

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA,
UNAN - LEÓN**

ÁREA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES



Monografía para Optar al Título de Licenciado en Derecho.

**LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
NICARAGÜENSES EN EL COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL**

Autores:

- Br. Karina Fernanda Aguilar García.
- Br. María Alejandra Guevara Cruz

Tutor: Msc. Lilliam Roxana Cruz Jirón

2025: 46/19 Siempre más allá, Avanzando en la Revolución

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA,

UNAN - LEÓN

ÁREA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES



Monografía para Optar al Título de Licenciado en Derecho.

**LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
NICARAGÜENSES EN EL COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL**

Autores:

- Br. Karina Fernanda Aguilar García.
- Br. María Alejandra Guevara Cruz

Tutor: Msc. Lilliam Roxana Cruz Jirón

2025: 46/19 Siempre más allá, Avanzando en la Revolución

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

DEDICATORIA

A Dios, por concedernos la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar esta etapa tan importante de nuestras vidas. Su guía constante fue el pilar que nos sostuvo en los momentos de mayor dificultad y el faro que iluminó nuestro camino hacia la meta.

A nuestras familias, por su amor incondicional, comprensión y apoyo inquebrantable durante todo este proceso. Su confianza en nosotras fue el motor que impulsó cada esfuerzo y cada logro alcanzado. Sin su presencia y sus palabras de aliento, este trabajo no habría sido posible.

A nuestra tutora, Msc. Lilliam Roxana Cruz Jirón, por su acompañamiento, paciencia y orientación académica. Su compromiso, conocimiento y dedicación fueron fundamentales para el desarrollo de esta investigación. Agradecemos profundamente sus valiosas observaciones y el tiempo dedicado a guiarnos en cada etapa del proyecto.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León, y al Área de Conocimiento de Ciencias Jurídicas y Sociales, por brindarnos las herramientas académicas y formativas necesarias para nuestra preparación profesional, y por ser el espacio donde aprendimos a construir pensamiento crítico, ético y comprometido con la justicia social.

Finalmente, a todas las personas e instituciones que, de una u otra forma, contribuyeron a la realización de este trabajo. Cada palabra de apoyo, cada consejo y cada gesto de ánimo dejaron una huella en este proceso que hoy culmina con orgullo y gratitud.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía y mi fortaleza en cada paso de este camino. Por darme la sabiduría, la paciencia y la perseverancia necesarias para alcanzar esta meta, y por acompañarme incluso en los momentos más difíciles.

A mi mamá, por su amor incondicional, por su ejemplo de esfuerzo y valentía, y por estar siempre a mi lado en cada paso de mi vida. Gracias por creer en mí, por sostenerme cuando flaqueé y por ser mi mayor inspiración.

A mi abuela, gracias por enseñarme el valor de la perseverancia. Sus recuerdos y palabras me acompañaron en cada etapa de este proceso.

A mi familia en general, por su apoyo, comprensión y aliento constante. Cada gesto, cada palabra y cada muestra de cariño fueron un impulso para no rendirme y continuar con determinación hasta el final.

A todos ellos les dedico con gratitud este logro, que representa no solo el fruto de mi esfuerzo, sino también el amor y la fe que me han sostenido siempre.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la fortaleza y la guía en cada paso de este camino.

A mi abuela, gracias por desde el cielo ser mi ángel, mi inspiración, y mi recuerdo constante de lo mucho que vale la pena esforzarse para lograr ser alguien en la vida.

A mi madre, que me dio la vida y los recursos necesarios para cumplir este sueño.

Gracias al apoyo, soporte y aliento que encontré en quien me ama, cuya fe en mí fue fundamental para alcanzar este sueño.

A mi hermanito menor, por su ternura inagotable y por ser mi fuente de alegría y aliento hasta el último día.

A todos ellos les dedico con gratitud este logro, que representa no solo el fruto de mi esfuerzo, sino también el amor y la fe que me han sostenido siempre.

***La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el
comercio digital internacional***

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
AGRADECIMIENTO	3
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS	14
✓ Objetivo General:	14
✓ Objetivos Específicos:	14
MARCO TEÓRICO	15
• FUNDAMENTACIONES DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR	15
• Evolución del Comercio	15
• Definiciones	20
✓ Comercio:	20
✓ Comerciante	21
✓ Proveedor	22
✓ Consumidor	22
✓ Internet:	23
✓ Comercio Digital (E-commerce):	24
✓ Protección al consumidor	24
• Principios Rectores del Derecho del Consumidor en Nicaragua	25
✓ Accesibilidad:	25
✓ Asociatividad:	25
✓ Buena Fe:	25
✓ Coordinación:	25
✓ Igualdad y No Discriminación:	26
✓ Pro-Consumidor y Correctivo:	26
✓ Soberanía de decisión de las personas consumidoras y usuarias	26

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

✓	Transparencia en la información y divulgación:	26
•	Deberes del Consumidor	27
•	Derechos del Consumidor	27
•	Clasificación de los Consumidores	28
•	Contratos Electrónicos	30
•	Tipos de Contratos Electrónicos	30
	MARCO JURÍDICO NACIONAL E INTERNACIONAL	32
•	Constitución Política de Nicaragua	32
•	Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias	33
•	Ley N.º 729 y su Reglamento (Decreto No. 57-2011), Ley de Firma Electrónica	35
•	Código del Comercio	35
•	Ley N.º 641, Código Penal	36
•	Ley N.º 1042, Ley Especial de Ciberdelitos	37
•	Ley No. 540, Ley de Mediación y Arbitraje	38
•	MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL	38
•	Reglamento y Directrices de la Unión Europea	38
•	Convenio sobre la Ciberdelincuencia (Budapest 2001)	40
•	Convención de Nueva York sobre el Reconocimiento y Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras (1958)	41
•	Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional de 1985	41
	VACÍOS Y LIMITACIONES EN RELACIÓN CON LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN NICARAGUA	43
•	Ausencia de regulación específica para el comercio digital internacional	43
•	Limitaciones Institucionales y de Competencia para reclamos frente a proveedores extranjeros	44
•	Armonización Internacional y cumplimiento de directrices globales	44
•	Brecha en la Fiscalización y la Ciberseguridad	44
•	Retos Específicos para Nicaragua	45

***La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el
comercio digital internacional***

<i>PROPUESTA JURÍDICA PARA LA MODERNIZACIÓN DEL MARCO LEGAL DEL COMERCIO DIGITAL EN NICARAGUA.....</i>	<i>46</i>
• Reconocimiento de los Derechos Digitales del Consumidor	46
• Responsabilidad y Obligaciones de los Proveedores Digitales Internacionales	47
• Creación de un Órgano/Dirección que se encargue de hacer cumplir estas disposiciones	48
• Implementación de un Sistema Nacional de Resolución Digital de Controversias	49
• Mecanismo de Arbitraje Internacional como Vía Ejecutiva	50
• Protección Integral de Datos Personales y Seguridad Digital.....	50
• Política Pública Integral de Protección al Consumidor: Educación y Cultura Digital del Consumidor	51
<i>DISEÑO METODOLÓGICO</i>	<i>53</i>
✓ Área de Estudio	53
✓ Metodología	53
✓ Tipo de Estudio.....	53
✓ Enfoque.....	54
✓ Alcance	54
✓ Técnicas e Instrumentos	54
<i>CONCLUSIONES.....</i>	<i>56</i>
<i>RECOMENDACIONES</i>	<i>58</i>
<i>FUENTES DEL CONOCIMIENTO</i>	<i>59</i>
✓ Fuentes Primarias	59
✓ Fuentes Secundarias.....	59
✓ Fuentes Terciarias	60

***La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el
comercio digital internacional***

León 27 de noviembre 2025

MSc. Francisco Javier Valladares Rivas

Director de la carrera de Derecho

Área de conocimiento Ciencias Jurídicas y Sociales

UNAN-León

Su Despacho.

Estimada Maestro Valladares:

Reciba cordiales saludos de mi parte. El motivo de la presente es informarle que he orientado y revisado la monografía de grado de las estudiantes: **Bra.** Karina Fernanda Aguilar García, identificada con carnet número: 21-01289-0 y la **Bra.** María Alejandra Guevara Cruz, identificada con carnet número: 21-01683-0 la cual lleva por título: **LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES NICARAGÜENSES EN EL COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL.**

Doy fe que dicho protocolo cumple con los requisitos académicos básicos, científicos y metodológicos para su defensa final, por tal razón solicito a su persona que sea programada la defensa de la monografía de las Bra. Karina Fernanda Aguilar García y la Bra. María Alejandra Guevara Cruz.

Sin más a que hacer referencia, le saluda cordialmente.

MSc. Lilliam Roxana Cruz Jirón.

Docente

Área de conocimiento Ciencias Jurídicas y Sociales.

UNAN – León

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar cómo se protegen los derechos de los consumidores en el contexto del comercio electrónico y cuáles son las limitaciones que presenta el marco jurídico nicaragüense ante este nuevo escenario.

En Nicaragua, aunque existe la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías que regula la protección de los consumidores, esta no aborda de manera suficiente los aspectos específicos del comercio electrónico, como los contratos digitales, la protección de datos personales o la resolución de conflictos con proveedores extranjeros, lo que deja a los consumidores en una posición de desventaja.

A partir de este análisis se pudo identificar que, aunque existen normas relacionadas, Nicaragua todavía no cuenta con una legislación específica para la regulación del comercio digital y ante las problemáticas que surgen en las transacciones electrónicas internacionales.

Finalmente, se propusieron diferentes alternativas para fortalecer la protección de los consumidores en el comercio digital. Entre ellas, la creación de una Dirección Nacional de Protección al Consumidor Digital, la implementación de un sistema de resolución de conflictos en línea, la incorporación de los derechos digitales dentro de la legislación nacional y el desarrollo de programas de educación digital para los usuarios.

INTRODUCCIÓN

La globalización y la evolución del mundo digital han transformado radicalmente las dinámicas económicas mundiales. En la actualidad, ya no es necesario salir de casa para realizar una compra, contratar un servicio, o acceder a mercados digitales, este fenómeno se conoce como e-commerce (comercio digital). Esta facilidad ha permitido a los consumidores suplir sus necesidades de forma más eficiente y acceder a una diversidad de bienes y servicios sin precedentes.

Sin embargo, esta expansión internacional y la falta de una localización de las transacciones dejan la puerta abierta a problemas jurídicos que no tienen una solución particular dentro del marco jurídico nacional. En Nicaragua, el avance del comercio digital se desarrolla en un marco normativo que aún no ha incorporado plenamente las particularidades del entorno digital.

La presente investigación se propone analizar la protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional, examinando el marco jurídico vigente, sus vacíos y limitaciones, así como las posibles reformas que permitan su modernización y adecuación a los estándares internacionales.

En síntesis, este estudio reviste importancia no solo desde el punto de vista jurídico, sino también social y económico, pues promueve la construcción de una cultura digital responsable, la consolidación de la confianza en las transacciones electrónicas y el fortalecimiento del Estado de Derecho en el entorno digital.

La adecuada protección de los consumidores en el comercio electrónico constituye, en última instancia, un elemento esencial para garantizar la justicia, la transparencia y el desarrollo sostenible en la era digital que vivimos actualmente.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

La acelerada expansión del comercio electrónico internacional ha redefinido las dinámicas de transacción, superando la capacidad de los marcos jurídicos para asegurar la protección efectiva de los derechos de los consumidores, especialmente en entornos deslocalizados y virtuales.

En Nicaragua, la situación se complica por la ausencia de una regulación específica que aborde las particularidades del comercio electrónico internacional. Aunque la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuaris, constituye el marco legal vigente, resulta insuficiente frente a las dinámicas del entorno digital. Dicha ley no regula aspectos fundamentales como la validez de los contratos electrónicos, la gestión de datos personales en jurisdicciones extranjeras, la responsabilidad de los proveedores y plataformas digitales y, fundamentalmente, la aplicación extraterritorial de la ley nicaragüense para proteger al consumidor local frente a proveedores de otros países. Como resultado, los consumidores nicaragüenses que realizan transacciones internacionales enfrentan vulnerabilidad jurídica ante posibles incumplimientos, fraudes electrónicos o prácticas comerciales desleales.

Diversos estudios evidencian esta problemática, y la necesidad de asegurar la protección de los consumidores en el mundo digital. En el ámbito internacional Gómez (2017), en su artículo ***“El comercio electrónico: incidencias y desafíos en el derecho del consumidor”***, analiza la situación de los consumidores en el ciberespacio y evidencia la existencia de una laguna jurídica en la protección de los ciber-consumidores tanto en Colombia como en América Latina. Como propuesta, plantea la creación de un sistema arbitral de consumo electrónico que permita

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

resolver controversias derivadas del comercio en línea de forma más rápida y eficiente.¹

Centrándonos en el análisis de dicha problemática en Nicaragua, nos encontramos que a nivel local, el estudio desarrollado por Loáisiga Mendoza, López Castillo y López Pérez (2017), titulado ***“Análisis del derecho del consumidor con relación al uso del comercio electrónico en Nicaragua”***, señala que el comercio electrónico en el país continúa en una etapa incipiente, debido principalmente a la falta de confianza de los consumidores, la escasa cultura digital y la ausencia de una regulación detallada que brinde seguridad jurídica en las transacciones electrónicas. Los autores destacan que muchos negocios en línea operan sin una normativa que defina con precisión sus deberes frente a los consumidores, lo cual limita la tutela efectiva de los derechos de los usuarios en el entorno virtual.² Y, en el año 2024, **Martínez Sánchez (2024)** desarrolló el estudio titulado ***“Los derechos del consumidor en el contexto electrónico en las promociones de estaciones de servicio en Nicaragua”***, en el que analiza la situación de los consumidores ante las nuevas dinámicas de consumo digital, particularmente en las promociones y sorteos electrónicos implementados por las estaciones de servicio. A través de una metodología mixta, que combinó encuestas y entrevistas, la autora evaluó la percepción de los consumidores sobre la seguridad, transparencia y confiabilidad de estas promociones en el entorno digital.³

Con esto se evidencia la necesidad de analizar los vacíos que existen en el marco jurídico nacional, y la urgencia de implementar mecanismos resolutivos para dicha

¹ Gómez Gómez, C. C. (2017). El comercio electrónico: incidencias y desafíos en el derecho del consumidor. Revista Científica Codex, 3(5). Consultado el 25-09-25. Disponible en: <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/codex/article/view/4353>

² Loáisiga, López y López (2017). Análisis del derecho del consumidor con relación al uso del comercio electrónico en Nicaragua. Consultado el 25-09-25. Disponible en Repositorio UNAN-LEON.

³ Martínez Sánchez (2024). Los derechos del consumidor en el contexto electrónico en las promociones de estaciones de servicio en Nicaragua. Consultado el 26-09-25. Disponible en: <https://kurepository.keiseruniversity.edu.ni/id/eprint/1/>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

problemática. Por lo cual, para llevar a cabo nuestra investigación nos hemos planteado las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué vacíos o limitaciones presenta el marco jurídico nacional nicaragüense en relación con protecciones del consumidor?
2. ¿Qué reformas o mecanismos de resolución de conflictos podrían implementarse para fortalecer la tutela de los derechos de los consumidores nicaragüenses en las transacciones digitales internacionales?

En la actualidad, el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo económico y social, ya que permite realizar compras a través de internet de una forma rápida y accesible. En Nicaragua, este tipo de comercio ha crecido exponencialmente desde la pandemia del COVID-19, cuando diversas personas y empresas comenzaron a usar medios digitales para continuar con sus actividades económicas sin exponerse al contagio.

Es dentro de esta creciente globalización donde es comprensible que fenómenos como el comercio electrónico e Internet, estén tan estrechamente relacionados. Hasta el punto de que es evidente que el comercio electrónico no podría existir sin Internet. Sin esa posibilidad de conexión instantánea de millones de personas, con el consiguiente intercambio de información, el comercio electrónico no dejaría de ser una bonita fantasía.⁴

El vacío normativo actual, donde la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, resulta insuficiente para las dinámicas del comercio electrónico internacional, deja a los consumidores en una posición de

⁴ Amutio Castaño, M., & Mateu Tortosa, J. (2003). Guía para consumidores del comercio electrónico. Ediciones Revista General de Derecho. Consultado el 30-09-25.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

alta vulnerabilidad ante incumplimientos y fraudes. Por esta razón, se hace necesario analizar hasta qué punto el marco jurídico actual en Nicaragua protege a los consumidores que participan en el comercio digital, especialmente cuando las transacciones se realizan con empresas extranjeras. Esta investigación pretende aportar al conocimiento sobre la situación legal del consumidor digital nicaragüense, y evidenciar la importancia de actualizar nuestras leyes para adaptarlas a la realidad tecnológica que vivimos.

Además, el estudio busca crear conciencia sobre la necesidad de fortalecer la confianza de los usuarios en las compras en línea, promover una cultura digital responsable y garantizar que los derechos de los consumidores sean respetados, sin importar si la transacción se realiza de manera física o virtual.

En concordancia con los lineamientos establecidos en la **Estrategia Nacional de Educación en todas sus modalidades “Bendiciones y Victorias” 2024–2026**, particularmente con el **Eje 10: Ciencias**, esta investigación se enmarca en el propósito de fomentar el pensamiento crítico, la observación y la investigación como medios para comprender los fenómenos sociales contemporáneos. Dicho eje impulsa la generación de conocimientos que contribuyan al desarrollo socio productivo del país, lo cual se refleja en el análisis jurídico que aquí se realiza sobre el comercio digital y la protección del consumidor.

Del mismo modo, el presente estudio responde al llamado de la Estrategia Nacional de fortalecer la vinculación entre la educación, la innovación y las transformaciones tecnológicas, promoviendo una formación académica orientada a la comprensión y solución de problemáticas reales. En este sentido, el análisis del marco jurídico aplicable al comercio electrónico y la tutela del consumidor nicaragüense contribuye al desarrollo de una educación jurídica crítica, inclusiva y comprometida con el progreso social y económico de la nación.

OBJETIVOS

✓ Objetivo General:

Analizar la protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional.

✓ Objetivos Específicos:

- Desglosar los fundamentos teóricos del derecho del consumidor y su evolución en el contexto del comercio electrónico.
- Conocer el marco normativo nacional e internacional aplicable a la protección de los consumidores en el ámbito del comercio electrónico.
- Identificar los vacíos y limitaciones que posee el marco jurídico nacional en relación con la protección de los consumidores.
- Proponer alternativas normativas y mecanismos de resolución de conflictos que fortalezcan la protección de los consumidores nicaragüenses en el comercio electrónico internacional.

MARCO TEÓRICO

- **FUNDAMENTACIONES DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

Este apartado, consiste en desarrollar todos los aspectos generales que envuelven al derecho del consumidor, abarcando desde sus orígenes hasta la actualidad.

- **Evolución del Comercio**

- ✓ **Comercio en la Edad Antigua**

En la antigüedad el comercio inicio como un medio de canje, conocido como trueque, en este los seres humanos intercambiaban desde piel de animales, servicios o incluso alimentos. Este mecanismo era vital para las primeras comunidades, pues permitía suplir las deficiencias de la producción local.

El desarrollo de las primeras civilizaciones, especialmente en Mesopotamia, impulso la necesidad de regular el comercio. Según historiadores, se cree que esta práctica inicio con la primera civilización, los Babilonios quienes instauraron el Código Hammurabi, una de las compilaciones de leyes más antiguas, cuyo contenido abarcaba temas relacionados a derecho civil, penal y comercial, pero sin las distinciones que ahora conocemos.

A medida que esta práctica se expandía y las rutas de intercambio se consolidan, la necesidad de superar las deficiencias del trueque surgió. Esto condujo a la instauración de los primeros medios de pago, conocidos como dinero mercancía. Eventualmente los metales preciosos (oro y plata) se convirtieron en el medio preferido, debido a su durabilidad y divisibilidad eran ideales para el intercambio a larga distancia, practica que abrió camino a la instauración de la moneda.

✓ Comercio en la Edad Media

La caída del Imperio Romano provocó una contracción en el comercio a larga distancia y dio paso a la instauración del feudalismo. Bajo este sistema el comercio se centralizó en el feudo, donde la sustancia por la actividad agrícola era la norma, y el intercambio se limitaba a pequeños mercados locales. La inseguridad y la situación política de ese entonces provocó el desistimiento de comerciar a largas distancias. Sin embargo, el panorama cambió a partir del XI, con un factor geopolítico importante: Las Cruzadas.

Estas expediciones militares emprendidas por cristianos europeos hacia Tierra Santa (Oriente Medio), que se extendieron aproximadamente entre los siglos XI y XIII, trascendieron con creces su objetivo inicial. Su verdadero impacto residió en la inyección de actividad económica al continente. Fundamentalmente, las Cruzadas lograron reabrir y asegurar las rutas marítimas y terrestres que se habían vuelto sumamente peligrosas desde la caída de Roma.

Como resultado directo de esta intensa reactivación y de la paralela innovación financiera (impulsada por el desarrollo de instrumentos como la letra de cambio), el comercio pudo finalmente dejar atrás el estancamiento del feudo para florecer nuevamente.

✓ Comercio en la Edad Moderna

En la Edad Moderna surgió la expansión del comercio, desde un ámbito únicamente regional a un entorno global, impulsado por la expansión territorial. El hito que define esta era fue la expansión marítima europea de los siglos XV y XVI. Los descubrimientos geográficos (el viaje de Colón y la ruta de Vasco da Gama hacia Asia) no solo abrieron nuevas fronteras, sino que provocaron una reestructuración económica radical conocida como la Revolución Comercial.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

Junto al nuevo ritmo económico hay que señalar la afirmación del Estado, que culmina el proceso de unificación territorial de las monarquías de Europa occidental. Ambos factores dan lugar combinadamente a un fenómeno, que la historia económica califica de Mercantilismo y caracteriza al período considerado en mayor medida que el Renacimiento o el Humanismo. Pese a su poco desarrollo doctrinario, consiste en un intervencionismo estatal y el proteccionismo económico de la acción política de los Estados, promoviendo la actividad comercial como fuente de desarrollo de los pueblos.⁵

✓ Comercio en la Edad Contemporánea

La Edad Contemporánea, que abarca desde la Revolución francesa en 1789 hasta la actualidad, se caracteriza por una transformación radical del comercio. Inicialmente, las Revoluciones Industriales cambiaron las formas de producción y las relaciones de trabajo, consolidando el sistema económico capitalista a nivel mundial. La producción masiva reemplazó la escasez de productos antiguos, requiriendo nuevos métodos de distribución y consumo. El comercio global fue impulsado por innovaciones en el transporte, como la invención del ferrocarril, el barco de vapor y, especialmente, el contenedor marítimo, que redujo drásticamente costos y tiempos, haciendo posible el comercio moderno a una escala sin precedentes.

El periodo más reciente de la Edad Contemporánea se define por la Globalización y la Revolución Digital. La Globalización consolidó cadenas de suministro globales y la progresiva ruptura de fronteras geográficas para el intercambio económico. El internet proporcionó la infraestructura perfecta para esta apertura, creando un

⁵ Eizaguirre (1999), citado en Flores (2019, pág. 14) Apuntes sobre la evolución histórica del derecho comercial y el comercio exterior. Consultado el 01-10-2025. Disponible en: https://derechousmp.com/sapere/ediciones/edicion_17/articulos_investigadores/PavelFloresFlores.pdf

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

nuevo canal de intercambio de bienes y servicios que amplió su campo de aplicación hasta llegar a desbancar al comercio tradicional en algunos sectores.

La introducción de Internet culminó la evolución histórica al permitir el comercio electrónico (e-commerce), eliminando las fronteras para las transacciones en tiempo real entre consumidores y empresas, y creando la necesidad de nuevas regulaciones en el comercio actual.

✓ Surgimiento de la Primera Compra en Línea

El 11 de agosto de 1994 se llevó a cabo por vez primera una transacción online. A través del website Netmarket, de Nashua en New Hampshire, se logró vender un CD del álbum Ten Summoner's Tale del cantante Sting. La compra tuvo un valor de 12.48 dólares, excluyendo gastos de envío, y el método de pago empleado fue la tarjeta de crédito, protegida por encriptación PGP – Pretty Good Privacy.⁶

Otro hito se produjo también en 1994, cuando Pizza Hut lanzó PizzaNet en Santa Cruz, California, convirtiéndose en el primer sitio web que permitía realizar compras en línea. Aunque inicialmente fue una prueba piloto limitada a clientes locales, sentó las bases para el comercio electrónico tal como lo conocemos hoy.

En cuanto al funcionamiento de PizzaNet, los clientes completaban un formulario en línea con sus datos y preferencias de pedido, que luego eran verificados por un agente humano antes de la entrega. Los pagos se realizaban al recibir la pizza, ya que el sitio no contaba con funciones de pago en línea en ese momento.⁷

⁶ Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (12 de agosto de 2019). Hoy se cumplen 25 años tras la primera transacción retailer en línea a nivel mundial. Consultado el: 01-10-25. Disponible en: <https://ccce.org.co/noticias/hoy-se-cumplen-25-anos-tras-la-primera-transaccion-retailer-en-linea-a-nivel-mundial/>

⁷ Comercio Conectado. (21 de febrero de 2024). 30 años de comercio electrónico: la historia tras la primera compra. Consultado el: 01-10-25. Disponible en: <https://comercioconectado.gob.es/es-Es/Pasando/Paginas/30-a%C3%B1os-de-comercio-electr%C3%B3nico-la-historia-tras-la-primera-compra.aspx>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

• Antecedentes históricos del Derecho del Consumidor

Desde finales del siglo XIX y sobre todo durante el siglo XX el tema de los consumidores fue ganando reconocimiento como ámbito propio de tutela jurídica.

En los Estados Unidos, el discurso histórico lo marca John F. Kennedy, quien en 1962 presentó ante el Congreso un “Bill of Rights” para el consumidor (“derecho a la seguridad”, “derecho a ser informado”, entre otros) que ayudó a dar visibilidad al tema.⁸

En Europa, la integración gradual del derecho del consumidor se vincula al desarrollo del mercado único, la protección al usuario y la armonización normativa; como la Comisión Europea lo señala: “50 años de legislación de consumidores” para empoderar al ciudadano europeo.

En términos generales se puede decir que la evolución ha pasado de un modelo muy centrado en reparar daños individuales a un modelo más preventivo, estructural, de tutela colectiva y derechos como la información, la participación o la educación.

Por tanto, cuando se habla de “derecho del consumidor” en el mundo, se está hablando de un campo que combina: (a) la protección frente a prácticas abusivas, (b) el equilibrio frente a proveedores más fuertes, (c) la garantía de información, elección y seguridad de los bienes y servicios, y (d) la participación del consumidor (o usuario) como parte débil en la relación comercial.⁹

⁸ Kennedy, John F. (1962). Consumer Bill of Rights. Consultado el: 02-10-25. Disponible en: <https://www.mass.gov/info-details/consumer-bill-of-rights>

⁹ Gómez-Fröde, J. (2012). Manual de Derecho del Consumidor. México: Editorial Porrúa. Consultado el: 02-10-25.

- **Evolución del Derecho del Consumidor en Nicaragua**

La normativa formal que más destaca es la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarios, que establece un régimen especial para proteger a los consumidores frente a la compra de productos y servicios en el territorio nicaragüense. Esta ley reconoce de modo claro derechos como: calidad de productos, seguridad, información, protección contra publicidad engañosa, entre otros.

- ✓ **Reformas Recientes**

Una reforma importante entró en vigor; por ejemplo, la Ley 1061 (Reformas a la Ley 842) aprobada el 9 de febrero de 2021, que amplió definiciones, obligaciones de los proveedores, incluyó servicios financieros, y extendió la calidad de “consumidor” también al Estado “cuando actúe como usuario o consumidor”. Además, según un reporte del Banco Mundial, en 2013 Nicaragua adoptó regulaciones complementarias para transparencia en los servicios financieros, como la obligación de revelar “costo anual total” del crédito, hojas de resumen de contratos, cláusulas abusivas, etc.

- **Definiciones**

- ✓ **Comercio:**

Según la RAE (Real Academia Española), el comercio es una negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías.¹⁰

¹⁰ Real Academia Española. (2001). Comercio. En Diccionario de la lengua española (22.ª ed.). Consultado el: 10- 10- 25. Disponible en: <https://www.rae.es/drae2001/comercio>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

De acuerdo con la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias en su Artículo número 6, establece que: El comercio es el conjunto de operaciones que tienen por objeto realizar beneficios especulando con la transformación de las materias primas, con la circulación de estas materias o de los productos manufacturados, con su transporte o con su cambio.¹¹

El comercio es la actividad económica que consiste en el intercambio de bienes y servicios entre personas, empresas o naciones, con el propósito de satisfacer necesidades humanas y generar beneficios económicos.

✓ Comerciante

Según Reyes Altamirano, comerciante es la persona natural o jurídica que se dedica de forma habitual y profesional a realizar actos de intermediación en la circulación de bienes o en la prestación de servicios con fines de lucro, dentro del marco legal del comercio. Su función principal consiste en dinamizar la actividad económica mediante la oferta de productos y servicios en el mercado, asumiendo derechos y obligaciones derivados de la actividad mercantil.¹²

Según el Artículo 6 del Código del Comercio de Nicaragua: Son comerciantes los que se ocupan ordinaria y profesionalmente en alguna o algunas de las operaciones que corresponden a esta industria y las sociedades mercantiles o industriales.¹³

¹¹ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842, Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 129 del 11 de julio de 2013. Consultado el: 10-10-25

¹² Reyes Altamirano, 2017 U.G financiera. Consultado el: 10-10-2025. Disponible en: <https://ultragestionfinanciera.com/que-es-un-comerciante-y-cual-es-su-rol-en-la-economia/>

¹³ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842 (Artículo 6), Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 129 del 11 de julio de 2013. Consultado el: 10-10-25

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

El comerciante es la persona que se dedica a comprar y vender productos o servicios con el fin de obtener una ganancia. Puede ser una persona individual o una empresa, y realiza esta actividad de forma habitual. Su trabajo es importante porque ayuda a que los bienes lleguen a los consumidores y a mover la economía del país.

✓ Proveedor

Se refiere a aquel individuo o empresa que abastece de bienes o servicios a otra entidad, contribuyendo al funcionamiento de la cadena de suministro en diferentes sectores económicos.¹⁴

Persona natural o jurídica de carácter público, privado o mixto, que de forma habitual desarrolla las actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización o alquiler de bienes o prestación de servicios a las personas consumidoras o usuarias.¹⁵

Persona o empresa que se encarga de abastecer otros establecimientos según los servicios o cosas requeridas.

✓ Consumidor

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU): El consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes o servicios como destinatario

¹⁴ Leandro Alegsa, Real Diccionario Español 2024. Consultado el: 10-10-25 Disponible en: <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/proveedor.php>

¹⁵ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842 (Artículo 5), Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º. 129 del 11 de julio de 2013. Consultado el: 10-10-25

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

final, para satisfacer necesidades personales, familiares o colectivas, y no con el propósito de incorporarlos a procesos de producción o comercialización.¹⁶

Según el Artículo 5 de la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias: Consumidor es una persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes o servicios en el mercado¹⁷

El consumidor es la persona o empresa que compra o usa un producto o servicio para su propio beneficio o el de su familia. No lo hace para venderlo ni para producir otra cosa, sino para satisfacer una necesidad o gusto personal.

✓ Internet:

Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad (...).¹⁸

Internet es una red mundial de redes de ordenadores, que permite a éstos comunicarse en forma directa y transparente, compartiendo información y servicios a lo largo de la mayor parte del mundo.¹⁹

Internet es una red mundial de computadoras interconectadas que utilizan el protocolo de comunicación TCP/IP para compartir información y servicios.

¹⁶Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2016). Directrices para la protección del consumidor. Consultado el: 10-10-25. Disponible en: [Naciones Unidas Directrices para la Protección del Consumidor](#)

¹⁷ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842 (Artículo 5), Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º. 129 del 11 de julio de 2013. Consultado el: 10-10-25

¹⁸ Sujatovich, L., & Galán, J. (2021). Interrogaciones comunicacionales al concepto de Ciudadanía Digital. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Consultado el 13-10-25. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-074/652>

¹⁹ Altuna Urdin, J. (2010). Integración de Internet en la didáctica de la asignatura "Conocimiento del Medio" en el tercer ciclo de primaria [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. Observatorio de la Infancia. Consultado el: 13-10-25. Disponible en: https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/3123_d_altuna%20urdin.pdf

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

✓ Comercio Digital (E-commerce):

El comercio digital comprende todo comercio internacional cuyo pedido o suministro se realiza por medios digitales.²⁰

El comercio digital se refiere al intercambio transfronterizo de bienes, servicios y datos mediante plataformas y tecnologías digitales, principalmente internet. Abarca una amplia gama de actividades, como el comercio electrónico (compraventa en línea), los servicios digitales (como la computación en la nube, el streaming o el software), los flujos transfronterizos de datos y el uso de herramientas digitales para facilitar el comercio tradicional.²¹

El comercio digital es aquel que utiliza diferentes medios, tanto físicos como digitales, para conectar a compradores con vendedores, con el fin de satisfacer la necesidad de ambos, uno por comprar, otro por vender.

✓ Protección al consumidor

La protección al consumidor comprende el conjunto de medidas legales, institucionales y políticas públicas destinadas a garantizar que los consumidores no sean objeto de abusos o prácticas desleales en el mercado, asegurando la equidad y transparencia en las transacciones.²²

El consumidor es aquel que participa de las relaciones económicas adquiriendo bienes y servicios. Es el consumidor el que genera la demanda de los bienes cuyas

²⁰ Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, y Organización Mundial del Comercio. (2023). Manual sobre la medición del comercio digital (2.ª ed.). Consultado el: 13-10-25.

²¹ EENI Global Business School. (s.f.). Comercio digital y comercio electrónico transfronterizo. Consultado el: 13-10-25. Disponible en: <https://www.reingex.com/Digital-Trade.shtml>

²² Naciones Unidas. (2016). Directrices para la protección del consumidor. Consultado el: 15-10-25. Disponible en: <https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2016/04/V7>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

preferencias deben ser tomadas en cuenta para efectos de las decisiones económicas.²³

La protección al consumidor son todas las acciones que realiza el Estado para cuidar a las personas que compran bienes o servicios. Busca evitar abusos, fraudes o engaños, y garantizar que las relaciones entre consumidores y comerciantes sean justas y seguras.

• Principios Rectores del Derecho del Consumidor en Nicaragua

- ✓ **Accesibilidad:** El Estado a través de sus órganos de aplicación de la presente ley, procurará la cobertura más amplia y cercana a la población para ser efectiva la atención de reclamos, denuncias o consultas, de personas consumidoras o usuarias afectados en sus derechos en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios.
- ✓ **Asociatividad:** El Estado ejerce un rol de facilitador en la creación y actuación de las asociaciones de personas consumidoras o usuarias, en el marco de la actuación responsable y de conformidad a lo previsto en la presente ley.
- ✓ **Buena Fe:** Las personas proveedoras, consumidoras, usuarias y autoridades involucradas en la resolución de los conflictos entre consumidoras o usuarias con las personas proveedoras, deben actuar y guiar su conducta acorde con la honradez, veracidad, justicia, imparcialidad y lealtad, en los actos o contratos de compraventa de bienes y servicios.
- ✓ **Coordinación:** El Estado, a través de sus instituciones y en conjunto con las organizaciones de las personas consumidoras, usuarias y las personas proveedoras, ejercerán la coordinación interinstitucional e intersectorial para el

²³ Guzman Napuri. Universidad Continental (febrero 2020) Consultado el: 15-10-25. Disponible en: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/que-es-la-proteccion-y-defensa-al-consumidor>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

desarrollo de las políticas públicas en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

- ✓ **Igualdad y No Discriminación:** Las personas consumidoras y usuarias deben ser tratados en condiciones de igualdad, sin discriminación alguna por motivo de nacionalidad, credo político, raza, sexo, género, idioma, religión, opinión, origen, discapacidad o posición económico-social.
- ✓ **Pro-Consumidor y Correctivo:** El Estado, a través de las autoridades y los procesos correspondientes, es responsable de efectuar una real protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como corregir las asimetrías, distorsiones en la información o malas prácticas que vulneren la situación de las personas consumidoras y usuarias frente a las personas proveedoras en los actos de contratación y compra o venta de bienes y servicios. El Estado está obligado a aplicar la norma más favorable a las personas consumidoras y usuarias, en los casos que haya ambigüedad entre las normas o dudas de interpretación.
- ✓ **Soberanía de decisión de las personas consumidoras y usuarias:** Las personas consumidoras y usuarias tienen el pleno derecho y libertad de elegir el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por personas proveedoras en el mercado.
- ✓ **Transparencia en la información y divulgación:** Toda la información acerca del bien o servicio que adquieran las personas consumidoras y usuarias, debe ser proporcionada y divulgada a éste por su proveedor de bienes o servicios, o por la autoridad de aplicación correspondiente, de manera transparente, adecuada, veraz, completa y de acuerdo con las normas nacionales e internacionales correspondientes.²⁴

²⁴ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842, Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º. 129 del 11 de julio de 2013. Consultado el: 15-10-25

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

• Deberes del Consumidor

Los deberes del consumidor implican la obligación de informarse, usar responsablemente los bienes y servicios adquiridos, respetar las condiciones contractuales y contribuir a un consumo sostenible, a continuación, algunos de ellos:

- ✓ **Deber de Informarse y Actuar con Diligencia:** El consumidor tiene la obligación de examinar cuidadosamente la información que se pone a su disposición sobre los bienes y servicios. Debe actuar con previsión y cuidado al tomar decisiones de compra o contratación, evaluando los riesgos y beneficios de la transacción.
- ✓ **Deber de Cumplir con los Términos de Contratación:** El consumidor debe acatar las obligaciones pactadas con el proveedor, siendo el cumplimiento de las formas y plazos de pago el aspecto más relevante.
- ✓ **Deber de Observar Medidas de Uso y Seguridad:** Una vez adquirido el producto o servicio, el consumidor debe utilizarlo conforme a las instrucciones, especificaciones y advertencias proporcionadas por el proveedor, contribuyendo así a su propia seguridad y a la conservación del bien.
- ✓ **Deber de Exigir Comprobantes y Garantías:** Es responsabilidad del consumidor solicitar y conservar los documentos que prueben legalmente la transacción, tales como facturas, recibos o certificados de garantía, ya que estos serán esenciales en caso de necesitar presentar un reclamo.²⁵

• Derechos del Consumidor

Los derechos del consumidor garantizan que las personas consumidoras puedan adquirir bienes y servicios con seguridad, información adecuada y posibilidad de

²⁵ Comisión Nacional del Consumidor (CONACO). (2020). Manual de derechos y deberes del consumidor. Consultado el: 25-11-25.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

reclamar frente a prácticas injustas, protegiendo así el consumo digital de los mismos.

- ✓ Derecho a la Protección y Seguridad de la Vida y la Salud
- ✓ Derecho a la Información
- ✓ Derecho a Elegir
- ✓ Derecho a ser Escuchado y a la Organización

• Clasificación de los Consumidores

En Nicaragua, la legislación sobre protección al consumidor no establece una clasificación rígida o numerada de los distintos tipos de consumidores, pero a partir de las disposiciones contenidas en la Ley N.º 842, Ley de Protección de las Personas Consumidoras y Usuarias, y de los criterios doctrinales que se han venido aplicando en el país, es posible identificar varias categorías que reflejan la diversidad de relaciones de consumo existentes.

- ✓ **Consumidor o Usuario Final**, que es la figura central reconocida por la ley. Se trata de toda persona natural o jurídica que adquiere bienes o servicios para su uso o consumo personal, familiar o institucional, sin que medie una finalidad de reventa o transformación comercial. Este tipo de consumidor representa al destinatario final de la cadena de producción o comercialización, y es el principal sujeto protegido por la normativa nicaragüense.
- ✓ **Consumidor Institucional**, una categoría que surge a partir de la reforma introducida por la Ley N.º 1061 en el año 2021. Dicha reforma amplió la definición tradicional del término “consumidor” para incluir al propio Estado y a sus instituciones cuando actúan como usuarios o adquirentes de bienes y servicios. Esto representa un avance importante, ya que reconoce que las entidades públicas también pueden ser parte débil en determinadas relaciones contractuales, especialmente frente a grandes proveedores.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- ✓ **Consumidor Microempresarial**, que corresponde a las pequeñas unidades económicas que, aunque desempeñan actividades comerciales, pueden ser consideradas consumidoras cuando adquieren bienes o servicios que no forman parte directa de su giro productivo o comercial. En estos casos, la ley busca equilibrar la relación de poder entre el proveedor y las microempresas que, por su tamaño y capacidad limitada, enfrentan una situación similar a la de un consumidor individual.
- ✓ **Consumidores o Usuarios Financieros**, son aquellos que mantienen relaciones con bancos, microfinancieras u otras entidades del sistema financiero nacional. En este ámbito, la protección se enfoca principalmente en garantizar la transparencia, el derecho a la información, la no aplicación de cláusulas abusivas y la posibilidad de presentar reclamos ante prácticas irregulares o engañosas.
- ✓ **Consumidores Excluidos**, que son aquellas personas o empresas que adquieren bienes o servicios con la intención de incorporarlos a procesos productivos, comerciales o de prestación de servicios. En estos casos, la ley no los considera consumidores propiamente dichos, ya que su participación se orienta a la producción o reventa, y no al consumo final.
- ✓ **Consumidor digital o usuario de servicios electrónicos**, una categoría emergente que surge con el avance del comercio electrónico, las plataformas digitales y los servicios por internet. Aunque la Ley N.º 842 no menciona expresamente este tipo de consumidor, su espíritu protector se extiende a estas nuevas formas de contratación, en las que el acceso a la información, la protección de datos personales y la transparencia son aspectos esenciales.

En conjunto, estas categorías reflejan cómo el derecho nicaragüense del consumidor ha ido adaptándose a las transformaciones sociales, tecnológicas y económicas del país. La ampliación del concepto de consumidor y el reconocimiento

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

de nuevas modalidades de relación comercial muestran un esfuerzo por equilibrar las asimetrías de poder y asegurar que toda persona, institución o microempresa que actúe en posición de vulnerabilidad frente a un proveedor pueda gozar de una protección efectiva.

• Contratos Electrónicos

Un contrato electrónico es un acuerdo de voluntades, dotado de efectos jurídicos, que se celebra íntegramente a través de medios electrónicos. Su validez no requiere la presencia física simultánea de las partes, sino que descansa en la manifestación del consentimiento mediante formatos digitales, equiparándose en principio a los contratos tradicionales.

• Tipos de Contratos Electrónicos

- ✓ **Según la forma en que se celebren, pueden ser entre presentes o entre ausentes.**

Los primeros ocurren cuando la comunicación es simultánea, por ejemplo, mediante una videollamada o chat en línea. En cambio, los contratos entre ausentes son aquellos donde la oferta y la aceptación no se realizan al mismo tiempo, como sucede en la mayoría de las compras en línea, donde el consumidor realiza el pedido y el proveedor confirma después.

- ✓ **También se clasifican según quiénes participan.**

Están los contratos entre empresas (B2B), usados para transacciones comerciales entre compañías; los entre empresa y consumidor (B2C), que son los más comunes en el comercio electrónico; los entre consumidores (C2C), donde particulares compran o venden productos mediante plataformas como Facebook Marketplace o eBay; y los entre empresas y el Estado (B2G), cuando se trata de contrataciones electrónicas con instituciones públicas.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

Por otro lado, **según el grado de automatización**, pueden ser automatizados, cuando el sistema ejecuta de forma automática las condiciones pactadas (como en las suscripciones o pagos recurrentes), o no automatizados, cuando la aceptación o ejecución requieren la intervención de una persona.

Finalmente, **dependiendo del medio utilizado**, pueden celebrarse mediante correos electrónicos, páginas web, aplicaciones móviles o contratos inteligentes (smart contracts), los cuales se ejecutan automáticamente a través de tecnología blockchain una vez que se cumplen las condiciones establecidas.

MARCO JURÍDICO NACIONAL E INTERNACIONAL

En la actualidad, el comercio electrónico se ha consolidado como una de las mayores fuentes de intercambio económico a nivel global, transformando las relaciones entre consumidores y vendedores. Este suceso ha planteado nuevos desafíos en las normas jurídicas de los países en el mundo, especialmente aquellas enfocadas a la protección del consumidor, donde el marco normativo actual no responde a las particularidades de esta nueva era digital.

Ante esta realidad, se hace necesario examinar las normas jurídicas que regulan el comercio electrónico y la defensa de los derechos de los consumidores, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, para conocer el alcance de protección que tiene cada.

- **Constitución Política de Nicaragua**

La Constitución Política de Nicaragua, reconoce que el Estado tiene la obligación de promover y regular el bienestar general de todas las actividades económicas. En este sentido, la actividad económica debe proceder bajo principios de igualdad, honestidad, transparencia y respeto hacia los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Asimismo, se remarca el derecho de las personas a recibir protección frente a cualquier practica que vulnere su seguridad, su dignidad o sus intereses económicos. La Constitución también se encarga de establecer la importancia a servicios básicos, como la comunicación y el internet para todos los nicaragüenses, lo que refuerza la importancia del entorno digital en el día a día, y como debe ser un espacio donde los derechos deben ser respetados y protegidos.²⁶

²⁶ Constitución Política de la República de Nicaragua, aprobada el 30 de enero de 2025, Publicada en la Gaceta, Diario Oficial N°. 32

- **Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias**

La Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias establece un conjunto de disposiciones que, aunque fueron redactadas antes del auge del comercio electrónico internacional, se ajustan plenamente a las nuevas formas de consumo digital. Su contenido busca garantizar que toda persona que realice transacciones comerciales ya sea en el ámbito nacional o a través de plataformas extranjeras, goce de una protección efectiva frente a prácticas desleales, engañosas o abusivas.

Dentro de este marco, la ley resalta la obligación de los proveedores de brindar información clara, veraz y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos, principio esencial en las compras electrónicas donde el consumidor no tiene contacto físico con el producto ni con el vendedor. Asimismo, impone el deber de cumplir fielmente las condiciones pactadas, de modo que los precios, características, plazos de entrega y garantías se respeten conforme a lo anunciado en los medios digitales. También sanciona las formas de publicidad que puedan inducir a error o confundir al consumidor, extendiendo esta protección a la publicidad difundida en redes sociales, sitios web y otras plataformas internacionales.

De igual manera, la ley exige que los proveedores informen de manera visible y actualizada su identidad, domicilio y canales de comunicación, con el fin de que el consumidor pueda contactarlos o presentar reclamos cuando se produzcan irregularidades. Esta exigencia de transparencia contribuye a reducir la opacidad de las transacciones internacionales y fortalece la confianza del usuario digital. Además, en el caso de las ventas realizadas a distancia, se establece la obligación de detallar todas las condiciones de la oferta, incluyendo costos de envío, garantías y derechos de devolución, protegiendo así al comprador frente a posibles abusos o incumplimientos. Finalmente, el marco legal refuerza su aplicación mediante la

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

existencia de una autoridad competente encargada de velar por el cumplimiento de estas disposiciones, resolver reclamos y aplicar sanciones cuando se vulneren los derechos del consumidor. En conjunto, estas normas conforman una estructura jurídica que, aunque general, permite proteger al consumidor nicaragüense en el entorno digital e internacional, al mismo tiempo que evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de cooperación y control frente a proveedores extranjeros.

Es importante hacer mención del Artículo 79 que habla de la seguridad en las transacciones electrónicas que dedica una disposición específica a garantizar la seguridad de las operaciones realizadas por medios electrónicos, reconociendo la importancia de la protección de datos personales y financieros en la era digital. Esta norma establece la obligación de los proveedores de implementar sistemas tecnológicos confiables que resguarden la confidencialidad de la información del consumidor y eviten el uso indebido de sus datos.

Así mismo el Artículo 80 habla sobre la Formalidad y respaldo en las compras digitales de especial importancia es la que regula la documentación y respaldo de las transacciones electrónicas. Esta norma establece que todo pago o contrato celebrado en línea debe quedar registrado y respaldado mediante documentos electrónicos que sirvan como comprobante para el consumidor. En las compras internacionales, este requisito se convierte en una herramienta de protección, ya que permite al usuario contar con evidencia válida ante cualquier incumplimiento o reclamo.²⁷

²⁷ Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias Ley N.º 842, Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º. 129 del 11 de julio de 2013.

- **Ley N.º 729 y su Reglamento (Decreto No. 57-2011), Ley de Firma Electrónica**

Siendo la firma electrónica un conjunto de datos que acompañan un documento, se debe ser capaz de identificar quien es el firmante y su veracidad. La ley otorga a la firma electrónica certificada un carácter de seguridad y validez jurídica que tendría una firma manuscrita, confirmando plena eficacia a los contratos y documentos generados por medios electrónicos. Siendo la firma electrónica un conjunto de datos El reglamento, por su parte, se encarga de establecer los mecanismos necesarios para garantizar la autenticidad, confiabilidad e integridad de los documentos y mensajes de datos.²⁸

Esta legislación realiza su aporte en el ámbito del comercio digital a través de la Certificación Cruzada, que permite el reconocimiento mutuo de certificados emitidos por entidades extranjeras, asegurando así un marco de confianza para las transacciones internacionales.²⁹

- **Código del Comercio**

El Código de Comercio de la República de Nicaragua, aunque fue concebido en una época anterior al auge de las tecnologías digitales, constituye la base jurídica tradicional que regula los actos y contratos mercantiles en el país, y por tanto tiene una incidencia indirecta en el comercio digital internacional. Este cuerpo normativo establece las reglas generales sobre las relaciones entre comerciantes, la celebración y ejecución de contratos, la responsabilidad contractual y la validez de las pruebas en el ámbito mercantil. En el contexto del comercio digital, sus disposiciones resultan aplicables de manera supletoria a las transacciones

²⁸ Ley de firma electrónica. Ley N.º 729, aprobada el 1º de julio del 2010, Publicada en La Gaceta, Diario

Oficial N.º 165 del 30 de agosto del 2010

²⁹ Ley de Firma Electrónica Ley N.º 729, aprobada el 24 de octubre del 2011, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 211 del 08 de noviembre de 2011

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

realizadas por medios electrónicos cuando estas tienen naturaleza comercial o involucran a comerciantes nacionales o extranjeros que operan en el territorio nicaragüense.

Sin embargo, el Código no contiene regulaciones específicas sobre contratación electrónica, derechos de los consumidores digitales, protección de datos o mecanismos de resolución de conflictos en línea, lo que evidencia un vacío normativo frente a las nuevas dinámicas del comercio internacional digital. En consecuencia, su aplicación en materia de protección de los consumidores nicaragüenses se limita a proporcionar un marco general de obligaciones mercantiles, siendo necesario complementar sus disposiciones con leyes más modernas, como la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios y las normas internacionales sobre comercio electrónico, para garantizar una tutela efectiva en el entorno digital global.³⁰

• Ley N.º 641, Código Penal

El Código Penal es el instrumento jurídico que se encarga de proteger a los nicaragüenses contra los delitos cibernéticos, en un mundo que se enfrenta a la globalización y a la aparición de nuevos delitos en el ámbito digital, es necesario introducir el carácter punitivo en el actuar de los usuarios, para sancionar las conductas ilícitas que se desarrollan en entornos virtuales, como el fraude electrónico, la suplantación de identidad, el acceso indebido a sistemas informáticos y el uso no autorizado de datos personales. Con ello, el Estado busca resguardar la seguridad jurídica, la confianza pública y los derechos fundamentales de los nicaragüenses en el espacio digital.

Es importante centrarse en que, a pesar de que el acceso a internet y al mundo digital, es en su mayoría completamente libre, las acciones que cometemos en el

³⁰ Código del Comercio de Nicaragua. Aprobado el 30 de abril de 1914, Publicado en la Gaceta Diario Oficial N.º 248 del 30 de octubre de 1916

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

siempre generan consecuencias en el mundo real, a través de penas punitivas o pagos de multas, sin embargo, hay que recalcar que mientras exista una practica legal y segura dentro de nuestro entorno digital, dichas consecuencias no están en el panorama.³¹

• Ley N.º 1042, Ley Especial de Ciberdelitos

La Ley de Ciberdelitos representa un importante avance en la legislación nicaragüenses, ya que responde a los nuevos desafíos que plantea la era digital y la expansión del comercio electrónico. Su finalidad principal es la prevención, investigación, persecución y sanción de los delitos cometidos por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en perjuicio de personas naturales o jurídicas.

En el artículo 2 se señala:

“La presente Ley es de orden público y se aplicará a quienes cometan los delitos previstos en ésta, dentro o fuera del territorio nacional”.

Lo que representa un avance en la protección internacional de los delitos cibernéticos al valorar como estos pueden afectar en el ámbito internacional a los nicaragüenses. Al tipificar una serie de conductas ilícitas que abarcan desde la manipulación de sistemas informáticos, el acceso no autorizado a datos, el espionaje digital y la suplantación de identidad, hasta el uso indebido de información personal y los fraudes electrónico, se permite salvaguardar la confianza en las transacciones digitales y promover un entorno seguro para el comercio en línea.

En el ámbito del comercio digital, esta ley cobra especial relevancia porque protege al consumidor frente a prácticas fraudulentas, como la suplantación de empresas, la venta de productos falsificados o la apropiación de datos financieros y personales.

³¹ Código Penal, Ley 641 Aprobada el 13 de noviembre de 2007. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 83, 84, 85, 86 y 87 del 5, 6, 7, 8 y 9 de mayo de 2008

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

De esta manera, refuerza la transparencia, la autenticidad y la buena fe en las relaciones comerciales que se desarrollan en entornos electrónicos. Además, complementa las disposiciones establecidas en la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías, al introducir un componente penal que sanciona las conductas delictivas vinculadas con el uso indebido de las tecnologías.³²

- **Ley No. 540, Ley de Mediación y Arbitraje**

Esta ley se encarga de establecer los mecanismos de resolución de conflictos que se pueden llevar a cabo cuando exista una controversia en el ámbito comercial. El arbitraje es el medio, por el cual se decantan las convenciones internacionales para resolver dicho conflicto. En el ámbito del comercio internacional, se presenta como un mecanismo para ayudar al consumidor a exigir sus derechos, cuando estos fueron violados por determinadas faltas en el producto o servicio solicitado.

Nicaragua reconoce convenciones internacionales, donde se permite buscar justicia fuera de los límites territoriales de Nicaragua, lo que se proyecta como un avance en la protección de los derechos del usuario digital.³³

- **MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL**

- **Reglamento y Directrices de la Unión Europea**

Desde la perspectiva de la protección al consumidor y la transparencia contractual, la Directiva sobre los derechos del consumidor armoniza, a escala europea, normas que orientan la información precontractual, los contratos a distancia y fuera del establecimiento, y el derecho de desistimiento de los consumidores, incluido el comercio electrónico.

³²Ley Especial de Ciberdelitos, Ley N.º 1042. Aprobada el 27 de octubre de 2020, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 201 del 30 de octubre de 2020

³³ Ley N.º 540, Ley de Mediación y Arbitraje, Aprobada el 25 de mayo de 2005. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 122 del 24 de junio de 2005

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

Asimismo, el Reglamento relativo a la relación entre plataformas y empresas promueve la equidad y transparencia en el tratamiento que las plataformas deben otorgar a los vendedores profesionales, incluyendo obligaciones de información sobre los términos y condiciones de uso, los parámetros de clasificación de productos y los motivos de suspensión de cuentas, de esta forma, el conjunto normativo europeo articula varias capas: la primera asegura el libre flujo de servicios digitales y regula los intermediarios; la segunda fortalece la responsabilidad de las plataformas y su transparencia; la tercera sitúa mecanismos de protección del consumidor en el entorno de comercio electrónico; la cuarta regula la relación entre plataformas y empresas profesionales; y la quinta afronta la concentración de poder de las grandes plataformas para proteger la competencia.³⁴

En conjunto, estas normas configuran un ecosistema regulatorio en el que el comercio electrónico no sólo opera bajo la premisa de la libre circulación, sino que lo hace sujeto a derechos del consumidor, deberes de información, obligaciones de transparencia y mecanismos de supervisión y control para evitar abusos tanto de plataformas como de operadores dominantes, en fin debe considerarse como un modelo integral para regular la economía digital: combina el objetivo innovador de facilitar el comercio transfronterizo con la necesidad de asegurar que dicho comercio se desarrolle con respeto al consumidor, con igualdad de oportunidades y sin quiebres en la competencia.³⁵

³⁴ Oposiciones Policía Nacional. (s. f.). *Reglamentos, directivas y otros actos legislativos de la Unión Europea*. Consultado el: 23- 10-25. Disponible en :

<https://oposicionespolicianacional.com/podpremium/reglamentos-directivas-tratados-union-europea/>

³⁵ Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC). (s.f.). *Directivas, Reglamentos y sus caracteres distintivos*. Consultado el: 24-10-25 Disponible en: <https://www.afec.es/es/directivas-reglamentos-caracteres-distintivos>

- **Convenio sobre la Ciberdelincuencia (Budapest 2001)**

Es la pieza principal sobre la protección de delitos cometidos en el ámbito digital y, por ende, en las transacciones electrónicas, este se encarga de conceptualizar la terminología que abarca los delitos digitales, abarcando fraude informático, uso indebido de dispositivos e información, etc. Este convenio además insta a los Estados del mundo a ampliar su legislación y crear normativas reguladoras para los delitos digitales. En Nicaragua, este convenio sienta el pilar para la cooperación en la investigación y persecución de delitos informáticos entre los países, lo que garantiza que, si se produce este delito fuera del país, el Estado de Nicaragua tendrá la potestad de investigar y obtener evidencia para buscar Justicia más allá de sus fronteras., según esto, tenemos el Artículo 22-Jurisdicción que cita:

1. Cada Parte adoptará las medidas legislativas y de otro tipo que resulten necesarias para afirmar su jurisdicción respecto de cualquier delito previsto de conformidad con los artículos 2 a 11 del presente Convenio, cuando el delito se haya cometido:
 - a. en su territorio; o
 - b. a bordo de un buque que enarbole su pabellón; o
 - c. a bordo de una aeronave matriculada según sus leyes; o
 - d. por uno de sus nacionales, si el delito es susceptible de sanción penal en el lugar en el que se cometió o si ningún Estado tiene competencia territorial respecto del mismo.³⁶

³⁶ Consejo de Europa. (2001). Convenio sobre la Ciberdelincuencia (Convenio de Budapest), artículo 22 Budapest, 23 de noviembre de 2001. Consultado el: 24-10-25. Disponible en: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/185>

- **Convención de Nueva York sobre el Reconocimiento y Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras (1958)**

Reconociendo la importancia creciente del arbitraje internacional como medio de resolver las controversias comerciales internacionales, la Convención de las Naciones Unidas sobre el Reconocimiento y la Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras (la Convención) trata de establecer normas legislativas comunes para el reconocimiento de los acuerdos o pactos de arbitraje y el reconocimiento y la ejecución de las sentencias o laudos arbitrales extranjeros y no nacionales. Por “sentencias o laudos no nacionales” se entiende aquellos que, si bien han sido dictados en el Estado en que se prevé su ejecución, son considerados “extranjeros” por la ley de ese Estado porque el procedimiento seguido conlleva algún elemento de extranjería, por ejemplo, cuando se apliquen normas procesales de otro Estado.³⁷

Nicaragua es Estado parte de dicha Convención desde el año 2003, lo que permite la aplicación de sus disposiciones dentro del ordenamiento jurídico nacional. Su relevancia en el contexto del comercio digital internacional radica en que proporciona un marco legal sólido para el reconocimiento de los laudos arbitrales emitidos en controversias derivadas de transacciones electrónicas internacionales.

- **Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional de 1985**

La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional de 1985 es un documento legislativo internacional que fue preparado por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI). Este texto

³⁷ Naciones Unidas. (1958). Convención sobre el Reconocimiento y la Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras (Convención de Nueva York). Adoptada el 10 de junio de 1958, Nueva York. Consultado el 24-10-25. Disponible en: https://uncitral.un.org/es/texts/arbitration/conventions/foreign_arbitral_awards

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

legislativo tiene como objetivo ayudar a los Estados a modernizar su derecho mercantil y facilitar las negociaciones entre las partes en operaciones comerciales. La ley establece un marco legal para el arbitraje comercial internacional, regulando todas las etapas del procedimiento arbitral, desde el acuerdo de arbitraje hasta el reconocimiento y ejecución del laudo arbitral. La versión enmendada de la ley, aprobada en 2006, moderniza el requisito de la forma para los acuerdos arbitrales y establece un régimen jurídico más amplio relativo a las medidas provisionales en apoyo del arbitraje.

La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional es un documento esencial para quienes buscan un marco legal claro y uniforme para el arbitraje comercial internacional, y su enmienda en 2006 refleja un compromiso continuo con la modernización y la adaptación a las necesidades cambiantes del comercio internacional.³⁸

³⁸ Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. (2008). Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional (1985), con las enmiendas aprobadas en 2006). Naciones Unidas. Consultado el: 24-10-25. Disponible en : https://uncitral.un.org/es/texts/arbitration/modellaw/commercial_arbitration

VACÍOS Y LIMITACIONES EN RELACIÓN CON LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN NICARAGUA

Este capítulo analiza los principales vacíos normativos, institucionales y prácticos que enfrenta el país en la defensa de los derechos de los consumidores digitales, así como las limitaciones de las normas existentes en el contexto del comercio electrónico.

- **Ausencia de regulación específica para el comercio digital internacional**

- ✓ **Inexistencia de legislación sobre Comercio Electrónico**

Aunque en Nicaragua existe la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias (2013) que contempla algunas disposiciones sobre transacciones electrónicas (Artículos 77-80) dentro de un marco general de protección al consumidor, no existe hasta el momento una ley específica para el comercio electrónico que regule ampliamente todos los aspectos de la relación consumidor-proveedor online, los contratos digitales, las plataformas, los pagos internacionales, etc.

Al no haber una ley especializada, muchos contratos digitales, transacciones internacionales de consumo, plataformas de comercio electrónico y servicios digitales carecen de un marco regulatorio claro para derechos del consumidor, obligaciones de comercio transfronterizo, protección de datos, mecanismos de reclamos, el hecho de que la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias se limite a ciertos artículos sobre transacciones electrónicas reduce la previsibilidad y seguridad jurídica para el consumidor digital, ese vacío se agrava porque el proveedor puede estar ubicado en el extranjero, lo cual añade dificultades de jurisdicción, de reclamación, de cumplimiento de garantía o devolución, y de intercambio de información entre autoridades nacionales e internacionales.

- **Limitaciones Institucionales y de Competencia para reclamos frente a proveedores extranjeros**

Cuando un consumidor nicaragüense realiza una compra a un proveedor extranjero vía internet, surgen varios problemas: ¿Qué autoridad nacional tiene competencia para intervenir? ¿Cómo se hace cumplir una orden de reparación o devolución? Actualmente para responder estas preguntas el nicaragüense se tiene que regir a las normativas de las empresas donde se haya realizado la compra ya que la Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuaris menciona que se reconocerán derechos en transacciones electrónicas, pero no detalla cómo se actúa cuando el proveedor está fuera del territorio nacional, ni cómo se coordinan autoridades extranjeras para una mayor seguridad y justicia para los compradores nicaragüenses.

- **Armonización Internacional y cumplimiento de directrices globales**

Las Directrices de la ONU para la protección del consumidor (y su actualización de 2015) instan a los países a considerar los derechos de los consumidores en entornos digitales, comercio electrónico, plataformas globales, datos personales, arbitraje transfronterizo. El hecho de que Nicaragua no tenga una ley especializada de comercio electrónico implica que no ha adoptado un marco regulatorio que refleje plenamente esas directrices, lo cual es un vacío de armonización internacional.

- **Brecha en la Fiscalización y la Ciberseguridad**

La naturaleza intangible del comercio digital presenta desafíos que la legislación tradicional no puede abordar.

- ✓ **Dificultad en la Fiscalización de la Calidad (Propiedad Intelectual y Falsificaciones):** Es difícil para las autoridades nicaragüenses controlar la calidad, autenticidad y el cumplimiento de las normas técnicas y sanitarias de

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

los productos importados que entran vía paquetería. Este vacío facilita la entrada de productos falsificados o que representan un riesgo para la salud o seguridad.

- ✓ **Ausencia de un Marco de Ciberseguridad Enfocado en el Consumidor:** A pesar de la existencia de la Ley de Delitos Cibernéticos, no hay un marco preventivo que obligue a los proveedores de servicios de pago y plataformas digitales a cumplir con estándares mínimos de ciberseguridad para proteger las transacciones y los datos bancarios del consumidor nicaragüense.

• Retos Específicos para Nicaragua

- ✓ **Jurisdicción y cumplimiento:** Cuando un consumidor ha comprado en una tienda online extranjera, ¿Quién responde por devoluciones, garantía, transporte de vuelta, impuesto aduanal, servicio posventa? Nicaragua carece de regulación específica que establezca mecanismos claros para operaciones con proveedores no nacionales.
- ✓ **Información al consumidor:** En compras transfronterizas, el consumidor debe tener información clara sobre aduanas, aranceles, impuestos, procedimiento de importación, tiempos de entrega internacionales, garantía internacional, idioma del servicio posventa, etc. La legislación nacional (Ley 842) habla de “información verídica y actualizada” (art. 78) pero no regula todos esos aspectos.
- ✓ **Medios de pago y seguridad:** En comercio digital internacional, los pagos cruzan fronteras, se usan tarjetas, plataformas de pago internacionales. La Ley N.º 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias requiere que el proveedor utilice sistemas tecnológicos y elementos técnicos confiables para brindar seguridad y confidencialidad (art. 79) pero no regula en detalle los estándares internacionales de cifrado, protección de pagos transfronterizos.

PROPUESTA JURÍDICA PARA LA MODERNIZACIÓN DEL MARCO LEGAL DEL COMERCIO DIGITAL EN NICARAGUA

El auge de las compras digitales ha transformado significativamente las dinámicas comerciales a nivel mundial, y Nicaragua no ha sido la excepción. No obstante, el marco normativo nacional aún dista de una regulación completa que garantice la plena protección de los usuarios en el entorno digital. Por ello, resulta prioritario actualizar y reformar las disposiciones legales relacionadas con esta materia., con el fin de fortalecer la seguridad jurídica y asegurar que los derechos de los consumidores nicaragüenses sean protegidos en el contexto del comercio digital internacional.

En este capítulo, se aborda la creación de una propuesta normativa que busca responder a las nuevas exigencias derivadas del comercio digital internacional, estableciendo medidas que fortalezcan la protección de los consumidores nicaragüenses frente a las dinámicas digitales. Su objetivo principal es dotar al ordenamiento jurídico nacional de instrumentos modernos y eficaces, alineados con los estándares internacionales, para promover un entorno digital más seguro y equitativo.

• Reconocimiento de los Derechos Digitales del Consumidor

El primer eje de esta propuesta se enfoca en **incluir en la legislación un glosario de terminología digital, con términos como:** “Consumidor Digital”, “Comercio Digital o Electrónico”, “Proveedor Digital” y demás términos que guarden relación con la materia en cuestión, puesto que la ausencia de estas figuras y conceptos clave impide la aplicación directa de los principios tutelares a las dinámicas del comercio electrónico internacional. Este reconocimiento no solo debe ser un aporte teórico, sino que debe tener consecuencias jurídicas directas en cuanto a los derechos, las obligaciones y la jurisdicción.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

Además de esto, también es necesario el **reconocimiento formal de los derechos digitales del consumidor dentro del ordenamiento jurídico**. Esto implica que, si bien la Ley No. 842 (Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias) contempla principios de información, seguridad y garantía, estos resultan insuficientes para atender las particularidades del comercio digital. Por ellos se propone incluir los siguientes derechos:

- ✓ **Derecho a la información digital veraz, accesible y comprensible:** Todo proveedor nacional o extranjero deberá proporcionar al consumidor información clara, actualizada y en idioma español sobre los bienes o servicios ofrecidos, su precio, características y políticas de envío y devolución.
- ✓ **Derecho a la Seguridad Tecnología:** Tanto el proveedor, como si correspondiera según el caso, una aplicación deberá garantizar estructuras seguras que protejan los datos personales, bancarios y de navegación de los usuarios, y todo otro dato que pueda afectar su existencia como usuario digital.
- ✓ **Derecho a la Identidad Digital Protegida:** Toda recolección, almacenamiento o tratamiento de datos deberá realizarse conforme a los principios de consentimiento informado y confidencialidad.

El reconocimiento de estos derechos reforzaría la identidad digital de los usuarios, además de principios de equidad entre consumidores y proveedores en entornos digitales, lo que fomentaría la confianza en las operaciones internacionales.

• Responsabilidad y Obligaciones de los Proveedores Digitales Internacionales

El segundo eje de la propuesta establece la **responsabilidad de los proveedores extranjeros que realicen actividades comerciales dirigidas al mercado nicaragüense**. En la práctica, muchos consumidores realizan compras con empresas o usuarios ubicados fuera de Nicaragua, lo que conlleva al

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

cuestionamiento de la falta de existencia de mecanismos efectivos para exigir el cumplimiento de sus derechos, cuando esto sea requerido. Por ello se propone:

- ✓ Que todo proveedor extranjero que ofrezca bienes o servicios a Nicaragua quede sujeto a las disposiciones de la Ley No. 842 (Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias) y a las reformas que se deriven de esta propuesta.
- ✓ Que dichos proveedores proporcionen o designen un enlace de contacto digital con validez dentro del territorio, encargado de tramitar reclamos y responder ante las autoridades correspondientes en caso de ser necesario.
- ✓ Que se establezcan responsabilidades compartidas entre estos sujetos En la realidad del mercado, las aplicaciones ofertan sus propios productos y en ocasiones funcionan como enlace entre proveedores y consumidores. Por lo que es necesario que que ambos respondan solidariamente por el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Estas medidas asegurarían que el consumidor nicaragüense no quede desprotegido frente a proveedores ubicados fuera del territorio nacional y que pueda hacer uso de sus derechos ante las autoridades nacionales.

- **Creación de un Órgano/Dirección que se encargue de hacer cumplir estas disposiciones**

El tercer eje se orienta a la creación de una **Dirección Nacional de Protección al Consumidor Digital (DIPROCOD)** adscrita al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).

Este órgano especializado tendría como finalidad principal la vigilancia, control y aplicación efectiva de las normas relativas al comercio digital y a la protección del consumidor. Sus atribuciones incluirían:

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- ✓ Supervisar las prácticas comerciales digitales, tanto nacionales como internacionales, para garantizar el cumplimiento de la legislación vigente.
- ✓ Tramitar y resolver denuncias o reclamos presentados por consumidores afectados por transacciones digitales.
- ✓ Emitir resoluciones administrativas vinculantes en materia de comercio electrónico, con base en los principios de transparencia, equidad y buena fe.
- ✓ Coordinar con organismos internacionales para la cooperación en investigaciones sobre fraude electrónico o incumplimiento transfronterizo.
- ✓ Impulsar la certificación de proveedores digitales confiables, de manera que el consumidor pueda identificar plataformas seguras avaladas por el Estado.

La creación de esta autoridad no solo fortalecería la institucionalidad del Estado en materia digital, sino que también representaría un paso decisivo hacia la consolidación de una economía electrónica regulada, moderna y sostenible.

• Implementación de un Sistema Nacional de Resolución Digital de Controversias

El cuarto eje propone la **implementación de un Sistema Nacional de Resolución Digital de Controversias**, destinado a facilitar la atención de reclamos derivados del comercio electrónico nacional e internacional. Este sistema estaría gestionado por la autoridad mencionada anteriormente y permitiría a los consumidores presentar sus reclamos desde cualquier parte del país mediante una plataforma electrónica.

El funcionamiento del sistema se regiría por los siguientes principios:

- ✓ **Accesibilidad:** El proceso será gratuito y de forma remota.
- ✓ **Transparencia:** Las resoluciones y acuerdos quedarán registrados en una base de datos accesible para los consumidores.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- ✓ **Ejecución internacional:** Mediante convenios con otros países y organismos de protección al consumidor, los acuerdos alcanzados en Nicaragua podrán ser reconocidos en el extranjero.

- **Mecanismo de Arbitraje Internacional como Vía Ejecutiva**

El quinto eje **se propone reformar la Ley N° 540, Ley de Mediación y Arbitraje**, para fomentar y reconocer específicamente las cláusulas arbitrales en contratos electrónicos de consumo internacional.

El principal valor del arbitraje en el comercio internacional es la Convención de Nueva York de 1958 (a la que Nicaragua está adherida). Se debe asegurar la implementación y promoción activa de este marco: La autoridad competente deberá coordinar con el Centro de Mediación y Arbitraje de Nicaragua para que los laudos arbitrales emitidos en el extranjero, a favor de consumidores nicaragüenses, puedan ser reconocidos y ejecutados de manera expedita en el país.

Se recomienda fomentar convenios con instituciones internacionales de arbitraje (o centros especializados en consumo digital, para que los proveedores extranjeros puedan someterse a reglas de arbitraje que ofrezcan transparencia y costos razonables al consumidor nicaragüense.

- **Protección Integral de Datos Personales y Seguridad Digital**

El sexto eje de la propuesta se centra en **la protección de los datos personales y la seguridad digital de los consumidores**. En las transacciones digitales se solicita al usuario información pertinente y determinados datos personales, como información bancaria, dirección, firma entre otras cuestiones. Por lo que se propone:

- ✓ La obligación de los proveedores de implementar sistemas de encriptación y verificación digital que garanticen la confidencialidad de los datos.
- ✓ La prohibición del uso de la información del consumidor con fines distintos a los expresamente autorizados.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- ✓ La obligación de notificar al consumidor cualquier vulneración o filtración de datos que pudiera afectarle.

Estas disposiciones buscan armonizar el marco jurídico nacional con los estándares internacionales en materia de ciberseguridad y protección de datos personales.

• Política Pública Integral de Protección al Consumidor: Educación y Cultura Digital del Consumidor

El séptimo eje de la propuesta contempla el **fortalecimiento de la educación digital del consumidor a través de una política pública**, como un pilar esencial para el ejercicio consciente y responsable de sus derechos.

Se propone la creación de un Programa Nacional de Alfabetización y Cultura Digital del Consumidor, coordinado entre el MIFIC, el Ministerio de Educación y las universidades del país.

Sus objetivos serían:

- ✓ Promover campañas informativas sobre derechos del consumidor digital.
- ✓ Enseñar prácticas seguras de navegación y compra en línea.
- ✓ Prevenir fraudes, estafas y publicidad engañosa en plataformas digitales.
- ✓ Fomentar una cultura de respeto y responsabilidad entre proveedores y consumidores.

En su conjunto, la propuesta normativa aquí desarrollada constituye una herramienta jurídica moderna y necesaria para fortalecer la protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional. Su implementación permitiría reducir la brecha existente entre las prácticas globales de consumo y la legislación nacional, garantizando un entorno digital más justo, seguro y transparente.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

A través del reconocimiento de nuevos derechos, la regulación de la responsabilidad de los proveedores, la creación de instituciones especializadas y la educación ciudadana, Nicaragua avanzaría hacia un modelo de comercio electrónico sostenible, alineado con las exigencias del siglo XXI y los estándares internacionales de protección al consumidor.

DISEÑO METODOLÓGICO

En este apartado es correspondiente al diseño metodológico, se explica el tipo de investigación, enfoque, alcance y área de estudio utilizadas para la realización del presente estudio.

✓ Área de Estudio

Es importante destacar que el área del derecho donde se aborda este estudio es de Derecho Privado según Hernández-Sampieri³⁹ se refiere al campo específico donde se desarrolla la investigación. En este caso se refiere al estudio y aplicación de diversas normas, mecanismos que buscan proteger los derechos del consumidor frente a prácticas abusivas en el comercio digital internacional.

✓ Metodología

La metodología utilizada es dogmática y propositiva ya que no solo analiza el estado actual del marco jurídico de Nicaragua en relación a la protección de los consumidores, sino que también realiza propuestas concretas para su regulación, Según Tamayo⁴⁰ refiere a un proceso lógico y sistemático para alcanzar los objetivos de la investigación

✓ Tipo de Estudio

Villabella, Armengol⁴¹ analiza el tipo de estudio teórico-documental, como una metodología centrada y fundamentada en la recopilación, revisión y análisis de las fuentes, ya que contiene información proveniente de distintas fuentes documentales entre las que se utilizaron: Legislación vigente como Constitución Política de Nicaragua, Leyes relacionadas a la protección del consumidor y

³⁹ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. *Metodología de la investigación [en línea]* 6ta edición, Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V, México DF, 2014, [Consultado el 17 octubre del 2025]. ISBN:978-1-4562-2396-0 Disponible en: <https://apiperiodico.jalisco.gov.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologiadelainvestigacion-robertohernandezsampleri.pdf>

⁴⁰ Tamayo y Tamayo, Mario. *El proceso de la investigación científica*. 5ª ed. México: Limusa, 2004

⁴¹ Villabella Armengol, C.). *Los métodos de investigación jurídica: Algunas precisiones*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México. 2015 (consultado 17 octubre 2025). Disponible en: <https://repositorio.unam.mx/contenidos/5008851>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

comercio electrónico, entre otros y bibliografía especializada con relación a la temática, tanto en formato físico como electrónico. Con esto se pretende adquirir información que ayude a desarrollar un abordaje sistemático y profundo del marco legal y conceptual que regulan la protección de los consumidores en el entorno digital internacional.

✓ Enfoque

El enfoque de esta investigación es cualitativo, se centra en la comprensión y análisis interpretativo de fenómenos jurídicos, sociales y normativos relacionados con los derechos del consumidor frente al comercio digital internacional, El enfoque cualitativo, según Mata Solís⁴², privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas.

✓ Alcance

El alcance de esta investigación es descriptivo Hernández-Sampieri⁴³. “En este tipo de estudio se observa, describe y fundamentan varios aspectos del fenómeno, no existe la manipulación de las variables, tampoco la búsqueda de causa efecto”

✓ Técnicas e Instrumentos

En esta investigación utilizamos como técnica la revisión documental y los instrumentos incluirán leyes, convenios, artículos jurídicos, fichas documentales,

⁴² Mata Solís . *El enfoque cualitativo de investigación. Investigalia 2019* (consultado 18 de octubre 2025) Disponible en : <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-la-investigacion-cualitativa/>

⁴³ Villabella Armengol, Roberto. *Los métodos de investigación jurídica: Algunas precisiones. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México*. 2015 (consultado 17 octubre 2025). Disponible en: <https://repositorio.unam.mx/contenidos/5008851>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

libros, sitios web, entre otros, según Bernal⁴⁴ se incluyen procedimientos específicos para recolectar información.

⁴⁴ Bernal, Cesar A. *Metodología de la Investigación (en línea) tercera edición PEARSON EDUCACION, Colombia, 2010.* (consultado el 20 de octubre 2025) ISBN 978-958-699-128-5 Disponible en: <https://www.pearson.com.co>

CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación se logró analizar cómo se protegen los derechos de los consumidores nicaragüenses dentro del comercio digital internacional. Los resultados muestran que, aunque el comercio electrónico ofrece muchas oportunidades, también representa grandes retos para el Derecho del Consumidor, ya que la legislación actual no siempre se adapta a las nuevas formas de compra y venta que surgen en internet.

El análisis de los fundamentos teóricos del derecho del consumidor demostró que esta disciplina ha pasado por un proceso de transformación constante. Antes se centraba en las relaciones tradicionales de compra y venta, bajo una lógica principalmente local y física. Con el auge de las plataformas digitales, surgieron nuevos riesgos y formas de interacción que exigen actualizar los principios de protección al consumidor. Ahora más que nunca, la información veraz, la transparencia y la equidad contractual son pilares indispensables que deben ser reinterpretados y aplicados rigurosamente en el contexto del comercio electrónico internacional.

Al examinar el marco normativo, se comprobó que Nicaragua cuenta con la Ley No. 842 como principal fuente de derecho para el consumidor, sin embargo, esta normativa es insuficiente para los aspectos particulares del comercio electrónico internacional. En cambio, en el ámbito internacional existen lineamientos y acuerdos que podrían servir de guía para mejorar la legislación nacional y adaptarla a los retos del mercado global, especialmente cuando las transacciones se realizan con empresas extranjeras.

Al identificar los vacíos y limitaciones del marco jurídico nacional, observamos que aún hay muchas áreas que necesitan actualización, como la regulación de los contratos electrónicos, la protección de datos personales y los procedimientos para realizar reclamos en línea. Estas carencias dejan al consumidor en una posición de

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

desventaja frente a los proveedores, sobre todo cuando las operaciones se dan fuera del país.

Finalmente, en respuesta a la necesidad de fortalecer la protección, se propusieron diversas alternativas viables. Entre ellas, destacan la creación de un Capítulo Específico de Comercio Digital dentro de la Ley No.842, el desarrollo de plataformas de mediación en línea y la participación de Nicaragua en acuerdos internacionales que promuevan la cooperación y la solución de conflictos. De esta forma, se lograría una mayor seguridad jurídica y confianza en el comercio digital, beneficiando tanto a los consumidores como al desarrollo económico del país.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda actualizar el marco legal nicaragüense en materia de comercio electrónico, garantizando una regulación clara sobre contratos digitales, protección de datos y seguridad en las transacciones.
- ✓ Asimismo, es necesario fortalecer la protección al consumidor mediante mecanismos eficaces de reclamación y educación digital.
- ✓ Se sugiere fomentar la capacitación de empresas y usuarios en el uso responsable de plataformas electrónicas, así como promover la innovación tecnológica y el desarrollo de plataformas nacionales seguras.
- ✓ Finalmente, se invita a futuras investigaciones que profundicen en los derechos del consumidor en el marco internacional y en el impacto social y económico del comercio digital en Nicaragua.

FUENTES DEL CONOCIMIENTO

✓ Fuentes Primarias

- Constitución Política de la República de Nicaragua, aprobada el 30 de enero de 2025, Publicada en la Gaceta, Diario Oficial N.º 32.
- Ley de firma electrónica. Ley N.º 729, aprobada el 1º de julio del 2010, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 165 del 30 de agosto del 2010.
- Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías Ley N.º 842, Aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 129 del 11 de julio de 2013.
- Ley de Firma Electrónica Ley N.º 729, aprobada el 24 de octubre del 2011, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 211 del 08 de noviembre de 2011.
- Código Penal, Ley 641 Aprobada el 13 de noviembre de 2007. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 83, 84, 85, 86 y 87 del 5, 6, 7, 8 y 9 de mayo de 2008.
- Ley Especial de Ciberdelitos, Ley N.º 1042. Aprobada el 27 de octubre de 2020, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 201 del 30 de octubre de 2020.
- Ley N.º. 540, Ley de Mediación y Arbitraje, Aprobada el 25 de mayo de 2005. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N.º 122 del 24 de junio de 2005.

✓ Fuentes Secundarias

- Loáisiga, López y López (2017). *Análisis del derecho del consumidor con relación al uso del comercio electrónico en Nicaragua*. Consultado el 25-09-25. Disponible en Repositorio UNAN-LEON.

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- Amutio Castaño, M., & Mateu Tortosa, J. (2003). *Guía para consumidores del comercio electrónico*. Ediciones Revista General de Derecho. Consultado el 30-09-25.
- Gómez-Fröde, J. (2012). *Manual de Derecho del Consumidor*. México: Editorial Porrúa. Consultado el: 02-10-25.
- Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, y Organización Mundial del Comercio. (2023). Manual sobre la medición del comercio digital (2.^a ed.). Consultado el: 13-10-25.
- Comisión Nacional del Consumidor (CONACO). (2020). *Manual de derechos y deberes del consumidor*. Consultado el: 25-11-25.
- Tamayo y Tamayo, Mario. *El proceso de la investigación científica*. 5^a ed. México: Limusa, 2004. Consultado el: 17-10-25.

✓ ***Fuentes Terciarias***

- Gómez Gómez, C. C. (2017). *El comercio electrónico: incidencias y desafíos en el derecho del consumidor*. Revista Científica Codex, 3(5). Consultado el 25-09-25. Disponible en: <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/codex/article/view/4353>
- Martínez Sánchez (2024). *Los derechos del consumidor en el contexto electrónico en las promociones de estaciones de servicio en Nicaragua*. Consultado el 26-09-25. Disponible en: <https://kurepository.keiseruniversity.edu.ni/id/eprint/1/>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- Eizaguirre (1999), citado en Flores (2019, pág. 14) *Apuntes sobre la evolución histórica del derecho comercial y el comercio exterior*. Consultado el 01-10-25. Disponible en: https://derechousmp.com/sapere/ediciones/edicion_17/articulos_investigadores/PavelFloresFlores.pdf
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (12 de agosto de 2019). *Hoy se cumplen 25 años tras la primera transacción retailer en línea a nivel mundial*. Consultado: 01-10-25. Disponible en: <https://ccce.org.co/noticias/hoy-se-cumplen-25-anos-tras-la-primera-transaccion-retailer-en-linea-a-nivel-mundial/>
- Comercio Conectado. (21 de febrero de 2024). *30 años de comercio electrónico: la historia tras la primera compra*. Consultado el: 01-10-25. Disponible en: <https://comercioconectado.gob.es/es-es/EstaPasando/Paginas/30-a%C3%B1os-de-comercio-electr%C3%B3nico-la-historia-tras-la-primera-compra.aspx>
- Kennedy, John F. (1962). *Consumer Bill of Rights*. Consultado el: 02-10-25. Disponible en: <https://www.mass.gov/info-details/consumer-bill-of-rights>
- Real Academia Española. (2001). *Comercio*. En Diccionario de la lengua española (22.^a ed.). Consultado el: 10-10-25. Disponible en: <https://www.rae.es/drae2001/comercio>
- Reyes Altamirano, 2017 *U.G financiera*. Consultado el: 10-10-2025. Disponible en: <https://ultragestionfinanciera.com/que-es-un-comerciante-y-cual-es-su-rol-en-la-economia/>
- Leandro Alegsa, *Real Diccionario Español* 2024. Consultado el: 10-10-25. Disponible en: <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/proveedor.php>

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2016). *Directrices para la protección del consumidor*. Consultado el: 10-10-25. Disponible en: [Naciones Unidas Directrices para la Protección del Consumidor](#)
- Sujatovich, L., & Galán, J. (2021). *Interrogaciones comunicacionales al concepto de Ciudadanía Digital*. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Consultado el 13-10-25. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-074/652>
- Altuna Urdin, J. (2010). *Integración de Internet en la didáctica de la asignatura “Conocimiento del Medio” en el tercer ciclo de primaria* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. Observatorio de la Infancia. Consultado el: 13-10-25. Disponible en: https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/3123_d_altuna%20urdin.pdf
- EENI Global Business School. (s.f.). *Comercio digital y comercio electrónico transfronterizo*. Consultado el: 13-10-25. Disponible en: <https://www.reingex.com/Digital-Trade.shtml>
- Naciones Unidas. (2016). *Directrices para la protección del consumidor*. Consultado el: 15-10-25. Disponible en: <https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2016/04/V7>
- Guzmán Napuri. *Universidad Continental* (febrero 2020) Consultado el: 15-10-25. Disponible en: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/que-es-la-proteccion-y-defensa-al-consumidor>
- Oposiciones Policía Nacional. (s. f.). *Reglamentos, directivas y otros actos legislativos de la Unión Europea*. Consultado el: 23- 10-25. Disponible en:

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

<https://oposicionespolicianacional.com/podpremium/reglamentos-directivas-tratados-union-europea/>

- Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC). (s.f.). *Directivas, Reglamentos y sus caracteres distintivos*. Consultado el: 24-10-25
Disponible en: <https://www.afec.es/es/directivas-reglamentos-caracteres-distintivos>
- Consejo de Europa. (2001). *Convenio sobre la Ciberdelincuencia (Convenio de Budapest)*, artículo 22 Budapest, 23 de noviembre de 2001. Consultado el: 24-10-25. Disponible en: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/185>
- ¹ Naciones Unidas. (1958). *Convención sobre el Reconocimiento y la Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras (Convención de Nueva York)*. Adoptada el 10 de junio de 1958, Nueva York. Consultado el 24-10-25.
Disponible en : https://uncitral.un.org/es/texts/arbitration/conventions/foreign_arbitral_awards
- Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. (2008). *Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional (1985), con las enmiendas aprobadas en 2006*). Naciones Unidas. Consultado el: 24-10-25. Disponible en : https://uncitral.un.org/es/texts/arbitration/modellaw/commercial_arbitration
- Hernández Sampieri, Roberto. *Metodología de la investigación [en línea]* 6ta edición, Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V, México DF, 2014, [Consultado el 17 octubre del 2025]. ISBN:978-1-4562-2396-0 Disponible en: <https://apiperiodico.jalisco.gov.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologiadelainvestigacion-robertohernandezsampieri.pdf>
- Villabella Armengol, C.). *Los métodos de investigación jurídica: Algunas precisiones*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional

La protección de los derechos de los consumidores nicaragüenses en el comercio digital internacional

Autónoma de Mexico. 2015 (consultado 17 octubre 2025). Disponible en: <https://repositorio.unam.mx/contenidos/5008851>

- Mata Solís. *El enfoque cualitativo de investigación. Investigalia 2019* (consultado 18 de octubre 2025) Disponible en: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-la-investigacion-cualitativa/>
- Villabella Armengol, Roberto. *Los métodos de investigación jurídica: Algunas precisiones. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de Mexico*. 2015 (consultado 17 octubre 2025). Disponible en: <https://repositorio.unam.mx/contenidos/5008851>
- Bernal, Cesar A. *Metodología de la Investigación (en línea) tercera edicion PEARSON EDUCACION, Colomba, 2010. (consultado el 20 de octubre 2025)* ISBN 978-958-699-128-5 Disponible en: <https://www.pearson.com.co>