importante mencionar que el departamento del Tesoro de USA⁸⁵, a finales de 1996, publicó un estudio donde se establecen tres fundamentos básicos sobre los que se debería sustentar la política fiscal federal en relación con el comercio electrónico. Estos tres principios son: neutralidad, que implica que el sistema fiscal no debe discriminar según una transacción se realice en forma tradicional o electrónica; y por último el principio de generalidad y flexibilidad en cuanto al marco que ampare estas operaciones que permita afrontar y presentar soluciones al futuro desarrollo tecnológico.

Así mismo la conferencia impulsada por la OCDE en 1997 realizada en Turku, Finlandia,; tubo como temática examinar cuestiones claves entorno a la evolución del comercio electrónico y en crear un conjunto de medidas para promoverlo en un plano mundial con el propósito concretar todo su potencial económico y social; y fue la que sentó las bases sobre la conferencia desarrollada en Ottawa en octubre de 1998, donde se adopta una Resolución conjunta en relación con las condiciones del sistema de tributación del comercio electrónico. Los principales acuerdos firmes con los que concluyó la conferencia de Ottawa se refieren al reconocimiento del

⁸⁵ CALDERÓN, CARMEN. CÁCERES, JUAN. El Comercio Electrónico y la imposición indirecta en la Unión Europea: el IVA. Departamento Economía General, Universidad San Pablo-CEU de Madrid, Disponible en: https://www.asepelt.org/ficheros/File/Anales/2004%20%20Leon/comunicaciones/Calderon%20y%20Cacere_s.doc consultado el 25 de noviembre de 2021, a las 2:00 pm.

comercio electrónico como un medio sustancialmente nuevo de realizar las transacciones comerciales y puede constituir un importante impulso al crecimiento económico y al desarrollo; las políticas a favor del desarrollo del comercio electrónico que se están adoptando en todos los países deben promover la cooperación entre todas las partes implicadas.

Con el avance de la tecnología electrónica se ha creado nuevas formas de ofertas, de compraventas de bienes y servicios, formando una economía digital, nuestro país ha avanzado en las ventas de estos bienes online, donde personas naturales y jurídicas se familiarizan con la tecnología digital, por tal razón, dicho fenómeno no está alejado de las normas jurídicas tributarias, en la Ley 822, LCT en el artículo 124 numeral 9 prevé la venta de bienes tangibles e intangibles, realizadas a través de operaciones electrónicas, incluyendo las ventas por internet, las cuales están sujetas al Impuesto del Valor Agregado IVA.

En Nicaragua como ya hemos mencionado con anterioridad las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles realizados por internet están reguladas con IVA, entendiendo que es aplicable los criterios del IVA en general, y es una obligación de los sujetos tributarios que con o sin establecimientos permanente⁸⁶ deben enterar a la Dirección General de Ingreso DGI.

Según lo señalado en el artículo 18 de nuestro Código Tributario son contribuyentes aquellas personas directamente obligadas al cumplimiento de la obligación tributaria por encontrarse, respecto al hecho generador, en la situación prevista por la ley, por lo tanto. podríamos llamar a estas personas naturales o jurídicas que realizan enajenaciones en la plataformas digitales y las redes sociales como contribuyentes y por ende de acuerdo al artículo 103 del mismo cuerpo normativo es obligación registrarse en el registro del contribuyente proporcionando los datos que les sean requeridos en apego a la ley, manteniéndolos actualizados en la forma y

⁸⁶ Ley No. 822 LCT Artículo 8. Se define como establecimiento permanente: 1. El lugar en el cual un contribuyente no residente realiza toda o parte de su actividad económica.

condiciones que la misma ley establece; y el incumplimiento de este deber, acarrea sanción según el artículo 124 del Código Tributario de Nicaragua:

1. Multa,
2. Clausura de locales o negocios,
3. Pérdida de concesiones y demás beneficios fiscales,
4. Inhabilitación para el ejercicio de oficios y profesiones en materia tributaria y, por último
5. Intervención administrativa de negocios o empresas.

Sabemos que en el caso de las enajenaciones realizadas a través del comercio electrónico están sujetas a impuestos, siendo el IVA aplicable, al momento que se plasme el precio en la factura, se pague o se abone al precio del bien; Se efectúe su entrega.⁸⁷ Y la norma expresa que será enajenación⁸⁸ todo acto o contrato que conlleve la transferencia del dominio o de la facultad para disponer de un bien como propietario, ya sea de venta de bienes tangibles e intangibles efectuada a través de operaciones electrónicas, incluidas las realizadas por internet, para completar la adquisición del producto se requiere de una transferencia la cual es obtenida a través de depósitos a una cuenta o a través del débito de una tarjeta de crédito, por lo que se debería utilizar y aplicar lo referente al precio de transferencia en la factura para retener dicho impuesto.

La base imponible⁸⁹ con respecto a la prestación de servicios, entendemos que será el valor pactado de la contraprestación, más toda cantidad adicional por otros impuestos, derechos e intereses, es decir nacerá el impuesto cuando se produzca el hecho, por ejemplo, cuando se extienda una factura, se abone o pague el precio acordado y se exija la contraprestación. Por lo antes expresado podemos decir que la prestación de servicios puede realizarse por personas física y morales online, en donde cualquiera de las antes mencionadas puede realizar un pago, para recibir

⁸⁷ Ley 822 ley de concertación tributaria Art.125 inciso 1

⁸⁸ Ley 822 ley de concertación tributaria Art.124.

⁸⁹ Ley 822 ley de concertación tributaria Art.133 y 134.

una mercancía o un servicio y debería de aplicarse el impuesto de acuerdo con cada actividad.

Al entender lo antes expuesto consideramos que en las plataformas virtuales y redes sociales se están realizando enajenaciones, prestaciones de servicios, pudiendo tributar, ya que son actividades realizadas en nuestro país, por lo tanto, de acuerdo con la ley están sujetas a gravamen fiscal.

El problema es que la mayoría de los oferentes en redes sociales o sitios web⁹⁰ ni siquiera están inscritos en la Dirección General de Ingresos; dando lugar a una poca aplicabilidad de este impuesto a las enajenaciones de bienes antes descritos, lo que acarrea la pérdida de tributo que vendría a fortalecer el patrimonio del Estado.

2.8 Actividades del comercio electrónico sujeto a IVA.

Las actividades del Comercio Electrónico tienen trascendencia social, estatal y jurídica; social debido a que la sociedad avanza utilizando las diferentes herramientas para acceder a los productos o servicios de mejor calidad y a menos costos; estatal porque el Estado debe garantizar a sus ciudadanos la seguridad jurídica y comercial en estas actividades creando las normas e instituciones especializadas sobre la materia; y jurídico debido a que debe existir todo un sistema que regule desde la contratación, y la forma de tributación para evitar evasiones fiscales⁹¹.

Con la dinámica del comercio que se realiza en diferentes plataformas digitales, y redes sociales las empresas y personas naturales, hacen un uso constante, Por ejemplo, en Marketplace, el cual lo encontramos en Facebook. Encontramos

⁹⁰ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua". 2019, UNAN-León. Pag 31. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](https://unanleon.edu.ni/245649.pdf) consultado el 16 de febrero de 2022, a las 10:42 am.

⁹¹ Ibidem pág. 32.

personas naturales que venden sandalias Crocs,⁹² camisas marca FIT⁹³, Celulares⁹⁴, una tienda de celulares de nombre Tienda's Aracellphone⁹⁵, ubicación, nos encontramos en diferentes localidades, Tiendas Aracellphone 1 planta de Yazaky parque la posada del Sol donde fue la Radio Darío, 2 cuadras y media abajo oeste. Tienda Aracellphone 2, dirección del centro de mujeres ichent la terminal de Buses Media Cuadra al Norte frente a la Mini ferretería San Andrés. Tiendas Aracellphone 3, paseo Real León Módulo A-18 Frente a dólar Store. Donde venden celulares marca Samsung Galaxy A01 Core 16GB. De igual forma identificamos una tienda con nombre Estilos Leones⁹⁶, donde ofrece en venta Camisetas básicas Next level de algodón Unisex para caballeros. Así mismo realizan envíos disponibles en León y los departamentos con costo adicional. Ubicación, Iglesia San José 1 arriba y 30 vrs al sur, frente a Central, Azulejos Coronados León. Numero de WhatsApp 81377942. Encontramos un sitio web de nombre RadioSchack⁹⁷, en donde encontramos segmentado las tiendas por actividades: Cables y Adaptadores, Baterías, Salud, Computación, Gaming, Almacenamiento, Celulares y Tablets, Smart Home, Videos, Audios. En León se ubica de la esquina de los bancos, contiguo a La Curacao, número de teléfono: 2311-0549.

Las personas físicas y tiendas ofertan productos nuevos y deberían pagar IVA por las actividades realizadas por internet, ya que se encuentra previsto en la LCT como enajenación a efecto de tributo, la situación es; será que el Estado al no tener las herramientas necesarias, tales como una norma jurídica en especifica, que regule

⁹²Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/3444066245682696> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:35 pm.

⁹³Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/706746349937330> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:37 pm.

⁹⁴ Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/1267316176934744> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:40 pm.

⁹⁵Disponible en: https://www.facebook.com/marketplace/item/672339973957592/?ref=browse_tab&referral_code=marketplace_general&referral_story_type=general&tracking=%7B%22qid%22%22 consultado el 28 de febrero de 2022, a las 11.19 am.

⁹⁶ Disponible en: https://www.facebook.com/marketplace/item/276460137923407/?ref=browse_tab&referral_code=marketplace_top_picks&referral_story_type=top_picks consultado el 25 de febrero de 2022, a las 1:26 pm.

⁹⁷ Disponible en: <https://www.radioshackla.com/nicaragua/> consultado el 28 de febrero de 2022, a las 1:26 pm.

el comercio electrónico. A sí mismo una ley especial sobre el Impuesto IVA de las enajenaciones de bienes realizadas por internet, o también por carecer de personales capacitados para afrontar esta nueva realidad, da paso a la poca eficiencia de aplicabilidad en la tributación de esta nueva forma como lo es el comercio electrónico.

Es llamativo ⁹⁸ como estas personas naturales o jurídicas ofertan sus productos y servicios sin que las plataformas virtuales soliciten ningún tipo de formulario o documentación que validen las actividades y servicios que ellos ofertan, por ejemplo, en Marketplace únicamente debemos dar un clic en vender artículos, luego solo debemos escoger la categoría que esta plataforma virtual estipula para agregar lo que deseamos.

El segundo paso es llenar un formulario que únicamente solicita agregar fotos, título, categoría y una descripción, ya que esta plataforma trabaja con geolocalización y automáticamente aparece el departamento donde se va a ofertar los antes mencionado.

Lo interesante es que no solicita ningún documento que categorice tributariamente a los sujetos pasivos⁹⁹, ya que el principio de legalidad,¹⁰⁰ solicita que identifiquemos el hecho generador y al obligado tributario, la ley 562 menciona la obligación tributaria¹⁰¹ en la cual una persona natural o jurídica se obliga a contribuir a favor del Estado.

Tampoco solicita los requisitos necesarios para un establecimiento permanente realice actividad comercial, tales como derecho de matrícula, RUC¹⁰², y domicilio

⁹⁸ Ramos M. Reyes D. As 2020. Revista Científica. TRIBUTACION POR TIEMPOS DE COVID EN NICARAGUA pág. 21.

⁹⁹ LEY 562 CÓDIGO TRIBUTARIO, Art 16, Sujeto pasivo: Es el obligado en virtud de la ley, al cumplimiento de la obligación tributaria y cualquier otra obligación derivada de ésta, sea en calidad de contribuyente o de responsable.

¹⁰⁰ LEY 562 CÓDIGO TRIBUTARIO, Art 3 inciso 3

¹⁰¹ LEY 562 CÓDIGO TRIBUTARIO, Artículo 12

¹⁰² LEY 562 CODIGO TRIBUTARIO, Artículo 26. La Administración Tributaria contará con dependencias administrativas responsables de adjudicar un Código Único de Identificación para el Registro de Contribuyentes y que se registrará por Reglamento emitido por el Poder Ejecutivo. Todos los contribuyentes están obligados a inscribirse en este Registro. El Código Único de Identificación, será denominado Cédula RUC y

tributario¹⁰³. Por esta situación nos hace preguntarnos ¿Realmente conocemos las cantidades de ventas que se realizan en estas plataformas virtuales?¹⁰⁴ Sabemos que puede comprar cualquier persona solo con tener acceso a internet y un número de tarjeta de crédito, o un depósito en una cuenta bancaria, por lo que de forma exacta no se logra puntualizar, pero estamos seguros de que se realizan ventas en estas plataformas digitales y en sitios webs. Desde nuestro análisis podemos identificar a los sujetos pasivos de naturaleza jurídica o natural, que realizan cualquiera de las actividades mencionadas, desde la transferencia bancaria, llegando a ser revisada y monitoreada por la superintendencia de bancos, ya que la norma jurídica faculta a supervisar, vigilar y fiscalizar la constitución y el funcionamiento de todos los bancos, sucursales y agencias bancarias que operen en el país, así identificaríamos a los obligados tributarios que no sean registrado aún.

También con la aplicación del precio de transferencia, ya que así podríamos identificar a las personas naturales o jurídicas que tienen relación comercial, identificando también a sujetos pasivos que no se encuentran registrados, y están relacionados.

Las personas naturales o jurídicas que ofrezcan estos servicios estarán obligados a ofertar y cobrar la alícuota del impuesto IVA, y cumplir con respecto a las obligaciones de los contribuyentes que menciona la norma.

Llevar un libro de control en donde se lleve la vigilancia de los destinatarios y los cobros recibidos y enterarlos a la DGI cada mes.

deberá indicarse en la declaración y pago de impuestos, así como en los trámites y gestiones ante la Administración Tributaria.

¹⁰³ LEY 562 CODIGO TRIBUTARIO Artículo 22. Para efectos tributarios, las personas naturales y personas jurídicas deben fijar su domicilio dentro del territorio nacional, preferentemente en el lugar de su actividad comercial o productiva.

¹⁰⁴ RAMOS M. REYES D. As 2020. Revista Científica. TRIBUTACIÓN POR TIEMPOS DE COVID EN NICARAGUA. Pág. 12.

Por esto, y a pesar de que, en nuestra legislación existen mínimos indicios de regulación de las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles es preciso una legislación especializada en la materia, una normativa que regule la tributación del IVA de estas actividades.

CAPITULO III

CRITERIOS DE APLICABILIDAD DEL IVA AL COMERCIO ELECTRÓNICO A EFECTO DE TRIBUTACIÓN EN LEÓN NICARAGUA.

3.1 Criterios de identificación de los obligados tributarios para la aplicabilidad del IVA en las ventas en línea de bienes tangibles e intangibles en León Nicaragua

Las ventas de bienes materiales e inmateriales por personas naturales y jurídicas utilizando dispositivo electrónico conectado a internet, es una nueva forma de comercio sin fronteras, nuestro país poco a avanzado en la aplicación de tributo a este tipo de actividad comercial, de manera general para regular el impuesto nuestra legislación establece que debemos identificar el hecho generador y al obligado tributario¹⁰⁵, siendo la obligación en virtud de ley, donde una persona natural o jurídica se obliga a contribuir a favor del Estado.

En Nicaragua la legislación prevé que para identificar y obligar a declarar impuestos a los obligados tributarios se logra cuando su establecimiento permanente se encuentra debidamente Registrado en la Dirección General de Ingreso¹⁰⁶, entiéndase por esta figura jurídica como el lugar donde el contribuyente realiza toda o parte de su actividad económica. Sin embargo, cuando analizamos a fondo sobre la adaptación de esta figura en nuestra legislación, hace referencia únicamente aún establecimiento permanente de forma física, y no hace mención mínima sobre como identificar y hacer tributar a un establecimiento virtual, por lo que las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles en plataformas digitales y redes sociales en su mayoría no constan de los requisitos para constituir un establecimiento permanente,

¹⁰⁵ Ley No 562. Código Tributario, artículo 12.

¹⁰⁶ Ley No. 822 LCT. Artículo 8.

tales como el derecho de matrícula y la ubicación del domicilio tributario, quedando con poco alcance de la ley para obligar de forma eficaz a tributar por las actividades que se llevan a cabo con esta nueva modalidad de comercio. Es evidente que estos son los mayores problemas, por el hecho que la ley no determina de forma clara, sobre como identificar a personas naturales y jurídicas que operan en el mercado electrónico, es obvio que la ley es inalcanzable para ellos, por lo que se hace necesario realizar reformas tributarias al Código Tributario, a la Ley 822 LCT y su Decreto No. 01-2013 Reglamento de la Ley No. 822, donde se establezca de forma clara, precisa, y con el alcance legal suficiente para regular y hacer tributar con IVA al comercio electrónico. Por esta misma razón haremos referencia a la ley de España y México que toman como su principal herramienta el plan de acción denominado, BEPS, para regular el impuesto de IVA en el comercio electrónico, ya que nos pueden servir como punto de partida, para iniciar a regular y aplicar el impuesto de IVA en el comercio electrónico en nuestro país.

Es así, que nivel internacional existe una aplicación jurídica tributaria al nuevo mercado, es evidente que se vea atrasado en algunos países por la dificultad de su ámbito de regulación, es decir, existen países que no tienen ningún tipo de norma jurídica que establezca la aplicabilidad del impuesto IVA, en cambio existen otros que ya han comenzado a realizar modificaciones en su legislación interna para comenzar a regular y aplicar el impuesto IVA al Comercio Electrónico de bienes y la prestación de servicios.

Las normativas internacionales por medio de las cuales se está aplicando impuesto actualmente al Comercio Electrónico se han centrado en regular el comercio electrónico directo e indirecto, es decir, las enajenaciones de los bienes tangibles y lo bienes intangibles, en este caso tenemos diversos países que ya tienen una normativa específica por medio de la cual están regulando este tipo de actividad comercial, como lo es la española a través de sus principales leyes que son:

3.1.1 Ley de España: ley de Impuesto Sobre el Valor Añadido. Ley 37/1992, de 28 de diciembre,¹⁰⁷.

Es la ley que regula la tributación del IVA; considerado como un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo gravando diversas operaciones señaladas por la ley como son la entrega de bienes y prestaciones de servicios, adquisiciones intracomunitarias de bienes, importaciones de bienes, así mismo señalando los tipos impositivos del IVA, el general 21%, el reducido 10% y súper reducido 4%, que se aplicaran de acuerdo con lo estipulado en la misma ley. En esta ley el Comercio Electrónico se encuentra regulado en los regímenes especiales aplicables a los servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o de televisión y a los prestados por vía electrónica.

Esta ley considera como establecimiento permanente cualquier lugar fijo de negocios donde los empresarios o profesionales realicen actividades empresariales o profesionales, la sede de dirección, sucursales, oficinas, fábricas, talleres, instalaciones, tiendas, los centros de compras de bienes o de adquisición de servicios.

De acuerdo con lo expuesto es importante mencionar que en España hubo cambios importantes en la Ley del Impuesto sobre el Valor Añadido, con el Real **Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril**,¹⁰⁸ adicióno un nuevo artículo (8 bis) para incluir las ventas a distancia intracomunitarias de bienes, las ventas a distancia de bienes importados de países o territorios terceros y las entregas de bienes facilitadas a través de una interfaz digital. Siendo que se establecen las reglas de tributación en las entregas de bienes y prestaciones de servicio realizadas a través de internet o plataformas digitales, donde el empresario radica en un Estado miembro y el consumidor final en otro. De esta manera, la norma regula que estas operaciones quedan sujetas al

¹⁰⁷ Disponible en el sitio web español: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1992/BOE-A-1992-28740-consolidado.pdf> consultado el 2 de marzo de 2022, a las 1:30 pm.

¹⁰⁸ Disponible en sitio web español: <https://www.boe.es/boe/dias/2021/04/28/pdfs/BOE-A-2021-6872.pdf> consultado el 02 de marzo de 2022, a las 2:00 pm

IVA en el Estado miembro donde las mercancías se reciben o del establecimiento del destinatario.

Para facilitar la gestión, recaudación y control y reducir notablemente las cargas y costes administrativos, se apuesta por los sistemas de **ventanilla única** como un elemento fundamental para la gestión del IVA en la Unión Europea y por primera vez, la nueva regulación involucra a los titulares de las interfaces digitales que facilitan el comercio electrónico y los convierte en colaboradores de la recaudación, gestión y control del impuesto.

Se incluyen tres nuevos regímenes especiales para la declaración y liquidación del IVA devengado que, vienen a sustituir y ampliar los regímenes vigentes en la actualidad para los servicios prestados por vía electrónica, de telecomunicaciones, radiodifusión y de televisión.

Régimen exterior de la Unión: aplicable a los servicios prestados por empresarios o profesionales no establecidos en la Unión a destinatarios no empresarios o profesionales de la unión.

Régimen de la Unión: aplicable a los servicios prestados por empresarios establecidos en la unión cuyo destinatario se encuentre en otro Estado miembro. Distinto o a los empresarios en las ventas a distancia intracomunitarias de bienes y las entregas interiores de bienes imputadas a los titulares de interfaces digitales que faciliten la entrega de los bienes a un consumidor final por parte de un proveedor que no está establecido en la Unión.

Régimen de importación: aplicable a las ventas a distancia de bienes importados de terceros países, al que podrán acogerse en determinadas condiciones, de manera directa o por una tercera persona como intermediario establecido en la comunidad, los empresarios que realicen ventas a distancia de bienes importados de terceros países en envíos cuyo valor no exceda de 150 euros, a excepción de aquellos productos objeto de impuestos especiales.

Todos los regímenes permitirán, mediante una única declaración-liquidación ante la administración tributaria del Estado miembro por el que se haya optado, que el

empresario ingrese el IVA devengado en todas sus operaciones efectuadas en la comunidad por cada trimestre o mes natural.

Los empresarios que, utilizando una interfaz digital o similares, facilite la entrega de bienes o la prestación de servicios a una persona que no tenga condición de empresario actuando como tal en la Unión y no opte o no pueda acogerse a los regímenes previstos para el comercio electrónico, deberá llevar un registro exhaustivo de dichas operaciones que, deberá mantenerse por un periodo de diez años.

En cuanto a nivel internacional en América, diversos países se han sumado a los intentos por comenzar a aplicar el Impuesto de IVA al Comercio Electrónico, con su ya regulación interna aprobada tomando como punto de referencia el denominado “Plan de acción de Erosión de la base y transferencia de Utilidades BEPS por sus siglas en inglés, Es un proyecto de reconstrucción del sistema tributario internacional” consolidado a través de un paquete de quince medidas estratégicas, elaborado por la OCDE y el G20¹⁰⁹ en coordinación con los otros países en vías de desarrollo que han participado, el cual fue adoptado en el año 2013, debido a la creciente evasión fiscal por parte de las empresas multinacionales a través de BEPS.

Las acciones BEPS surgen de la necesidad de establecer instrumentos para que los Estados a través de sus gobiernos puedan combatir las estructuras que están direccionadas a la disminución de las bases imponibles locales y a la deslocalización de impuestos en los territorios de baja o nula tributación.

Se requiere de una implementación coordinada por parte de los gobiernos, quienes, realizando modificación en su legislación interna y convenios internacionales, adopten dichas recomendaciones en conjunto con el proceso de seguimiento por

¹⁰⁹ **G20**; Es el grupo de los 20. Foro principal de Coordinación de Políticas Macroeconómicas, entre las 20 economías más importantes del mundo, que incluye las perspectivas de países desarrollados como de economías emergentes. Integrados por los países: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica, Turquía y la Unión Europea.

parte de la OCDE. Los mismos deben garantizar el cumplimiento de las medidas, para frenar la evasión tributaria en las nuevas actividades del comercio online.

El Plan de acción de Erosión de la base y transferencia de Utilidades BEPS fue tomada como punto de partida por algunos países en América para la creación de su propia legislación como fue el caso de México que, tomando este plan de acciones como referencia, creó su propia legislación interna para la aplicabilidad del IVA al comercio electrónico. Con la última reforma de la Ley de Impuesto al Valor Agregado IVA se creó el impuesto digital, tomo como referencia la acción (1) Abordar los retos de la economía digital para la imposición. Donde se puntualiza que no es posible delimitar con precisión la economía digital, dado que hoy en día ésta tiende a confundirse con la propia economía en su conjunto. Y por tal motivo existen riesgos BEPS que se ven exacerbados en la economía digital. Siendo importante la elaboración de normas y mecanismos de implementación dirigidos a facilitar la recaudación del impuesto sobre valor añadido (IVA) en el país donde se encuentra el consumidor en los supuestos de transacciones transfronterizas de empresa a consumidor (B2C, por sus siglas en inglés). Estas medidas tienen como objetivo garantizar la igualdad de condiciones entre proveedores internos y extranjeros, y facilitar una recaudación eficiente del IVA devengado en dichas transacciones.

3.1.2 Ley de México. Ley del Impuesto al Valor Agregado, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1978, Última reforma publicada DOF 12-11-2021.¹¹⁰

De forma general establece que están obligados al pago del IVA las personas físicas y las morales que en el territorio nacional realicen los actos o actividades siguientes: Enajenen bienes; Presten servicios independientes; Otorguen el uso o goce temporal de bienes y importen bienes o servicios. La tasa del Impuesto al Valor Agregado será del 16%.

¹¹⁰ Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf> consultado el 03 de marzo del año 2022, a las 1:02 pm.

Los residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en México que presten servicios digitales pagaran el IVA por las contraprestaciones que reciban, siempre que el receptor se encuentre en el territorio nacional y las prestaciones de servicios se proporcione mediante aplicaciones o contenidos en formato digital, a través de internet u otra red.

Al efecto se gravan los servicios de acceso a imágenes, películas, texto, información, video, audio, música, juegos, incluyendo los juegos de azar, así como otros contenidos multimedia, ambientes multijugador, la obtención de tonos de móviles, la visualización de noticias en línea, información sobre el tráfico, pronósticos meteorológicos y estadísticas.

Para ello se considera que el receptor del servicio se encuentra en el territorio nacional cuando se dé cualquiera de los supuestos siguientes:

- Que haya manifestado al prestador del servicio un domicilio ubicado en territorio nacional.
- Cuando realice el pago al vendedor del servicio mediante un intermediario ubicado dentro del Estado.
- Que la dirección IP que utilizan los dispositivos electrónicos del usuario pertenezca al rango de direcciones asignadas a México.
- Que haya manifestado al proveedor del servicio un número de teléfono, cuyo código corresponda al país.

Los residentes en el extranjero sin establecimiento en México que proporcionen servicios digitales a receptores ubicados en territorio nacional deben cumplir con lo siguiente.

- Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes ante el Servicio de Administración Tributaria.
- Ofertar y cobrar, juntamente con el precio de sus servicios digitales, el impuesto al valor agregado correspondiente en forma expresa y por separado.
- Proporcionar al Servicio de Administración Tributaria la información sobre el número de servicios u operaciones realizadas en cada mes calendario con los

receptores ubicados en territorio nacional que reciban sus servicios, Dicha información se deberá presentarse, mediante declaración electrónica.

- Calcular en cada mes calendario el impuesto al valor agregado correspondiente, aplicando la tasa del 16% a las contraprestaciones efectivamente cobradas.
- Emitir y enviar vía electrónica a los receptores de los servicios digitales en territorio nacional los comprobantes correspondientes al pago de las contraprestaciones con el impuesto trasladado en forma expresa y por separado, cuando lo solicite el receptor de los servicios.
- Tramitar su firma electrónica avanzada conforme a ley.

En Nicaragua pese a que no existe un cuerpo normativo jurídica en específico que regule el comercio electrónico y una norma jurídica especial sobre el IVA, da lugar a poca aplicabilidad del IVA en las ventas de bienes tangibles e intangibles realizadas a través de operaciones electrónicas, por lo que la mínima regulación jurídica del comercio electrónico en el artículo 124 numeral 9 de la LCT no es suficientemente eficaz para obligar a tributar, ante la problemática que se plantea consideramos que existen limitantes, para regular estas actividades en su totalidad, como las siguientes.

3.2 Posibles limitantes existentes para regular y aplicar IVA en las enajenaciones del Comercio Electrónico.

A lo largo de esta investigación se ha abordado sobre la poca regulación y aplicabilidad del IVA al Comercio Electrónico en nuestro país, este es un fenómeno que por su magnitud y complejidad es muy problemático de regular y aplicar completamente; por una parte, debería existir una norma especializada que regule la ventas de bienes materiales e inmateriales realizados por internet, por otra parte una norma que regule la tributación del IVA de estas actividades, pero existen ciertos aspectos que hacen que todavía no exista una regulación al respecto, según nuestro criterio:¹¹¹

¹¹¹ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Pag 41. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](https://unanleon.edu.ni/245649.pdf) consultado el 26 de febrero de 2022, a las 3:00 pm.

3.2.1 La fiscalidad: Para gravar la actividad a través de Internet, como en los nuevos mercados globales desaparecen las fronteras geográficas, siendo que resulta más difícil conocer la ubicación de su establecimiento y muchas veces la identidad de las personas naturales y jurídicas en una operación de bienes intangibles, se vuelve prácticamente invisible para la administración tributaria, lo que se traduce en un desconocimiento respecto de la territorialidad del acto y los sujetos participantes como los consumidores finales.

3.2.2 Los sitios web: Otra de las limitaciones¹¹² para regular y aplicar impuesto al Comercio Electrónico es debido a que dichas plataformas virtuales están reguladas en las legislaciones del país donde fueron creadas y principalmente a sus propias políticas y normas comunitarias que rigen dichos sitios, a esto hay que agregarle en cuanto a la seguridad dichos sitios web y redes, protegen la privacidad de las personas que las utilizan, y estipulan que dicha persona es quien decide que datos proporcionar y que datos no, lo cual dificulta que se pueda saber si la persona que tiene una página en dichos sitios web, redes sociales y comercializa en ellas es quien dice ser, pues sería necesario primeramente tener un permiso de esta red para poder acceder a la información, con el objetivo de regular y aplicar más eficaz el impuesto IVA al comercio electrónico y reducir la evasión tributaria.

3.2.3 Administrativo: Las instituciones competentes no cuentan con los recursos humanos capacitados, y la suficiente capacidad de equipo material tecnológico para regular y aplicar impuesto a estas enajenaciones, deberían estar organizados de una división y equipo especializado que dedique tiempo completo a la búsqueda de páginas web, redes sociales e identificar perfiles que se dedican a actividades que no tienen un espacio físico y que aún no están registrados en la administración tributaria.

3.2.4 Legislativo: En el sentido de aprobar una ley dura, para regular cada actividad del comercio electrónico en sitios web y plataformas digitales, lo que sería restrictiva en cierto punto, por el hecho que existe la libertad de comercio sin importar que sea

¹¹² Ídem.

en plataformas virtuales. Y hasta puede llegar a poner en peligro el desarrollo de estas actividades en nuestro país, dado que los proveedores y consumidores finales se están familiarizando con este tipo de actividad.

3.2.5 Económica: Teniendo presente que somos un país en vías de desarrollo es evidente que no contamos con los recursos económicos necesario como para emprender un proyecto tecnológico, los intentos por regular este nuevo fenómeno implicaría disponer de una inversión millonaria ya sea en equipos tecnológicos y crear programas especializado para afrontar la nueva realidad.

Por otra parte, pese a las limitantes expuestas, se podrían realizar mayores intentos de regulación para la aplicabilidad del impuesto, lo primero a realizarse sería una Ley especializada de Impuesto al Valor Agregado IVA en el comercio electrónico de bienes tangibles e intangibles. Aplicables a dichas actividades, con el objetivo, de establecer de forma obligatoria que las personas naturales y jurídicas que realicen este tipo de actividad en plataformas digitales y redes sociales deben registrarse en el registro de contribuyentes, porque actualmente las plataformas digitales y las redes sociales no solicitan los requisitos necesario para constituir un establecimiento permanente, tales como registrarse en el registro de contribuyente, al efecto de matrícula RUC, y especificar el domicilio tributario, para identificar a los obligados tributarios, así mismo fortalecer los criterios de aplicabilidad del impuesto establecidos en la Ley de Concertación Tributaria, que han sido objeto de análisis en el presente trabajo.

Así mismo ante el aumento de ventas en líneas, y siendo un problema existente en materia tributaria en cuanto como proceder a retener impuestos se pueden aplicar mecanismos tributarios para buscar reducir las pérdidas de tributos, tomando como punto de partida el plan de acción de la BEPS.

3.3 Algunos mecanismos tributarios que regulen la actividad económica, realizados a través de internet:

Ante las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles a raíz del comercio electrónico, y siendo un reto más del Estado para establecer mecanismos tributarios

que regulen esta actividad económica, se hace necesario desde nuestro punto de vista crear herramientas para gravar el IVA, y para ello es necesario tomar en consideración que se han realizado los primeros indicios para reducir la erosión de la base y transferencia de utilidades con la aplicación de las (BEPS ¹¹³ por sus siglas en inglés), este proyecto es impulsado por la OCDE ¹¹⁴ que pone en primera plana las políticas fiscales internacionales, es un muy buen mecanismo para impedir las vacaciones tributarias¹¹⁵ en las plataformas digitales.

Para enfrentar este problema tributario, debemos preguntarnos ¿Qué mecanismo deberían adoptarse en Nicaragua para tomar iniciativas contundentes que se materialice lo que establece en la LCT sobre las enajenaciones realizadas en internet?, con el objetivo de integrar mayor recaudación tributaria para la economía del país, y reducir la evasión de impuesto a través del comercio electrónico de bienes tangibles e intangibles.

1. Facilitar a la Dirección General de Ingreso DGI, los mecanismos jurídicos necesarios, como reformas tributarias, con el objetivo de regular de manera más eficiente las enajenaciones de bienes realizadas a través de internet, estableciendo un apartado en especial sobre la forma de aplicabilidad del IVA.
2. La Dirección General de Ingreso debe ejercer buena gestión de la información, para localizar a personas naturales y jurídicas, que realicen enajenaciones de bienes tangibles e intangibles a través de internet, por ejemplo, utilizando la dirección IP que utilizan los dispositivos electrónicos¹¹⁶ como Protocolo de control de transmisión/Protocolo de Internet (TCP/IP) es un conjunto de reglas y

¹¹³ Disponible en: [Impuestos a los servicios vía plataformas digitales - Soy Conta](#) consultado el 25 de enero de 2022, a las 5:51 pm.

¹¹⁴ Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/46440894.pdf> consultado el 25 de enero del 2022, a las 5:56 pm.

¹¹⁵ Las vacaciones tributarias generan oportunidades de evasión y/o elusión. Disponible en; <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evaluaci%C3%B3n-de-la-efectividad-y-eficiencia-de-los-beneficios-tributarios.pdf> consultado el 03 de febrero de 2022. A las 07:32 pm.

¹¹⁶ ANDY PATRIZIO. Qué es una dirección IP. Blog, Avast publicado en diciembre 12, 2019 y Actualizado el mayo 19, 2021. Disponible en; <https://www.avast.com/es-es/c-what-is-an-ip-address> consultado el 03 de febrero de 2022. A las 02:17 am.

procedimientos para conectar dispositivos a través de Internet, y lograr identificar una red o dispositivo en Internet.

3. Crear, autorizar y promover, una ventanilla única digital, para declarar las operaciones del comercio electrónico realizados en todo el país como forma de intercambio de información¹¹⁷ sin darse de alta en cada municipio, Para ellos establecer un formato obligatorio de inscripción digital donde se ingrese la identificación de la persona natural y jurídica como contribuyente, y las actividades económicas a realizar, con el objetivo de regular con mayor eficacia las ventas de bienes tangibles e intangibles realizadas vía on-line.
4. Para gravar las ventas de bienes intangible se puede poner en marcha mediante ley que el consumidor final realice el pago al prestador del servicio mediante un intermediario facultado en el territorio nacional, y este debe enterar el impuesto a la DGI.
5. En las enajenaciones de bienes y la prestación de servicios online, de personas naturales o jurídicas, sean estas prestadas por proveedores nacionales o del extranjero, se puede implementar la aplicación del IVA cuando el consumidor haya manifestado al prestador del servicio un número de teléfono, cuyo código del comprador final corresponda a Nicaragua. Por ejemplo: +505¹¹⁸.
6. Promover, estudios, cursos y capacitaciones a los recursos humanos de la administración tributaria, con el propósito de adquirir los conocimientos, habilidades y destreza, de las rutas necesarias a aplicar para enfrentar los desafíos de la era digitalizada del comercio electrónico a efecto del IVA, y que adquieran las competencias digitales necesarias.

¹¹⁷ El intercambio de información fiscal puede ser definido como la distribución de información relacionada con los contribuyentes, incluyendo sus transacciones transfronterizas y sus activos. El intercambio de información tiene como finalidad “el suministro de actos, datos, documentos que sean útiles a los sistemas tributarios implicados”.

¹¹⁸ Disponible en: <https://es.how-towiki.com/152967-international-dialling-codes-FAEBAJ> consultado el 18 de marzo de 2022a las 2:30 pm.

Sabemos que estos criterios y mecanismos resultan un tanto difíciles¹¹⁹ de ejecutar y que tiene que tomarse en cuenta no solo la factibilidad de los mismos sino el impacto social que estos acarrearían pero que vendrían a fortalecer las normas legales existente en nuestra legislación y traerían beneficios para el Estado al percibir una mayor recaudación tributaria, sin embargo considerando que nuestro país esta aun en vías de desarrollo y que esto requiere una gran inversión no sería tan fácil de realizar en estos momentos una modificación tan significativa en la legislación Nicaragüense, específicamente en materia tributaria.

Pero no es un motivo para quedarse rezagado nuestro país, sino que tiene aún la oportunidad de ir creciendo, adaptándose e ir tomando cada oportunidad para regular poco a poco el fenómeno transfronterizo denominado comercio electrónico, así mismo regular de forma especial la aplicabilidad del Impuesto al Valor Agregado, en las ventas en líneas y reducir la evasión fiscal, que está acarreado en nuestro país estas actividades.

¹¹⁹ BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Pag 45. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](#) consultado el 18 de marzo de 2022, a las 3:30 pm.

VIII. Diseño metodológico.

Tipo de estudio.

El tipo de estudio de la presente investigación es de tipo:

Jurídico-Documental, dado que el contenido del presente trabajo de investigación se concentra exclusivamente en la recopilación de datos de información de fuentes documentales, específicamente libros, textos tanto físicos como extraídos de sitios webs, así como demás fuentes hemerográficas y digitales.

Con lo cual pretendemos obtener antecedentes documentales para profundizar en teorías, legislación, conceptos y aportes ya existentes y asentados en documentos que aborden el tema objeto de estudio.

Área de Estudio: El Área de Estudio de la presente investigación es en el Derecho Público, específicamente al Derecho Tributario.

Fuentes de información:

Las fuentes Documentales utilizadas fueron:

-Primarias: La Constitución Política de la República de Nicaragua, el Código Tributario de Nicaragua, Ley de Concertación Tributario y su Reglamento y los archivos de la DGI de León.

-Secundarias: Libros, artículos científicos, tesis de grado entre otros.

-Terciarias: Sitios webs, revistas digitales y blogs.

Instrumento: Como instrumento de recopilación de información se hace uso de códigos, leyes, reglamentos y revistas científicas, libros de sitios webs y elaboración de fichas bibliográficas.

Enfoque:

El enfoque utilizado para este trabajo investigativo es:

Exploratoria - Explicativo; en cuanto es un procedimiento utilizado para examinar el tema de esta investigación, la cual está muy poco estudiado y genera muchas dudas

en cuanto a su figura y explicar a detalle de sus características del fenómeno, Y encontrar las causas que afectan a este fenómeno objeto de estudio.

Método

El Método utilizado es:

Método deductivo: Esta investigación tiene como objeto analizar las tributaciones del comercio electrónico, partiendo de lo general a lo particular, centrándose en el IVA (Impuesto al Valor Agregado), el cual es el principal impuesto que se puede aplicar a este fenómeno.

Debido al creciente aumento de las tecnologías de comunicación, surgen nuevas formas de intercambios de bienes y servicios, siendo el comercio electrónico una nueva forma de realizar las actividades económicas, a través de los diferentes sitios webs y redes sociales, por consiguiente, tales actividades económicas requieren nuevos mecanismos tributarios para ser gravados, para la aportación de tributos a la economía del Estado, debido que en la actualidad la norma jurídica tiene vacíos en su eficacia para regular este fenómeno, permitiendo la evasión de impuesto de estas actividades.

Método de análisis-síntesis: Para este estudio que parte del análisis de un nuevo fenómeno jurídico, es fundamental, la recopilación de información del Órgano Administrativo Competente DGI, documentos particularmente, de la tributación del comercio electrónico, la forma del tributo y la manera en que el Derecho debe tratar este nuevo fenómeno de intercambio de bienes y prestación de servicios a través del internet.

Técnica: La técnica utilizada para poder desarrollar la presente investigación es; la Recopilación Documental; cuya finalidad es obtener datos e información a partir de fuentes Documentales con el fin de ser utilizados dentro de los límites de una investigación en concreto.

Fuentes de información.

Las fuentes Documentales utilizadas fueron:

- -Primarias: La Constitución Política de la República de Nicaragua, el Código Tributario de Nicaragua, Ley de Concertación Tributario y su Reglamento y los archivos de la DGI de León.
- -Secundarias: Libros, artículos científicos, tesis de grado entre otros.
- -Terciarias: Sitios webs, revistas digitales y blogs.

IX. Conclusiones.

En la medida que esta investigación se llevó a cabo, sobre la aplicabilidad del IVA en el E-COMMERCE de bienes tangibles e intangible en nuestro país, donde se abordó las particularidades que lo caracterizan como un fenómeno social y de relevancia jurídica, llevado de la mano por el uso creciente a nivel global de la tecnología, debido al fácil acceso de la tecnología utilizado para estos tipos de actividades, por lo que finalizamos.

1. El comercio electrónico de bienes materiales e inmateriales es un fenómeno totalmente nuevo, hizo sus apariciones en los años setenta en los Estados Unidos, donde se hacían las ventas por catálogos y se dan las primeras transacciones electrónicas informáticas de ventas, sin embargo, el gran impulso de este tipo de comercio se dio en el año de 1991, cuando el internet entro en las áreas comerciales, siendo que es nuevo su aparición con respecto al comercio tradicional.
2. El comercio electrónico de bienes tangibles e intangibles tienen gran relevancia en todo el mundo, dado que se logra la interacción del comercio a nivel global, creando un mercado sin fronteras, reduciendo costos, estableciendo un nuevo mercado virtual.
3. De acuerdo con las formas del comercio electrónico podemos identificar dos tipos, el Comercio Electrónico directo (Online) y el Comercio Electrónico indirecto (Offline), el primero hace referencia a la comercialización de bienes intangibles en la que se realiza desde un dispositivo que se conecta a internet, en el segundo se hace uso del internet para la contratación pero la entrega del bien tangible se hace por medios de envíos convencionales, es decir el bien comprado online es trasladado hasta la casa de habitación del consumidor.
4. Podemos encontrar en el artículo 99 de la Constitución Política de Nicaragua la libertad de comercio no distingue el medio para hacer dicha actividad, podemos afirmar, que en la legislación nicaragüense existe una mínima regulación al

comercio electrónico, pero que no son suficientemente eficaz para regular el comercio de bienes tangible e intangible realizados por el nuevo fenómeno.

5. La poca aplicabilidad del IVA al comercio electrónico en Nicaragua es un problema evidentemente, debido a la gran cantidad de personas físicas y morales que realizan ventas de bienes materiales e inmateriales de manera informal, lo que con lleva a no declarar impuestos ante la DGI de acuerdo con la Ley, y como consecuencia se genera perdida de alícuota que deberían integrar los recursos económicos del Estado.
6. En cuanto a la aplicabilidad del IVA al comercio electrónico existe en Nicaragua una mínima regulación según el artículo 124 numeral 9 de la LCT, en las ventas de bienes tangibles e intangibles realizadas a través de operaciones electrónicas, incluyendo las ventas por internet, por lo que se debería aplicar el artículo 18 del Código Tributario, son contribuyentes aquellas personas directamente obligadas al cumplimiento de la obligación tributaria por encontrarse, respecto al hecho generador, en la situación prevista por la ley, de igual forma el artículo 103 del mismo cuerpo normativo, prevé la obligación de registrarse en el Registro de Contribuyente, pero ante la evolución del nuevo mercado digital, no son suficiente para regular la tributación de dichas actividades de forma taxativa.
7. No existe una normativa tributaria especial donde establezca un apartado, los criterios y forma de aplicabilidad del IVA al comercio electrónico, por lo que únicamente la LCT indica de manera general en el Artículo. 125. Que la realización del hecho generador del IVA en la enajenación de bienes se realizará al momento en que se expida la factura o el documento respectivo; Se pague o se abone al precio del bien; Se efectúe su entrega; podemos identificar que se restringe los criterios y formas de aplicabilidad del IVA a estas actividades, dando lugar a poca eficacia para recaudar dicho tributo.
8. Tenemos dos tipos de actividades realizadas a través del comercio electrónico sujetas al impuesto de IVA, como es las ventas de bienes tangibles y las ventas

de bienes intangibles, en el primero la contratación se realiza por medio de un dispositivo electrónico que tenga acceso a internet y el bien objeto de contrato, el comprador lo obtiene por medio de un envío tradicional, siendo que se puede aplicar el IVA en la factura de la compra del bien, en el segundo se refiere a la venta de servicios, la compra se realiza desde un dispositivo que se conecte a internet y se recibe el mismo bien si necesidad de moverse a un establecimiento físico. Por lo tanto, se podría volver más difícil gravar y aplicar IVA a este tipo de actividad.

9. El Comercio Electrónico de bienes y prestación de servicios es un fenómeno social difícil de regular y aplicar el IVA por la complejidad y diversidad de las actividades del mismo, existe muchas legislaciones donde se inician esfuerzos tomando en consideración como punto de referencia el denominado “Plan de acción de Erosión de la base y transferencia de Utilidades BEPS, es un proyecto de reconstrucción del sistema tributario internacional, elaborado por la OCDE y el G20 en el año 2013, debido a la creciente evasión fiscal por parte de las empresas multinacionales a través de BEPS. Nuestro país no ha regulado esta actividad, dado que no cuenta con una norma especializada sobre comercio electrónico, así mismo no tiene una norma especial sobre el Impuesto IVA.
10. El comercio electrónico representa un desafío en las normas tributarias no solo nacional, sino también internacional, siendo una problemática cada vez más difícil de resolver, o por lo menos reducir las consecuencias de evasión de impuesto, es importante destacar que hay diversos países que han creado normas jurídicas especiales que regulan el comercio electrónico y el Impuesto al Valor Agregado de dichas actividades, tenemos claro que no se regula en su totalidad, pero que poco a poco han ido avanzando jurídicamente, debido a las exigencias sociales, por tal razón, Nicaragua debe avanzar en un futuro, mediante la creación de normas especiales en la materia, y poder enfrentar con mayor eficacia esta nueva realidad.
11. Nicaragua debe fortalecer más los criterios y formas mínimas que tiene en cuanto a la aplicabilidad del IVA al comercio electrónico, haciendo mayores

esfuerzos en cómo crear mecanismos tributarios de acorde con el nuevo fenómeno, así mismo crear una norma jurídica especial del Impuesto IVA de las ventas de bienes tangibles e intangibles, con el objetivo de integrar mayor tributo.

X. Recomendaciones.

- Ante la poca aplicabilidad del impuesto IVA al comercio electrónico, consideramos que las instituciones administrativas competentes deben abordar dicha situación desde la legislación nicaragüense, como crear una ley especial que regule todas las enajenaciones realizadas a través de internet, que requieren ser gravados con impuesto de IVA. Así mismo hacer una reforma en la ley No. 822, con mención a las enajenaciones realizados a través de internet que gravan IVA, detallando de manera clara, preciso y conciso, su forma de aplicabilidad; de igual manera realizar reforma al Decreto No. 01-2013 Reglamento de la Ley No. 822.
- Consideramos que las enajenaciones de bienes tangibles e intangibles realizadas a través de internet, por personas naturales y jurídicas con o sin establecimiento permanente, constituye actividades gravadas con el Impuesto IVA, debiendo la administración tributaria identificar estas actividades para la aplicabilidad de los tributos, en cumplimiento a la ley 822.
- La DGI debe aplicar de carácter obligatorio a los responsables recaudadores del IVA, a trasladar dicho impuesto al consumidor final de bienes y servicios cuando;
1. Se expida la factura o el documento respectivo; 2. Se pague o se abone al precio del bien; independientemente que la actividad se realice vía online. Así mismo enviar a la administración tributaria el soporte de la transacción ya sea en documentos físicos o vía digital.
- Obligar a las personas físicas y morales que realizan actividades de comercio vía electrónica informal, es decir que aún no se han registrado en el registro de contribuyente, que deben registrarse, dado que realizan enajenaciones sujetas a IVA a través de sitios webs incluyendo las redes sociales, como Facebook, Instagram, con el objeto de evitar evasión fiscal y disminución de recaudación tributaria.
- Crear una ventanilla única especializada de control que administre la gestión de la información de las enajenaciones de bienes y servicios realizadas a través de internet, por los obligados tributarios con y sin establecimiento permanente, para reducir la pérdida de impuesto al Estado, todo ello, con el apoyo de un área

especializada en la vigilancia de información, integrada por la DGI, DGA, Alcaldía y Contraloría.

- En el marco de la nueva ventanilla electrónica tributaria implementada por la DGI, donde los contribuyente pueden realizar sus declaraciones fiscales vinculada con su cuenta corriente sin la necesidad de acudir a una oficina de la Administración Tributaria, es necesario promover y fortalecer dicha ventanilla específicamente para obligar a tributar a personas físicas y morales que realizan enajenaciones de bienes materiales e inmateriales vía electrónica, mediante el seguimiento de información bancaria de las transacciones del contribuyente, con lo declarado ante la DGI, a efecto de identificar si coincide con las ventas declarados.
- Establecer de forma obligatoria la emisión de factura electrónica en las enajenaciones realizadas por medio del comercio electrónico, e incluir el IVA en la venta de bienes de acuerdo con la transacción realizada.
- La DGI debe promover campañas de concientización, al contribuye para una mejor cultura tributaria.

XI. Bibliografía.

Fuentes Primarios:

- Constitución Política de la República de Nicaragua con sus Reformas Incorporadas. LA GACETA - DIARIO OFICIAL No. 32. Managua, martes 18 de febrero de 2014. B.J. No. 1254-1284. Disponible en: https://www.policia.gob.ni/wpcontent/uploads/2017/01/marco_legal/1_CONSTITUCION_POLITICA_DE_LA_REPUBLICA_DE_NICARAGUA_REFORMAS_INCORPORADAS.pdf consultado el 21 de noviembre de 2021, 04:08 pm.
- Ley No. 562 CÓDIGO TRIBUTARIO DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA. Aprobada el 28 de octubre del 2005, Publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 227 del 23 de noviembre del 2005.
- LEY No. 822 LEY DECONCERTACIÓN TRIBUTARIA; LA GACETA - DIARIO OFICIAL No. 241. Managua, lunes 17 de diciembre de 2012. Disponible en: <https://www.dgi.gob.ni/pdfLegislacion/58> consultado el 21 de noviembre de 2021,03:57 pm.
- Decreto No. 01-2013, Reglamento de la Ley No. 822. GACETA No. 12. Managua, martes 22 de enero de 2013. Disponible en: <https://www.dgi.gob.ni/pdfLegislacion/12> consultado el 21 de noviembre de 2021, 03:54 pm.

Fuentes Secundarios:

- OROPEZA, DORIS KARINA. La competencia económica en el comercio digital y su protección en el sistema jurídico mexicano, Primera edición. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigación Jurídicas. **ISBN:** Impreso: 978-607-02-9858-5. 7 de febrero de 2018, 195 pág. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/10.pdf>, consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 10:07 am.
- DELGADO, P. DAVID. Introducción al Comercio y Negocio Electrónico. University Carlos III, Getafe, Spain, calle, 126, 28903, ISBN: 978-84-9012-859-

6.

Disponible:https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/139689/BISITE_PalomarDelgadoD_Comercioynegocio_.pdf?sequence=1&isAllowed=y consultado; el 24 de oct. de 2021. A las 04: 08 pm.

- MALTA DIEDERICK Y SALINAS PEDRO. Propuesta e Implementación de E-Commerce, para la empresa Importadora y Distribuidora de cosméticos P&M (Peña Mairena), ubicada en la ciudad de Chinandega, en el primer semestre del año 2019. León, noviembre 2019. Disponible en <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/7810/1/244971.pdf>. Consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 1:57PM.
- RAMOS M. REYES D. AS 2020. Revista Científica. TRIBUTACION POR TIEMPOS DE COVID EN NICARAGUA. Pp. 21.
- BELIA MAGDIEL, MORALES FERNANDA. El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua”. 2019, UNAN-León. Disponible en: [245649.pdf \(unanleon.edu.ni\)](245649.pdf) Consultado el 22/01/22. A las 11: 02 am.
- ROSAS ANICETO, ROBERTO SANTILLÁN. “Teoría General de las Finanzas Públicas y el Caso de México”. Escuela Nacional de Economía, México D.F. 1962. p.
- FLORES ZAVALA, ERNESTO. “Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas”, Ed. México D.F. 1946, p. 33.
- LILIBETH ALANIZ. MARÍA NORORI. Análisis Jurídico del IVA a las Importaciones en Nicaragua, Universidad Centroamericana UCA. Pp 10 y 11, disponible en: <http://repositorio.uca.edu.ni/1711/1/UCANI3539.PDF> Consultado el 24 de enero de 2022, a las 10: 40 Am.
- BALLADARES SABALLOS, Lecciones de Derecho Tributario (2012.) UCA, Managua. Pp 30.
- Revista Científica. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE BCS, AC. Disponible en: [IMPUESTO-AL-VALOR-AGREGADO.pdf \(imcpbcs.org.mx\)](IMPUESTO-AL-VALOR-AGREGADO.pdf) consultado el 24 de enero de 2022. A las 12;46 pm.

- CALDERÓN, CARMEN CÁCERES, JUAN. El Comercio Electrónico y la imposición indirecta en la Unión Europea: el IVA. Departamento Economía General, Universidad San Pablo-CEU de Madrid.
- VAN HOOSE, DAVID, e.commerce economics, Ohio, Baylor University, South Western Thomson Learning, 2003, p. 7, trad. propia.
- VALENTÍN ANDERS. Etimologías de Chile. (2001-2020), Disponible en: [http://etimologias.dechile.net/?impuesto#:~:text=La%20palabra%20%22impuesto%22%20est%C3%A1%20formada,\)%20y%20positus%20\(puesto](http://etimologias.dechile.net/?impuesto#:~:text=La%20palabra%20%22impuesto%22%20est%C3%A1%20formada,)%20y%20positus%20(puesto) consultado el 23 de enero de 2022 a las 02:38 pm.
- JUAN PABLO ROBLES ORTEGA_ Características y Elementos de los Impuestos. febrero 12, 2016 disponible en: <https://definicionlegal.blogspot.com/2016/02/caracteristicas-y-elementos-de-los.html> consultado el 23 de enero 03;16 pm.
- Reglas del 'IVA ecommerce' sobre pymes y autónomos y tipos por países, Madrid España 29 junio de 2021, disponible en: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/06/28/pyme/1624908968_808306.html consultado el 24 de enero del 2022, a las 4:18 pm.
- BARRETO, OLGA. ET AL. El Comercio electrónico en Centroamérica, Consortium Legal, disponible en <https://consortiumlegal.com/el-comercio-electronico-en-centroamerica/>, consultado el 28 de noviembre del 2021, a las 2:49 pm.
- Tipos de comercio electrónico: desde B2B a G2C. noviembre 24, 2020 4:00 pm Publicado por Universidad UNADE. Disponible en; <https://unade.edu.mx/tipos-de-comercio-electronico/> Consultado el 28 de noviembre de 2021, a las 3: 08 Pm.
- CORREA JORGE, el impuesto empresarial a tasa única: un impuesto al valor agregado. México 2010, pp 6. Disponible <http://biblio.upmx.mx/tesis/123262.pdf>, consultado el 04 de febrero de 2021, a las 6:43 pm.
- PICADO ZAYRA, LARGAESPADA MARÍA. Análisis de la participación del IVA en los Ingresos Tributarios con la entrada en vigor de la Ley de Concertación

Tributaria en el período del 2013 – 2015. Managua, Nicaragua, miércoles 15 de junio del 2016. Disponible en: <https://repositorio.unan.edu.ni/3368/1/17271.pdf> consultado el 12 de febrero de 2022, a las 11:05

- BASANTES ANDREA, comercio electrónico, universidad técnica del Norte, Ibarra Ecuador, 2016, disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6793> Consultado el 14/02/22 a las 10:30 am.
- ALVARADO MIGUEL. LOS TRIBUTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO: EL CASO DE MÉXICO, revista científica, pp 81. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1795/7.pdf> consultado el 14 de febrero de 2022, a las 2:53 pm.
- RODRÍGUEZ TANIA. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL IMPUESTO IVA EN LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA NICARAGÜENSE, Universidad Centroamericana UCA, Managua Nicaragua julio 2011. Disponible en: <http://repositorio.uca.edu.ni/357/1/UCANI3108.PDF> consultado el 16 de febrero de 2022, a las 3:05 pm.
- NIETO MELGAREJO. PATRICIA. Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico. Disponible en: https://www.academia.edu/8042910/NOCIONES_GENERALES SOBRE EL COMERCIO ELECTR%C3%93NICO Consultado en Línea el 23 de febrero de 2022 a las 9:43 am.
- FLORES JUAN, MORAN JORGE, Revista Científica pág. 5. Es el portal más representativo y usado a nivel mundial, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. Disponible en: <https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf> consultado el 05 de abril de 2022, a las 11:00 am.

Fuentes terciarias:

- ANTECEDENTES DE LOS IMPUESTOS. Disponible en: http://132.248.9.195/ptd2005/10621/0344783/0344783_A7.pdf consultado el 23 de enero de 2021, a las 1:20 pm.
- Los impuestos, Facultad de Ciencias económicas UNAM, marzo 2021, disponible en <http://herzog.economia.unam.mx/profesores/blopez/fiscal%20-%20Pres.%203.pdf> consultado el 16 de febrero de 2022. A las 12: 05 pm.
- Conoce más sobre los impuestos, modulo 1era edición, pp 12, disponible en https://www.sii.cl/destacados/sii_educa/contenidos/contribuyentes/ed_fiscal/92-GA-201405295939.pdf consultado el 16 de febrero de 2022, a las 12:10 pm.
- Diccionario de la Lengua Española, Actualización 2021. Disponible en, <https://dle.rae.es/IVA>. Consultado el 24 de enero de 2022, a las 9:21 am.
- Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/3444066245682696> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:35 pm.
- Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/706746349937330> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:37 pm.
- Disponible en: <https://www.facebook.com/marketplace/item/1267316176934744> consultado el 25 de enero de 2022, a las 4:40 pm.
- Disponible en: [Impuestos a los servicios vía plataformas digitales - Soy Conta](#) consultado el 25 de enero de 2022, a las 5:51 pm.
- Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/46440894.pdf> consultado el 25 de enero del 2022, a las 5:56 pm.
- Disponible en el sitio web español: <https://www.boe.es/boe/dias/1992/12/29/pdfs/A44247-44305.pdf> consultado el 2 de marzo de 2022, a las 1:30 pm.
- Disponible en sitio web español: <https://www.boe.es/boe/dias/2021/04/28/pdfs/BOE-A-2021-6872.pdf> consultado el 02 de marzo de 2022, a las 2:00 pm.

- Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf> consultado el 03 de marzo del año 2022, a las 1:02 pm.
- Disponible en: <https://www.abogado.digital/wp-content/uploads/2019/06/NMX-COE-001-SCFI-2018.pdf> consultado el 03 de marzo de 2022, a las 1:10 pm.
- Disponible en: <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/dictamenes/B56411E0-3A7D-4147-85A6-40FAFE568479.pdf> consultado el 03 de febrero de 2022, a las 2:12 pm.
- Disponible en el sitio web español: <https://www.boe.es/boe/dias/2002/07/12/pdfs/A25388-25403.pdf> consultado el 05 de marzo de 2022, a las 11:40 am.
- Disponible en: <https://guayaquil.shopdutyfree.com/es/what-is-duty-free#> consultado el día 15 de marzo de 2022, a las 7:44 pm.
- Disponible en: <https://es.how-towiki.com/152967-international-dialling-codes-FAEBAJ> consultado el 1870372022, a las 2:30 pm.