

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES



**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
DERECHO**

*“El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en
Nicaragua”.*

Autoras:

Br. Mairena, Belia Magdiel.

Br. Montano Morales, Claudia Fernanda.

Tutora:

M.Sc. Ximel Elizabeth Castellón Picado.

León, Nicaragua, junio 2019.

"A la Libertad por la Universidad"

AGRADECIMIENTO

Es un honor para nosotras poder cumplir una de nuestra más grande meta, no hubiese sido posible sin la ayuda de Dios es por eso que agradecemos de manera especial su fortaleza y sabiduría durante todo este tiempo.

Agradecemos también a nuestras familias a cada uno de ellos que han sido parte de nuestros días hasta hoy, agradecemos todo el apoyo brindado y por ser nuestro motor para continuar, agradecemos principalmente a nuestros padres, las personas más maravillosas para nuestro mundo que son la pieza clave para que hoy podamos cumplir esta meta, muchas gracias por siempre estar ahí para nosotras.

Agradecemos a todos los maestros que con su conocimiento y experiencia han aportado tanto a nuestra vida profesional como personal, agradecemos su enseñanza y su dedicación. Agradecemos con especial mención a nuestra tutora MSC. Ximel Castellón, que más que una maestra es nuestra amiga, gracias por su apoyo y dedicación en este tan importante proyecto.

Agradecemos a nuestros amigos que fueron nuestro consuelo y refugio en esta ciudad que se ha convertido en nuestro segundo hogar, gracias por su amor y por su amistad.

A todos muchas gracias han sido parte de lo que somos hoy y esta meta es tanto nuestra como de ustedes.

DEDICATORIA

Si quieres triunfar en la vida, haz de la perseverancia tu amigo del alma, de la experiencia tu sabio consejero, de la advertencia tu hermano mayor y de la esperanza tu genio guardián (Joseph Addison).

De manera especial dedicamos nuestra tesis primeramente a Dios por permitirnos llegar a uno de los momentos más importantes de nuestra vida y ser nuestro guía en el camino de la perseverancia a una de las metas más significativas que nos hemos propuesto, sabemos que siempre vamos a necesitar de él en nuestros malos momentos, pero también es necesario que siempre lo tengamos presente en los buenos.

Con mucho amor y cariño dedicamos esta tesis a nuestros padres, a los que aún están con nosotros y a los que ya no tenemos en vida, pero que estarán presentes en este momento tan significativo en nuestra mente y en nuestro corazón, ellos que son lo más importante de nuestra vida pues son los seres que más apoyo nos han brindado en este largo camino de nuestra educación, y aunque hemos estado alejadas de ellos durante estos largos cinco años siempre han estado apoyándonos a cientos de kilómetros de distancia por eso esto es principalmente para ustedes Padres.

Dedicamos también esta tesis a nuestros familiares, abuelos, hermanos, tías y primos, por brindarnos siempre su apoyo incondicional y por animarnos a seguir a delante a cumplir nuestras metas y sueños.

Y finalmente dedicamos esta tesis a nuestros amigos y maestros que han sido nuestra segunda familia a lo largo de todos estos años por darnos su apoyo, su comprensión y por ayudarnos a llegar hasta este momento tan relevante de nuestra vida esto es nuestro y de ustedes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I	4
EL COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES EN NICARAGUA	4
1.1 Generalidades del Comercio Electrónico.	4
1.1.1 Antecedentes de Comercio Electrónico.	4
1.1.2 Definiciones	6
1.1.2.1 Definición de Comercio Electrónico	6
1.1.2.2 Definición de bienes	8
1.1.2.3 Definición de Red.	8
1.1.3 Características del Comercio Electrónico	9
1.1.4 Tipos de Comercio Electrónico.	12
1.1.5 Sujetos que intervienen en el Comercio Electrónico.	15
1.1.6 Elementos del Comercio Electrónico.	17
1.1.7 Ventajas del Comercio Electrónico.....	18
1.1.8 Desventajas del Comercio Electrónico	20
1.2 El Comercio Electrónico de bienes según nuestra legislación.	22
Capítulo II	25
LA EVASIÓN FISCAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES EN NICARAGUA.....	25
2.1 Definiciones	25
2.1.1 Definición de Impuestos	25
2.1.1 Definición de Evasión Fiscal	27

2.2 La evasión fiscal del Comercio Electrónico en Nicaragua.	28
Capítulo III.....	34
CRITERIO SOBRE LOS DIVERSOS ASPECTOS PARA LA POSIBLE REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU TRIBUTACIÓN EN NICARAGUA.	34
Visión general de la regulación del Comercio Electrónico de Bienes.	34
Desafíos de la regulación del Comercio Electrónico de bienes y su tributación en Nicaragua.	41
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	50
FUENTES DE CONOCIMIENTO.....	52
ANEXO	56
GLOSARIO	60



INTRODUCCIÓN

El Comercio Electrónico es un fenómeno de origen mundial debido a la trascendencia del mismo ya que nos atañe a todos y se relaciona tanto en las actividades comerciales del mismo como en la regulación de este, que ha sido vista como un problema por la magnitud de sus actividades, es por esto que se creó la denominada “Ley Modelo” creada por La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, que sirve como pauta para entablar lo que se considera Comercio Electrónico en general y emitida para ser tomada como referencia por los demás países para la creación de su normativa interna sobre Comercio Electrónico.

Siendo el Comercio Electrónico una actividad que va creciendo en gran medida, dando la apertura de nuevas modalidades del mismo no solo en sitios web sino también en las llamadas redes sociales como Facebook e Instagram y con esto el reto de regular jurídicamente todas estas actividades que se dan en el vasto mundo del internet; y no solo en cuanto a la forma de proceder en las contrataciones comerciales electrónicas sino en lo que esto implica para el Estado y las leyes tributarias.

Sabemos que el Derecho Tributario es una rama del Derecho Público que regula los tributos y las obligaciones que de ellos se derivan, regulando la relación que existe entre la administración tributaria y los contribuyentes, a lo cual el Comercio Electrónico representa un reto para el derecho tributario debido a la modalidad y complejidad de dichas actividades comerciales efectuadas en internet, dando lugar a ciertos vacíos en esta área de nuestro ordenamiento jurídico y en cierta medida a la evasión fiscal en el Comercio Electrónico de bienes en el país pues la mayoría de los oferentes en los sitios



web y redes sociales no cumplen con obligaciones tributarias es por esto que esta investigación gira en torno a la siguientes preguntas: ¿Existe en la legislación nicaragüense alguna norma que regule el Comercio Electrónico de bienes y la tributación del mismo?, ¿Puede regularse el Comercio Electrónico de bienes en las redes sociales?, ¿Existen limitantes para regular las actividades del Comercio Electrónico de bienes en el país?.

A lo cual nos disponemos a analizar el Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua siendo este el objetivo general de esta investigación, así mismo los objetivos específicos son: Examinar el Comercio Electrónico de bienes en Nicaragua, Valorar la evasión fiscal del Comercio Electrónico de bienes en Nicaragua y Aportar al fortalecimiento de la legislación nicaragüense en materia de Comercio Eléctrico y evasión fiscal.

Es una investigación de tipo teórica o documental, ya que se utilizó un método de investigación teórico para la obtención de la información que la conforma, usando fuentes documentales, legislación, doctrina y sitios web referidos al Comercio Electrónico, y es de carácter deductiva pues partimos de premisas generales a particulares.

Tiene un enfoque cualitativo debido a que se realiza un análisis y tiene como objetivo entender el objeto estudiado y lo que deriva de este, siendo nuestro fenómeno el Comercio Electrónico y su derivación la evasión fiscal que se realiza a través de esta actividad, interpretando, comprendiendo y destacando las cualidades del mismo; teniendo un alcance descriptivo debido a que se exponen las características, propiedades y manifestaciones del Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua.



Por lo cual este trabajo se encuentra dividido en tres capítulos, en el primero se expone las generalidades y singularidades del Comercio electrónico y también la regulación del Comercio Electrónico de bienes en nuestra legislación nicaragüense; el segundo está referido a la evasión fiscal en términos generales, conceptualización y sanciones según las leyes tributarias vigentes y a la evasión fiscal del Comercio Electrónico en el país; y por último en el tercer capítulo se aborda una visión general de la regulación del Comercio Electrónico y la probable regulación en el país, delimitando las limitaciones y las posibles soluciones para la regulación del Comercio Electrónico y su tributación.

Culminando este trabajo investigativo con las conclusiones, recomendaciones y anexos donde se enfatiza las actividades del Comercio Electrónico como un medio de evasión fiscal en el país.



Capítulo I

EL COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES EN NICARAGUA

1.1 Generalidades del Comercio Electrónico.

1.1.1 Antecedentes de Comercio Electrónico.

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

El Comercio Electrónico también conocido por sus siglas en inglés como (E-COMMERCE), se originó en 1991 cuando el internet entro en las áreas comerciales, pero todo esto está ligado al surgimiento del internet en la década de los años 60 como respuesta a le necesidad de buscar nuevas maneras de utilizar los computadores en cualquier momento.

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

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



Eloy Seoane Balado autor del libro *La Nueva Era del Comercio Electrónico* habla de cuatro generaciones dentro de las cuales ha venido desarrollándose el denominado E-COMMERCE:

- **Primera generación (1993):** Creación de la web. Las páginas solo hablan de la organización. El modo de comunicación con el cliente es a través de formularios o correo electrónico. No se puede comprar por la red.
- **Segunda generación:** Comienzan las compras por Internet. Aparecen los centros comerciales virtuales. Se produce el pago contra reembolso, cheques, etc. Aparecen los primeros negocios de venta exclusiva en Internet.
- **Tercera generación:** Comienza a automatizarse el proceso de selección y envío de datos de los productos comprados a través de bases de datos. Se generaliza el empleo de tarjeta de crédito como pago y el marketing en la red.
- **Cuarta generación:** Contenidos dinámicos. Se mejora la seguridad de los sitios y se implantan diversos mecanismos de pago seguro. Aparecen las carteras electrónicas (ejemplo: PayPal) y los servicios de seguimiento del producto. Aparecen las primeras legislaciones sobre comercio electrónico en España. La publicidad en este medio se masifica.¹

Actualmente el Comercio Electrónico se ha ido diversificando y ya no solo se realiza a través de los sitios webs existentes en la gran plataforma que es el internet, sino que se ha desarrollado hasta dentro de la denominada comunidad

¹ ANTEPORTAMLATINAM VALERO, JOSE MARIA, *Relevancia del E-COMMERCE para la empresa Actual*, Universidad de Valladolid, España, Soria junio 2014, pp. 13 y 14.



social es decir a través de las diversas redes sociales que se han creado principalmente y que son Facebook e Instagram así mismo otras plataformas existentes, aunque estas son las más utilizadas y dentro de estas es que se desarrolla dicho comercio electrónico realizándose pedidos, promocionando bienes e incluso servicios, haciendo uso de las redes sociales para marketing y para diferentes actividades referentes al E-COMMERCE.

1.1.2 Definiciones

1.1.2.1 Definición de Comercio Electrónico

De conformidad con Matéu de Ros, el Comercio Electrónico constituye un fenómeno jurídico y se concibe como la oferta y la contratación electrónica de productos y servicios a través de dos o más ordenadores o terminales informáticos conectados a través de una línea de comunicación dentro del entorno de red abierta que constituye Internet. Representa un fenómeno en plena expansión con votos de crecimiento extraordinario en número de conexiones, clientes y operaciones.²

Davara, establece por separado qué es comercio, y que implica que éste sea electrónico: “En un sentido amplio, es comercio toda aquella actividad que tenga por objeto o fin realizar una operación comercial y que es electrónico cuando ese comercio se lleva a cabo utilizando la herramienta electrónica de forma que tenga o pueda tener alguna influencia en la consecuencia del fin comercial, con el resultado de la actividad que está desarrollando.”³

² DE ROUS. M. 2000. “*El Consentimiento y el Proceso de Contratación Electrónica, Derecho de Internet, Contratación Electrónica y firma digital*”, Mateo de Rous y Cedoya Méndez de Vigo, J.M, (coordinadores), Tesis., Aranzadi, Pamplona, p 29.

³ DAVARA & DAVARA, Asesores Jurídicos, *Comercio Electrónico*, Aranzadi. Elcano, Navarra, 2001, p 45.



La Organización Mundial del Comercio lo define como “la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”.⁴

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico lo han considerado como “la compra o venta de bienes o servicios, ya sea entre empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas realizadas en redes mediadas por computador.”⁵

David Van Hoose lo define como “cualquier proceso que conlleva el intercambio de propiedad o el uso de derechos para bienes y servicios vía electrónica vinculando dispositivos y comunicando interactivamente dentro de la red.”⁶

Desde el punto de vista de las comunicaciones, el Comercio Electrónico es aquel que distribuye información, productos, servicios o transacciones financieras, a través de Redes de Telecomunicación multimedia, conformando estructuras empresariales de carácter virtual.

En definitiva y para acoplar los diferentes conceptos existentes sobre Comercio Electrónico se concluye en que es aquel que consiste en el desarrollo de la actividad comercial por vía electrónica basada en la cesión de productos, prestación de servicios pudiendo realizarlos en tiempo real.⁷

⁴ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, OMC, *Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico*, Conferencia Ministerial de Singapur, 1996.

⁵ ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, *Guide to Measuring the Information Society*, 2011, p 74.

⁶ VAN HOOSE, DAVID, *E commerce Economics*, Ohio, Baylor University, South Western Thomson Learning, 2003, p 7, trad. Propia.

⁷ ANTEPORTAMLATINAM VALERO, JOSE MARIA, *Relevancia del E-COMMERCE para la empresa Actual*, Universidad de Valladolid, España, Soria Junio 2014, p 12.



1.1.2.2 Definición de bienes

Puede ser considerado un bien todo aquello que puede ser objeto de apropiación y en consecuencia tiene un valor económico y se encuentra dentro del comercio. El conjunto de bienes, forma el patrimonio de las personas.⁸

Según nuestro Código Civil en su artículo 596 estipula que las cosas en cuanto procuran o sirven para procurar beneficios a las personas que tienen derechos que ejercitar sobre las mismas se llaman bienes.

Así mismo el artículo 597 constituye que los bienes consisten en cosas que jurídicamente son muebles o inmuebles⁹ y pueden ser tangibles o intangibles, los tangibles son aquellos susceptibles a los sentidos humanos (palpables) y los bienes intangibles son aquellos bienes que no pueden apreciarse por los sentidos, no se pueden tocar, ver ni probar si no que solo se pueden distinguir por la inteligencia, ya que se trata de cosas inmateriales. Entre los bienes intangibles podemos encontrar los derechos sobre patentes, marcas, concesiones, entre otros.¹⁰

1.1.2.3 Definición de Red.

La red se puede definir como un conjunto de ordenadores conectados entre sí. Esta conexión entre los ordenadores permite que se puedan compartir datos y recursos.

⁸ Los bienes concepto, página web, [consulta en línea]. Disponible en: <https://definicionlegal.blogspot.com/2012/06/los-bienes-concepto.html>

⁹ Código Civil de la República de Nicaragua, Tomo I, Con reformas a la Ley No. 870, “Código de la Familia”, servicios culturales Nicaragüense Sociedad Anónima, (SENICSA), abril de 2015.

¹⁰ Concepto Jurídico, Bienes intangibles, blog, [consulta en línea]. Disponible en: <https://definicionlegal.blogspot.com/2011/06/bienes-intangibles.html>



El internet es un conjunto de redes interconectadas a escala mundial. Puede definirse como una red mundial de redes de ordenadores que tiene la particularidad de que cada una de las redes es independiente y autónoma.¹¹

En el caso del Comercio Electrónico el internet juega un papel clave y fundamental pues es a través de diversas redes que se realizan las transacciones de compra y venta de bienes al igual que el ofrecimiento de servicios.

Por lo cual, la red y el tipo de transacción son de gran relevancia ya que puede haber un gran catálogo de actividades comerciales que se practican a través de las redes.

Las más utilizadas donde se puede observar diversas actividades comerciales son las redes sociales donde se da una amplia gama de oferta y demanda de bienes y servicios, entre esta tenemos Facebook e Instagram dentro de las cuales se dan también diversos tipos de marketing para ofertas productos.

1.1.3 Características del Comercio Electrónico

- **Utilización de medios electrónicos:** La característica principal de esta clase de comercio, es que se realiza por medio electrónico, o sistema telemático, o por algún medio de comunicación. Si esto no fuera así estaríamos ante un comercio convencional.

La contratación más frecuente es la vía Internet, debido a sus múltiples aplicaciones como son: el correo electrónico, el chat, la web, etc.

¹¹ La red internet, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: <<http://www2.infotelecom.es/~ecampins/Departament/Internet/La%20red%20Internet.htm>>



- **Reducción de costos de transacción:** Los costos de transacción son los costos en los que tenemos que incurrir para celebrar un contrato. Estos incluyen los costos de negociación, los costos para encontrar información relevante, los costos de hacer cumplir los contratos, los costos de encontrar opciones adecuadas y de elegir entre ellas, entre otros.

La existencia de costes de transacción es determinante en el desarrollo de los mercados; se puede decir que los países que han desarrollado mercados dinámicos y eficientes son aquellos que han logrado reducir sustancialmente los costes de transacciones, de manera que contratar se torna menos costoso, más rápido y eficiente.

Por el contrario, si los costos de transacción son demasiado elevados entonces habrán menos contratos y con ello menor desarrollo del mercado y pérdida de los beneficios que su operación podría generar a los consumidores y a las empresas.

Los costes de transacción en el Comercio Electrónico, se explican en el uso de la tecnología cada vez más común y al mismo tiempo más barata y asimismo por las ventajas que traen el uso de estas tecnologías aplicadas al comercio: oferta de una variedad de servicios y productos, flexibilidad en los horarios, eliminación de desplazamientos. Sin embargo, esta reducción de los costes de transacción se ve contrarrestada por la elevación de los costes de cumplimiento. (La seguridad en los pagos, recepción puntual de la mercancía, entrega en buen estado de la misma, etc.).

- **Apertura de un nuevo mercado: “El Mercado Virtual”.** En la actualidad podemos distinguir dos tipos de mercado que conviven y en algunos casos se complementan entre sí, cada uno de estos goza de



características diferentes tanto en lo que se refiere a su funcionamiento como al papel de los agentes que lo componen; éstos son: el mercado tradicional o convencional y el mercado electrónico o virtual.

El mercado convencional se basa en la interacción física entre un vendedor y un comprador, también en un lugar físicamente determinado. El contacto entre ambos permite que el vendedor tenga un mayor conocimiento de las necesidades del cliente y por lo tanto pueda utilizar las herramientas necesarias para atraerlo hacia su o sus establecimientos.

Por su parte, el mercado virtual o electrónico se fundamenta en las nuevas tecnologías y, contrariamente al mercado convencional, permite que las transacciones comerciales se realicen sin importar el lugar físico donde se encuentre el comprador y el vendedor e incluso que la transacción se lleve a cabo en distintos momentos en el tiempo. En este mercado se produce el fenómeno de la desgeografización, no existen las fronteras entre los países, todos podemos contratar, el mercado se amplía, lo cual genera una mayor demanda de los bienes o servicios y la reducción de los precios, de los mismos. En otras palabras, se puede decir que el mercado se convierte en un mercado virtual, donde la distancia geográfica de las partes, no interesa para poder contratar. Es indudable que la globalización de los mercados y la rápida expansión de las tecnologías de la información y de la comunicación, proporcionan claros beneficios y ventajas en el comercio, pero asimismo se crean algunos riesgos, ya que dan lugar a nuevos contextos comerciales con los que las personas no están completamente familiarizadas. Los negocios de hoy dependen cada vez más de los sistemas informáticos,



por lo que se han hecho particularmente vulnerable, por falta de seguridad jurídica en estas transacciones.¹²

- **Globalización:** La globalización en la red permite la apertura de negocios en todo el mundo durante las 24 horas del día, por lo que aumentamos las posibilidades de éxito de nuestro negocio. Una capacidad de respuesta competitiva en tiempo real.¹³

1.1.4 Tipos de Comercio Electrónico.

Si bien existen diferentes clasificaciones y tipologías del Comercio Electrónico en la amplia red llamada internet, en las redes sociales (Facebook e Instagram) se reduce al comercio de bienes y servicios.

- **Comercio de bienes:** Es la negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías. Actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación. Se trata de la transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor (que puede ser dinero).¹⁴

A esto tenemos que agregarle el medio por el cual se realiza la negociación que son las redes sociales o sitios web, entonces el comercio de bienes que atañe a nuestra investigación es la negociación de venta y/o compra de productos o mercancías a cambio de dinero,

¹² NIETO MELGAREJO. PATRICIA. *Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico*. [consulta en línea]. Disponible en: <http://www.derecho.usmp.edu.pe/cedetec/articulos/el_comercio_electronico.pdf>

¹³ ANTEPORTAMLATINAM VALERO, JOSE MARIA, *Relevancia del E-COMMERCE para la empresa Actual*, Universidad de Valladolid, España, Soria Junio 2014.

¹⁴ ENCURED. *Enciclopedia Cubana*. [consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.ecured.cu/Comercio>>



dicha negociación se da de forma electrónica a través de cualquier red social como: Facebook e Instagram.

- **Comercio de servicios:** Por otro lado, el término servicios se ha utilizado y se utiliza muy a menudo para referirse a un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas. Las actividades de los servicios que pertenecen a este sector se suelen definir en un sentido muy general como las actividades que no producen bienes, entre ellas se encuentran la de distribución, el transporte, las comunicaciones, las instituciones financieras y los servicios a las empresas, los servicios sociales y personales.¹⁵

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

A esta tipología podemos añadir la siguiente clasificación del Comercio Electrónico, está en función al medio utilizado. La doctrina esboza las siguientes conceptualizaciones:

- **Comercio Electrónico directo o Comercio Electrónico online:** Es el que tiene por objeto la transacción de bienes intangibles, en los cuales el pedido, pago y envío se producen online, siendo claros ejemplos de esta

¹⁵ MORENO. MIGUEL, GÓMEZ. CLEMENTE Y DOMÍNGUEZ. JOSÉ. *Los servicios: conceptos, clasificación y problemas de medición*. Universidad de Alcalá, [Consulta en línea]. Disponible en: <file:///C:/Users/Belia%20Mairena/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf>



modalidad las transacciones de software y música. “El Comercio Electrónico directo es aquel que puede perfeccionarse contractualmente y completarse la ejecución del contrato y la satisfacción de los contratantes únicamente a través de la red, utilizando solamente medios electrónicos. La entrega de bienes se produce sin soporte físico, únicamente a través de la red. Por tanto, el contrato se perfecciona por medios electrónicos (título), pero también la “cosa” o, generalmente, el servicio se entrega o satisfacen electrónicamente”.

Otra definición sostiene que: “Es aquel que se lleva a cabo exclusivamente a través de un medio electrónico, típicamente Internet, por los que nos estamos refiriendo al comercio de bienes y/o servicios digitalizados”.

- **Comercio Electrónico Indirecto o Comercio Electrónico offline:** Es aquel utilizado para la adquisición de bienes tangibles, es decir aquellos contenidos en un soporte material. Si bien las transacciones se realizan electrónicamente, al ser cosas y objetos tangibles deben ser enviados usando canales de distribución tradicionales. “...por lo que la ejecución de esa obligación coincide con la que tendría lugar de haberse concluido la transacción por medio del comercio tradicional”.

El Comercio Electrónico indirecto comprende las transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles, que no pueden descargarse u obtenerse directamente a través de Internet. El contrato puede perfeccionarse en línea con todos sus elementos, pero su ejecución precisa de medios materiales que exceden al mundo virtual. Cabe precisar que si bien la contratación electrónica presupone la transmisión inmaterial a través de las redes informáticas de la declaración negociables y la marginación de documentos en papel, el



objeto de estos contratos pueden caer tranquilamente sobre el bien material cuya entrega física es necesaria para el cumplimiento, “pues sólo en ocasiones se trata de prestaciones susceptibles de ser ejecutadas por medio de la transmisión a través de la propia red de información digitalizada”.¹⁶

1.1.5 Sujetos que intervienen en el Comercio Electrónico.

El Comercio Electrónico constituye un acto jurídico con contenido patrimonial, es decir un contrato, con la peculiaridad que la comunicación entre las partes contratantes: aceptante y oferente se da por medios electrónicos. Entonces como en toda contratación en el Comercio Electrónico, intervienen dos o más sujetos, los cuales se dividen en: empresario (business), consumidores (consumer) y administración (government).

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

¹⁶ NIETO MELGAREJO. PATRICIA. *Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico*. [consulta en línea]. Disponible en: <http://www.derecho.usmp.edu.pe/cedetec/articulos/el_comercio_electronico.pdf>



de explotación se sustenta en tres soportes fundamentales: el empresario (sujeto organizador) el establecimiento (Objeto Organizado) y la Organización.

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

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



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

Es decir, que en esta noción de consumidor como prendería a los clientes de un empresario sin que sea relevante la finalidad perseguida por éstos al tomar parte en esa relación contractual. En este sentido, por tanto será considerado consumidor cualquier comprador, arrendatario, usuario, derecho habiente, espectador etc.

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

Al respecto Davara señala: “entendemos que el término administración es más adecuado pues engloba a otros organismos, además del poder ejecutivo, que pueden tener presencia en el entorno electrónico, como la administración de justicia o el parlamento, por ejemplo, u otras instituciones estatales designadas para tal intervención”.¹⁷

1.1.6 Elementos del Comercio Electrónico.

Básicamente los elementos que conformar el Comercio Electrónico son:

- Los sujetos descritos con anterioridad.
- Los productos o mercancías y los servicios en general.

¹⁷ NIETO MELGAREJO. PATRICIA. *Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico*. [consulta en línea]. Disponible en: <http://www.derecho.usmp.edu.pe/cedetec/articulos/el_comercio_electronico.pdf>



- Y el medio electrónico en concreto y que a nosotros nos concierne “las redes sociales”.

1.1.7 Ventajas del Comercio Electrónico

El Comercio Electrónico está en crecimiento potencial lo cual lo hace atractivo a los consumidores por los beneficios que este tipo de comercio puede proporcionar tanto a la persona que oferta como al que demanda, entre las ventajas tenemos las siguientes:

- **Tiene un alcance global (ventas a nivel internacional):** El E-COMMERCE le permite a las empresas grandes y pequeñas tener un alcance global y vender sus productos en todo el mundo, sólo debes descubrir dónde se encuentra tu público, es decir, satisface las demandas del mercado nacional e internacional, debido que sus actividades comerciales ya no están restringidas por límites geográficos.
- **Bajo costo financiero:** Uno de los beneficios del Comercio Electrónico es que no requiere una gran inversión para comenzar el negocio, a diferencia de las tiendas físicas que deben pagar mucho dinero en alquiler e inversión en cosas como el diseño y letrero de la tienda, comprar inventario, equipos de ventas, entre otros. Asimismo, las tiendas físicas también deben emplear personal para que trabajen en sus distintas locaciones, y puede que deban contratar personal de seguridad, dependiendo del valor de los productos en la tienda.
- **Ingresos potenciales las 24 horas del día:** Una de las principales ventajas del Comercio Electrónico es que las tiendas online generalmente siempre están abiertas y los anuncios publicitarios pueden a traer a cualquier cliente potencial en cualquier horario. De igual



forma, comprar en línea puede resultar muy práctico para personas con horarios de trabajo inusuales o que no tienen tiempo de hacerlo en persona.

- **Gran variedad de oferta para los clientes:** El Comercio Electrónico brinda a los clientes la oportunidad de buscar productos más baratos y de la calidad que estos deseen.
- **Sin problema de compras convencionales:** A parte de que ofrece una amplia gama de productos y servicios el Comercio Electrónico evita las grandes molestias que puede conllevar una compra convencional como lo es la carga de las compras, el traslado de estas y la pérdida de tiempo. Además de esto, las personas también encuentran reseñas publicadas por otros clientes sobre los productos comprados en un sitio de comercio electrónico en particular, que pueden ayudar a tomar decisiones de compra.
- **Empleados accesibles:** Una tienda online no requiere la cantidad de empleados que una tienda física, y tampoco necesitas contratar personal para lanzar la tienda. Al principio, puedes manejar tu negocio de Comercio Electrónico por ti mismo.
- **Es más fácil promover el impulso por las compras:** Esto se puede lograr incluyendo en la plataforma digital, fotos llamativas de los productos y crear anuncios digitales que fomenten la compra de estos.
- **Puedes hacer crecer tu negocio rápidamente:** Puedes incrementar tu presupuesto en publicidad cuando los anuncios están funcionando correctamente. En el caso del dropshipping, por el contrario, puedes añadir nuevos productos a tu tienda sin tener que preocuparte por enviar productos o mantener un inventario, lo que te permitirá crecer



rápidamente. Además de que al ser un negocio a través de la red te evitas la inversión estructural que se hace en las tiendas físicas¹⁸.

1.1.8 Desventajas del Comercio Electrónico

Entre las ventajas del Comercio Electrónico tenemos las siguientes:

- **No puedes vender si tu página se cae:** Una de las peores desventajas del Comercio Electrónico es que nadie puede comprar si la página de tu cuenta se cae o si la red social a través de la que estas ofertando tu producto deja de funcionar.
- **Los clientes no pueden probar el artículo antes de comprarlo:** Debido a que es una tienda online y el producto solo es ofertado generalmente a través de fotos y videos el cliente no tiene la posibilidad de palparlo o probarlo, de manera que no sabe cómo es realmente ese producto hasta que lo recibe.
- **Los clientes pueden ser impacientes:** En una tienda física, si un cliente tiene una pregunta puede dirigirse a uno de los vendedores para que responda a su inquietud. Sin embargo, en el comercio digital la mayoría de los negocios tardan en responder a las consultas de sus clientes. La realidad es que la mayoría de los clientes esperan obtener una respuesta en redes sociales en el lapso de una hora. Si te tardas mucho en responderles, pueden sentirse ofendidos e irse a comprar a otra parte.

¹⁸ NICOLE MARTINS FERREIRA, OBERLO BLOG, *20 Ventajas y desventajas que debes conocer acerca del ECOMMERCE*, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.oberlo.es/blog/ventajas-y-desventajas-que-debes-conocer-acerca-del-ecommerce>>



- **Tiempo de envío de productos:** Para los clientes, los tiempos de envío son una de las peores desventajas del E-COMMERCE. Cuando un cliente compra en persona, puede llevarse su producto a casa de una vez. Sin embargo, cuando lo hace en línea, la mayoría tarda al menos una semana o más en recibir el producto.
- **Falta de Autenticidad y Seguridad:** Debido a la falta de confianza, un gran número de personas no utiliza Internet para ningún tipo de transacción financiera. Muchas personas tienen reservas con respecto al requisito de divulgar información personal y privada por cuestiones de seguridad. Algunas personas simplemente se niegan a confiar en la autenticidad de transacciones comerciales completamente impersonales, como en el caso del Comercio Electrónico. Además no existe seguridad para el consumidor de que se le entregue el producto que se oferta, puede ser estafado o víctima de publicidad engañoso
- **Tiene ciertos inconvenientes:** La gente prefiere comprar de forma convencional que utilizar el Comercio Electrónico para comprar productos alimenticios y objetos que deben sentirse y tocarse antes de realizar la compra. Por lo tanto, el Comercio Electrónico no es adecuado para tales sectores comerciales. Sin embargo, devolver el producto y obtener un reembolso puede ser aún más problemático y requerir más tiempo que comprar, en caso de que no esté satisfecho con un producto en particular.¹⁹

¹⁹ NANA GONZALES, CANARIAS DIGITAL BLOG, *Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico (E-Commerce)*, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: <https://canarias-digital.com/ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico-e-commerce/> >



1.2 El Comercio Electrónico de bienes según nuestra legislación.

El comercio en sentido amplio es una actividad lucrativa para la sociedad y en esta era toma cada día más auge el Comercio Electrónico y nuestro país se incluye a este fenómeno comercial, pues cada vez es más frecuente la utilización de medios informáticos para la realización de transacciones comerciales no solo en páginas web sino también en las redes sociales con especial importancia en Facebook e Instagram, en los que no solo se le da publicidad a diversos bienes y servicios sino también se realizan compras y ventas cabe señalar que la mayoría de estos comercios solo existen en línea; y aunque formalmente no existe regulación especializada sobre la materia esta actividad se rige por reglas generales del derecho común y por ciertas normas especiales y algunas de estas son:

- **Constitución Política de Nicaragua:** El artículo 99 establece que el ejercicio de las actividades económicas corresponde primordialmente a los particulares y que el Estado garantiza el libre mercado²⁰; así que desde esta perspectiva las personas naturales que realizan actividades comerciales en línea tienen libertad de hacerlo.
- **La ley de firma electrónica:** La ley 729 da pauta general para la realización de actividades en línea incluidas las de Comercio Electrónico en los que se utilice la firma electrónica, especifica en el artículo 1 y 2 que tiene como objetivo regular la eficacia y validez de la firma electrónica como también regular todos los actos o contratos en que se utilice firma electrónica en el contexto de las actividades no

²⁰Constitución Política de Nicaragua con reformas incorporadas, 2014, [Consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.asamblea.gob.ni/assets/constitucion.pdf>>



comerciales y comerciales, que garanticen su autenticidad e integridad de los documentos electrónicos.²¹

- I. ***Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias:*** La ley 842 es un cuerpo normativo importante no solo por la regulación de las relaciones de los usuarios y consumidores si no por la delimitación de estas relaciones comerciales tanto el comercio convencional como en el electrónico pues en el artículo 77 expresa que las transacciones por medios electrónicos son aquellas efectuadas entre personas proveedoras y las consumidoras y usuarias a través del uso de medios electrónicos, digitales o de cualquier otra tecnología y que la ley de la materia completará las disposiciones establecidas en la presente ley y su reglamento, siempre en función de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias que utilizan las operaciones por medios electrónicos o de otra tecnología para efectuar sus compras o adquisiciones de bienes o servicios, a como hemos hecho mención no existe una ley especializada de Comercio Electrónico pero si existe cierta regulación en cuanto a pocos puntos uno de ellos es este de la protección de los usuarios y consumidores en las transacciones por vía electrónica y no podríamos decir que existe especialidad en la protección de los usuarios y consumidores en el Comercio Electrónico pues nuestra ley solo le da 4 artículo para la regulación del mismo, otro punto importante son las formalidades establecidas para la contratación por vía electrónica establecidas en el artículo 80 que son:

- a. Los pagos por concepto de compra efectuada a través de transacciones electrónicas serán reconocidos por parte de

²¹ Ley 729. “Ley de firma electrónica”. En la Gaceta, Diario oficial del 30 de agosto de 2010. No 165. Pág. 4683.



- la persona proveedora mediante facturas u otras expresiones que se enviarán vía electrónica a la persona consumidora para su debido control.
- b. Las personas proveedoras estarán obligadas a mantener un registro de estos pagos electrónicos, con su respaldo de seguridad respectivo, durante el tiempo que establezcan las leyes respectivas, luego de la realización de la compra.
 - c. La persona proveedora enviará vía electrónica a la persona consumidora el contrato de compraventa del bien o servicio adquirido que contenga las mismas características y requisitos de los contratos de compraventa normalmente celebrados en los casos de bienes o servicios de prestación o ejecución sucesiva o continua, conteniendo información sobre las cláusulas, términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por la persona proveedora, fecha de entrega del producto y garantías según sea el caso.²²

²² Ley No.842, “Ley de Protección de los derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias”. en la Gaceta Diario Oficial, No.129 del 11 de julio del año 2013.



Capítulo II

LA EVASIÓN FISCAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES EN NICARAGUA.

2.1 Definiciones

2.1.1 Definición de Impuestos

Según el Código Tributario Nicaragüense en su artículo 9 segundo párrafo estipula que el impuesto es el tributo cuya obligación se genera al producirse el hecho generador contemplado en la ley y obliga al pago de una prestación a favor del Estado, sin contraprestación individualizada en el contribuyente.²³

Otra definición establece que un impuesto es un tributo que se paga al Estado para soportar los gastos públicos. Estos pagos obligatorios son exigidos tanto a personas físicas como a personas jurídicas. Es decir que la colecta de impuestos es la forma que tiene el Estado para financiarse y obtener recursos para realizar sus funciones.²⁴

Eherberg estipula que “Los impuestos son prestaciones en dinero, al Estado y demás entidades de Derecho Público, que las mismas reclaman en virtud de su poder coactivo, en forma y cuantía determinadas unilateralmente y sin contraprestación especial con el fin de satisfacer las necesidades colectivas.”²⁵

²³ Ley No. 562. Código Tributario de la Republica de Nicaragua, aprobado el 28 de octubre del año 2005. En La Gaceta, Diario Oficial, No. 227 del 23 de Noviembre del 2005.

²⁴ GLOSARIO DE CONTABILIDAD, *Impuestos de Actividades Económicas*, [Consulta en línea], disponible en: <<https://debitoor.es/glosario/definicion-impuesto>>

²⁵ FLORES ZAVALA, ERNESTO. “*Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas*”, Ed. México D.F. 1946, p. 33



Según nuestra legislación existen diferentes tipos de impuesto en dependencia de la operación o hecho imponible o generador pero el impuesto que es de nuestra investigación es el Impuesto sobre el Valor Agregado (I.V.A).

Y Según el artículo 107 de la Ley de Concertación Tributaria Nicaragüense, el IVA es el impuesto del valor agregado, el cual grava los actos realizados en el territorio nicaragüense sobre las actividades siguientes:

- ✓ Enajenación de bienes.
- ✓ Importación e internación de bienes.
- ✓ Exportación de bienes y servicios.
- ✓ Prestación de servicios y uso o goce de bienes.

El artículo 108 estipula que el IVA, es un impuesto indirecto que grava el consumo general de los bienes o mercancías, servicios y el uso o goce de bienes, mediante la técnica del valor agregado.²⁶

La alícuota del IVA en nuestro país es del quince por ciento (15%), salvo en las exportaciones de bienes de producción nacional y de los servicios prestados al exterior, sobre los cuales se aplicará una alícuota de cero por ciento (0%), siempre y cuando esta sea de producción nacional, para su uso o consumo en el exterior.

En cuanto a la doctrina, el IVA es también conocido como impuesto de valor añadido es un tributo de naturaleza indirecta aplicable al consumo doméstico de bienes y servicios producidos tanto en el territorio nacional como en el exterior. La labor principal del IVA es la de gravar las entregas de bienes y

²⁶ Ley No. 822. “Ley de Concertación Tributaria de la Republica de Nicaragua”. En la Gaceta, Diario Oficial, No. 241, del 17 de diciembre del año 2012.



prestaciones de servicios que realizan empresarios y profesionales, las adquisiciones intracomunitarias y las importaciones de bienes.²⁷

Además del IVA existe el IR, según el artículo 3 de la ley de Concertación Tributaria Nicaragüense el IR, es el impuesto sobre la renta, es un impuesto directo y personal que grava las siguientes rentas de fuente nicaragüense obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes que son:

- ✓ Las rentas de trabajo.
- ✓ Las rentas de las actividades económicas.
- ✓ Las rentas de capital y ganancias perdidas de capital.

Así mismo el IR grava cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exoneradas por ley.²⁸

2.1.1 Definición de Evasión Fiscal

Evasión fiscal conlleva de forma intrínseca el fraude, el fraude al fisco. Debido a que el contribuyente a pesar de tener una carga física con el fisco, se abstiene de presentar su declaración de renta, oculta información relevante. Ingresos, costos, con el objetivo de engañar al fisco para evitar el pago de impuestos (*Colombia Corte Constitucional, 1993*).²⁹

La evasión fiscal o tributaria es toda eliminación o disminución de un monto tributario, por quienes están jurídicamente obligados a abonarlo, y que logran tal resultado mediante conductas fraudulentas u omisivas violatorias a

²⁷ BBVA, *Que es el IVA*, Página web, [consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.bbva.com/es/que-es-el-iva/>>

²⁸ Ley No. 822. “Ley de Concertación Tributaria de la Republica de Nicaragua”. En la Gaceta, Diario Oficial, No. 241, del 17 de diciembre del año 2012.

²⁹ BEDOYA, OMAR, RUA, WILSON, *El concepto de evasión y elusión en términos de la Corte Constitucional, el Consejo de Estado y la Administración de impuestos y Aduanas Nacionales*, Contaduría Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia, 2016.



disposiciones legales. La evasión constituye un fenómeno que además de erosionar los ingresos del Estado y causar un efecto nocivo sobre los recursos tributarios, deteriora la estructura económica y social del país.³⁰

Otra definición estipula que evasión fiscal es el no pago de una contribución, se trata de la violación a la ley que establece la obligación de pagar al fisco lo que este órgano tiene derecho a exigir. Por ende, es la evasión el incumplimiento de un deber legal tipificado que surge de lo que se llama hecho generador del crédito fiscal.

2.2 La evasión fiscal del Comercio Electrónico en Nicaragua.

Ya que con antelación hemos abordado de forma general el término “evasión fiscal” cabe señalar que dicha temática es una problemática de orden general pues ya sea en gran medida o menos escala se da en cualquier parte del mundo pues aunque existan las leyes tributarias y un órgano encargado, el animus de los evasores es beneficiarse así mismo evadiendo dichas normas, nuestro país no es la excepción y es difícil determinar en qué medida se realiza dicha actividad aunque es evidente que se perpetra la evasión.

Para determinar con exactitud lo referente a la evasión fiscal es imprescindible determinar los sujetos y la relación de los mismos en esta actividad, la relación general entre el fisco y los ciudadanos es aquella que se da cuando el Estado a través de uno de sus órganos, en nuestro caso el Ministerio de Hacienda y Crédito Público mediante la Dirección General de Ingresos que percibe los tributos de las personas naturales o jurídicas obligadas a enterarlos; el Estado por medio de la Administración Tributaria es el sujeto activo o acreedor de la

³⁰ CARLOS MORALES, FRANCISCO RUIZ, WALTER YCAZA, *Análisis de la evasión fiscal en el impuesto a la renta de Ecuador*, [versión PDF].



obligación tributaria y está facultado legalmente para exigir su cumplimiento y el sujeto pasivo de esta relación es el obligado por la ley al cumplimiento de la obligación tributaria ya sea en calidad de contribuyente o responsable³¹, pudiendo ser este una persona natural o jurídica.

Por otro lado, la relación existente entre estos sujetos en la evasión fiscal es completamente distinta pues aquí el sujeto activo se vuelve pasivo y viceversa; ya que la persona natural o jurídica que está obligada a enterar sus impuestos infracciona la norma y quien pierde en esta actividad es el Estado pues no recibe lo que debería según lo señalado en las normas tributarias.

Nuestro Código Tributario hace referencia a los ilícitos tributarios que es básicamente aquel incumplimiento de las normas tributarias sustanciales o formales, dentro de estos ilícitos están las infracciones y delitos tributarios, y en relación a la evasión tributaria se regula como infracción pues se efectúa la omisión de presentar declaración y este hecho será sancionado por la Administración Tributaria con cualquiera de las siguientes sanciones contenidas en el artículo 124 del Código Tributario de Nicaragua:

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

³¹Ley No. 562. “Código Tributario de la República de Nicaragua”. En La Gaceta Diario, Oficial No. 227 del 23 de noviembre del 2005.



Por otro lado, el delito tributario de la evasión fiscal está regulado por nuestro Código Penal tipificado como Defraudación Tributaria, el artículo 303 que literalmente dice así: “Será sancionado con la pena de seis meses a tres años de prisión y una multa equivalente al doble del valor defraudado o intentado defraudar siempre que la cuantía sea superior a la suma de diez salarios mínimos del sector industrial y no mayor a veinticinco, a quien evada total o parcialmente el pago de una obligación fiscal, cuando:

- a. Se beneficie ilegalmente de un estímulo fiscal o reintegro de impuestos;
- b. Omite el deber de presentar declaración fiscal o suministre información falsa;
- c. Oculte total o parcialmente la realidad de su negocio en cuanto a producción de bienes y servicios o montos de ventas;
- d. Incumpla el deber de expedir facturas por ventas realizadas o recibos por servicios profesionales prestados; y
- e. Omite el pago de impuestos mediante timbre o sellos fiscales en los documentos determinados por la ley.

Cuando el monto de lo defraudado o intentado defraudar exceda del equivalente a veinticinco salarios mínimos del sector industrial, el delito de defraudación fiscal se sancionará con prisión de tres a cinco años y multa equivalente al doble del valor defraudado o intentado defraudar”³²

Todo lo señalado es con respecto a la evasión fiscal en general, ahora bien, la evasión fiscal de bienes por medios electrónicos es evidente y cada vez más

³² Ley 641. “Código Penal de la Republica de Nicaragua”. En la Gaceta, Diario Oficial del 5, 6, 7, 8 y 9 de mayo de 2008, Nos. 83, 84, 85, 86, 87. Pág. 124



frecuente pues cuando alguien ingresa a una red social hay un post referido a venta de un sin número de bienes.

La mayoría de los oferentes en redes sociales o sitios web ni siquiera están inscritos en la Dirección General de Ingresos lo que hace de esta actividad, el Comercio Electrónico informal e infractora de las normas tributarias e incluso penales si se aplicara lo establecido en las normas tributarias para esta actividad económica.

Según lo señalado en el artículo 18 de nuestro Código Tributario son contribuyentes aquellas personas directamente obligadas al cumplimiento de la obligación tributaria por encontrarse, respecto al hecho generador, en la situación prevista por la ley por lo tanto podríamos llamar a estas personas naturales que operan con el Comercio Electrónico indirecto en las redes sociales como contribuyentes y por ende de acuerdo al artículo 103 del mismo cuerpo normativo es obligación registrarse en el registro del contribuyente y el incumplimiento de este deber acarrea sanción ya señaladas con anterioridad por ser una infracción tributaria, desde este punto de vista cometen una infracción tributaria pero ¿Cuál sería la sanción o tratamiento que se le da o se le daría a este contribuyente que no se encuentra registrado, que no tiene un comercio físico pero que si realiza actividades comerciales?.

Viéndolo de esta forma y de acuerdo al artículo 4 del Código Tributario que literalmente dice: “Las Normas Tributarias se deben interpretar con arreglo a todos los métodos admitidos en el Derecho Común y los establecidos en los Convenios Internacionales con fundamento en la Legislación Internacional respectiva. En todo caso, la interpretación tiene un objetivo eminentemente aclaratorio o explicativo y no implica en forma alguna que por esta vía se pueda crear, alterar, modificar o suprimir disposiciones legales existentes”.



Las situaciones que no puedan resolverse mediante las disposiciones de este Código o de las leyes específicas sobre cada materia, serán reguladas supletoriamente por las Normas de Derecho Común.

La analogía es procedimiento admisible para llenar los vacíos legales, pero en virtud de ella no pueden crearse tributos, ni exenciones, exoneraciones u otros beneficios, como tampoco puede tipificar infracciones o delitos, ni establecer sanciones. No se podrá aplicar la analogía cuando por esta vía se contraponga altere o modifique cualquiera de las disposiciones legales vigentes en materia tributaria” podemos entender que no es posible aplicar la ley tributaria con respecto al comercio electrónico por las restricciones establecidas en este texto y es aquí donde esta actividad tiene gran impacto en nuestra legislación pues a como la sociedad avanza, el Derecho debe avanzar con ella para poder normar esta conducta.

Las actividades del Comercio Electrónico tienen trascendencia social, estatal y jurídica; social debido a que la sociedad avanza utilizando las diferentes herramientas para acceder a los productos o servicios de mejor calidad y a menos costos; estatal porque el Estado debe garantizar a sus ciudadanos la seguridad jurídica y comercial en estas actividades creando las normas e instituciones especializadas sobre la materia; y jurídico debido a que debe existir todo un sistema que regule desde la contratación hasta la entrega de los productos para de esta forma evitar las posibles infracciones que puedan darse no solo a las leyes tributarias sino también las civiles, mercantiles y penales evitando algunas conductas atípicas que puedan darse como:

- Estafas electrónicas,
- Falsedades documentales,
- Publicidad engañosa,



- Publicidad abusiva, etc...

Por esto y pese a que en nuestra legislación existan mecanismos y diferentes cuerpos normativos que regulen con cierta ligereza las actividades del Comercio Electrónico es preciso una legislación especializada en la materia, una normativa que regule desde la contratación hasta la tributación de esta actividad.



Capítulo III

CRITERIO SOBRE LOS DIVERSOS ASPECTOS PARA LA POSIBLE REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU TRIBUTACIÓN EN NICARAGUA.

Visión general de la regulación del Comercio Electrónico de Bienes.

La perspectiva general sobre el Comercio Electrónico de bienes (materiales e inmateriales) es actualmente un fenómeno mundial, una problemática existente debido a la dificultad de su regulación y el gran ámbito de actividad de este en los diversos medios tecnológicos existentes, ya que el internet es una herramienta que nos permite estar en tiempo real realizando todo tipo transacciones referentes a actividades comerciales que pueden ser realizadas a nivel nacional como internacional, siendo así un mercado sin fronteras, es por esto que poco a poco los países debemos ir adaptándonos a este impacto que ha sido denominado Comercio Electrónico y que necesita su propio marco de regulación jurídica.

Existe a nivel internacional una acertada adaptación al nuevo mercado que se abre puerta con la llegada del Comercio Electrónico, que es lógico que se vea rezagada en algunos países por la dificultad de su ámbito de regulación, es decir, existen países que no tienen ningún tipo de regulación, en cambio existen otros que ya han comenzado a realizar modificaciones en su legislación interna para comenzar a regular y adaptar algunos apartados sobre Comercio Electrónico y otros países que están realizando avances como proyectos de ley donde intentan tratar de concretar una normativa sobre Comercio Electrónico y su forma de tributación, estas normativas actualmente



van en escala pues no están regulando el Comercio Electrónico de una forma completa, sino comenzando poco a poco con ciertas singularidades, pues es difícil regular en totalidad un fenómeno de gran magnitud a nivel mundial, que se ha desarrollado con la tecnología y que avanza a pasos gigantescos a la par de esta.

Las normativas internacionales por medio de las cuales se está regulando actualmente el Comercio Electrónico se han centrado en tener la visión de primeramente, regular el comercio directo (online), es decir, los bienes inmateriales o intangibles, en este caso tenemos diversos países que ya tienen una normativa específica por medio de la cual están regulando este tipo de actividad comercial, como lo es la legislación española a través de sus principales leyes que son:

1. **Ley de servicios de la sociedad de información y de Comercio Electrónico. Ley 34/2002 del 11 de julio de 2002³³**. Esta ley estipula la regulación del régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, además de esto establece a los sujetos que están regidos por ella que estén dentro de territorio español, sean país miembro de la Unión Europea o que sean un país no miembro pero que tenga algún acuerdo internacional con estos. Así mismo, esta ley establece un principio de libre prestación de servicios para los miembros de la Unión Europea y españoles, pero esto no los exime de registrarse pues deben tener una constancia registral y un número fiscal, esta normativa también regula la moderación de contenido indeseado para detectar y retirar comunicaciones que no

³³ Disponible en el sitio web español:< <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>>



fueron solicitadas, regulando también la contratación electrónica como un contrato normal la única diferencia es la utilización de la firma electrónica.

- 2. Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios. Decreto legislativo 01/2007 del 16 de noviembre de 2007³⁴.** Esta ley proclama primeramente la irrenunciabilidad de los derechos de los consumidores y usuarios y en caso de que se dé la contratación se establece un máximo de 30 días para que se entregue el producto solicitado a menos que se acordara algo diferente, así mismo señala que en la contratación a distancia por vía electrónica el empresario está obligado a poner en conocimiento al usuario o consumidor sobre la forma de pago del producto antes de la realización del pedido así mismo deberán indicar el procedimiento de la compra, la existencia de algún tipo de restricción de la entrega del producto.

En caso de que el producto no sea enviado en los términos solicitados el consumidor o usuario tiene derecho la reparación del producto, a su sustitución, a la rebaja del precio o a la resolución del contrato, existe en este cuerpo normativo especialidad en cuanto a la protección de los usuarios y consumidores concretamente con el Comercio Electrónico.

- 3. Ley de Impuesto de Valor Agregado. I.V.A. Ley 37/1992 del 23 de diciembre³⁵.** Es la ley que regula la tributación del Comercio Electrónico indirecto, en esta se establece que el IVA es considerado un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo gravando

³⁴ Disponible en el sitio web español: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>>

³⁵ Disponible en sitio web español: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28740>>



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

En cuanto a la panorámica Americana a nivel internacional, diversos países se han sumado a los intentos por comenzar a regular el Comercio Electrónico con proyectos de ley y otros con su ya regulación interna aprobada tomando como punto de referencia la denominada “Ley Modelo” la cual tiene el propósito de permitir y facilitar que el comercio se lleve a cabo a través del uso de medios electrónicos, al dotar a los legisladores nacionales con un conjunto de normas aceptadas a nivel internacional que buscan eliminar las barreras legales e incrementar la previsibilidad jurídica para el Comercio Electrónico³⁶. La parte I (primera) de esta ley modelo abarca el Comercio Electrónico en general, es decir lo referente al ámbito de aplicación a todo tipo de información en forma de mensajes de datos utilizada en el contexto de actividades comerciales, definiciones y los requisitos jurídicos aplicables a los mensajes de datos, la parte II (segunda) abarca el Comercio Electrónico en áreas específicas, en este caso, el transporte de mercancías. Además de formular los conceptos jurídicos de la no discriminación, la neutralidad tecnológica y la equivalencia funcional,

³⁶ GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO, *Ley Modelo de la CNUDMI sobre el Comercio Electrónico*, sitio web, [consulta en línea]. Disponible en: <<http://tfig.unece.org/SP/contents/uncitral-model-law-ecommerce.htm>>.



la Ley modelo establece normas para la formación y la validez de los contratos que se celebran por medios electrónicos, para la atribución de mensajes de datos, para el acuso de recibo, para determinar el lugar y el momento del envío y la recepción de los mensajes de datos.

Esta ley modelo fue emitida por el La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) en el año 1996 y tomada como punto de partida por algunos países principalmente de Sur América para la creación de su propia legislación como fue el caso de Colombia que tomando esta ley como referencia creo su propia legislación internada dando lugar a la creación de la siguiente legislación:

- **Ley 527 del 1999 que regula el Comercio Electrónico de Colombia,** la cual establece que será de aplicación a toda información en forma de mensaje de datos estableciendo dos excepciones una en las obligaciones contraídas por el estado en virtud de convenios internacionales y la segunda en las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas, en el caso de los mensajes de datos según lo que estipula la legislación estos deben contener información que pueda ser consultada posteriormente, estos mensajes de datos cuentan con admisibilidad y fuerza probatoria y cabe destacar que para la contracción la oferta y la aceptación se podrá expresar por medio de un mensaje de datos. De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo estableciéndose esto como regla general. En el caso del Comercio Electrónico de mercancía la legislación lo regula porque el soporte de lo que contiene la mercancía, así como su



destinatario y características se encuentran en un soporte digital consensuado a través de los mensajes de datos. Las firmas digitales se podrán firma en los mensajes de datos y deben ser únicas de la persona que las usa. En esta legislación acerca el Comercio Electrónico no se establece la forma de tributación de las personas que realizan el comercio a través de los denominados mensajes de datos.

- En cuanto a la tributación, el país colombiano no ha logrado aún establecer un procedimiento de tributación para bienes materiales o para los bienes intangibles, están en proceso de concretar avances en su legislación en materia tributaria pues están comenzando a estipular en sus leyes pautas para primeramente tener un mayor control sobre la existencia de los sitios o páginas en las que se desarrolle este comercio, por ejemplo tenemos lo estipulado en la Ley 633/2000 en el artículo 91 que establece que todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la información de transacciones económicas que esta entidad requiera³⁷. Aunque implícitamente no hace referencia a la materia fiscal la obligación consagrada está encaminada a tener un mayor control sobre dichos espacios de Comercio Electrónico.

³⁷ Ley 633/2000 con su reglamentación, disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial, Colombia, [Consulta en línea]. Disponible en: <https://www.colciencias.gov.co/node/282>



Otro aspecto que es relevante destacar en cuanto a la tributación en Colombia es que los bienes intangibles están excluidos expresamente por disposición legal al no mencionarlos dentro de la norma estos no gravan IVA siempre que se encuentren en un soporte digital, pero si estos pasan del soporte digital a un soporte físico si generarían IVA, según lo dispuesto en el artículo 173 inciso A de la ley 1819, que establece explícitamente: Arto.173. Modifíquese el artículo 420 del estatuto tributario el cual quedará así:

ART. 420. Hechos sobre los que recae el impuesto. El impuesto a las ventas se aplicará sobre:

a) La venta de bienes corporales muebles e inmuebles.

Así mismo como Colombia se ha sumado a tratar de comenzar a regular de alguna forma el Comercio Electrónico, otros países también lo están intentando, tomando en cuenta la antes mencionada Ley Modelo, países como Venezuela y Bolivia están en el mismo proceso de los colombianos intentando regular esta actividad comercial, para no quedarse rezagados como otros países que son hasta la actualidad los que están dejando abierto el espacio cibernético como una zona “Duty Free”, es decir una zona donde no existen impuestos para este tipo de comercio, ni existe una regulación para esto como es el caso de nuestro país Nicaragua y nuestros vecinos los países Centro Americanos que no hemos intentado crear alguna normativa para esta actividad comercial.

En cuanto a los países Europeos, estos están avanzados en este tipo de regulación en comparación con los países americanos, ya que tienen su normativa interna que regula una parte de lo que se realiza en el Comercio Electrónico, queda claro que aún tenemos todos un camino largo que recorrer



en esta materia, pero los avances están ahí, son palpables y así se da una pauta para regular la materia que falta en todo lo referente al fenómeno del Comercio Electrónico y lo que acarrea esta actividad.

Desafíos de la regulación del Comercio Electrónico de bienes y su tributación en Nicaragua.

A lo largo de esta investigación se ha abordado sobre la poca o nula regulación del Comercio Electrónico en el país, este es un fenómeno que por su magnitud y complejidad es casi imposible de normar completamente; por una parte, debería existir una norma especializada que regule desde la contratación hasta la entrega de mercancías y por otro una que regule la tributación de esta actividad pero existen ciertos aspectos que hacen que todavía no exista una regulación al respecto, según nuestro criterio:

1. Legislativo, en este sentido pese a la existencia palpable e innegable de la actividad, un cuerpo normativo que regule cada actividad relacionada al Comercio Electrónico como lo es la modalidad del Comercio Electrónico de bienes en las redes sociales, sería restrictiva en cierto punto pues existe la libertad de comercio sin importar la plataforma que se utilice para este.
2. Administrativo, las instituciones estatales no cuentan con la capacidad tanto formal como material para poder controlar el Comercio Electrónico, tendrían que estar dotados de una división y equipo especializado que se dedique en tiempo completo a la búsqueda de páginas y perfiles que se dediquen a esta actividad que no tengan un espacio físico.
3. Económico, por ser un país en vías de desarrollo tenemos limitación para emprender nuevos proyectos y en especial aquellos tecnológicos,



el intento de regular esta actividad implicaría una inversión millonaria en equipos y creación de programas especializados.

4. Redes Sociales, en cuanto las limitaciones para regular el Comercio Electrónico en las redes sociales, éstas se dan debido a que dichas redes están sujetas a las legislaciones del país donde fueron creadas y principalmente a sus propia políticas y normas comunitarias que rigen dichos sitios, Facebook e Instagram establecen en sus sitios las políticas de comercio que estos poseen, las cuales se aplican a todas las publicaciones de Marketplace, grupos de compra y venta, secciones de tienda de las páginas, así mismo, a las publicaciones de productos de compras en Instagram, en las normas comunitarias establecen algo importante que es la seguridad y se comprometen a eliminar cualquier contenido que fomente situaciones dañinas como daños físicos, económicos y emocionales, en las políticas de estas redes estipulan que es lo que está prohibido y que está permitido por ejemplo, se prohíbe promocionar la venta de tabaco, complementos alimenticios no seguros, la venta de animales, ofertas o productos engañosos.

Pero muchas de estas cosas que están prohibidas se ven en las páginas de dichas redes y se realizan compra y venta de estos productos sin ninguna regulación por parte de la misma red que supuestamente lo tiene como prohibición, por ende esto es difícil de regular para la propia página web, en cuando a la seguridad dichas redes protegen la privacidad de las personas que las utilizan, y estipulan que dicha persona es quien decide que datos proporciona y que datos no, lo cual dificulta que se pueda saber si la persona que tiene una página en dichas redes sociales y comercia en ellas es quien dice ser y no solo esto es una limitación sino que las misma políticas que ellos estipulan



limitarían de alguna manera la forma de tratar de conseguir información importante de los usuarios que tienen página en estas redes donde realizan una actividad comercial, pues sería necesario primeramente tener un permiso de esta red para poder acceder a la información que pueda necesitarse para regular la evasión que se realiza a través del Comercio Electrónico en dichas redes.

Por otra parte, se podrían realizar intentos de regulación pese a las limitaciones antes vistas, lo primero a realizarse sería una ley especializada que regule el Comercio Electrónico de bienes en general tomando en consideración la “Ley modelo”, expresando en esta:

- Los sujetos autorizados que pueden realizar esta actividad o aquellos que rige la ley.
- La necesidad de registro para tener un control de las mismas,
- Las formalidades que deben tomarse en cuenta para la realización de contrataciones electrónicas de bienes especificando en el mismo las generales de las partes contratantes, características, especificaciones y singularidades del bien ofrecido, el precio del mismo, la forma de pago, el medio de envío del bien, así mismo en este se debe expresar que en caso de inconformidad o de que el bien entregado no sea el solicitado o tenga algún defecto que no pueda ser subsanado se puede realizar las siguientes acciones siempre y cuando las partes estén de acuerdo:
 - ✓ La resolución del contrato.
 - ✓ La devolución de los pagos efectuados.
 - ✓ La devolución del producto y el cambio de este por otro igual u otro diferente, pero del mismo valor y calidad.



- Las causales por las que se puede resolver el contrato, ya sea porque no se entregó el bien establecido en el contrato o por la demora en el envío de este, la falta de pago, etc...
- Las obligaciones de los contratantes por vía electrónica.
- Establecer el plazo para la entrega de los bienes.
- Determinar la obligatoriedad del consentimiento o aceptación del contrato de forma expresa y taxativa.
- La realización de un régimen especial del Comercio Electrónico de bienes en el que se especifique que aquellos sitios web o páginas web que no tengan un local o espacio físico estarán sujetos a este régimen debiendo pagar el impuesto que corresponda por la actividad realizada, quedando obligados a registrarse ante la DGI como contribuyentes, además deberán tener un soporte electrónico de las transacciones o venta realizadas pudiendo habilitarse las facturas electrónicas para ello con un código especial como cualquier contribuyente.

Por otro lado, si se buscara una forma de regular el Comercio Electrónico a través de las redes sociales se podría aplicar lo antes mencionado y además crear un programa que depure los perfiles o páginas que son utilizados para realizar Comercio Electrónico teniendo que solicitar a las redes sociales permiso para acceder a este tipo de información lo cual es prácticamente insostenible ya que estas tienen ciertas políticas de privacidad así que en esta área quedaríamos igual a como estamos ahora a menos que la DGI se dé a la tarea de ir perfil por perfil a verificar dichas páginas de ventas lo cual sería una tarea bastante engorrosa y complicada pero no imposible de realizar.



En cuanto a esta regulación la DGI necesitaría de una oficina especializada a través de la cual depurar páginas de compra y venta, estas páginas tienen diversas opciones donde se dan a elegir a los futuros compradores la información que pueden solicitar en referencia al bien, por medio de esto un perfil podría encargarse de conseguir la información referente al propietario de dicha página y a través de que modalidad de transacciones esta página realiza todo lo referente al pago por parte del comprador al vendedor, es decir podrían solicitar el número de cuenta a donde se pretende hacer el depósito y por este medio obtener el nombre de la persona involucrada en la actividad comercial, para esto se necesitaría tener una coordinación entre la Dirección General de Ingresos y la respectiva entidad bancaria donde la persona tenga su cuenta bancaria a lo cual se tendría que tener acceso limitado a las transacciones bancarias de ese usuario por lo que tendría que reformarse el cuerpo normativo que establece el sigilo bancario en el artículo 113 de la ley 561, Ley general de bancos e instituciones financieras, estableciendo de esta forma que el sigilo bancario será levantado también cuando la DGI solicite información de una cuenta que está siendo utilizada para el comercio electrónico respaldando esta solicitud con las pruebas debidas que serían en este caso una publicación o un mensaje donde se deja expresamente claro que esa cuenta bancaria de una persona natural es utilizada para comerciar electrónicamente.

Sabemos que estas propuestas resultan un tanto difíciles de ejecutar y que tiene que tomarse en cuenta no solo la factibilidad de las mismas sino el impacto social que estas acarrearían pero que vendrían a resolver un vacío legal existente en nuestra legislación y traerían beneficios para el Estado al percibir un incremento en la tributación a menos que Nicaragua tome la vía más rápida y que momentáneamente quiera ser de los países que utilizan la



figura del Duty free, es decir, que no condicionen al espacio cibernético a generar ningún tipo de impuesto, ya que considerando que nuestro país esta aun en vías de desarrollo y que esto requiere una gran inversión no le sería capaz de realizar por estos momentos una modificación tan significativa en la legislación Nicaragüense, específicamente en materia tributaria.

Por ende, nuestro país tiene aún la oportunidad de ir creciendo, adaptándose y e ir tomando cada oportunidad para regular desde lo más general, este inmenso fenómeno mundial que es el comercio electrónico y las repercusiones que este acarrea en el ámbito fiscal no solo de nuestro país Nicaragua sino de cada uno de los país que un no lo regulan.



CONCLUSIONES

En la medida que esta investigación avanzó, también nuestros conocimientos sobre el Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en nuestro país, exponiendo las particularidades que lo caracterizan como un fenómeno social y de gran relevancia jurídica impulsado por los crecientes avances tecnológicos que surgieron con el nacimiento de internet y con el fácil acceso a este tipo de tecnologías, de tal modo que concluimos que:

1. El Comercio Electrónico de bienes es un fenómeno reciente en comparación con el comercio convencional que data desde hace miles de años pues desde tiempos remotos se utilizaban figuras como el trueque para realizar intercambios por el contrario el Comercio Electrónico nace apenas en 1991 con la entrada del internet a las áreas comerciales.
2. El Comercio Electrónico de bienes es una actividad que tiene relevancia actualmente a nivel mundial pues a través de este es posible la interacción global de mercados internacionales permitiendo la reducción de costos y la apertura de un nuevo mercado virtual.
3. Dentro de las ramificaciones del Comercio Electrónico existen dos que son más comunes; el Comercio Electrónico directo (Online) y el Comercio Electrónico indirecto (Offline), el primero hace referencia a la comercialización de bienes intangibles en las que solo se hace uso del internet mientras que el segundo se realiza con ayuda de medios externos de la red, se hace uso del internet para la contratación pero la entrega del bien tangible se hace por medios de envíos convencionales.
4. En el Comercio Electrónico intervienen de forma general 3 sujetos: El oferente, el comprador y el Estado a través de las diferentes



instituciones, pero esta no es la realidad de todos los países en especial la del nuestro pues en las relaciones comerciales dadas en el Comercio Electrónico solo interviene el oferente y el comprador ya que no existe una regulación de las relaciones comerciales de este por parte del Estado.

5. Examinado la regulación del Comercio Electrónico en nuestra legislación nicaragüense existe una mínima reglamentación indirecta que podría aplicarse a las actividades del Comercio Electrónico, el artículo 99 constitucional establece la libertad de comerciar y no distingue en que medio realizarlo, así mismo se podría aplicar la ley de firma electrónica, la cual da pauta general para la realización de actividades en línea incluidas las de Comercio Electrónico en los que se utilice la firma electrónica y por último la ley 842 ley de los consumidores y usuarios en las que se establecen ciertas formalidades para las contrataciones por vía electrónica, lo cual no es suficiente para regular taxativamente las actividades del Comercio Electrónico de bienes.
6. La evasión fiscal en una problemática que agobia nuestro país y no solo se da en el Comercio Electrónico sino también en el comercio convencional pues en la sociedad nicaragüense no existe una cultura tributaria, la mayoría de personas son renuentes al pago de impuestos por lo que se acrecienta la evasión fiscal.
7. No existe una normativa tributaria que regule la actividad del Comercio Electrónico, por ende, no existe dentro de esta un apartado referente a la evasión fiscal de este tipo de comercio, ya que el artículo 4 del Código Tributario nicaragüense restringe la posible delimitación de la



existencia de la evasión fiscal en las actividades del Comercio Electrónico de bienes en Nicaragua.

8. El Comercio Electrónico de bienes es una materia difícil de regular por la complejidad y magnitud de las actividades del mismo, en muchas legislaciones se hacen esfuerzos tomando en consideración la ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional de 1996, Nicaragua por su parte no ha regulado de forma especializada esta actividad pues no contamos con ninguna ley relativa al Comercio Electrónico de bienes.
9. Nicaragua tiene que hacer un gran esfuerzo si quisiera regular el Comercio Electrónico pues tendría que crear una norma especializada en la materia creando en esta las reglamentaciones necesarias para la tributación de estas actividades.
10. La regulación del Comercio Electrónico se ha visto como una problemática difícil de resolver, pero cabe destacar que en diversos países se han creado normas especializadas en la materia regulando ciertas áreas del Comercio Electrónico han ido poco a poco adaptándose a los cambios y exigencias de la sociedad en esta área, y nuestro país así mismo podría comenzar a tratar de regular este fenómeno un paso a la vez.



RECOMENDACIONES

En relación a la problemática de la regulación del Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal y una vez analizado el mismo realizamos las siguientes recomendaciones:

1. Realizar una campaña de concientización e información referida al pago de impuestos pudiendo de esta forma crear una cultura de pago de los tributos.
2. Hacer un sondeo general sobre la opinión pública de la regulación del Comercio Electrónico de bienes en Nicaragua para crear una interacción y comunicación directa entre los ciudadanos y la administración estatal.
3. La creación de una norma especial que regule las actividades del Comercio Electrónico tomando como referencia la “ley modelo” de 1996.
4. En caso de no crear una norma especializada, la reforma de las leyes tributarias en cuanto a su ámbito de aplicación ampliándose estas para las actividades del Comercio Electrónico, creando un régimen especial del Comercio Electrónico, así mismo la reforma del sigilo bancario establecida en el artículo 113 de la ley general de Bancos y otras Instituciones Financieras para establecer una cooperación entre la Dirección General de Ingresos y las instituciones bancarias.
5. Introducir una ventanilla especializada para el registro y declaración de los Comerciantes que realizan sus actividades por medios electrónicos sin establecimiento permanente.



6. Crear una oficina especializada sobre Comercio Electrónico como una dependencia de la Dirección General de Impuestos que se encargue exclusivamente esta actividad y de su tributación.
7. Realizar un plan de capacitación para el personal encargado de la oficina especializada de Comercio Electrónico referente a la tributación y el uso de los medios tecnológicos que son utilizados para esta actividad.



FUENTES DE CONOCIMIENTO.

✓ *Fuentes primarias, legislativas:*

A. *Nacionales.*

1. Constitución Política de Nicaragua con reformas incorporadas, 2014, [Consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.asamblea.gob.ni/assets/constitucion.pdf>>
2. Código Civil de la República de Nicaragua, Tomo I, Con reformas a la Ley No. 870, “Código de la Familia”, servicios culturales Nicaragüense Sociedad Anónima, (SENICSA), abril de 2015.
3. Ley No. 562. Código Tributario de la Republica de Nicaragua, aprobado el 28 de octubre del año 2005. En La Gaceta, Diario Oficial, No. 227 del 23 de Noviembre del 2005.
4. Ley 641. “Código Penal de la Republica de Nicaragua”. En la Gaceta, Diario Oficial del 5, 6, 7, 8 y 9 de mayo de 2008, Nos. 83, 84, 85, 86, 87. Pág. 124
5. Ley 729. “Ley de firma electrónica”. En la Gaceta, Diario oficial del 30 de agosto de 2010. No 165. Pág. 4683.
6. Ley No. 822. “Ley de Concertación Tributaria de la Republica de Nicaragua”. En la Gaceta, Diario Oficial, No. 241, del 17 de diciembre del año 2012.
7. Ley No.842, “Ley de Protección de los derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias”. En la Gaceta Diario Oficial, No.129 del 11 de julio del año 2013.



B. Internacional.

1. Ley No 633/2000 con su reglamentación, disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial, Colombia, [Consulta en línea]. Disponible en: <<https://www.colciencias.gov.co/node/282>>

✓ **Fuentes secundarias**

a. Fuentes bibliográficas

1. ANTEPORTAMLATINAM VALERO, JOSE MARIA, *Relevancia del E-COMMERCE para la empresa Actual*, Universidad de Valladolid, España, Soria Junio 2014, pp. 13 y 14.
2. BEDOYA, OMAR, RUA, WILSON, *El concepto de evasión y elusión en términos de la Corte Constitucional, el Consejo de Estado y la Administración de impuestos y Aduanas Nacionales*, Contaduría Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia, 2016.
3. CARLOS MORALES, FRANCISCO RUIZ, WALTER YCAZA, *Análisis de la evasión fiscal en el impuesto a la renta de Ecuador*, [versión PDF].
4. DAVARA & DAVARA, Asesores Jurídicos, *Comercio Electrónico*, Aranzadi. Elcano, Navarra, 2001, p 45.
5. DE ROUS. M. 2000. “*El Consentimiento y el Proceso de Contratación Electrónica, Derecho de Internet, Contratación Electrónica y firma digital*”, Mateo de Rous y Cedoya Méndez de Vigo, J.M, (coordinadores), Tesis., Aranzadi, Pamplona, p 29.
6. FLORES ZAVALA, ERNESTO. “*Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas*”, Ed. México D.F. 1946, p. 33



7. ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, *Guide to Measuring the Information Society*, 2011, p 74.
8. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, OMC, *Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico*, Conferencia Ministerial de Singapur, 1996.
9. VAN HOOSE, DAVID, *E commerce Economics*, Ohio, Baylor University, South Western Thomson Learning, 2003, p 7, trad. Propia.

b. Web grafía:

1. BBVA, *Que es el IVA*, Página web, [consulta en línea]. Disponible en: [<https://www.bbva.com/es/que-es-el-iva/>](https://www.bbva.com/es/que-es-el-iva/)
2. Concepto Jurídico, Bienes intangibles, blog, [consulta en línea]. Disponible en: [<https://definicionlegal.blogspot.com/2011/06/bienes-intangibles.html>](https://definicionlegal.blogspot.com/2011/06/bienes-intangibles.html)
3. ENCURED. *Enciclopedia Cubana*. [Consulta en línea]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Comercio>
4. GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO, *Ley Modelo de la CNUSMI sobre el Comercio Electrónico*, sitio web, [consulta en línea]. Disponible en: [.<http://tfig.unece.org/SP/contents/uncitral-model-law-ecommerce.htm.>](http://tfig.unece.org/SP/contents/uncitral-model-law-ecommerce.htm)
5. GLOSARIO DE CONTABILIDAD, *Impuestos de Actividades Económicas*, [Consulta en línea], disponible en: <https://debitoor.es/glosario/definicion-impuesto>.
6. La red internet, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: [<http://www2.infotelecom.es/~ecampins/Departament/Internet/La%20red%20Internet.htm>](http://www2.infotelecom.es/~ecampins/Departament/Internet/La%20red%20Internet.htm)

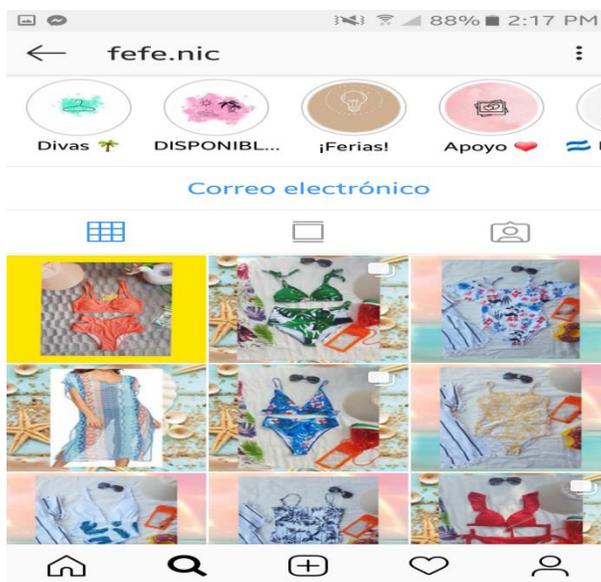


7. Los bienes concepto, página web, [consulta en línea]. Disponible en: <https://definicionlegal.blogspot.com/2012/06/los-bienes-concepto.html>
8. MORENO. MIGUEL, GÓMEZ. CLEMENTE Y DOMÍNGUEZ. JOSÉ. *Los servicios: conceptos, clasificación y problemas de medición*. Universidad de Alcalá, [Consulta en línea]. Disponible en: <file:///C:/Users/Belia%20Mairena/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf>
9. NANA GONZALES, CANARIAS DIGITAL BLOG, *Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico (E-Commerce)*, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: <https://canarias-digital.com/ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico-e-commerce/>
10. NICOLE MARTINS FERREIRA, OBERLO BLOG, *20 Ventajas y desventajas que debes conocer acerca del ECOMMERCE*, pagina web, [consulta en línea]. Disponible en: <https://www.oberlo.es/blog/ventajas-y-desventajas-que-debes-conocer-acerca-del-ecommerce>
11. NIETO MELGAREJO. PATRICIA. *Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico*. [Consulta en línea]. Disponible en: http://www.derecho.usmp.edu.pe/cedetec/articulos/el_comercio_electronico.pdf

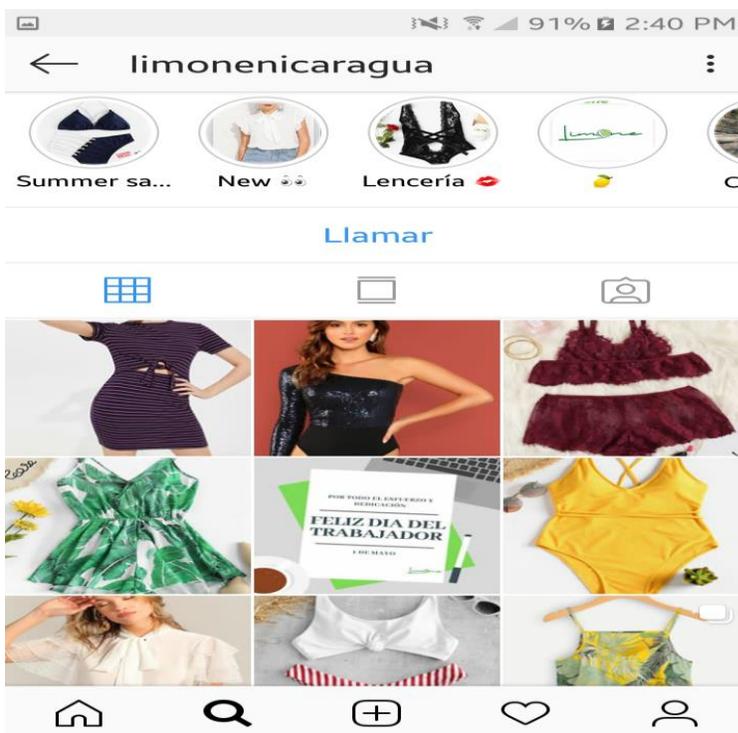
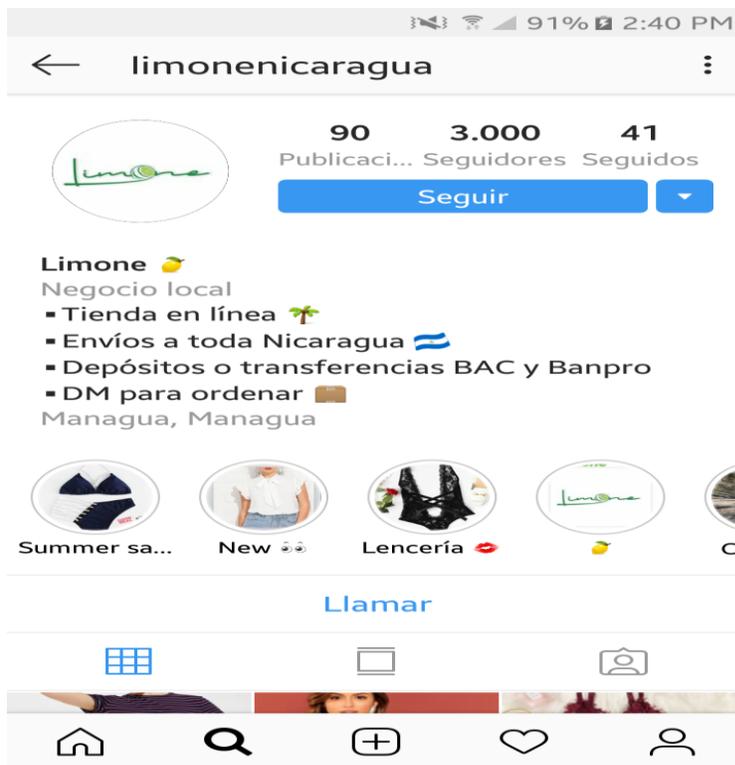


ANEXO

INSTAGRAM (Perfiles de tiendas virtuales)



³⁸ INSTAGRAM, *Fefe*, tienda en línea. Disponible en: <https://www.instagram.com/fefe.nic/?hl=af>



39

³⁹ INSTAGRAM, *Limone*, tienda en línea. Disponible en: <https://picgra.com/user/limonenicaragua/6721604930>



FACEBOOK. (Páginas de tiendas virtuales).



40 FACEBOOK. M'encanta tienda online. Disponible en: <https://www.facebook.com/shoemencantanicaragua/>



Nicamoda Tienda online
Belleza, cosmética y cuidado perso...

Me gusta

Enviar mensaje



A Linda, Adrian, Loammy y 13 887 personas más les gusta esto

Inicio Opiniones Fotos Vídeos Publicaciones

Información

Sugerir cambios



8452 2459



Normalmente responde en unas pocas horas
Enviar mensaje



Si el lucir genial es lo que quieres o lo que te gusta esta pagina es lo tuyo. Solamente dale un me gusta



Inicio Opiniones Fotos Vídeos Publicaciones



Nicamoda Tienda online

1 h · 🌐

Bellas carteras 🍷 de 3 piezas 🧡 a un excelente precio 🍷

¡Pregunta por la #Promocion del día!

Envío a toda Nicaragua 🚚

Al por mayor y al detalle 🍒

WhatsApp 👉 84522459



Enviar mensaje



41

41 FACEBOOK. Nicamoda tienda online. Disponible en:

<https://www.facebook.com/nicamodatienda/>



GLOSARIO

- 1) **DROPSHIPPING:** El Dropshipping es un modelo de negocio basado en la venta a través de Internet de productos que no se poseen en stock, mediante acuerdos y negociaciones con el fabricante o mayorista, para que sea éste el que los envíe directamente al cliente final.⁴²
- 2) **E-COMMERCE:** Denominado por su traducción al español como Comercio Electrónico, es un método de compraventa de bienes, productos o servicios valiéndose de internet como medio, es decir, comerciar de manera online.⁴³
- 3) **FACTURA ELECTRONICA:** Una factura electrónica es, ante todo, una factura. Es decir, tiene los mismos efectos legales que una factura en papel. Recordemos que una factura es un justificante de la entrega de bienes o la prestación de servicios. Una factura electrónica es una factura que se expide y recibe en formato electrónico. La factura electrónica es un documento de tipo mercantil al igual que la factura tradicional. Por ello, la definición de factura electrónica se entiende como un documento digital en el que proporciona los datos de compra del emisor y receptor y que será entregada digitalmente a través de ficheros automatizados.⁴⁴
- 4) **FIRMA ELECTRONICA:** La firma electrónica es un concepto legal que da cobertura a aquellas tecnologías que permiten obtener las mismas funciones, con técnicas electrónicas, informáticas y telemáticas,

⁴² Blog de Jose Facchin, Elisa Rosado, ¿Que es el dropshipping? Guía completa con lo que debes saber para montar tu negocio, sitio web, Disponible en: <<https://josefacchin.com/dropshipping-que-es/>>

⁴³ Glosario de contabilidad, E-commerce - ¿Qué es el e-commerce?, sitio web, Disponible en: <<https://debitoor.es/glosario/definicion-ecommerce>>

⁴⁴ Economíasimple.net. Definición de factura electrónica. Disponible en: <<https://www.economiasimple.net/glosario/factura-electronica>>



que la firma de documentos en papel. Podemos indicar como funciones que desempeña la firma electrónica a las siguientes:

- Autenticación de una persona previamente identificada.
- Autenticación del origen de unos datos.
- Declaración de conocimiento.
- Declaración de voluntad.⁴⁵

5) **MENSAJE DE DATOS:** El mensaje de datos es un concepto final que agrupa a todos los componentes del documento electrónico, ya que al referirnos al mensaje de datos nos referimos a varios elementos. Un mensaje de datos, por lo tanto, puede estar compuesto por datos en particular, los mismos se organizan en segmentos, que a su vez se estructuran en un todo comprensible denominado texto, siendo éste el elemento clásico que contiene toda la información de un documento en soporte papel, (tal como la hora, fecha, nombre de empresa, etc.), y finalmente, el anexo de un dato identificador o firma digital.⁴⁶

La Ley Modelo UNCITRAL establece que Mensaje de Datos es: La información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos, (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax.⁴⁷

6) **ON-LINE:** On line es una palabra inglesa que significa “en línea”. El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo

⁴⁵ Definición de firma electrónica. [Consultado en línea] Disponible en: <https://certificacion.cgcom.es/que_es_firmaelectronica>

⁴⁶ Entorno Empresarial, Leoncio Landaez, El mensaje de datos, sitio web, Disponible en: <<https://entorno-empresarial.com/el-mensaje-de-datos/>>

⁴⁷ Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la guía para su incorporación al derecho interno, 1996, publicación de las Naciones Unidas, No. venta S.99.v.4, ISBN 92-1-333278-5.



que está conectado o a alguien que está haciendo uso de una red (generalmente, Internet). Que está disponible o se realiza a través de internet.⁴⁸

- 7) **OFF – LINE:** Modo de interactuar con los servicios Online de tal manera que en el disco local tenemos la información que necesitamos, la manipulamos sin necesidad de estar conectados y la enviamos cuando queremos. Fuera de línea, fuera de la red.⁴⁹
- 8) **PAGINAS WEB:** Una Página Web es conocida como un documento de tipo electrónico, el cual contiene información digital, la cual puede venir dada por datos visuales y/o sonoros, o una mezcla de ambos, a través de textos, imágenes, gráficos, audio o vídeos y otros tantos materiales dinámicos o estáticos. Toda esta información se ha configurado para adaptarse a la red informática mundial, también conocida como World Wide Web.

Las **páginas web** o como también son conocidas las webs page por su nombre en inglés se encuentran contenidas dentro de los sitios web o **websites**, que son mejor conocidos por los desarrolladores con el nombre de dominios, que almacenan o alojan el contenido que se desarrollan para ser visualizados o usados por el **usuario**.⁵⁰

- 9) **POST:** Es un término inglés que puede traducirse como mensaje o anotación. En el ámbito de Internet, post se utiliza como sinónimo de artículo o nota en las publicaciones digitales como

⁴⁸ Definición.De. Definición de On-Line. Disponible en: <<https://definicion.de/online/>>

⁴⁹ Definición.Org. Defunción de Offline. Disponible en: <<https://definicion.org/offline>>

⁵⁰ ConceptoDefinicionde. Definición de páginas web. Disponible en: <<https://conceptodefinicion.de/pagina-web/>>



los blogs o los foros online. Texto escrito que se publica en Internet, en espacios como foros, blogs o redes sociales.⁵¹

10) **SITIOS WEB:** Es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW).⁵²

11) **SOFTWARE:** El software es una palabra que proviene del idioma inglés, pero que, gracias a la masificación de uso, ha sido aceptada por la Real Academia Española. Según la RAE, el software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.

Se considera que el software es el equipamiento lógico e intangible de un ordenador. En otras palabras, el concepto de software abarca a todas las aplicaciones informáticas, como los procesadores de textos, las planillas de cálculo y los editores de imágenes.⁵³

12) **WWW:** Sigla de la expresión inglesa *World Wide Web*, 'red informática mundial', sistema lógico de acceso y búsqueda de la información disponible en Internet, cuyas unidades informativas son las páginas web.⁵⁴

⁵¹ Definición.De. Definición de On-Line. Disponible en: < <https://definicion.de/post/> >

⁵² Definición.De. Definición de sitios web. Disponibles en: < <https://definicion.de/sitio-web/> >

⁵³ Definición.De. Definición de Software. Disponible en: < <https://definicion.de/software/> >

⁵⁴ Spanish Oxford Living Dictionaries, Definición de sitio web, Disponible en: <<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/www> >