

Del ejercicio y fundamento legal que caracterizan las actividades de  
comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia

Javier Andrés Rodríguez Gomez

Universidad La Gran Colombia  
Facultad de derecho  
Bogotá D.C. Septiembre de 2016

Del ejercicio y fundamento legal que caracterizan las actividades de  
comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia

Javier Andrés Rodríguez Gomez  
Una monografía presentada para obtener el título de  
Abogado

Universidad La Gran Colombia  
Facultad de derecho  
Bogotá D.C. Septiembre de 2016.

Copyright © 2016 por Javier Andrés Rodríguez Gomez. Todos los derechos reservados.

## **Agradecimientos**

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a que mi investigación se materializara en un estudio que más allá del ámbito profesional, me deja grandes enseñanzas a nivel personal. Por ello agradezco a mi director de investigación, Dr. Carlos Arturo Hernández, a mi gran compañera y amiga Eddy Natali Roa Mantilla, quienes a lo largo de este tiempo pusieron a prueba mis capacidades y conocimientos en el desarrollo de este proyecto el cual finalizo de manera satisfactoria.

A mi Madre y Hermanas quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis saberes., gracias por su paciencia y enseñanza, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas con la misión de forjar profesionales íntegros en pro de la construcción de un mejor país.

## **Resumen**

Las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia dentro de la reciente normatividad y en respuesta a la globalización e integración económica mundial, siguen causando constante polémica y crítica dentro de nuestro sistema de modelo económico, ello por cuanto dichas actividades de comercialización se están convirtiendo en una problemática social en razón a su percepción y asociación con esquemas similares al de las pirámides y captadoras ilegales de dinero, y en donde la realidad jurídica actual, nos ha permitido observar la estrecha relación y el hilo tan delgado que se teje dentro del delito económico y la actividad contractual del sistema multinivel, conllevándonos a plantear el siguiente cuestionamiento; ¿Cuáles son las causas y caracterizaciones desde el punto de vista de la dogmática jurídica que determinan el ejercicio legal o ilegal de las actividades de mercadeo denominadas multinivel, mercadeo en red o marketing multinivel en Colombia?, ello por cuanto dicha actividad se ha interpretado y ejecutado equívocamente, induciendo de manera constante a los ciudadanos a caer en un error de interpretación, conllevando a los mismos a optar por conductas que atentan contra el orden económico y social, siendo ello relevante no solo para toda aquella persona que de una u otra forma se encuentra asociada a dicha industria o su modelo de distribución, si no para la misma sociedad en general y a la cual se le expone un modelo de negocio como una oportunidad única de libertad e independencia económica. El desarrollo metodológico de la presente investigación fue enmarcado dentro del modelo científico aplicado, al mundo del derecho, lo cual nos permitió analizar en forma integrada aspectos históricos, socio-económicos, financieros pero ante todo jurídicos, puesto que nos ocupamos de las leyes y métodos del conocimiento tanto empíricos, teóricos como prácticos. Apoyándonos en una rigurosa revisión bibliográfica y normativa.

## **Palabras Claves**

Captación ilegal, Delitos económicos, marketing, orden económico y social, Esquema Piramidal.

**Abstract**

Marketing Networking or Multi-Level Marketing (MLM) commercialization in Colombia. In response to the globalization and world economic integration that keeps causing a constant deep polemic and criticism inside our economic model system. Thus these activities or way of commercialization is turning into a social problem, since the perception and association to similar schemes like Pyramid selling or illegal money scavenging. This is where the legal reality has allowed us to have a very close view of the fine but thick line created in the economic crime and contractual activity of Multi Level Systems, leading us to the next question; ¿What are the causes, from legal doctrine point of view, that determine the legal or illegal exercise of Network marketing or multilevel marketing in Colombia?, This because such activity has been interpreted and executed equivocally. When this system is produced and performed wrong, it makes people fall in a interpretation error of the business. Leading the same to perform such bad behaviors against the economy and social order. This allowing this to be imperative not only for the ones involved directly to the industry or its distributing model, but for the general society. Which model is exposed to the people as a big and unique opportunity to be economically independent and sustainable. The methodology developed in this research is scientific type applied (practical and empirical), the world of law, which in this case allowed us to analyze in an integrated historical, social - economic, financial but above all legal, since we deal with the laws and methods of both empirical knowledge, theoretical and practical. Supported by a rigorous literature review and regulations.

**KeyWords**

Economic crime, Illegal scavenging, marketing, social and economic order, pyramid scheme,

## Tabla de Contenidos

Introducción .....	1
Justificación .....	2
Objetivos .....	3
Hipótesis .....	4
Metodología .....	4
Capítulo 1 Aproximación Del Marketing Multinivel En La Sociedad .....	6
La Globalización Como factor Determinante .....	6
La intermediación financiera .....	8
De La prevalencia de un orden económico y social. ....	11
Abuso en la intermediación financiera y su asociación con el marketing multinivel.....	13
Marketing piramidal.....	15
El marketing y la red Piramidal. ....	19
El delito de captación masiva y habitual de dineros .....	21
El sujeto Activo.....	22
El sujeto Pasivo.....	23
La Conducta. ....	25
Reflexión de la figura legal.....	30
Capítulo 2 El Derecho Del Marketing Multinivel .....	33
Desarrollo general del marketing multinivel .....	33
Definición de marketing Multinivel.....	36
Contextualización normativa del marketing multinivel.....	41
¿Redes de mercadeo o esquemas piramidales?.....	46
Fuente constitucional .....	47
Aspectos relevantes de la legalidad del marketing multinivel.....	49
Relaciones jurídicas dentro del marketing multinivel .....	50
Los planes de compensación dentro del mercadeo en red .....	51
Aspectos legales de los planes de compensación .....	52
Caracterización legal del modelo de negocio .....	56
Caso Concreto de Operación Multinivel.....	59
La Comercialización de Productos y los Clientes.....	61
La inscripción de nuevos asociados .....	62
Capítulo 3 El Último Modelo De Los Negocios Sociales .....	66
Aspectos socio culturales en la adopción del mercadeo en red .....	66
Marketing multinivel en Colombia.....	69
Una salida económica .....	73
El sistema financiero como interés público .....	76
Implicación del sistema bancario y financiero.....	78
Responsabilidades.....	79
CONCLUSIONES .....	82
Lista de referencias .....	86

**Lista de figuras**

Figura 1. Descripción del Tipo penal.....	29
Figura 2. Ganancia Directa por producto.....	61
Figura 3. Construyendo la red de mercadeo .....	63
Figura 3. Esquema de negocio Rango por Estrellas .....	65



## **Introducción**

La presente investigación hace referencia al tema de mercadeo en red o márketing multinivel, pues si bien la imagen que se tiene de este en Colombia más allá de ser un sistema o modelo de negocio recientemente regulado por nuestra legislación, pues tan solo el 27 de diciembre de 2013 con la promulgación de la ley 1700 se tomaron algunas medidas serias sobre el asunto, sin embargo ello no ha sido suficiente para que en la actualidad este modelo de distribución siga siendo percibido y asociado como un esquema similar al de las pirámides y captadoras de dinero, atribuida está más a la operación del sistema, en donde evidentemente podríamos observar pirámides disfrazadas en modelos multinivel, generando dudas de su legalidad y claridad en cuanto su objeto social, induciendo de manera constante a los ciudadanos a caer en un error de interpretación, conllevando a los mismos a ejecutar conductas lesivas y contrarias a la ley. Razón fundamental para dar un trato especial y preciso al tema que nos ocupa, ya que si no es abordado de una manera oportuna nos podría conducir nuevamente hacia una crisis de carácter económica y social, por cuanto la realidad jurídica actual, nos ha permitido observar la estrecha relación entre el delito económico y la actividad contractual del sistema multinivel interpretado y ejecutado equívocamente, siendo ello relevante para la sociedad en general y a la cual se le expone un modelo de negocio de grandes beneficios económicos.

Los puntos expuestos anteriormente y teniendo en cuenta el marco normativo de la legislación colombiana sobre derecho penal económico y la captación masiva y habitual de dineros con relación a las actividades de mercadeo denominadas, multinivel, redes de mercadeo y venta directa, más allá de ser este un modelo de negocio, nos permiten formular con claridad el siguiente cuestionamiento:

**¿Cuáles son las causas y caracterizaciones desde el punto de vista de la dogmática jurídica que determinan el ejercicio legal o ilegal de las actividades de mercadeo denominadas multinivel, mercadeo en red o marketing multinivel en Colombia?**

### **Justificación**

Para analizar esta problemática sin duda es necesario tener en cuenta la coyuntura muy particular de nuestra realidad social en donde se plantean tópicos puntuales como desigualdad, pobreza, educación, desempleo y seguridad social, factores socioculturales y económicos determinantes que conllevan a que muchas personas naturales o jurídicas en nuestro país opten por hacer parte de dichos sistemas y canales de distribución con el fin último de obtener una salida a esta problemática social y económica, en donde de una u otra forma lo que se busca es mejorar la calidad de vida, independencia económica o mejor conocida como libertad financiera.

La presente investigación aborda un tema de impacto tanto político, cultural y socio-económico dentro del ámbito nacional, el cual ha sido caracterizado por la crítica y la constante polémica que ha suscitado dentro de nuestro sistema de modelo económico, razón por la cual las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel dentro de la reciente normatividad colombiana y como parte de la realidad social nacional, sumado a la globalización e integración económica mundial son de vital relevancia en la sociedad.

## Objetivos

Dentro de los objetivos principales de la presente investigación que merecen toda la atención desde el punto de vista legal y normativo, se encuentran enfocados a la identificación, definición y comprensión de las diferencias o caracterizaciones existentes desde la óptica jurídica ahondando en su contenido dogmático y social, en donde es deber entender los elementos esenciales para su correcto análisis e interpretación, entre lo que es en sí un sistema multinivel o de mercadeo en red con la relación al hilo tan delgado que se teje con el sistema o esquema piramidal, sus diferenciaciones y similitudes desde el punto de vista legal y operativo, lo cual induce a una errada interpretación y desconocimiento generalizado por parte de los ciudadanos.

Seguidamente identificaremos todas aquellas variables y aspectos que forman parte del desarrollo legal del Marketing Multinivel, para posteriormente Analizar situaciones que conllevan a la adecuación típica de las conductas desplegadas en el marco de la creación y desarrollo de actividades enmarcadas por sistemas de comercialización ilegal tipo pirámides, y que sin duda alguna desnaturalizan la legalidad del sistema de mercadeo en redes, Por lo cual el presente trabajo ha sido estructurado con el fin de obtener un panorama amplio pero concreto del tema a tratar.

Es de importancia recalcar que el objeto base de la presente investigación no es ajeno al marcado crecimiento en la industria del sistema de mercadeo denominado en red o marketing multinivel, por lo cual añade un valor agregado en atención a la llegada y proliferación de compañías multinivel en su gran mayoría provenientes del exterior y las cuales han sido motivo de opinión por parte de importantes medios de comunicación, personalidades mundiales, tanto en el ámbito político y económico quienes han dado un alto valor a este sector industrial.

## **Hipótesis**

Si bien el negocio y la industria del mercadeo en red o marketing multinivel, despliega diversas operaciones comerciales y de mercadeo, bajo un esquema y elemento esencial como lo es la conformación de redes de personas mediante la distribución de bienes o servicios, las mismas se están excluyendo de la aplicación de la reciente normatividad, existiendo una relación compleja que se enmarca en obligaciones legales, las cuales deben ser caracterizadas jurídicamente puesto que si bien dicha actividad no es contraria a la ley, ni a la constitución, se desnaturalizada bajo la distribución aparente de bienes o servicios, y cuyo objeto es meramente la captación masiva y habitual de dineros del público.

## **Metodología**

Inicialmente se abordaran de manera general algunos referentes históricos en relación de lo que han sido las actividades de intermediación y manejo de dineros del público en nuestro país, para posteriormente adentrarnos en lo concerniente con el modelo de comercialización en red o mercadeo multinivel, ahondando en su contenido legal y normativo, ello teniendo en cuenta las principales raíces en el surgimiento de dicho modelo de distribución, luego nos centrarnos en el tratamiento, desarrollo e implementación legal que se le ha dado en nuestro país a este complejo sistema de negocio en respuesta al entorno mundial, tomando como referencia el modelo normativo empleado por diversos países más específicamente el Español, siendo este la guía optada por Colombia en cuanto al marco e implementación legal en la industria del marketing multinivel, seguidamente se efectuara una explicación precisa del desarrollo y actividades relevantes ejecutadas en la operación de la industria multinivel, lo cual conllevara a una mayor comprensión en el ámbito jurídico nacional, y que darán luces para entender con mayor

claridad los problemas que se han presentado cuando del manejo y ahorro de dineros del público se trata, y de lo cual necesariamente implicara un análisis de la problemática que ha conducido y ocasionado irreparables daños económicos y patrimoniales conllevándonos a declaratorias de estados de excepción. Para así finalmente realizar una breve reflexión sobre las responsabilidades tanto de los ciudadanos como del estado para prevenir la alteración del orden económico y social en relación al “nuevo” modelo de distribución del mercadeo en red o multinivel.

Nuestra investigación es de tipo científica aplicada, (práctica y empírica), al mundo del derecho, la cual en este caso nos permite analizar en forma integrada aspectos socio-económicos, financieros pero ante todo jurídicos, puesto que haremos uso de las leyes y métodos del conocimiento tanto empíricos, teóricos como prácticos.

El marco de nuestra investigación se apoya en una rigurosa revisión bibliográfica y normativa; se acoge lo relativo al tema que se estudia, caracterización y fundamentos legales del mercadeo en red o multinivel, análisis de documentos históricos y análisis de archivos.

Previamente a la propuesta de intervención se recolectaron evidencias que indican el grado de complejidad en tipologías de su comprensión y aplicación práctica, a partir de entrevistas realizadas al azar a participantes del modelo de comercialización denominado multinivel. Por tanto, los instrumentos en esta sección parten del análisis e interpretación del Diseño de la propuesta y nivel de Investigación.

La recolección de la información se desarrolló de forma empírica de tipo contextual para aproximarnos al tema. Igualmente, en el diseño de esta etapa de la investigación se realizó a partir de fuentes primarias y registros secundarios de tipo bibliográfico, basados en recolectar y consultar información sobre el tema, tanto en textos elaborados, documentos escritos por

expertos y participantes en la industria multinivel, y como fuentes secundarias nos enfocamos en; análisis críticos, documentos literarios, comentarios y fuentes oficiales de información e internet.

Es de gran relevancia y de actualidad el presente estudio pues si bien poco se ha escrito sobre el marketing multinivel o mercadeo en red en Colombia, el lector dispondrá de una gran herramienta para la orientación y comprensión del desarrollo del multinivel más allá del aspecto teórico e histórico en donde sin duda encontrara gran valor desde el punto de vista legal y normativo en el desarrollo del marketing multinivel para un clara interpretación y entendimiento.

## **Capítulo 1**

### **Aproximación Del Marketing Multinivel En La Sociedad**

#### **La Globalización Como factor Determinante**

Una de las realidades sociales como factor determinante no solo en Colombia si no a nivel mundial es la globalización, un fenómeno innegable, que trasciende e impacta diversos aspectos económicos, ideológicos, políticos y culturales, esto tanto en lo colectivo como en lo individual, cuyos efectos recaen en el mundo del derecho convirtiéndose estos en el plano idóneo para el afianzamiento e implementación de políticas enfocadas y proyectadas al crecimiento y desarrollo a nivel global, con el fin de adecuarnos en el contexto mundial.

Es por ello que como parte de la globalización e integración económica se está conociendo en nuestro país cada vez con más fuerza y en constante crecimiento sobre las actividades denominadas multinivel o mercadeo en red, también conocidas como Network marketing o marketing multinivel, siendo este un tema crítico y de gran polémica en nuestra sociedad, y más

aún desde el marco legal y social. Ello en razón a su asociación con lo ocurrido en años anteriores más específicamente en el año 2008, un año marcado por irreparables consecuencias, pues nuestro país se enfrentó a una crisis financiera de orden público, económico y social, debido al colapso de las conocidas pirámides, o mejor llamadas captadoras ilegales de dinero, en donde la aparición de las mismas se presentaba como la oportunidad única para las personas que se incorporaban a ellas con el fin de obtener cuantiosos y exorbitantes rendimientos económicos, ofreciendo intereses significativos sobre el capital inicial invertido por los ciudadanos.

El auge de las pirámides y su proliferación por todo el territorio nacional surgió como consecuencia de varios factores que aún hoy en día siguen siendo cuestionados, uno de ellos atribuido a la falta de fiscalización eficaz y oportuna de la autoridad estatal para atenuar dicha situación, la poca preocupación por abordar dicho fenómeno desde un inicio, y lo que al final terminó en la configuración de un estado de emergencia económico y social, con el cual se hizo frente a la crisis derivada del colapso en la economía de aquel entonces.

Es por ello que en la actualidad y de mano de este fenómeno llamado globalización nos enfrentamos a una recesión económica global, que provoca sin discusión alguna profunda incertidumbre en las economías mundiales y un temor innegable afectando ámbitos a nivel social, familiar y personal, lo cual abre un espacio para lo que llamaría el economista del siglo pasado Maynard, como se cita en Martínez, Paredes, Pérez y Domínguez. (2011),

Espíritus animales, aduciendo este a aquella parte irracional de la conducta humana que motiva al hombre a la acción cotidiana en los mercados y por tanto, a la generación de las fluctuaciones recesivas y expansivas en una economía, siendo las primeras indeseables para cualquier sector de la sociedad. (p.9).

Podemos observar que sin reparo algunas determinadas conductas del ser humano inherentes al mismo, aprovechando tales situaciones, han causado nefastas consecuencias en contra de la estabilidad y equilibrio de economías no solo locales sino a nivel global ello debido a la gran interacción e integración económica mundial.

Por lo tanto si observamos de manera analítica los incentivos jurídicos que conducen el comportamiento del ser humano, teniendo en cuenta ciertas presunciones sobre aquellos comportamiento que se encuentran marcados por conductas lesivas e ilícitas y que son propias de la evolución y desarrollo de las economías modernas, podríamos asumir que tales individuos son racionales y que tienden a maximizar su utilidad a partir de actos y conductas definidas, las cuales se ponen a la vista en sus decisiones, suponiendo que dichos actores económicos buscan como fin último satisfacer su propio interés, por lo que su utilidad siempre estará en función de su propio bienestar.

De esta manera y sin ahondar primordialmente en debates dogmáticos, (cuyo conocimiento es importante para el entendimiento en la materia), se abordaran en primera medida los siguientes conceptos que sin duda ayudaran al desarrollo de lo que aquí se estudia.

### **La intermediación financiera**

Cabe precisar de forma general que La intermediación financiera es una actividad propia y exclusiva de las diversas entidades vigiladas en el marco de la ley, y cuya actividad principal se encuentra encaminada a la captación de recursos (dinero), del público con el fin de utilizarlos en operaciones o transacciones de otorgamiento de préstamos, créditos e inversiones y gestiones de similar naturaleza, pero que requieren previa autorización de la autoridad competente.



Es importante señalar que las actividades relacionadas con temas financieros, bursátiles, aseguradores y cualquier otro relacionado con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos de los ciudadanos, según lo ha establecido nuestra constitución de 1991, **son de interés público** y sólo pueden ser realizadas previa autorización del Estado.

De tal forma que existen entidades como la Superintendencia financiera, Superintendencia Bancaria, Superintendencia de la Economía Solidaria y en su defecto para el tema de estudio con relación a las actividades denominadas de comercialización en red o mercadeo multinivel, la superintendencia de sociedades, como lo establece la ley 1700 del 2013, entidades a las que les compete en primera medida prevenir que personas ejecuten actividades que solo pueden ser llevadas a cabo exclusivamente bajo su autorización y conocimiento, siendo labor principal de dichos organismos el vigilar de manera acuciosa las diversas operaciones en el marco de un control con el fin de hacer cumplir las normas establecidas en nuestra legislación, esto para asegurar la confianza en el sistema financiero y económico de nuestro país.

Es por ello que debemos tener en cuenta que la intermediación financiera es una actividad cuyo desarrollo solo puede ser ejercido bajo autorización y previa aprobación con el fin de ejecutar la captación **de manera profesional** de dineros del público, mediante transacciones en las cuales se recaudan sumas de dinero, y que posteriormente circulan en el mercado bajo la transferencia u otorgamiento de créditos a los mismos ciudadanos, actividad que por su naturaleza como lo hemos planteado requiere sumo cuidado de las diferentes entidades encargadas de ejercer inspección, vigilancia y control.

De igual forma cabe traer a colación lo que ha señalado en reiteradas ocasiones la Superintendencia financiera (2000), entornó a la intermediación financiera, quien como máxima autoridad en la materia se ha pronunciado de la siguiente manera:

"(...) es una industria objeto de estricta regulación en nuestro ordenamiento jurídico, a tal punto que no hay plena liberación para crear sociedades destinadas al ejercicio de esta actividad, como tampoco la conducción de sus negocios, por cuanto estos aspectos están sometidos al principio de la autorización administrativa, por **ser la intermediación un servicio público**, sujeto a concesión y a un régimen de derecho público. Por tal motivo esta actividad solo puede ser ejercida por entidades sometidas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia Bancaria, en los términos que señalan los artículos 90 y 92 de la Ley 45 de 1990. Ley por medio de la cual se expidieron normas en materia de intermediación financiera, (...) Con fundamento en lo anterior, la actividad de captar dinero del público y prestarlo, solo puede ser llevada a cabo por una institución financiera debidamente autorizada por la Superintendencia Bancaria, so pena de incurrir en el delito de captación masiva y habitual, (...)", (Concepto 2000048692-1, 2000).

Podríamos interpretar desde una mirada crítica que la intermediación financiera en Colombia, como institución es vista de una u otra manera como un negocio delegado por el gobierno por cuanto tiene la facultad de regulación de dichas entidades financieras, bajo el entendido y propósito de cumplir en teoría con una **función social** de financiar las actividades mercantiles, por lo cual los ciudadanos "elevan su status social" pues ya que incrementan su poder adquisitivo, compran y financian su calidad de vida, lo que al final de cuentas se traduciría en un crecimiento de la economía, retroalimentando en alguna medida el sector financiero, Pero que desafortunadamente bajo las anteriores prerrogativas han existido y existen hoy en nuestro país abusos en cuanto al manejo y confianza otorgados para la captación de ahorros y manejos de dineros de la población colombiana en cumplimiento de su función social como en un principio se podría colegir de las empresas ilegales (mercado Extra bancario), las cuales se han disfrazado en sistemas o modelos de negocios aparentemente legales.

Es por ello que debemos reconocer aquellas características que identifican la operación de captación masiva y habitual de dinero bajo el modelo de negocio que en principio propende por la intermediación financiera partiendo en primera medida con la relación o nexo causal que pudiera llegar a existir entre captar recursos de la ciudadanía y la colocación de los mismos mediante la venta de bienes y servicios, sumado al otorgamiento de beneficios, bonos, créditos o préstamos a raíz de los mismos dineros captados a los ciudadanos.

### **De La prevalencia de un orden económico y social.**

Por encontrarnos inmersos a un tema que refiere asuntos de índole económico-social y que en su contraste aparecen aquellas personas inescrupulosas cuyos comportamientos se encaminan a lesionar la confianza de un orden económico, entendido este de manera estricta, como el sistema de organización y planificación general de la economía que se ha instituido en un país, y que si bien es cierto en Colombia no existe un modelo de economía particular, exclusivo, ni excluyente, impera lo infundado por el estado social de derecho, en donde es notable la intervención que realiza el poder público en los diferentes aspectos del proceso de la economía colombiana, con el propósito de proponer y *establecer límites razonables* a factores garantes como lo son la propiedad privada, de libre empresa, libertad de escoger oficio o profesión, entre muchos otros conexos, pero que ante todo lo que se busca es garantizar el interés colectivo y social.

Es de precisar que estando al margen de conductas cuya pretensión única es abusar y cometer arbitrariedades en perjuicio de la economía y en últimas de la comunidad y de los sectores más vulnerables de la misma. Se han presentado riesgos que ponen en peligro las formas de actividad del orden económico y por ende se abre paso en esta medida para lo que se denominada como

**derecho penal económico** que en sentido estricto, para el particular está fundado al estudio de estas conductas que de alguna forma amenazan el orden y organización económica instituida en un país, y de las consecuencias jurídicas que las leyes y el ordenamiento jurídico prevén para las personas que van en contravía de lo normalmente establecido, de esta manera cabe resaltar la definición en sentido amplio de lo que podría entenderse como la alteración del orden económico y social el cual es:

Protegido por las normas penales, y no es solamente el modelo económico configurado por la constitución, si no que el radio de custodia tutelado por el derecho criminal abarca todos los fenómenos **de producción, distribución, oferta y demanda de bienes y servicios**, siempre y cuando haya una afectación patrimonial. (Hernández, 2006, p. 3).

Razón por la cual es importante tener en cuenta aquellas conductas desplegadas por individuos que van en contravía del orden socio-económico, y que se enmarcarían en lo que se conoce como delitos económicos definido de la siguiente manera;

Aquella conducta punible que procede una ruptura en el equilibrio que debe existir para el normal desarrollo de las etapas del hecho económico; o bien, la conducta punible que atenta contra la integridad de las relaciones económicas públicas, privadas o mixtas y que como consecuencia, ocasiona daño al orden que rige la actividad económica o provoca una situación de la que puede surgir dicho daño. (Martínez, et al. 2011, p .102).

Conductas que dan cuenta de la estrecha relación y que son importantes para establecer esa marcada línea de actos jurídicos (fraudulentos) y que en ocasiones en la perpetración de conductas de orden criminal, queda en evidencia la unión entre las actividades y los delitos.

Es por ello que debemos identificar aquellos actos jurídicos de las operaciones que desarrollan actividades ilegales disfrazadas en modelos de comercialización de mercadeo en red o multinivel, y que a la postre supondrían una actividad claramente delictual, como ejemplo de

ello tendríamos el determinar cuándo se utilizaba la figura de oferta de un bien o un servicio para; desarrollar, promover, patrocinar, inducir, financiar, colaborar, entre otros actos jurídicos que eventualmente pueden ser usados como el medio o instrumento, que acarrearían como consecuencia la comisión de un delito económico.

### **Abuso en la intermediación financiera y su asociación con el marketing multinivel.**

Los diversos descalabros económicos que ha sufrido nuestro país a lo largo y ancho del territorio nacional y en los que se han visto inmersas importantes ciudades a través de la historia, prestan gran relevancia cuando de abordar el tema de mercadeo en red o multinivel se trata, por cuanto un uso inescrupuloso de este modelo o sistema de mercadeo, sumado al desconocimiento de su operación, la cual si es llevada a cabo de manera ilegal puede ocasionar irreparables consecuencias patrimoniales de muchos ciudadanos que se vinculan día a día bajo la premisa de ganar dinero fácil. Cabe recordar que hace algunos años en lo concerniente con este tipo de conductas y puntualmente en lo referente a las actividades de intermediación, o de manejos de dineros de la ciudadanía, se llevaban a cabo en innumerables ocasiones, sin ningún tipo de vigilancia, control y muchos menos inspección, y fue por ello que a principio del año 1980, nuestro país se enfrentó a una de las crisis más profundas del sistema financiero, trayendo consigo efectos económicos irreparables para nuestro país.

El año 1982 puede considerarse como la culminación de los múltiples desajustes que venía enfrentando el sistema financiero en las últimas dos décadas. Su crecimiento desordenado en cuanto a tipo y número de instituciones; el tamaño desproporcionadamente grande del sector respecto de su solidez patrimonial; la concentración de la propiedad y las malas prácticas en materia de crédito, dieron lugar a que las fallas internas del sistema se manifestaran plenamente

al entrar la economía en un ciclo recesivo. Además, las entidades que fracasaron que fueron sometidas a procesos de nacionalización o liquidación eran de propiedad de unas pocas personas y presentaban, sin excepción, manejos claramente irregulares manifestados en índices sorprendentes de concentración de cartera por medio de auto préstamos, falta de diversificación de las fuentes de recursos, y en general malos manejos administrativos. (Quintero, 2006, p. 459).

De lo anterior podemos colegir que desafortunadamente el panorama que se vislumbra trascurridos ya casi treinta y tres años, con todo lo que ello implica en la evolución teórica normativa en aspectos de derecho económico y derecho penal económico para combatir y prevenir dichas conductas fraudulentas, que resultan lesivas para nuestra sociedad aun continúen y casi de la misma manera. Si bien es cierto que hoy existen diversas garantías en nuestra legislación, y se propende por aspectos como; la libertad de empresa, la libre competencia, libre asociación, la propiedad privada, libertad de escoger un oficio o profesión entre muchas otras consagradas en nuestra carta magna de 1991, desafortunadamente se presentan personas cuyos abusos devienen de la ilegalidad e incluso ahora legalidad disfrazada de aquella irracionalidad marcada por el ser humano de un incesante aferró por el dinero, como lo hemos citado en un principio haciendo alusión a los “espíritus animales”, muestra de ello, sin ir tan lejos en el tiempo es lo acontecido con el reciente cartel interbolsa;

La más grande comisionista de bolsa de Colombia, Interbolsa S.A. era el holding del Grupo Empresarial Interbolsa, que conformaba su activo con inversiones en sus filiales, inversiones de capital directas o vehículos de inversión e inversiones en tesorería. Calificada como típica pirámide estrato 6, auto préstamos, evasiones de impuestos y malos manejos de los recursos por parte de integrantes de la firma y de algunos inversionistas, (Valencia, 2014, p.69),

Lo anterior aconteció desde un aparente marco de legalidad, tratándose de la principal corredora de bolsa del mercado bursátil de Colombia para aquel entonces, la cual se tenía como una de las grandes compañías ejemplo a seguir, para luego convertirse en un descalabro de inmensas proporciones, causando sin duda irreparables pérdidas patrimoniales y morales a sus víctimas, entre ellos inversionistas y ahorradores; grandes, medianos y pequeños, teniendo que vivir estos al final obsesionados y agobiados por el daño económico causado. Dicha entidad tenía dentro de sus facultades la captación masiva y profesional de ahorros e inversiones de los ciudadanos y no con intereses significativos o exorbitantes pero si los de la banca corriente.

Es por ello que en Colombia de una u otra manera a la llegada de un modelo de negocio como lo es el marketing multinivel genera cierto grado de desconfianza, negocio el cual si es enfocado dentro del marco de la legalidad (venta directa de productos y servicios), podría llegar a ser sin duda el modelo de negocios más rentable y próspero, Pero el cual se ha puesto en entredicho cuando este es presentado como la obtención de recursos por medio de la recepción de dineros por la mera actividad de inclusión de personas para formar parte de la red u organización.

### **Marketing piramidal**

Es pues de gran relevancia traer en este aparte la conceptualización del sistema que en contraste con el mercadeo en red o multinivel lo hace determinante para el tratamiento de estudio, como lo es el denominado esquema piramidal o mejor conocido a nivel mundial como esquema ponzi, (en alusión a su precursor), cuyo negocio es el de la captación de dineros del público, similar al que hacen las entidades de ahorro y crédito, pero que es llevado a cabo de forma ilegal por personas naturales o jurídicas que no cuentan con el permiso requerido de la

autoridad competente para desarrollar esa captación, los “empresarios” de dicha actividad ofrecen pagar altos intereses a los inversionistas o ciudadanos, intereses que pueden ser equivalentes al doble, el triple o más veces de lo que pagan normalmente las entidades bancarias o financieras. **En este negocio no se genera riqueza alguna**, porque no hay ninguna actividad que la genere, **no se cuenta con ningún producto o servicio**, razón por la cual los gastos de representación y administración del negocio o actividad, y los intereses que llegaren a pagar son pagados con los dineros que entregan los nuevos inversionistas o ciudadanos que entregaron su dinero. Aun cuando en un comienzo el negocio puede pagar los altos intereses pactados y devolver el capital invertido a quienes quieran retirarlo, eso no implica que el negocio sea legal o valido, ni que eso corresponda al objetivo de sus empresarios; esos pagos constituyen simplemente por denominarlo en un término coloquial como el “anzuelo o gancho para pescar” otros inversionistas o ciudadanos “incautos”, porque el objetivo final de los empresarios de dicha actividad no es más que captar la mayor cantidad de dinero de sus inversionistas, desaparecerlo y al paso desaparecer ellos mismos, con lo cual los inversionistas o ahorradores no solo no recibirán los intereses que se les habían prometido, sino que perderán el dinero inicialmente invertido.

Por otra parte Los “clientes” que recibieron los altos rendimientos e intereses y no perdieron el capital inicial invertido porque lo retiraron oportunamente pueden ser los “afortunados” del negocio.

En la normatividad Colombiana la captación masiva y habitual de dineros del público sin contar con el permiso previo de la autoridad competente fue tipificada como un delito y ha tenido diversas modificaciones entre ellas las podemos observar en el Decreto Legislativo 2920 de 1982, el cual versa sobre la toma de medidas en pro de asegurar la confianza del público en el



sector financiero, y en igual medida el citado decreto abrió campo para la tipificación de la conductas ejecutadas por aquellos empresarios que operaban bajo esquemas ponzi o sistemas piramidales realizando captaciones ilegales de dineros del público disfrazándola a través de redes de mercadeo o empresas multinivel, **aludiendo a la figura de oferta de un bien o un servicio**, a través de publicidad, mejor conocida en este medio como lo es el , **“voz a voz”**, esto agregado a la construcción de redes o comunidad de personas a cambio del pago de comisiones por la incorporación de las mismas, sumado a la remuneración por los productos comercializados.

Resulta pues irónico que a pesar de lo comentado y sucedido hace ya más de una década, pese a la regulación que se dio nuestro país hasta hace apenas escasos 2 años, tales defraudaciones y abusos se continúen repitiendo constantemente y cuasi de la misma manera, ello en razón a que dicha regulación se ve desnaturalizada fácilmente por personas y empresarios cuyos negocios tienen la finalidad última de provocar en un abrir y cerrar de ojos la alteración del bienestar público y económico que impacta en todas las capas de la sociedad.

Cabe hacer la distinción que el marketing multinivel o las redes de mercadeo contrastan con las pirámides en la confusión que se tiene de estos modelos de comercialización que han conllevado a prácticas que están por fuera de lo legalmente establecido y que a la fecha están en constante crecimiento en la economía colombiana.

Evidencia de ello es que la misma superintendencia de sociedades, a través de su máximo representante, Francisco Reyes en reiteradas ocasiones el año inmediatamente anterior y en lo que va corrido del presente 2016, ha efectuado llamados constantes a los ciudadanos sobre el resurgir de modelos de negocios ilegales que sin duda atentan contra dicho orden económico y social de la población colombiana.

Es por ello que en la llegada a Colombia de estos modelos de negocios bajo métodos modernos y sofisticados, Y rememorando la debacle de la captadora más grande que se tenga conocimiento en Colombia DMG (David Murcia Guzmán), y en consecuencia al complejo panorama vivido por muchos colombianos en aquel entonces, en atención a la incapacidad del estado de analizar el fenómeno y su envergadura con todos y cada uno de los tópicos **socio culturales y económicos** que ello implica, de los cuales haremos referencia posteriormente.

No hay duda que la imagen del marketing multinivel en Colombia a pesar de ser un modelo de negocio recientemente regulado por nuestra legislación, sigue siendo percibido y asociado generalmente, como un esquema similar al piramidal y por ende con captadoras de dinero, atribuida está más a la operación del sistema, donde evidentemente podríamos observar pirámides camufladas en modelos multinivel, generando dudas de su legalidad y claridad en cuanto su objeto social, induciendo a un error constante en su identificación, el cual debemos tratar de manera especial y oportuna evitando que nos conlleve nuevamente hacia una crisis de carácter económica y social, recordando que fue una de ellas en el año 2008, la que ocasiono el derrumbamiento masivo de las pirámides en Colombia, lo cual también dejo en entredicho la insuficiencia de normas para conjurar las causas de la crisis expuesta, aspectos que dieron lugar a la intervención y necesidad de declarar el Estado de Emergencia económico y Social, bajo el cual se expidió una nueva reglamentación para detener en aquella época la captación ilícita, en donde se evidencio la falta de un política criminal y suficientes herramientas para conjurar dicho acontecimiento, centrándose específicamente en el derecho penal con el fin de sancionar de manera poco efectiva a los responsables que causaron los prejuicios con el ejercicio de la actividad delictual.

### **El marketing y la red Piramidal.**

Sin duda la importancia al abordar este tema conlleva a despejar muchas dudas referentes a la venta en pirámide puesto que en el mercadeo en red o marketing multinivel, cuando se expone de manera errada el objetivo de negocio, se induce a desplegar conductas por los ciudadanos en el proceso de reclutamiento e incorporación, en donde se presenta el típico y claro esquema piramidal, haciendo ver solo las ventajas que les traería hacer parte de las misma, esto ascendiendo hacia niveles más altos a través del reclutamiento de nuevas personas, que por lo general resultan siendo, amigos, familiares, vecinos, etc., de esta forma se habla de la facilidad con la que se pueden llegar a conseguir tres, cuatro o quizás seis niveles inferiores, y de las personas que han de incorporar a cada uno de estos niveles, así como de los cuantiosos rendimientos y ganancias millonarias obtenidos rápidamente por el solo hecho de ejecutar repetidamente esta “simple operación” lo cual los convertiría de la noche a la mañana en grandes multimillonarios.

Los sistemas de red piramidal son caracterizados por la incorporación masiva de supuestos vendedores independientes, quienes en la realidad practica **no realizan actividad comercial alguna** de un intercambio de producto, es más bien caracterizada porque las personas que se involucran a las compañías e ingresan a la red multinivelista reciben dinero por llevar la simple incorporación de los ciudadanos quienes pagan a su vez cuotas de ingreso, en algunos casos excesivamente altas, dinero el cual les es retribuido a través de las nuevas personas que estos mismos “inversionistas” vinculan a la red ello se caracteriza por la simple acción de llevar nuevas personas a la red multinivel y que no se pretende en el fondo la distribución de un bien o servicio si no captar masivamente dinero, muestra de estas pirámides es la figura mediante la

cual una persona paga una cuota de afiliación a la compañía, consigue nuevas personas para que realicen lo mismo y del dinero que las otras personas pagan, la compañía toma parte y se las entrega a quien inicialmente las afilio, operación que es desplegada en cadena, lo que sin duda ocasiona el efecto conocido como “bola de nieve” pues los últimos al ingresar a la pirámide se quedan sin nada siempre y la supuesta empresa que organiza el sistema obtiene la mayor parte de esta supuesta afiliación, captando de esta manera dinero de los ciudadanos sin contraprestación alguna,

El esquema piramidal se caracteriza por la promesa de grandes ganancias, normalmente se centra en la etapa de involucramiento y reclutamiento, grandes pagos iniciales de introducción para pertenecer al sistema y sin duda poco énfasis en la venta y comercialización de productos, sumado a ello la compra de grandes existencias de mercancías, quitando importancia al esfuerzo, trabajo y dedicación para potenciar el éxito, y soportados en mercancías que a la postre no pueden ser revendidas. (Piqueras, 1992, p. 71).

Es por ello en este sentido establecer la diferencia entre la venta realizada por medio del modelo de distribución del márketing multinivel y la venta piramidal, para evitar confusión de estas dos figuras y poder determinar cuándo el mercadeo en red se encuentra afectado de objeto ilícito,

Las compañías de venta multinivel se esfuerzan en la venta de buena mercancía a clientes satisfechos, buscan la repetición de compra, anulan la caza de cabezas al no permitir aun distribuidor ganar una bonificación de reclutamiento, a menos que el nuevo distribuidor haga cierto número de ventas mensuales (Patty 1987, p. 99).

Los sistemas de márketing multinivel se encuentran encaminados a buscar ingresos única y exclusivamente por la venta y comercialización de productos, por el desarrollo de estas actividades, es decir que solo es dependiente de la venta a los consumidores y de la creación de

un mercado. Por lo tanto la importancia de productos de calidad, con precios relativamente competitivos, y sin duda de una red comercial, que se dedique a la venta de los mismos, mientras que en los sistemas piramidales no es de importancia la venta o comercialización en cadena de forma repetitiva de los productos a los consumidores.

Es por ello que las ventas multinivel deben estar enmarcadas dentro de un radio de legalidad siempre y cuando realmente se encuentren revestidas de una verdadera distribución de productos bienes y servicios, como quiera que puede presentarse la situación en que se camuflen bajo este sistema falsas empresas multinivel que en el fondo lo que pretenden es disfrazar una verdadera pirámide.

Por esto la intervención de todos los organismos de control inspección y vigilancia deben estar enfocadas a suministrar información a los consumidores, para generar precauciones en los ciudadanos antes de invertir en ofertas que suenan demasiado bien para ser verdad, ya que las mismas usualmente lo son. Además de ello la posible pérdida de dinero al participar en una estafa de pirámide ilegal y la comisión de un delito contra el orden económico y social.

### **El delito de captación masiva y habitual de dineros**

Dentro de aquellos delitos contra el orden económico y social, La captación masiva y habitual de dineros es catalogada como actividad delictual, en primera medida porque dentro de las caracterizaciones se encuentran su tipificación, lo cual conlleva a dicha conducta a ser tratada como un delito descrito claramente en el Código Penal (ley 599 de 2000), más específicamente en su artículo 316, y cuyos elementos integradores los podemos observar descritos taxativamente en el Artículo 1° del Decreto 1981 de 1988, el que se propendió por

asegurar la confianza del público en el sector financiero, y que para el caso haremos distinción de algunos elementos del tipo penal:

### **El sujeto Activo.**

En dicho delito es el único de los ilícitos que están consagrados en la ley 1700 de 2013, como protección penal en pro de la confianza en el sector financiero y cuyo sujeto activo es indeterminado, lo cual quiere decir, que el individuo o actor de dicha conducta no requiere de cualificación alguna. Es por ello, que cualquier ciudadano que quiera captar dineros de la población colombiana de forma masiva y habitual sin previa autorización de autoridad competente, o para ir más allá cuando este ejecuta conductas como las de promover, colaborar, inducir, financiar o patrocinar llevando implícita la realización de cualquier otro acto para captar dinero de los ciudadanos podrá ser sujeto pasivo de la acción del Estado por este hecho.

En cuanto a la condición de sujeto activo indeterminado en el delito de captación masiva e ilegal de dineros de los ciudadanos, cabe anotar que:

(...), el sujeto activo es indeterminado por cuanto no exige ningún tipo de cualificación jurídica, sino que incurre en él cualquier persona que capte en forma masiva y habitual dineros del público, vale decir, que realice la función de intermediación financiera, propia de este sector, sin autorización legal. Por ello, si los que ejecutan la conducta pertenecen a una empresa asociativa, similar a una cooperativa, o de economía solidaria –como fodemm- resultan también sujetos activos del tipo penal, por atentar contra el orden económico y contra el sistema financiero, por alterar el método reglado de captación y utilización de los recursos del público, como el ofrecimiento del crédito. En cuanto al número de personas que la norma exige para su concreción, se afirma que puede ser realizado por un solo individuo, con lo que se concluye que se trata de

un tipo penal mono subjetivo. (Corte Suprema de Justicia, Sala de casación Penal, S20487, 2005).

No obstante, los nuevos verbos rectores que utiliza el tipo penal, tales como promover, patrocinar, inducir, financiar y colaborar, sugieren la existencia de un tipo penal mono subjetivo pero anómalo, toda vez que además de las conductas ya reseñadas se requiere que otro individuo capte el dinero, en los términos consagrados en la ley, para que pueda actualizarse la figura delictual. De alguna manera, comportamientos que en el pasado podían sancionarse por la vía de la participación criminal (determinador y cómplice) ahora deben tratarse como autoría y coautoría.

### **El sujeto Pasivo**

En esta conducta delictual se lesiona sin ninguna duda el orden económico y social, en ese orden el sujeto pasivo se dice que es el Estado por cuanto es titular del bien jurídico tutelado. Dejando claro en primera medida que lo que se busca sancionar en la ley 1700 de 2013, por la cual se reglamentaron las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia, principalmente el desarrollo y ejecución ilegal de las actividades que atentan contra el sistema financiero, es decir que los individuos que desarrollen y ejecuten sin previa autorización lo que compete única y exclusivamente al sector financiero, sin perjuicio de que los inversionistas o ahorradores que de una u otra medida resulten dignificados puedan hacer parte en un futuro como víctimas en procura de la correspondiente indemnización por los perjuicios causados. Sobre el tema y al resolver un recurso de apelación incoado contra la sentencia condenatoria proferida dentro del proceso por las defraudaciones de la Caja Vocacional, se arguyo lo siguiente:

Por sujeto pasivo debe entenderse el titular del bien jurídico ofendido, esto no quiere decir que pueda identificarse el sujeto pasivo de un delito con el perjudicado por ese delito. Se puede ser ofendido sin ser perjudicado [...]. (Tribunal Superior de Bogotá 5 mayo, 1993).

No se puede olvidar que específicamente el tipo penal al que hay lugar, fue concebido originariamente para proteger única y exclusivamente la confianza pública en el sistema financiero, y de igual forma es protegido el patrimonio individual de los ahorradores e inversionistas que pudieran en dado momento intervenir como víctimas, si llegaren a resultar afectados, para la obtención de la indemnización correspondiente por los perjuicios que se hubiesen causado, de tal manera que no se puede identificar al sujeto pasivo de un delito con el perjudicado por este, ello bajo el entendido que el sujeto pasivo es el titular del bien jurídico ofendido, para su mejor comprensión en la realidad practica de llegarse a cometer tal ilícito sin el previo control y posterior permiso de la superintendencia de sociedades quien debe ejercer el mismo bajo las prerrogativas de preservar las estabilidad del sistema financiero y brindar seguridad a los inversionistas y ahorradores, lógico sería que cuando es infringido dicho mandato constitucional, el estado seria sujeto pasivo de dicha infracción y cuando ese comportamiento ilegal provoca una lesión patrimonial a los ahorradores serian en este caso ellos los perjudicados.

Por lo anterior se podría concluir que sin el permiso y el posterior control de la Superintendencia Bancaria teniendo como objeto primordial el de preservar el orden en el sistema financiero, brindar confianza y seguridad a los inversionistas y ahorradores, cuando es infringido el mandato, es el Estado quien sería el sujeto pasivo del punible; y cuando aquel comportamiento ilegal, conlleva de una u otra manera a la acción lesiva causada a los



ahorradores, son ellos los claramente perjudicados y por ende, tienen derecho al resarcimiento, por el principio de equidad y de justicia.

### **La Conducta.**

En un inicio el delito de captación masiva y habitual de dineros del público era tipificado como la persona que captara dineros del público en forma masiva y habitual sin contar con la previa autorización de la autoridad competente, se encontraba reducido y consagrado en un solo verbo rector (captar), Y que posteriormente como lo hemos reiterado con la legislación proferida bajo el estado de emergencia económica fue modificada la conducta adicionando varios verbos rectores en el afán de abarcar una cobertura penal superior en sede del sujeto activo como veremos más adelante.

Para el tema que nos ocupa y en concordancia con lo prescrito en el Artículo 316 de la ley 599 de 2000, (Código Penal), determina la captación de dinero de forma masiva y habitual sin la previa autorización legal. Es este orden de ideas El verbo rector se encuentra integrado por la palabra captar, término que, según lo sentado por el profesor Cancino (1983), “significa incorporar, coger, recibir caudales provenientes de un conglomerado de ciudadanos” (pp. 330 - 331).

Las modificaciones introducidas por la legislación de emergencia económica y social, y la conducta a sancionar es la de **desarrollar, promover, patrocinar, inducir, financiar, colaborar o realizar cualquier otro acto para captar dineros del público en forma masiva y habitual sin contar con la previa autorización de la autoridad competente.** Es por ello que de esta manera estaríamos frente a un tipo penal compuesto, que propende por diversos verbos

rectores cuyas conductas contenidas en cualquiera de ellos se definirán a continuación de acuerdo a lo preceptuado por el diccionario de la Real Academia Española (2016):

1. Desarrollar: Descubrir lo que está arrollado, deshacer un rollo. [...] Acrecentar, dar incremento a una cosa del orden físico, intelectual o moral. [...] Explicar una teoría y llevarla hasta sus últimas consecuencias. [...] Efectuar las necesarias operaciones de cálculo para cambiar la forma de una expresión analítica.
2. Promover: Iniciar o adelantar una cosa, procurando su logro. [...] Levantar o elevar a una persona a una dignidad o empleo superior al que tenía.
3. Financiar: Crear o fomentar una empresa aportando el dinero necesario.
4. Colaborar: Trabajar con otra u otras personas, especialmente en obras del espíritu.
5. Patrocinar: Apoyar o financiar una actividad, normalmente con fines publicitarios.

Podríamos entonces afirmar que dichos verbos rectores requerirían de la concepción de que dicho tipo penal es mono subjetivo puesto que se describen ciertas conductas realizables por una sola persona, pero igualmente anómalo ya que adicional a las conductas es indispensable que otro individuo capte dineros para que pueda considerarse una conducta típica.

En el caso de la expresión “realizar cualquier otro acto”, debemos atenernos al concepto de acto, definido por el mencionado diccionario como “hecho o acción”. Se trata de un tipo penal de mera actividad, que no exige ningún resultado para su adecuación típica, es decir que la conducta penal se perfecciona cuando la persona recibe dinero del público sin contar con la previa autorización de la entidad con facultades para conceder dicho permiso y en los términos que precisan las normas con las que se reglamentó esta figura (decretos 3227 de 1982 y 1981 de 1988).

Con el fin de facilitar y comprender lo que debe entenderse como captación masiva y habitual, de dinero del público, para el año 1982 bajo el gobierno del presidente Belisario Betancur, y en ejercicio de la facultad conferida por mandato Constitucional para aquel entonces, reglamentó el Decreto 2920 de 1982, en los siguientes términos:

Una persona natural o jurídica capta dineros del público en forma masiva y habitual cuando su pasivo para con el público esté compuesto por obligaciones contraídas con más de 20 personas, diferentes de las señaladas en el parágrafo de este artículo, o por más de 50 obligaciones, siempre y cuando se presente una cualquiera de las siguientes condiciones:

1. Que el valor total de dichas obligaciones, en uno u otro caso, sobrepase el 50% del patrimonio líquido de aquella persona
2. Que estas situaciones de endeudamiento hayan sido resultado de haber realizado ofertas públicas o privadas a personas innominadas o, de haber utilizado cualquier otro sistema con efectos idénticos o similares.

Parágrafo. Por pasivo con el público se entiende el monto de las obligaciones contraídas por haber recibido dinero a título de mutuo o a cualquier otro en que no se prevea como contraprestación el suministro de bienes o servicios.

No se computarán dentro de tal monto los dineros recibidos de los socios, sean personas jurídicas o naturales, o del cónyuge o los parientes hasta el 4º grado de consanguinidad, 2º de afinidad y único civil o de las instituciones financieras definidas por el artículo 24 del Decreto 2920 de 1982.

Así mismo, el artículo 8.º Del decreto mencionado fijó un plazo máximo de dos años para que las personas que se encontraran en la situación descrita sustituyeran esas fuentes de financiación, registrándose previamente ante la Superintendencia Bancaria y obteniendo el otorgamiento de la licencia provisional para tal gestión. De igual forma la Superintendencia Bancaria, por conducto

de la circular del 18 de diciembre de 1982, señaló los documentos e informaciones que debían remitir quienes se encontraban en la situación referida en la norma y determinó las bases para el programa de desmonte de captaciones. Empero, con el transcurso del tiempo el ingenio mal utilizado de nuestros “financistas” ideó nuevas formas de burlar la norma, lo que obligó al ejecutivo a dictar el Decreto 1981 del 26 de septiembre de 1988, con el cual se buscó evitar dichos comportamientos. En efecto, como una novedosa figura se celebraron contratos de mandato en los cuales el mandatario recibía habitualmente dineros de un buen número de mandantes con el fin de administrarlos libremente o de invertirlos a su juicio en títulos o valores; se procedió a la venta habitual de títulos de crédito o de inversión en los cuales se establece la obligación del comprador de transferir al vendedor la propiedad de otros títulos de la misma especie, a la vista o en un plazo convenido y contra reembolso de un precio que lleva implícito un rendimiento financiero, actividad conocida como repos, operaciones permitidas a determinadas entidades financieras que gozan del correspondiente permiso de la Superintendencia Bancaria, pero que se quedaron fuera del mercado directo. (Decreto 3227, 1982).

La ley 1357 de 2009 además de la modificación del anterior artículo 316 del código penal y de la inclusión del artículo 316A, Incluyo la modificación del artículo 325 en cuanto la punibilidad y la creación de un nuevo tipo penal (artículo 325A), Relacionado este con el lavado de activos y lo que se evidencia es la capacidad de controlar a las empresas que se han dedicado a recibir dineros de los ciudadano mediante el empleo de mecanismos que no alcanzan los términos del artículo 316, en la medida que logran acreditar que las personas se vinculan con ellas en razón de la compra venta y comercialización de artículos por medio del sistema de prepago y no por la entrega de dineros a cambio de altos intereses, la finalidad de dicha norma fue la de extender a los particulares el deber de reporte e información (en cabeza en principio de los funcionarios de las entidades financieras y de las cooperativas de ahorro y crédito) a la

Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) Sobre la posesión, movilización y almacenamiento de recursos en efectivo que desarrollen en ejercicio de sus actividades con miras a controlar conductas constitutivas de captación masiva y habitual de dinero.

Finalmente cabe recalcar que Dentro de los establecimientos de crédito que se encuentran facultados para captar única y exclusivamente recursos del público de manera profesional, la legislación vigente menciona las siguientes clases de instituciones financieras: establecimientos bancarios, corporaciones financieras, corporaciones de ahorro y vivienda y compañías de financiamiento comercial.

<b>SUJETO</b>	<b>ACTIVO:</b> Indeterminado Singular	<b>PASIVO:</b> El estado
<b>CONDUCTA</b>	<b>Verbos Rectores:</b> Determinador Simple: Captar;desarrollar, promover, patrocinar, inducir, financiar, colaborar	
<b>MODO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>LUGAR</b>
<b>BIEN JURIDICO TUTELADO</b>	Objeto Juridico: El orden Economico Y social	Objeto Material: Real; Dineros Captados por el Individuo
<b>Beneficio</b>	Finalidad: Captar dineros del Publico de forma masiva y habitual sin contar con la previa autorizacion	Tentativa: No Admite
<b>ELEMENTOS NORMATIVOS</b>	* Captacion Masiva Y habitual de Dinero	
	* Intermediacion Financiera	
	* Autorizacion legal por parte de las autoridades Estatales (Intermediacion Financiera)	

Figura 1. Descripción del Tipo  
Fuente. Adaptación Elaboración Propia

## Reflexión de la figura legal

Sería conveniente cuestionarnos que es más favorable si un tratamiento penal o un control administrativo de dicho comportamiento, ello por cuanto se trata por un lado del sector financiero y de una gran concentración de crédito público, los tipos penales contentivos de dichos comportamientos han conllevado a una inaplicación fundamentalmente por la invocación del principio de la última ratio, ello en virtud del cual solamente se debe erigir en ilícito penal una conducta que no ha podido ser controlada por la oportuna y eficiente acción de otras ramas del derecho. Para tal caso cabe mencionar en este aparte que una excesiva criminalización de determinados comportamientos reconducibles a otras ramas del ordenamiento jurídico, podrían causar una frustración del sistema punitivo, como bien lo plantearía Pinilla (1989), afirmando que:

La realidad colombiana muestra su inflada criminalización sustantiva, abatida por una desbordante descriminalización de hecho. Una vez más se observa como las previsiones jurídicas llegan a alejarse de la materialidad fáctica y se pone en realce la frustración del sistema punitivo tradicional ante el creciente volumen de las tareas que se le señalan, pues queriendo encomendarle todo, le restan dedicación y eficacia para afrontar con éxito lo que no puede ser solucionado por otras vías que es lo único que filosóficamente debe corresponderle al derecho penal como ultima ratio entre todas las opciones del estado (p.81).

Y si bien es cierto que tal delito constituye un problema recurrente en la tipificación de los hechos económicos traducir al lenguaje y entendimiento del tipo penal los criterios y conceptos que pertenecen al ámbito de la economía en donde hoy por hoy la tecnología juega un papel determinante, la realidad criminológica nos indica que existe una predisposición cultural al ánimo exacerbado de avaro y avaricia por el dinero ello por encima de todos los medios legales

para su consecución, que los ciudadanos justifican sus acciones invocando una moral convencional y excusándose en la situación socio económica del país, ello bajo el argumento de la situación de pobreza y desigualdad, es por ello que resulta lógico inferir una tendencia en el sentido de que nuestra cultura en los diferentes ámbitos de la vida económica incentivara nuevas y sofisticadas formas de captación masiva y habitual de dineros, fenómeno cada vez más recurrente que conlleva a modificaciones de los supuestos normativos consagrados en nuestra legislación y que como lo han recalcado diversos tratadistas como una constante en lo que se refiere al derecho penal económico la continua evolución de la vida económica de los mecanismos financieros y sin duda alguna de la tecnología, son factores que dificultan una tipificación satisfactoria del ilícito que aquí nos ocupa.

Antes de la necesidad de la creación o ampliación de un tipo penal como los es el de la captación masiva y habitual de dinero para lograr el objetivo de control de aquellas conductas que se desarrollaban por fuera del sistema bancario. Si en su momento se hubiese dado cumplimiento a las normas administrativas que ya existían en nuestro ordenamiento jurídico para la época, las cuales propendían por sancionar a los responsables de dichos comportamientos, pero que a pesar de que siempre están las normas se ha tornado complicado su aplicación, ya que si se hubiese cumplido a rigor con el acatamiento de tales normas el alguna medida se habría evitado el desarrollo desmesurado de esta conducta que posteriormente fue trasladada al ordenamiento jurídico penal, ello sin contar con los necesarios y rigurosos estudios que tanto esta como cualquier otra penalización siempre han sugerido. No puede desconocerse que es un hecho comprobado que el derecho sancionatorio administrativo ha resultado de una u otra forma mucho más efectivo y ágil para castigar estas conductas que el derecho penal en cuya

aplicación se evidencian ciertas dificultades, entre algunos de los factores, se encuentran el exagerado instruismo al formalismo.

De igual forma tampoco se debe desconocer que en el evento de presentarse engaño o inducción por el que ejecuta o realiza tal delito, las normas penales llegarían al individuo en los tipos penales existentes contra el patrimonio económico; tales como el abuso de confianza, la estafa o según sea el caso. La posición del legislador para la inclusión de la captación masiva y habitual de dineros, se encuentra marcada de una u otra manera por su contrariedad a las diversas sugerencias y recomendaciones elevadas por la Asociación Internacional de Derecho Penal quien afirma que deberían incentivarse por la implementación de medios civiles (mercantiles) y administrativos antes de incriminar determinados actos u omisiones perjudiciales para el ciclo económico en la sociedad.

A pesar de los diversos problemas que entre la criminalización de la conducta y de que probablemente un concienzudo control administrativo podría desatar un efecto preventivo más contundente, es cierto que a lo largo de la historia se ha demostrado que la aplicación de las normas administrativas no han sido del todo eficaz, quizás a raíz de las mismas ineficientes actuaciones de las autoridades competentes, Además de la dimensión real del daño al bien jurídico mediatamente tutelado (el patrimonio individual) y del directamente protegido (la intervención del estado en la actividad financiera y más específicamente la confianza pública en el sistema financiero) visto dramáticamente como lo hemos reseñado anteriormente para el año 1982 y 2008, más las condiciones criminológicas examinadas que sugieren una potencialidad latente para captar dineros ilegalmente, diagnostican un alto riesgo en la reiteración futura del comportamiento que justifica un tratamiento penal, que debe ser sustentado como lo hemos



mencionado anteriormente en estudios empíricos y de política criminal, sin que sea conveniente establecer sanciones penales leves y menos estigmatizantes.

La pena privativa de la libertad debería ser constitutiva la más adecuada para el castigo de la delincuencia económica siempre y cuando atienda las a las exigencias de proporcionalidad (con la gravedad del hecho y la culpabilidad) y la necesidad de una prevención general.

Ahora bien la prevención del hecho punible debe estar acompañada sin duda de medidas jurídicas extrapenales y de prevención social como la información, que mejoren el acceso de todos los ciudadanos a los servicio financieros en la medida que si bien penalmente se debe proteger el sistema financiero por su función trascendental en la vida económica, este también debe consolidarse como un servicio público que se ofrezca en condiciones de igualdad para toda la población, la bancarización debe ampliar su cobertura pero igualmente los ciudadanos deben ser conscientes de la necesidad de conducirse conforme a la ley, paradójicamente el tipo penal de captación podría conducir a la tutela de aquellos que al margen de la ley, deciden llevar sus dineros a personas no autorizadas en pro de mayores intereses de los concedidos por el sector financiero y especialmente para no cancelar las obligaciones tributarias que resultaren de obtener ganancias manteniendo de hecho dichos recursos ocultos al gobierno.

## **Capítulo 2**

### **El Derecho Del Marketing Multinivel**

#### **Desarrollo general del marketing multinivel**

En primer lugar trataremos un poco más de cerca la filosofía de la industria o modelo de distribución que ineludiblemente nos ayudan a entender, y poder caracterizar de manera puntual aquellos elementos que nos permiten la identificación autentica y legal del marketing multinivel

o mercadeo en redes, ya que no puede ser menos importante cuando este refleja ciertas relaciones de carácter complejo en donde el fin último no puede versar en forma diferente con un modelo que se ha pretendido desnaturalizar y apartarse de su contexto normativo, con el fin de confundir y hacer caer en error a los ciudadanos, cuando se les manifiesta que para generar dinero no se deben desplegar mayores esfuerzos, (dinero fácil),

Como primera medida es importante para su entendimiento hacer una breve referencia histórica a los comienzos de la consolidada industria perteneciente a una de las modalidades de la venta directa en el mundo, como lo son las redes de mercadeo o marketing multinivel, que sin duda alguna han devenido del constante y grande crecimiento de las comunicaciones y tecnologías, al igual que de la transformación de las economías mundiales en miras de la ya desencadenada globalización, en donde el derecho siempre ira ligado y no podrá ser ajeno a los fenómenos económicos y sociales del mundo.

Cabe resaltar que a nivel global la economía trae adherido consigo el término de ventas cuya definición en sentido general podría aludir a aquel cambio de un determinado producto y/o servicios por dinero, y que desde el punto de vista legal no sería mucho más que una transferencia del derecho de posesión de un bien o servicio a cambio de dinero.

De allí que se desprenda la necesidad del hombre por conseguir dinero diseñando diversas modalidades de comercializar productos con el fin de obtener dinero, acumular riqueza o simplemente con la necesidad de cubrir unos gastos como parte de una sociedad que en cualquier lugar está expuesta a adquirir o proveer bienes y servicios.

Cabe anotar igualmente que para poder desarrollar esta actividad económica debemos referirnos a los diferentes mecanismos de distribución existentes en el mundo, con el fin de llevar a los consumidores bienes, productos o servicios, labor que se encuentra a cargo de las

empresas productoras de los mismos, cuyas compañías o empresas diseñan mecanismos que se conocen tradicionalmente como mercadeo o marketing. McCarthy (1964) lo definió como;

El resultado de la actividad de las empresas que dirige el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario, con la pretensión de satisfacer a los consumidores y permitir alcanzar los objetivos de las empresas (p. 881).

Siendo este entonces una práctica de actividades tendientes a promover, planificar, distribuir, promocionar, fijar precios, entre otras, de los bienes, productos o servicios que se comercializan. Es por ello que dentro de estas actividades se crean diversos canales o medios de distribución para poder llegar a los clientes o consumidores, tanto intermedios como finales, cabe resaltar que el gran desarrollo de actividades propias del marketing y en donde se perfeccionaría y evolucionaría notablemente fue en los Estados Unidos, en donde sin duda alguna esta actividad fue determinante en el desarrollo económico de ese país para aquel momento, y que como cualquier otra innovación de la cultura Estadounidense traería consigo repercusiones modificando con su vocabulario algunos términos como lo son; marketing, turn over, recognition, franchising, merchandising, entre muchas otros.

Dentro de las formas tradicionales y comunes en cuanto a las ventas se encuentran, la llamada venta directa, puerta a puerta, (persona a persona), ejemplo de ello tenemos que;

En 1886, McConnel, que vendía libros a domicilio y ofrecía como regalo por la compra de uno de ellos un perfume al cliente que comprara, se dio cuenta de que las señoras adquirirían sus libros por conseguir el perfume. Tuvo entonces la idea de fabricar artículos de belleza y venderlos a domicilio (Manuel y Xazdel), De esta forma nació la gran empresa Avon, multinacional y centenaria. (Sánchez, 2001. p.34).

Sin duda otra de las empresas pioneras en esta industria a lo largo de la historia por mencionar las más reconocidas están, electrolux (1907 Francia), quien para el año 1925 llega a los estados

unidos con su reconocida venta de aspiradoras. Otro tipo de venta fue la venta por reunión en el año 1937, igualmente desarrollada en estados unidos, la cual consistía en la acción del vendedor para realizar una demostración de los productos, se tenía así pues de esta manera un contacto más cercano con el posible comprador. Durante una o dos reuniones dirigidas a un grupo de personas. Las cuales al final se traducían en ventas, diferenciando esta actividad de cómo se hubiesen concretado puerta a puerta, pues hubiese costado mucho más trabajo y tiempo.

### **Definición de marketing Multinivel**

Haber hecho una breve pero precisa mención de algunos de los diferentes medios de comercialización de productos y servicios en referencia al surgimiento de la venta directa, su evolución y trascendencia a lo largo del tiempo, nos conduce finalmente a situarnos en lo que actualmente se denomina Venta Multinivel, o marketing multinivel, clasificado dentro del sistema de distribución de venta directa, pues trae consigo características similares a las ya mencionadas anteriormente, pero cuya diferenciación más importante es la conformación de Redes de mercadeo, conformadas por personas naturales o jurídicas, a las cuales se les conoce como distribuidores independientes, ejecutivos independientes, empresarios independientes, o vendedores independientes, esta denominación se encuentra bajo la autonomía de cada compañía de la industria, y que bajo de la normatividad actual se define como: “la persona natural comerciante o persona jurídica que ejerce actividades mercantiles, y que tiene relaciones exclusivamente comerciales” (Ley 1700, 2013).

De igual forma para tener una idea más amplia y detallada sobre cómo es definida esta modalidad de venta, cabe mencionar algunos términos con los cuales se le conoce en varias latitudes del mundo como lo son; venta Multinivel, Marketing Multinivel, que también es

citada como MLM, término procedente del inglés Multi Level Marketing. En castellano abreviado como MMN o MM. Igualmente se le ha denominado Red o Marketing de Red o de Redes, traducida al inglés Network Marketing o Networking, Los anteriores términos aduciendo más a la filosofía del negocio en sí, que a las propias tácticas que lo comprenden, en Colombia es conocido como comercialización en red o Mercadeo Multinivel.

Atendiendo pues a este término recalcaremos algunas definiciones dadas por autores y asociaciones expertas en la materia y que han hecho sus pronunciamientos desde el surgimiento, y desarrollo de la industria a nivel mundial. García (2004) citado en Tazondeau y Xardel (1998), Refirió, “Es un método de distribución que permite a toda aquella persona que lo desee vender una gama de productos, aprovisionándose directamente de un fabricante y creando una red de distribuidores a diferentes niveles por un sistema de padrinazgo sucesivo”, (p.12).

De igual forma Dave Roller (1995) expuso que:

El marketing multinivel, o de red es un sistema por medio del cual una empresa madre distribuye sus servicios o productos a través de una red de negociantes independientes, no sólo en Estados Unidos, sino en todo el mundo. Estos negociantes o empresarios patrocinan a su vez a otras personas para que les ayuden a distribuir el producto o servicio. Este proceso de personas que ayudan a otras puede continuarse a través de uno o más niveles de ganancias. (p, 79).

La Federación de Asociaciones Europeas de Venta Directa, antecesora de la actual DSA que es la asociación comercial nacional de Estados Unidos de América, la más importante de la industria a nivel mundial puesto que es la referencia más importante como respaldo para las empresas de mercadeo en red a nivel mundial, define el Márketing multinivel (o network de márketing) de la siguiente manera;

Es un negocio de venta directa mediante el cual se ofrece a los consumidores productos y servicios para su consumo final a través de ventas realizadas por una red de distribuidores independientes. Estos distribuidores pueden recibir una compensación por sus propias ventas de productos y servicios a los consumidores, así como por las ventas generadas por la red de distribuidores independientes que ellos hayan introducido en el negocio, (Asociación de Venta Directa, DSA 2013).

Igualmente a nivel nacional la asociación colombiana de Venta directa la define de manera amplia como; “una estructura en la que la compañía compensa al representante independiente de ventas directas no sólo por las ventas que genere personalmente, sino también por las ventas de los demás que incorpore a su grupo”. (Acovedi, 2010).

Este tipo de compensación valga hacer la claridad se recibe en adición a los beneficios al por menor, que es la diferencia entre el precio al por mayor de un bien o servicio y el precio de venta al por menor, en definición más concreta por la asociación que se encarga de llevar a cabo la agrupación de las principales empresas de Venta Directa del sector en Colombia lo ha definido como;

La comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros o en su lugar de trabajo, siempre por fuera de locales comerciales establecidos. Usualmente se realiza a través de una explicación o demostración de dichos bienes o servicios por parte de una fuerza de ventas independiente.

Asociación Colombiana de Venta Directa (Acovedi, 2010).

Observado cada una de estas definiciones detalladamente, podemos evidenciar una clara diferencia con los mecanismos de venta tradicionales, dicha diferencia radica en el mecanismo de distribución el cual se encuentra compuesto por personas naturales o jurídicas que ejercen actividades mercantiles, basados en relaciones exclusivamente comerciales, y que se denominan

vendedores independientes, distribuidores independientes, ejecutivos independientes, empresarios independientes, u otros previamente definidos y establecidos conceptualmente por cada una de las compañías de dicho sector, en la cual se suprimen los intermediarios que constituyen los canales de distribución tradicionales, cuyo vinculo se enmarca en el ejercicio de sus actividades determinadas por la relación al formar parte de la red de distribución previamente conformada, en pro del desarrollo del negocio, predominando la colaboración entre sí, mediando un plan estructurado **de porcentajes sobre las ventas, remuneraciones y participaciones**, plan diseñado por la compañía con el objetivo único de beneficiar a todos sus integrantes.

En virtud de ello el mercadeo en red o marketing multinivel como es conocido en Colombia, es de suma importancia no solo para toda aquella persona que de una u otra forma se encuentra asociada a dicha industria o su modelo de distribución, si no para la misma sociedad en general y a la cual se le expone un modelo de negocio como una oportunidad única de libertad e independencia económica, aquello sumado a la coyuntura muy particular de nuestra realidad social en donde se plantean tópicos puntuales como desigualdad, pobreza, educación, desempleo y seguridad social, factores económicos determinantes que conducen a que muchas personas naturales o jurídicas en nuestro país opten por hacer parte de dichos sistemas y canales de distribución.

Las causas de esta problemática deben ser enfocadas a la comprensión, y desarrollo de las diferentes caracterizaciones que existen desde la óptica jurídica ahondando en su contenido dogmático, objeto que determina lo concerniente al marketing multinivel, comprendiendo los elementos esenciales para la correcta interpretación, entre lo que es en sí un sistema multinivel o mercadeo en red con relación a un esquema piramidal, su diferencia y trato normativo en la

legislación nacional, y el desarrollo de estos dos sistemas que inducen a una errada interpretación y desconocimiento generalizado, comprender cuando sus actividades u operaciones se ajustan a lo consagrado por nuestra legislación, son elementos inminentemente decisivos al momento de hacer partícipe de dicha actividad o sector industrial, pues si bien muchas empresas pasan por operar de forma más o menos legal, pagan impuestos y están reconocidas legalmente por la Cámara de Comercio, son simplemente una sombra de lo que se conoce como esquemas piramidales, y más teniendo en cuenta las implicaciones legales que estas traerían para cualquier ciudadano que promueva este tipo de captaciones ilegales.

En buena hora la misma entidad encargada de la vigilancia y control de dichas sociedades, ha puesto en tela de juicio la magnitud de no comprender la diferencia del sistema piramidal y multinivel, como lo expuso en una pasada intervención la superintendencia de sociedades, la entidad competente en la materia, aduciendo lo siguiente;

Existen varias organizaciones cuya forma de vender sus productos o servicios es a través de mercadeo multiniveles, o mercadeo de redes. Este esquema consiste en reclutar gente para que venda productos o servicios, y reclute más distribuidores. Si la mayor parte de las ganancias se obtienen a través de las ventas de productos al consumidor final, estamos hablando de una organización sólida, Pero si la mayor parte de las ganancias se generan reclutando gente, este es un indicio de que la organización está involucrada en un esquema piramidal que puede colapsar en cualquier momento. (Servicio de Información Atlas SIA, 2015).

Es aquí tal vez un claro ejemplo del objetivo de algunas compañías, ya que pretende solo la captación masiva de dineros del público, que como lo hemos expuesto es un delito tipificado en nuestra legislación y que debido a las diversos descalabros económicos y a la coyuntura del momento, dicha tipificación en materia penal ha tenido diversas variaciones para abarcar de



manera más completa el citado delito económico, el cual contempla sanciones no solo para sus dirigentes si no para todas aquellas personas que establece la norma y como lo hemos observado en el capítulo anterior, está en cabeza de los ciudadanos que participan en estas organizaciones y sus modelos de distribución la implicación de un conocimiento previo el cual más que un deber es una obligación del ciudadano al involucrarse a estas industrias, deber y derecho a conocer y comprender su desarrollo e implicación legal.

### **Contextualización normativa del marketing multinivel**

En la actualidad y aun existiendo parámetros de otras normatividades globales como lo fue la “adecuación” de la legislación española frente al tema, dentro de un marco regulatorio y una estructura organizada por parte del estado colombiano, con el objetivo único y en pro de la transparencia de las actividades multinivel, la preservación de la buena fe, la defensa de los derechos de las personas involucradas en la venta y distribución de bienes o servicios que se comercializan bajo este método, la protección de los mismos consumidores, del ahorro del público y en general la defensa del interés público, en la industria multinivel como lo dejó consagrado en la citada ley 1700 de 2013, a pesar de ello aun la primer impresión que se conciba sobre este modelo de negocio, es la de ser tratado bajo el más estricto cuidado de regulación económica pues puede este llegar a pasar desapercibido por su ilegalidad, pues la misma normatividad ha dejado una puerta para que se generen suspicacias, y en donde abrió paso al derecho penal económico para jugar un papel relevante como mecanismo preventivo y sancionador, por lo cual retomaremos a uno de los más grandes expertos en la materia como lo es el Doctor Bajo M, (1982), citado por Hernández, 2005) quien plantea que:

El derecho penal económico en esta materia no es más que el aglutinamiento entorno al denominador común de la actividad económica, (...), ello con el fin último de velar por un equilibrio que se intenta mantener en la sociedad, la defensa de valores patrimoniales, tanto individuales, colectivos y otros de carácter eminentemente públicos, (p.195).

Ello se refleja dentro de nuestra economía de mercado, ya que cuenta en este sentido de un carácter libre o dirigido, pero siendo innegable que ante la presencia de personas que optan por desestabilizar y desnaturalizar este orden económico dentro del sistema de mercado económico y financiero de nuestro país o de cualquier economía mundial, con la aparición de un “mercado paralelo”, como podría colegirse de las llamadas pirámides financieras pues estas en un breve lapso de tiempo pueden llegar a manejar billonarias sumas de dineros captados de la población, dichas pirámides entendidas como un sistema o esquema de inversión que tiene carácter expansivo, y en el cual cada uno de los “inversionistas” se compromete de una u otra forma a depositar determinadas sumas de dinero bajo el ofrecimiento de un gran rendimiento y fuertes márgenes de ganancias, las cuales por llegar hacer desmesuradas en ocasiones implican cierta duda razonable a la luz de cualquier actividad económica.

Es importante tener en cuenta algunos ejemplos que nos muestran como se ha desarrollado en la mayoría de la ocasiones esta práctica delictiva que atenta sin duda alguna contra el orden económico y social como bien jurídico tutelado, muestra de ello fue un estudio dirigido por los investigadores de la Superintendencia de Sociedades, que como organismo técnico y adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mediante la cual el Presidente de la República ejerce su inspección, vigilancia y control de aquellas sociedades mercantiles como lo citamos anteriormente en función de sus atribuciones consagradas en la constitución, fueron detectados para la época más crítica de la economía colombiana en el año 2008, diversos tipos o

modalidades de negocios cuya operación fue caracterizada y puesta en conocimiento de la ciudadanía en general, dentro de las cuales se hicieron referencia las siguientes:

La captación de dineros a través de un mecanismo de tarjetas o bonos pre pago que, supuestamente, tienen como objetivo la compra de bienes muebles, como electrodomésticos, productos naturales e incluso vehículos. Pero, en la práctica, lo que se ofrece a la gente es, esencialmente, un altísimo rendimiento por su dinero.

El viejo y conocido mecanismo de pirámide, que ahora se presenta comercialmente con el nombre de **“Multinivel de consumo masivo, mercadeo en red y fidelización de comunidades de consumo”**. Aquí una persona paga una afiliación a cambio de llevar otras personas que también pagan esa afiliación. El dinero entonces llega a las arcas de la empresa que promociona el sistema y a las cuentas de los primeros de la pirámide. Un sistema que en años pasados también operó en el país para, finalmente, derrumbarse con una multitud de damnificados en su base. (Superintendencia De Sociedades De Colombia, (SSC), 01 de febrero de 2008).

Como respuesta a dichos modelos detectados que sin duda alguna fueron lesivos para nuestra economía y debido a la ausencia absoluta de regulación, bajo la aparición de dichas sociedades mercantiles, personas naturales o jurídicas, que operaban y operan bajo estos modernos sistemas de negocios, sin duda era evidente la puesta en marcha de un estudio sobre el tema de redes de mercadeo o venta directa en nuestro país, para dar paso a la consecución de un proyecto legislativo de tratamiento de esta naturaleza, necesario y urgente, muestra de dicha urgencia se evidenciaba cada vez que se elevaba algún tipo de consulta respecto de dicho modelo de distribución, pues la misma Superintendencia de Sociedades manifestaba que:

El sistema de marketing denominado “multinivel” aún no ha sido objeto de regulación por parte de la legislación colombiana”. En un escrito el cual fue radicado en la entidad en donde un ciudadano manifiesta su preocupación por que su actividad, de venta de productos de la marca 4life, pudiera transgredir la normatividad vigente”. (Oficio 220-003058, enero 19 de 2009).

En este caso, la Superintendencia, al no contar con una herramienta jurídica nacional para poder definir la actividad multinivel, hacia remisión a la legislación española, más precisamente a la Ley 7 del año 1996, llamada de *Ordenación del Comercio Minorista* implementada por dicho país, dicha remisión con el fin de establecer una definición y atender a sus respuestas. Este tipo de casos demostraban de manera clara la necesidad de que el país regulara autónomamente este tipo de actividades con el propósito de evitar posteriores confusiones, descalabros y defraudaciones económicas.

Razón por la cual y solo después de pasados siete años el congreso de la república en un afán para prevenir y enfrentar esta problemática de intermediación financiera llevada a cabo tanto por empresas privadas como por particulares. Y en lo referente al caso en concreto del mercadeo en red o multinivel buscando mecanismos que complementaran y mejoraran lo que hasta ahora se había logrado en materia reglamentaria por parte del gobierno nacional, en donde podríamos afirmar que sus intervenciones en el transcurrir del tiempo se han caracterizado más por la toma de medidas de manera coyuntural y transitorias, en donde se caracterizaba por hacerle frente a las crisis con la mera expedición de una serie de decretos de emergencia, para de alguna forma tratar de controlar estos modelos de captación de recursos y dineros del público sin previa autorización. Finalmente y bajo el estado de urgencia por regular la materia, se dio a la tarea de expedir lo que hoy se conoce como la ley 1700 del 27 de diciembre de 2013, la cual pese a las buenas intenciones del legislativo, llama gran atención que en adopción e implementación de

la misma se evidencie el resurgimiento de personas y empresas con modelos modernos, sofisticados, adaptados y porque no decir amparados bajo la misma normatividad, tema al cual no se le está prestando la atención suficiente, pues existen sociedades comerciales en las cuales los ciudadanos hacen la entrega de dineros, bajo la operatividad de dichas compañías y sociedades mercantiles de manera pública, con manifestaciones públicas, con oficinas abiertas al público amparados someramente bajo el marco regulatorio y normativo. Y que no solo cuentan con conocimiento de los ciudadanos que participan en ellas, sino de todas las autoridades que de una u otra forma intervienen en el desarrollo de las mismas.

Teniendo en cuenta lo anterior, debemos enmarcar los diferentes preceptos normativos, para contextualizar en este punto la relación inmediata con el derecho económico y la aproximación criminológica que se desprende de las actividades ilegales y el manejo indebido de los dineros captados a los ciudadanos, fenómeno que es cada vez más difícil de detectar debido a la filtración de métodos sofisticados y de gran complejidad, en donde no es suficiente la tipificación actual por ser en muchas ocasiones coyuntural, apresurada, y para casos en concreto, esto sin desconocer su carácter de prevención. Pero en donde es deber tener en cuenta los siguientes elementos socios culturales y económicos que son desarrolladas en la base de la industria multinivel y que a la postre la caracterizan de forma concreta en relación a su modo de operar.

Para adentrarnos en ciertas características debemos conocer y comprender de manera clara, precisa y oportuna la problemática en referencia a la industria del marketing multinivel o mercadeo en red, su estrategia, funcionamiento, y forma de operación ejecutadas en este “nuevo” canal de marketing y su adopción en Colombia. más aún cuando en nuestra sociedad este modelo presenta un grado alto de complejidad, ya que su legalidad o ilegalidad, contrasta

con la posibilidad de determinar su modelo de operación, teniendo en cuenta factores como la comercialización de productos, bienes, servicios, y tal vez aquí uno de los puntos más cuestionados como lo es la creación de redes, por medio de la inclusión de otras personas al sistema para promover o desarrollar repetidas acciones propias de la industria del multinivel, dicha actividad como parte de lo referenciado previamente y aduciendo al limitado contenido, doctrinal y en el plano jurídico con tan solo la reciente regulación por parte del legislativo, por medio de la cual el estado hace su intervención merece a todas luces el siguiente análisis.

### **¿Redes de mercadeo o esquemas piramidales?**

El mercadeo en red o marketing multinivel sin dudada es un modelo de negocio que al involucrase sin ningún grado de investigación mínimo podría traducirse en desconfianza y preocupación lo que ha coadyuvado a lo sucedido en años anteriores conllevando a la pérdida de recursos y dineros de la población colombiana, y más aún cuando aparecen en la actualidad modelos empresariales modernos y sofisticados, ¿malos o buenos?, dependiendo de la interpretación y manejo normativo que se opte para su ejecución y de los cuales se torna complicado el distinguir de lo aparentemente legal o ilegal en su operación en donde la misma normatividad en ocasiones deja vacíos de interpretación, ello sumado a la poca efectividad de nuestro propio sistema legislativo, el cual ha estado caracterizado por legislar en la coyuntura, es decir después de, y no antes del irreparable daño causado a los ciudadanos, por lo cual hace de ello en ocasiones un estado permisivo y complaciente, y que por ende se presta para que los ciudadanos hoy se encuentren en un estado de confusión y desconfianza en el sector financiero, bancario y económico del país, y que decir aun cuando nos encontramos en el auge de una actividad económica como lo es la industria del denominado sistema de mercadeo en red

o marketing multinivel regulado hasta hace apenas dos años, ello teniendo en cuenta que este modelo ha terminado reiteradamente con la equiparación de sistemas ilegales, y entre los más comunes se encuentra el esquema piramidal o esquema ponzi.

Dicho desconocimiento, incertidumbre y desinformación de lo que es en sí este modelo de comercialización denominado mercadeo en red o marketing multinivel, genera varios interrogantes, y no es para más, puesto que si se observa de forma reflexiva lo que se ha consagrado en la legislación colombiana, se puede contrastar el hilo tan delgado que se teje dentro de lo que es un esquema piramidal y una red de mercadeo o multinivel, lo cual permite que aquellas personas o compañías inescrupulosas se disfracen en captadoras masivas y habituales de dinero, (término empleado estrictamente por el derecho penal económico), **haciendo parecer las mismas como la contraprestación por el suministro de bienes y servicios**, pero cuyo objetivo es única y exclusivamente captar masivamente el dinero de los ciudadanos en distintas partes del territorio nacional, lo cual resulta preocupante porque en primer lugar se pone en riesgo la poca confianza pública en el sistema financiero, y en segundo lugar deteriora la capacidad del legislativo para establecer los controles adecuados que brinden garantías a los inversionistas o ahorradores.

### **Fuente constitucional**

En esa medida, es importante recordar y precisar que la actividad de captación de dinero realizada de forma ilegal lleva implícito un grave riesgo para todos aquellos que entregan su dinero, generando problemáticas pues en la interpretación y traducción jurídica de la normatividad contenida en lo concerniente a las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia se evidencian conductas de arbitrariedad ante la ley, ello en

cuanto se observa el ánimo de defraudación cuando dicha actividad se soporta en la captación masiva de dinero sin contraprestación alguna o es disfrazada en bienes y servicios sin ningún tipo de relevancia y valor en el mercado, es por ello que debemos mencionar las fuentes, que permiten la intervención de dichas actividades, tomando como base nuestra constitución política en su artículo 334, en el cual se atribuye la dirección general de la economía plenamente en el Estado, e igualmente se hace referencia a que las actividades financieras, bursátiles, aseguradoras y cualquier otra que se encuentre relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos de captación de dineros de la población colombiana, siempre **contaran con un gran interés público** y sólo podrán ser ejercidas previa autorización del Estado conforme lo ha señalado nuestra constitución y en su defecto lo consagrado y normado posteriormente en la ley.

Es importante tratar en este aparte dicha previsión constitucional, pues es sin duda el punto de partida para lo que se estudia, ya que nos indica de manera concisa y clara sobre la protección y atención que se debe dar sobre cualquier actividad encaminada a la consecución de ahorros del público en donde cabe resaltar que le es asignado un especial interés público, en pro de lograr los fines sociales del Estado, de igual forma nos encontramos en este aparte la asignación de competencias de regulación entre el poder legislativo y el gobierno en estas materias, poniendo en este último un papel de intervención, indicando que esta debe ser enfocada en el marco de la constitución. Razón por la cual Dentro del contexto de las actividades de mercadeo en red o multinivel, por tratarse de manejos de dineros del público dicha actividad goza y ineludiblemente con una total protección en atención de nuestra constitución, siendo por ello en teoría, materia de regulación, control y vigilancia rigurosa e inmediata, esto sin duda bajo el



entendido de que es columna vertebral en tratándose de actividades económicas que involucran en gran medida dineros de la población colombiana.

### **Aspectos relevantes de la legalidad del marketing multinivel**

El marketing multinivel o mercadeo en red desde la óptica jurídica merece gran atención, pues si bien poco se ha escrito o abordado el tema resulta de gran interés ya que la población colombiana está recurriendo cada vez más a las empresas de marketing multinivel o mercadeo en red. ello en razón a factores externos e internos predominantes y decisivos dentro de los cuales tenemos la incertidumbre financiera y el crecimiento moderado de nuestra economía en el último año, sumado a los anteriormente expuestos y que sin duda han de tenerse en cuenta, pues son algunas de las razones que conllevan a que tanto empresarios como ciudadanos del común estén buscando opciones de ingresos adicionales, y en esta búsqueda el mercadeo en red o marketing multinivel se está posicionando y convirtiéndose en una opción de trabajo y fuente de ingresos, pero a la vez en una **problemática social**, pues ya que si no se evalúa y analiza desde la óptica legal, su desarrollo y actividad, podría tener serias consecuencias, pues dentro de la realidad práctica colombiana existe desconocimiento y una errada interpretación de la diferenciación entre captadoras ilegales de dinero, pirámides y redes de mercadeo o multinivel, desconocimiento que genera tergiversaciones e interpretaciones equivocadas, bien cabe señalar como punto de partida que la intermediación financiera constituye el objeto y razón fundamental del sector financiero. Empero, esta gestión se desnaturaliza por la presencia, en el mercado, de individuos y personas jurídicas que sin una infraestructura adecuada, carentes de solidez económica y desde luego, sin contar con la necesaria autorización de las entidades competentes,

como lo son la Superintendencia Financiera o en su defecto la Superintendencia de sociedades. dichos individuos se dedican a recibir dineros del público quienes lo depositan para obtener mayores réditos por su capital, y así evadir las obligaciones sin reparar en el riesgo a que se enfrentan, perdiendo y afectando en primer lugar su patrimonio económico y en segundo lugar y tal vez lo que la mayoría de los ciudadanos desconoce son las implicaciones legales en las cuales podrían verse inmersos, Por tal razón es de importancia tener en cuenta los siguientes aspectos que determinan la legalidad del modelo de negocio que aquí se estudia.

### **Relaciones jurídicas dentro del marketing multinivel**

Consecuentemente es de suma importancia tener presente los diversos términos relevantes que caracterizan a la industria del marketing multinivel pues son el referente conceptual para poder comprender dichas operaciones desarrolladas, pasando desde la estrategia de mercadeo por medio de la cual una fuerza de ventas, es compensada no solo por la venta de productos bienes y servicios, si no del hecho o conducta repetida de las ventas y servicios prestados por la red o conjunto de personas que previamente un distribuidor o networkers, conocido este como aquella **persona natural o jurídica**, la cual firma un acuerdo o contrato, caracterizado por corresponder al concepto de contrato típico de naturaleza mercantil, principal y plurilateral, para llevar a cabo la actividad final de la industria multinivel como lo es la distribución de bienes y servicios de la compañía multinivel a la cual se asocia, y que en debida forma o en sentido lógico de la industria dicha asociación es realiza por intermedio de una persona que despliega su conocimiento y habilidad con el fin de reclutar un nuevo distribuidor para que este haga parte de la sociedad mercantil a la cual representa, a esta persona finalmente se le conoce en la industria del marketing multinivel o redes de mercadeo como patrocinador o Upline, es pues de esta

manera como los distribuidores, networkers y patrocinadores tienen la posibilidad de construir una red u organización de personas, sociedad, de muchos niveles de profundidad, lo cual se expresa en tener cientos o incluso algunos miles de integrantes.

Esto depende de cada una de las políticas que pueda emplear autónomamente cada compañía de mercadeo en red, más exactamente en los llamados sistemas de compensación.

### **Los planes de compensación dentro del marketing multinivel**

Los planes de mercadeo multinivel implican vender artículos o servicios a través de ejecutivos independientes o distribuidores, dichos planes usualmente prometen a los ejecutivos independientes que si se inscriben como tal, percibirán comisiones por sus ventas y de igual forma por las ventas de aquellas personas que dicho ejecutivo reclute para que aquel también se convierta en un distribuidor o ejecutivo independiente.

Algunos planes de mercadeo multinivel son legítimos, sin embargo otros son estafas de pirámides ilegales, En las pirámides las comisiones están basadas en el número de ejecutivos independientes que cada individuo perteneciente a la compañía recluta y este se adhiere a la pirámide y no en el número de bienes productos o servicios que se deben comercializar.

La gran mayoría de venta de bienes y servicios se hace a estos ejecutivos independientes y no a los consumidores en general, los bienes y servicios subyacentes son solo para hacer que la pirámide parezca legítima.

Hacer parte de una pirámide es un riesgo ya que la mayoría de los participantes pierden dinero para pagar las ganancias de unos cuantos, la mayoría de las personas acaban sin dinero y sin nada que demostrar excepto los productos que adquirieron a un alto valor y los materiales de mercadeo que se les presiono de una u otra manera para que compraran.

Por tal razón una estafa de promoción de pirámides es un plan u operación por medio del cual una persona considera la oportunidad de recibir compensación que se deriva en la mayor parte de que una persona convenza a otras personas para que hagan parte en el plan u operación, en lugar de haber vendido un producto.

Por lo anterior podríamos afirmar que para que un plan de mercadeo multinivel sea legal, las comisiones deben provenir de la venta de un producto y no de las personas que invito y se unieron a la red de mercadeo.

### **Aspectos legales de los planes de compensación**

Todas aquellas sociedades mercantiles que comercializan productos por medio de la industria de mercadeo en red o multinivel adopta dentro de sus políticas sistemas o mejor conocidos como planes de compensación, (la mayoría de veces en dinero), para que las personas asociadas a dicha industria sean recompensadas por las labores efectuadas, el esfuerzo, la inversión tanto en tiempo como monetariamente, y de los cuales la legislación Colombia ha previsto que en ellos;

Deberán expresarse con claridad los porcentajes de recompensa o pagos ofrecidos; los eventos o logros que darán lugar a los premios o bonos económicos que se ofrezcan a los vendedores independientes; los nombres, íconos u objetos físicos y privilegios a ganar por los vendedores independientes dentro del esquema de ascensos establecidos en el plan; los requisitos en volumen, de productos o dinero, de **vinculación de nuevos vendedores independientes y logro de descendencia, tenida como tal la cadena a través de la cual un nuevo distribuidor vincula a otro, este a otro y así sucesivamente, para acceder a los rangos, premios y reconocimientos.**

(Ley 1700, 2013, art. 6).

Es tal vez aquí el punto más atractivo, pero a la vez polémico, pues se puede evidenciar que a mayor reclutamiento de personas a la red de un patrocinador, conlleva hacer la actividad mucho

más rentable y lucrativa que el fin último de las propias ventas. Al respecto es preciso tener claro que en la actividad multinivel la acción de venta de productos dan paso a las compensaciones o ventajas, las cuales deben ser en razón a su actividad, es decir a la venta de los bienes o servicios, guardando una relación de causalidad directa con la venta de los bienes y servicios que sean objeto de la actividad de la empresa multinivel, es decir que no es permitido que el beneficio económico que se ofrezca se cause por la simple incorporación de personas a la red, es contraria a la remuneración que pueda ofrecer aquella sociedad mercantil que en la práctica podría evidenciarse como una compañía que opta por reclutar a una persona proponiéndole que si desea hacer parte de la misma o del negocio, consigne cierta cantidad de dinero, pero que si involucra a más personas que depositen la misma cantidad de dinero, se le reconocerá más rédito, siendo dicha práctica lo que caracteriza en su base a un esquema tipo pirámide.

Razón por la cual en este punto es de vital importancia el Deber de informar de manera detallada y clara a los asociados de dicha industria bajo qué condiciones contractuales se regirán dentro de la ejecución de las actividades de mercadeo en red, como lo ha establecido la normatividad ello tanto para las sociedades nacionales como de las sucursales de sociedades extranjeras.

Es la misma medida se le obliga a cada vendedor independiente a indicar de manera previa a la firma del contrato todo lo relacionado con el plan de compensación del que trata el artículo 6 de la Ley 1700 del 2013, y las demás condiciones que surjan de la relación contractual. Dicha información debe estar abierta al público, tanto en las oficinas de la sociedad o sucursal como en la página web de estas, para el caso que aplique.

Lo anteriormente expuesto fue considerado de manera categórica dentro del reciente decreto 024 del 12 de enero del 2016, por medio del cual se adiciono un capítulo al decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo.

Y si bien es cierto que dentro de las actividades multinivel se mueven gigantescas sumas de dinero cabe especificar y diferenciar en este punto lo concerniente al tipo de ingresos que devienen y de los cuales son recalcados en la actividad multinivel para la generación de dichos flujos de dinero.

En primer lugar haremos referencia a los conocidos ingresos lineales que son los percibidos por más del 90% de las personas a nivel mundial, consistiendo estos en el simple cambio de tiempo por dinero, es decir a la dependencia de un ingreso de acuerdo a la cantidad de horas que se dediquen o disponga, hora de tiempo a la cual se le asigna un determinado precio, lo cual se traduce en ingresos lineales, que no son una característica de la industria multinivel, pues estas compañías dentro de sus propósitos es optar por el tipo de ingreso denominado residual, puesto que es mucho más lucrativo y rentable para cualquier persona, es una fuente de ingresos caracterizada sobre una base regular del trabajo que se despliega una sola vez, lo que significa que incluso aun cuando no se esté trabajando se está percibiendo dinero. Y he aquí la confusa y errada interpretación por algunas personas. Puesto que no significa que para obtenerlo no se requiera de esfuerzo, tiempo y determinación.

### **Reclutamiento de personas o distribuidores**

Uno de los puntos más complejos a la hora de abordar tanto el sistema piramidal como el multinivel radica en el concepto de apalancamiento, un término utilizado para dar respuesta al reclutamiento e incremento geométrico de personas, **a través de la cual un nuevo distribuidor**

**vincula a otro, este a otro y así sucesivamente**, cuya acción se define como un método que permite el aprovechamiento mancomunado de muchas personas trabajando por un mismo objetivo, multiplicando el esfuerzo y contribuyendo a la generación de actividades propias del multinivel, actividades desplegadas con el objetivo de aumentar ingresos por **única y exclusivamente la comercialización de productos, bienes o servicios** dentro de la red de distribuidores del sistema multinivel, tal vez una de las frases que resumen lo anteriormente expuesto dentro del sistema de mercadeo en red sería; “Prefiero tener el uno por ciento de los esfuerzos de cien personas, antes que el ciento por ciento de mis propios esfuerzos”. (Getty, s.f.).

Al aplicar y aterrizar el concepto de apalancamiento como técnica de mercadeo, creando una red de personas para la comercialización y consumo de productos, es evidente el flujo de dinero que puede llegarse a percibir, ganancias residuales que permitirían que las personas generen algún ingreso aún sin estar realizando alguna actividad de trabajo “real”. Dentro del sistema tradicional de mercadeo, los comerciantes o vendedores generan ingresos lineales siempre y cuando realicen un esfuerzo u actividad física, desarrollando tareas y actividades con los posibles compradores. Estos ingresos van en proporción a una cantidad determinada de horas trabajadas, horas de las cuales si no son productivas como por ejemplo en alguna enfermedad, incapacidad, horas de sueño, e incluso el propio descanso, se deja de percibir ingresos. Esta situación no es exclusiva de comerciantes o vendedores, pues afecta a contadores, administradores, ingenieros, abogados, entre muchos otros, Estos ingresos se encuentran referenciados por la cantidad de horas que una persona pudiere dedicar a su actividad física o esfuerzo intelectual desplegados. El sistema Multinivel de Mercadeo es presentado a la población bajo las alternativas aquí planteadas para generar ingresos extras, y que nos muestra

como ejemplo el sistema de regalías, ejemplos utilizados para dicha interpretación dentro los más comunes tenemos;

Sistema de ingresos por regalías que opera regularmente en casas editoriales y de música para retribuir a los autores por cada uno de los libros vendidos o por cada vez que es reproducida una canción en cualquier medio de comunicación. Bajo la premisa que con esta estructura es posible para una persona obtener ingresos en cada oportunidad que alguien que pertenezca a la red de trabajo multinivel o red de mercadeo, realizando una venta, consumo o reventa, esto puede ser en cualquier tiempo o lugar, lo que conlleva a que una persona o en si la red de personas perciban ingresos aún sin estar desplegando actividades o esfuerzos para obtenerlos. Es esto lo que se conoce como apalancamiento.

Es de vital importancia haber expuesto las anteriores consideración para lograr entender aquellos elementos y por ende características un poco complejas pero que son determinantes para plantear aquellas diferencias del sector industrial de la venta directa o multinivel, pues en contraste con las pirámides entorno a un nivel profundo de indagación, en nada se asemejan con un sistema ilegal, lo que para algunos genera confusión y desconfianza dejando a un lado la concepción de **vender y comercializar** los bienes y servicios de la sociedad mercantil multinivelista e inmediatamente se dedican exclusivamente a reclutar potenciales clientes o mejor conocidos como prospectos dentro de la industria, en donde se desvía la atención y se crean los llamados esquemas ilegales o piramidales.

### **Caracterización legal del modelo de negocio**

De acuerdo a lo anterior podríamos afirmar que cuando es expuesto un negocio de mercadeo en red o multinivel del cual se generaran significativos ingresos siempre debe versar sin



modificar su nombre a la acción de venta de productos, bienes o servicios, legalmente establecido utilizando el método de distribución donde se deja de lado el método tradicional es decir se desliga de una cadena de distribución vertical caracterizada esta por la gran intermediación para que un producto llegue del fabricante al consumidor final, (publicidad, promoción y marketing), suprimida esta por el mercadeo en red, y en donde es caracterizada más por la comunicación interpersonal siendo esta la gran protagonista de la industria multinivel.

Examinando de manera más precisa lo anterior es necesario contextualizar la forma de operación del sistema multinivel, puesto que en el mercadeo en red o sistemas de venta directa se encuentra diferenciada de otras formas de ventas, en el sentido de las relaciones que se gestan entre todos y cada uno de los vendedores o distribuidores miembros de las redes que hayan conformado los mismos, los cuales deben ser caracterizados con el **fin último de vender productos, bienes o servicios**, sobre una base inminentemente lucrativa de donde finalmente se generaran las fuentes de ingreso del negocio y en general de la industria multinivel, ello gracias a la remuneración no solo por las ventas de cada vendedor independiente o en la compra de productos con descuento por ser miembro de dicha compañía multinivelista, si no igualmente de la reventa y en conjunto con el volumen de ventas generado por la construcción de un grupo “red de vendedores”, cabe resaltar es este punto que una red de marketing multinivel es caracterizada por un grupo de personas relacionadas entre ellas a través de un sistema de remuneraciones y compensaciones previamente definidas y establecidas contractualmente bajo la autonomía de la voluntad de las partes, por lo cual cada uno de los sujetos hacen parte de una red o sociedad, en la que por sus vínculos de colaboración propenden por el éxito propio de cada vendedor o distribuidor.

## Representación Comercial

Dentro de los elementos esenciales del sistema de mercadeo en redes o venta directa para su clara interpretación, debemos mencionar que una de las principales variables a las cuales se debe hacer referencia en primer lugar es a su representación comercial, puesto que la existencia de un fabricante, empresario o productor que utiliza el canal de distribución como medio para comercializar el producto, por medio de sociedades bien sea nacionales o extranjeras deben ser sociedades mercantiles debidamente constituidas de acuerdo a la legislación colombiana y para aquellas compañías extranjeras, deberán establecer obligatoriamente una sucursal en cualquier ciudad del territorio nacional. De igual forma es de recalcar que en Colombia está prohibido que tal actividad sea ejecutada por personas naturales fungiendo en calidad de representantes comerciales de sociedades extranjeras tal como lo dejó establecido el ministerio de industria y turismo en cuanto a las normas que regulan el comercio interno ello contemplado en la expedición del decreto 024 del 12 de enero del año 2016.

En segundo lugar la existencia de un vendedor o distribuidor independiente, persona natural que se vincula de manera voluntaria para consumir o vender los productos bienes o servicios que pretende comercializar por medio de la sociedad multinivelista, y finalmente la existencia de un grupo de personas “red” conformada como una fuerza de ventas independiente, todos aquellos elementos, dando lugar a una forma asociativa con el fin de vender los bienes dispuestos por la sociedad mercantil debidamente constituida, (fabricante o empresario), como quiera que es de precisar que en este sistema no se generan ingresos ni debería serlo, por la mera vinculación de personas como bien ocurre en los esquemas ponzi o piramidales, sino por la **venta de aquellos bienes y servicios de consumo puesto en el mercado por la misma red**, ello por cuanto los incentivos monetarios y diversas remuneraciones que como parte del plan de compensación tiene

la compañía para sus asociados bien sea en dinero en efectivo o en especie, es exclusivamente pagado y retribuido por el volumen de ventas generado por la red de distribuidores en su conjunto. Cabe señalar que dichos productos bienes y servicios comercializados o promovidos bajo el esquema multinivel, deben someterse a la verificación por la Superintendencia Financiera de Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio, el Invima y el ministerio de Turismo en concordancia con las normas vigentes, o a quien atribuya dicha competencia para emitir conceptos acerca de la normal comercialización de los diversos bienes, productos o servicios que son llevados al comercio por dicho sector industrial. Y en donde cabe dejar claridad que se encuentran estrictamente regulados en la Ley 1700 de 2013, en su artículo 11, aludiendo a aquellos Servicios o productos cuya prestación constituya la actividad principal de cualquiera de las entidades sometidas a la vigilancia de la Superintendencia Financiera, Servicios relacionados con la promoción y la negociación de valores, venta o colocación de los mismos; acciones, bonos, papeles comerciales, certificados de depósito de mercancías, aceptaciones bancarias, cédulas hipotecarias, títulos de deuda pública, y todos aquellos valores mediante los cuales se capten recursos del público, lo anterior bajo el entendido que **primará la realidad económica sobre la forma jurídica al determinar si cualquier instrumento, contrato, bien o servicio que se ofrezca mediante actividades multinivel es, o no, un valor de naturaleza negociable.**

### **Caso Concreto de Operación Multinivel**

Para entender cuál es el funcionamiento en la parte operativa del sistema de distribución multinivel se han seleccionado para el estudio de esta investigación el sistema de ganancias y plan de compensación de una de las compañías con más alto desarrollo y crecimiento tanto en Colombia como en Latinoamérica, refiriéndonos a la compañía Zrii, sin embargo es de aclarar

que este ejercicio no tiene por finalidad examinar este sistema de mercadeo desde el éxito o fracaso en la distribución y margen de ganancias que el mismo pudiere llegar a otorgar, si no el de observar desde una perspectiva jurídica las relaciones que se tejen dentro del sistema.

Zrii: es una sociedad mercantil fundada en el año 2008 por el empresario Estadounidense y multimillonario Bill Farley, con el fin en principio de mejorar la salud y la felicidad de los ciudadanos en todo el globo terráqueo, a través de productos enunciados como 100% naturales. Zrii cuenta con la asociación del famoso y reconocido Chopra Center, fundado por el Dr. Deepak Chopra, quien es uno de los Doctores más reconocidos e influyentes a nivel mundial estando a la cabeza del diseño de los productos de la compañía, cabe recalcar que dichos productos que son comercializados bajo el sistema de distribución multinivel, productos de los cuales se hace la claridad para con el consumidor que no son medicamentos o que sirvan como suplemento de una alimentación equilibrada, Los productos Zrii son comercializados a través de una red de ejecutivos independientes en todo EE.UU, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y América Latina. En Colombia fue apertura esta compañía en el año 2012, aclarando que para la época de apertura tal actividad de comercialización en red o multinivel no se encontraba regulada en nuestro país, posterior a ello dicha compañía abre su primera oficina en Colombia en el año 2015, bajo los requisitos y preceptos legales posteriores a la expedición de la ley 1700 de 27 de diciembre de 2013, con lo cual estableció ajustarse a lo establecido en el nuevo marco regulatorio en Colombia, actualmente cuenta con más 26 mil vendedores o ejecutivos independientes en todo el territorio nacional.

Dentro de la gran mayoría de empresas multinivel se exponen dos aspectos que son tal vez a nuestro juicio los de mayor importancia y que requieren gran atención dado el grado de complejidad en cuanto a su desarrollo desde todas y cada una de las etapas de involucramiento

en la compañía multinivel, ello teniendo en cuenta las prerrogativas legales que se han de aplicar, para el caso en concreto haremos alusión a las ganancias que se generan y las diversas formas de compensación de la siguiente manera:

### La Comercialización de Productos y los Clientes

Como factor determinante de caracterización en las compañías multinivel debe ser la comercialización de bienes productos o servicios, puesto que lo que se busca en este sentido es ganar un comisión de todos los pedidos hechos por los clientes interesados en los productos de la red multinivelista, creando de una u otra forma la llamada fidelidad de consumo en tanto aquellos productos satisfagan una necesidad real en el mercado. En este sentido las ganancias que se perciben de la comercialización de los productos de Zrii al venderlos al detal. Un Ejecutivo Independiente percibirá como ganancia directa la diferencia entre el precio al por mayor y el precio al cual un consumidor compra sus productos.



Figura 2. Ejemplo de Ganancia Directa por producto

Nota Fuente. Adaptado de la Web oficial Zrii Colombia, MZP, Document Center for Colombia, 2016, <https://www.myzriipro.com/printable-documents/CO/Prospecting>.

Dentro de la anterior operación cabe precisar que al ser parte de la compañía multinivel el ejecutivo Independiente o distribuidor de Zrii, obtiene un precio de venta normalmente 30% más bajo que el precio al por menor.

### **La inscripción de nuevos asociados**

En este aspecto para el caso en concreto de la compañía multinivel Zrii, para ser parte del negocio cada ciudadano que quiera ingresar y sumarse a la red de mercadeo como ejecutivo independiente debe pagar una suma de dinero estimada en 500 o 1000 dólares, ello fuera de impuestos, lo cual si lo analizamos tendríamos lo siguiente:

La compañía multinivel opera con un modelo de negocio denominado y expuesto como sistema binario. Siendo este un sistema que consiste en hacer parte de la compañía multinivelista pagando una cuota de ingreso para poder ser miembro de ella, para posteriormente construir una red de personas y que formen parte de la organización, por la cual se crea la llamada fuerza de ventas,(equipo de trabajo), la cual está conformada por 2 lados o mejor conocidos como “piernas de pago”, la personas que se adhieren deberán ejecutar la actividad de manera repetitiva con el fin de reclutar a más personas y la persona que se encuentre en un eslabón más alto obtendrá determinada cantidad de ganancias mientras más personas se asocien. Las ganancias que se obtienen son residuales por los productos vendidos, y por parte del lado que menos personas se tienen adheridas a cada uno de los lados, es decir de la pierna que genere menos ganancia.

Sin duda que al observar de manera superficial dicho esquema podríamos confundirlo con un modelo que incentiva a que los afiliados a la red de mercadeo intenten nivelar ambas piernas,

cabe aclarar que no solo es suficiente con tener uno de los lados con muchos miembros o ejecutivos independientes, para comprender lo anterior ver Figura 3.

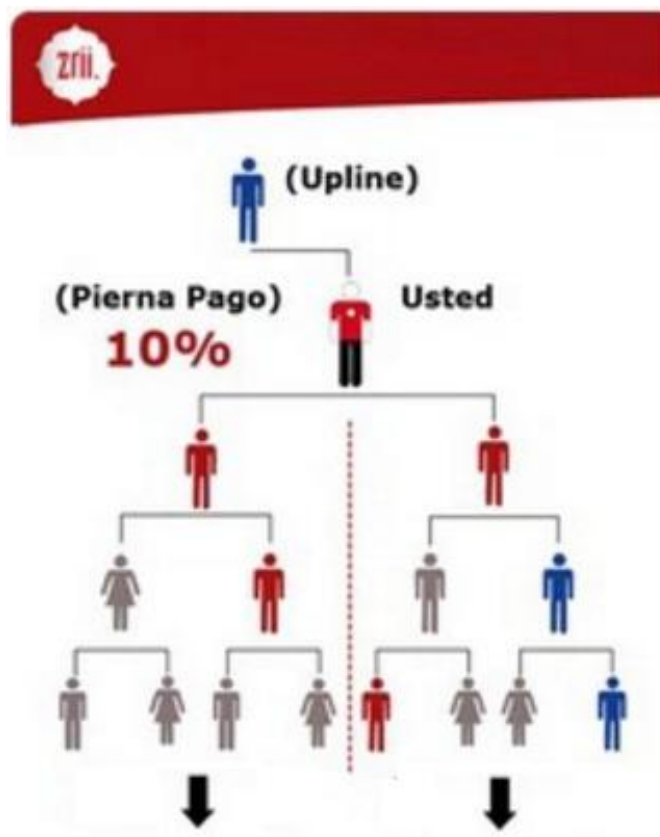


Figura 3. Construyendo la red de mercadeo

Nota Fuente. Adaptado de la Web oficial Zrii Colombia, MZP, Document Center for Colombia, 2016, <https://www.myzriipro.com/printable-documents/CO/Prospecting>.

Adicionalmente la compañía que tomamos para este ejemplo ofrece diversos, incentivos o mejor llamados bonos a sus asociados, puesto que es una forma de motivar a sus ejecutivos independientes con el fin último de lograr los objetivos propuestos tanto por los empresarios independientes como los de la compañía multinivel, tales incentivos podrían en algún momento romper la filosofía legal del modelo si no son expuestos y llevados a cabo de la manera correcta ya que se podría cruzar la línea de lo legalmente establecido si se propende por ingresar un

mayor número de personas a la red en lugar del objetivo primordial como lo es la venta de productos.

Para la obtención de los bonos o beneficios propuestos por la compañía dentro del plan de compensación o “prosperidad” es necesario realizar un llamado auto consumo de los productos por un valor que oscila entre 100 y 125 dólares, de manera mensual como mínimo, y dependiendo del rango o eslabonen que una persona se encuentre dentro de la red, lo cual esquivale a unos 250 dólares, ello para obtener el bono o beneficio que debe hacer parte del contrato de ingreso y afiliación a las compañía de marketing multinivel, Cuando se logra un rango de superior en la red que cada ejecutivo independiente ha creado, es obligatorio consumir por un mínimo de 250 dólares mensuales para poder obtener los beneficios establecidos previamente el contrato del plan de compensación.

Durante el involucramiento en la compañía multinivel Zrii durante el primer mes como miembro de la compañía se dejan claro los diversos bonos e incentivos, los cuales ofrecen distintos beneficios si se cumplen con los objetivos durante las cuatro primeras semanas. Uno de los incentivos es denominado como bono inicio rápido, el cual consiste en lograr vincular a una persona bajo la red que esté dispuesta a comprar uno de los paquetes de productos que ofrece la compañía, por lograr este objetivo se obtiene un porcentaje que es del 40% sobre la venta por la compra de productos realizada por el nuevo asociado, es preciso resalta que la ganancia que allí se recibe debe estar soportada por la acción de compra y venta de dichos productos, en un principio el nuevo ejecutivo independiente que entra a formar parte de la compañía por la adquisición de los paquetes de entrada, que para el ejemplo si fue efectuado por 1000 Dólares, ganaría 400 dólares, y por el paquete de entrada de 500 Dólares, obtendría de ganancia unos 200

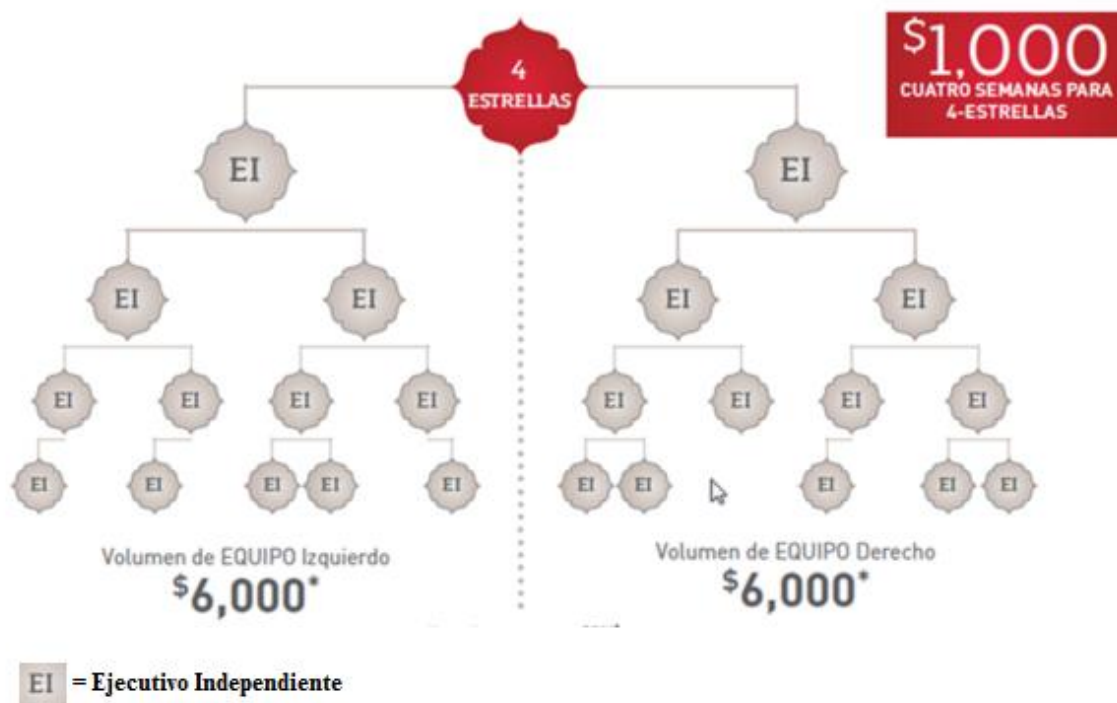


dólares. Equivalentes al 40%, como lo establece la compañía al momento de hacer parte de la misma.

Adicionalmente la sociedad mercantil multinivelista ofrece un bono de 1000 dólares si consigue obtener un rango o nivel superior llamado de “4 estrellas” durante este primer mes.

Ver Figura 4.

## 4 Estrellas



**Figura 4. Esquemas de negocio Rango 4 Estrellas**

Nota Fuente. Adaptado de la Web oficial Zrii Colombia, MZP, Document Center for Colombia, 2016, <https://www.myzriipro.com/printable-documents/CO/Prospecting>.

.....

## Capítulo 3

### El Último Modelo De Los Negocios Sociales

#### Aspectos socio culturales en la adopción del mercadeo en red

La industria multinivel ha conllevado a que se le considere como La industria que más millonarios está generando en el mundo a través de la historia, cuando su operaciones son ejecutadas de manera correcta, pero que de lo contrario han llevado al colapso de economías de países enteros, pues cuando se cruza la línea de lo legalmente estructurado, y aparecen sociedades mercantiles aparentemente legales y con un presunto soporte legal como personas jurídicas registradas en cámara de comercio y enfocadas al desarrollo y ejecución de actividades ilícitas, a través de la suscripción de contratos de diversa naturaleza, por medio de los cuales se oculta o busca justificar la captación de recursos operando a través de supuestos negocios jurídicos como lo son ventas de bienes y servicios entre otros, los cuales constituyen una ficción jurídica y económica de negocio, conllevando a ocasionar nefastas consecuencias como lo ocurrido con el pequeño país europeo de Albania en el año 1996.

Casi dos tercios de la población de Albania invirtieron dinero. Tras su colapso miles de ‘ahorradores’ enfurecidos generaron disturbios incontrolables que terminaron tumbando al presidente del país cuyo gobierno nunca reconoció la gravedad de la crisis y hasta último momento respaldó la solvencia de algunas “pirámides” que habían traído a la nación una prosperidad ficticia. Al final, el caos dejó más de 2.000 personas muertas. (La debacle de la pirámide albanesa, 14 de noviembre de 2008).

Razón por la cual en la problemática planteada no se puede desconocer la realidad del aumento en la industria del sistema de mercadeo denominado en red o marketing multinivel y que pasados ya casi siete años de aquella crisis económica y social por la que atravesó nuestro

país, sigue pareciendo irónico que en la actualidad aun este tema continúe a la “vanguardia” estando más vigente que nunca, y en atención a la llegada y proliferación de compañías multinivel en su gran mayoría provenientes del exterior y de las cuales han sido objeto de opinión de grandes medios de comunicación y personalidades mundiales en el ámbito político y económico, quienes dan un alto valor a este sector industrial. Ejemplo de ello es como una de las revistas de negocios más reconocidas a nivel mundial, Fortune hace ya algunos años, describió en una de sus publicaciones que este modelo de distribución: “Ha crecido constantemente durante 20 años y ha dado salto arriba del 91% los últimos 10 años”. Hoy en día sus ventas anuales se traducen en 30 billones de dólares en los Estados Unidos, y 100,000 billones de dólares en el mundo entero.

Seguidamente a su paso diferentes personalidades han opinado al respecto, atribuyendo en sus comentarios y conocimientos que este modelo de distribución está a prueba de cualquier recesión económica, dentro de estas apreciaciones por citar algunas témenos;

- El ex presidente de los Estados Unidos, Clinton B, dijo al respecto: “Esta industria promueve valores fundamentales alrededor del globo terráqueo y le da a la gente la oportunidad de sacar el máximo provecho de sus vidas”. (...) *Negocios Inteligentes MLM*, (2011).
- El ex primer ministro británico Blair T, declaró en una entrevista exclusiva para una prestigiosa y reconocida escuela de Negocios y Finanzas, que el mercadeo y los negocios basados en contactos y en redes indudablemente, “contribuyen importantemente a la prosperidad en la economía”. (...) (London School of Business and Finance (LSBF), 2012).

- El famoso inversionista y actual candidato presidencial de los EE.UU, Trump D, escribió en su último bestseller publicado conjuntamente con Kiyosaki R, en el año 2006, titulado *Queremos que seas rico*: en el cual se afirmó lo siguiente, “El mercadeo multinivel ha demostrado ser una fuente viable y provechosa de ingresos, y sus desafíos podrían ser perfectos”. (p. 27).
- El reconocido escritor y asesor financiero Kiyosaki R, apuntó en su bestseller 2007, Escuela de negocios, “Es una forma nueva y revolucionaria para alcanzar la riqueza”. (Cap. 2).
- El Wall Street Journal dedico una edición exclusiva de alrededor de 40 páginas, en la cual se le dio un amplio protagonismo e ilustración al mundo de la industria del mercadeo en redes o multinivel como “El último modelo de negocios sociales, (...) En adelante usted lo reconocerá como Network Marketing o Mercadeo en Redes”. (2011 junio 24, pp. 1-40).

En Colombia este sector industrial ha sido implementado con mayor fuerza por empresarios y compañías colombianas, en cifras de acuerdo con la Asociación Colombiana de Venta Directa, en promedio:

En la última década, la industria ha crecido un 8% anual, muy por encima del crecimiento de la economía colombiana y ha generado 14.000 puestos de trabajo directos. Y Se estima que hay 1,5 millones de personas que participan en los diferentes negocios de mercadeo en red en Colombia, (Acovedi (2015).

De igual forma es de destacar que para el año inmediatamente anterior según una de la más recientes publicaciones en economía, publicada por Hernández A, y Hernández, se hizo referencia a los siguientes datos;

La industria de venta directa colombiana generó casi \$ 3 mil millones de dólares en ventas de cosméticos y cuidado personal que representan el 59% de las ventas totales de la industria, la venta directa o multinivel en Colombia generó el año pasado US\$ 3.125 millones, que con el precio del dólar actual significaría unos \$9,3 billones, aproximadamente (con un dólar a \$3.000), La industria tuvo un crecimiento en el país de 10,4% y 1,5 millones de personas reciben ingresos bajo esta modalidad”. (...) y aunque el mercado nacional obtuvo un mayor crecimiento, Colombia se encuentra en tercer lugar de los países de Latinoamérica que más ventas genera, por debajo de Brasil y México. (El Heraldo, 2015 octubre 15).

### **Marketing multinivel en Colombia**

En Colombia la primera empresa que incursionó con este sistema es atribuida a la compañía Amway en 1996, En 2007 la compañía 4Life inició sus operaciones en Colombia, posteriormente y con gran acogida la compañía catalogada de “autoconsumo” Zrii apertura Colombia En 2012 compañía estadounidense fundada por el multimillonario Bill Farley, y Vemma nueva en el mercado colombiano inicia sus actividades en julio del 2014.

De acuerdo a fuentes oficiales como lo es la asociación colombiana de Ventas directas (ACOVEDI), Un grupo de compañías conformado por Yanbal, Jafra, Votré Passion, Avon y Ebel se reunieron informalmente a finales de 1995, con el objetivo de crear una Asociación de empresas de venta Directa. Y posteriormente el 5 de Marzo de 1996 se constituyó como persona jurídica sin ánimo de lucro ACOVEDI, la cual en Septiembre del mismo año fue admitida ante la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA). Y de la cual a principios de 1997 se autorizó estatutariamente la admisión de empresas diferentes a las fundadoras (miembros adherentes). Desde el 2005 cuenta con tres tipos de miembros a saber: Activos, provisionales y colaboradores de esta asociación dentro de las cuales por nombrar solo algunas tenemos:

Amelissa , AVON, Carmel, Cristian Lay, Dolce S.A.S, Duprée, L'bel – Esika – Cyzone, Gano Excel S.A., Herbalife, Industrias Fuller Pinto S.A., La Santé Vital Ltda, Lebon, Marketing Personal, Múscari International S.A., Natura, Nature´s Sunshine, Nikken, Niviglobal S.A.S., Novaventa S.A.S., Nu Skin, Omnilife, Oriflame, Rena Ware de Colombia S.A., SwissJust, Tupperware Colombia S.A.S., Yanbal, 4 Life. (Acovedi, 2015).

Por lo anterior es preciso observar de manera concreta y precisa algunos detalles del desarrollo que ha tenido este sector económico y al cual se le atribuye un alto valor en el ámbito social y económico y que sin duda ha traído consigo una progresiva consolidación, ello pese a la constante crítica, polémica y control al que se ve expuesta esta industria a nivel global, cuando es ejecutada bajo las prerrogativas de la ilegalidad.

Dentro de la identificación jurídica y su fundamentación dogmática, debemos conocer y comprender de manera clara, precisa y oportuna la problemática en referencia a la industria del marketing multinivel o mercadeo en red, sus estrategias y su forma operativa de funcionamiento la cual es desplegada en este “nuevo” canal de marketing en su adopción e implementación en Colombia. Y más aún cuando en nuestra sociedad este modelo presenta un grado alto de complejidad, ya que su legalidad o ilegalidad, contrasta con la posibilidad de determinar su modelo de operación, teniendo en cuenta factores como la comercialización de productos, bienes, servicios, y tal vez aquí uno de los puntos más cuestionados como lo es la creación de redes, por medio de la inclusión de otras personas al sistema para promover o desarrollar repetidas acciones propias de la industria del multinivel, dicha actividad como parte de lo referenciado previamente y aduciendo al limitado contenido, doctrinal y en el plano jurídico con tan solo la reciente regulación por parte del legislativo, por medio de la cual el estado hace su intervención merece a todas luces un minucioso análisis.

El desarrollo entorno al significado y contextualización del marketing multinivel en la última década y su repercusión en observaciones, cambios y adecuaciones de diversas legislaciones especialmente de sur américa para dar paso a la incursión inevitable de este modelo de distribución multinivel o de mercadeo en redes en la economía de mercado que tanto revuelo ha causado, y el cual vienen tomando fuerza en el sector industrial, se ha visto reflejado en una de las obras más relevantes frente al tema, escrita por la Doctora., García M, (2008), De la Universidad complutense de Madrid, a través de su tesis doctoral y posterior libro: “Marketing Multinivel”, en la cual se realiza un recorrido histórico sobre el desarrollo de las actividades de mercadeo en red, con el propósito de recalcar la importancia de este sistema en la economía de mercado, En ese sentido, hemos considerado bajo el marco de las teorías expuestas que la alta controversia que ha suscitado la ilegalidad en el ámbito de las diversas ramas del saber entre ellas la de los legisladores, en el desarrollo de la industria del mercadeo en red o multinivel en los diversos países en los cuales se ejecutan operaciones de dicha actividad, generan por lo regular una marcada confusión de la venta Multinivel y su tratamiento con el esquema Piramidal. Los cual nos permite un acercamiento a los temas que centran una problemática generalizada no solo a nivel local sino en toda la región y cuya confusión es enmarcada por la incomprensión y errada interpretación, lo cual nos conduce a detectar la existencia de algunas líneas de investigación comunes para desarrollar lo hasta aquí planteado.

Sin duda alguna que la contextualización y referencia expuesta sobre la materia de estudio, nos conduce a tratar el tema desde una perspectiva mucho más acuciosa, seria y centrada en el alcance que tiene esta industria, su innegable crecimiento y desarrollo en la economía local y su interrelación con la sociedad en general y más aún cuando bajo la figura del multinivel y sus significantes cifras se pretenda desnaturalizar la misma bajo métodos modernos y sofisticados

con el fin último de llevar a cabo una conducta delictiva como lo es la captación de ahorros y dineros de la población colombiana.

La industria multinivel en cuanto su **enfoque socio-cultural** en Colombia se está convertido en una tendencia, en una plataforma financiera y económica, para millones de colombianos que se encuentran asociados a ellas, tanto así que en ciudades de nuestro país, se hacen reconocimientos y condecoraciones a algunas de estas empresas las cuales son destacadas por la contribución al progreso de las ciudades, a nivel competitivo, social, y por ende económico, ejemplo de ello fue el pasado 30 de agosto de 2015, en donde el concejo municipal de Pereira condecoro la gestión de uno de los fundadores de la compañía multinivel Niviglobal SAS, sociedad cuyo mercado es el sector de la moda, dedicada a la Venta Directa, presente en Colombia, Ecuador y Perú. Y a la cual se le otorgó una de las medallas orden gran cruz cívica de la ciudad de Pereira en la categoría merito empresarial, lo anterior por el alto sentido social y compromiso por el bienestar de la comunidad en general.

Es entonces sin duda de gran relevancia para la identificación de la proliferación de este modelo de distribución tener en cuenta la problemática planteada desde el punto de vista **cultural, social y económico** ello en cuanto al gran impacto que el sistema de mercadeo en red o multinivel puede llegar a alcanzar cuando no es comprendido e interpretado correctamente, con repercusiones aludidas a su equiparación con sistemas ilegales, consecuencias que acarrearía nuestra economía nacional, por ello es deber centrar la atención y tener en cuenta aspectos de relevancia de lo que hoy está aconteciendo en nuestra realidad social, pues sin dudada la globalización, sumado a la revolución de la tecnología que cambia los modelos de negocios en el mundo entero y todo lo que ello implica, siendo incuestionable que lo que antes tomaba décadas, hoy tarda solo apenas algunos años, e incluso meses. Y por lo tanto nuestra sociedad se



ve obligada a un receptivo cambio, como consecuencia en aspectos, económicos, ideológicos, políticos y culturales, cuyos efectos recaen en el mundo del derecho convirtiéndose estos en el plano idóneo para el afianzamiento e implementación de políticas enfocadas y proyectadas al crecimiento y desarrollo a nivel global.

En materia social y económica el marketing multinivel o la venta directa, como filosofía de negocio expone diversas problemáticas sociales con el fin último de expandir su actividades, basta tan solo con observar brevemente los tópicos circundantes en el mundo laboral, tal vez el más importante pues de allí deviene la principal fuente de ingreso de cada uno de los ciudadanos para generar bienestar en todos los ámbitos de subsistencia no solo particulares si no de la misma colectividad social en general, si hablamos de estabilidad y progreso laboral hoy en día es casi una utopía, puesto que la persona que permanencia en un mismo trabajo toda su vida, hoy le es casi imposible, ello en razón a la reducción de costos y presupuestos por parte del sector empresarial, que conllevan a despidos masivos y en él mejor de los casos reducciones de salarios en sus trabajadores, dichas características se ven reflejadas hoy en día el mercado laboral, sumado a un sistema de seguridad social a portas del colapsado, y del cual propende porque los ciudadanos opten por trabajar más, esforzarse más, y su remuneración sea cada vez menor, ello se traduce ineludiblemente en menos tiempo e independencia, de aquí a que el reto más grande de nuestra sociedad no se vislumbra con la generación de dinero, sino que de las altas tasas de desempleo.

### **Una salida económica**

Razones por las cuales se plantea hoy en día que bajo el “nuevo modelo de negocio” y sector industrial se propenda por un estatus de crecimiento en cuanto la calidad de vida, puesto que las

personas que conforman su red de distribución, podrán ser dueñas de sus propios negocios, y es aquí donde se trae a colación la palabra del ser “empresario o ejecutivo independiente”, entendido como una persona decidida, emprendedora, que toma riesgo y aprende basado en sus experiencias para al final generar recursos, lo anterior en vista a una mirada autocrítica de aspectos socio-culturales, de desarrollo y superación personal, también como tópicos puestos en consideración en esta industria multinivel, lo que la hace ser percibida y catalogada en ocasiones como una secta donde se trasforman los pensamientos y la forma de ver la evolución y **desarrollo de la economía social**, pues no se piensa en la nueva, ni en la vieja economía, se piensa en lo que hace cada persona en pro de su propia situación economía, Pues aquí el emprendedor esta en control absoluto porque tiene la posibilidad de definir cómo será su economía, y aunque cuente con opciones de negocios tradicionales las cuales tienen riesgos que se deben considerar, no hay alguno tan asequible por la baja inversión que supone el mercadeo en red o multinivel, no es excluyente, ni discriminatorio pues este sistema ofrece una oportunidad sin tener consideraciones de sexo, raza, condición o posición económica, tanto ricos o pobres tienen la misma oportunidad de crecimiento.

En respuesta y como proyección de dichas sociedades mercantiles son expuestos aquellos factores socio-culturales y económicos en la industria del márketing multinivel y venta directa, como fórmula de atracción para conformar redes de personas (distribución), dentro del negocio legalmente constituido y desarrollado, en donde se promueven todos aquellos aspectos o factores inminentemente socio-culturales, pasando desde factores económicos, y por ende laborales, los altos índices de desempleo e incluso cuestionando el sistema educacional, esto en razón a que el sistema tradicional de trabajar por un salario estable, sumado a la forma como los empresarios tradicionales están remunerando dicha labor está cambiando dramáticamente, a esto

agregándole el avance tecnológico el cual es fundamental, pues se han suprimido varios empleos, y las demandas de las empresas pasan por eliminar el mayor volumen posible de trabajadores y lograr así un mayor margen (volumen = personas), no es algo surrealista o fuera de contexto lo que aquí hasta aquí se ha planteado, puesto que la realidad de la seguridad laboral tanto a nivel mundial como en la sociedad colombiana, sumado a la casi insolvencia de los fondos de previsión de seguridad social, que se están quedando sin recursos para la cobertura mínima de los ciudadanos que aspiran a una justa y merecida pensión de vejez, que es traducida como el resultado final de largos años de trabajo y ahorro forzoso en las cotizaciones al Sistema General de Seguridad Social, y por ende cuando la disminución de la capacidad laboral es evidente. Cumpliendo su finalidad directa de garantizar la concreción de los derechos fundamentales de las personas traducidos en la dignidad humana, el mínimo vital, la seguridad social y la vida digna.

Para ello podríamos citar en este aparte el estudio realizado por Misión Colombia Envejece (2015), en el cual se concluyó que de no emprenderse acciones efectivas;

Para el año 2050 el 85% de las personas mayores de 65 años no tendrá una pensión de jubilación. Ya que en la actualidad, solo el 23% de las personas en edad de jubilación reciben una pensión, y, en el caso concreto de las mujeres, un 85% no la tienen y menos del 10% accede a una en las zonas rurales. (p. 152).

Refiriéndonos a este tema a su paso Leonardo Villar, director de Fedesarrollo se refirió al respecto; “Mientras la población total del país tiende a duplicarse para el periodo 1985-2050, la que está entre los 60 y 70 años se multiplicará por seis y la de 80 años lo hará por 17 veces”, (El tiempo, 2015 octubre 04).

Panorama preocupante que no solo se visualiza en Colombia sino a nivel mundial, Sin embargo dentro de tal contexto aún se sigue predicando que todo los indicadores son favorables,

y es aquí en donde comienza en gran parte el problema, no existe una formación y educación financiera, y por el contrario los ciudadanos están limitados solo para trabajar y ganar un sueldo, viviendo cada día más preocupada por el día en que serán despedidos de sus trabajos, la preocupación reinante de no poder mantenerse, pagar sus deudas y sostener a su familia, viviendo de esta forma en un profundo estado de incertidumbre y preocupación, ejemplo de ello se refleja en la clase media de nuestra sociedad, que en su gran mayoría culmina la universidad y se enfrentan al pasar el tiempo en la marcada disminución de sus ingresos pues estos al transcurrir de los años están en tendencia a la baja, Como afirma Vargas, (2015) en su artículo Las penas de un recién egresado en Colombia:

Estudiar una carrera profesional en Colombia tiene un costo que oscila entre los \$25.000.000 y los \$120.000.000, El precio varía de acuerdo a la universidad que se escoja, (...). Colombia es de los países que menos le paga a sus recién egresados, con un sueldo promedio de \$1.200.000”, (las 2 orillas, 2015).

Pero para poder hacer frente a estas situaciones los ciudadanos optan por prepararse y volver nuevamente a la universidad para subir su nivel de conocimiento, su status académico y poder aumentar sus ingresos, todo ello a costas del sistema financiero que entre otras cosas, se caracteriza por ofrecer un “servicio público” con portafolios costosos y de los más caros de américa latina, los créditos educativos vistos como una salida a diversas problemáticas sociales y económicas, son considerablemente elevados, y lo peor es que posteriormente las personas experimentan a razón de la deuda contraída presiones financieras de todo índole.

### **El sistema financiero como interés público**

Por otro lado y en función de una mirada aún más crítica, de lo que acontece dentro de nuestro sistema financiero, y en atención de su función principal como captador principal de

dineros de la población colombiana, bajo inspección y vigilancia, contando con la autorización legal requerida, no puede ser ajeno a las posibles causas que en su momento han provocado desconfianza y temor generalizado por parte de la población colombiana, y que aún hoy en día se evidencian prácticas o mercados paralelos al sistema financiero, (cadenas, prestamistas gota a gotas, paga-diaros, entre otros), todos aquellos por fuera del sistema legal, pues es evidente que no cumple con la finalidad de prestar un verdadero servicio público, y que por el contrario si se observa tal aseveración bajo la perspectiva, en relación a la circulación del capital financiero que en teoría y sobre la marcha debería servir notablemente en la contribución a una mejora de circulación del capital en el sector productivo, traduciéndose en márgenes de utilidad en los en dichos sectores, los cuales deberían ser mayores que los del sector bancario. Pero que desafortunadamente en la gran mayoría de las ocasiones ello nunca ocurre y por el contrario la economía de nuestro país se ha visto en los últimos años en **tendencia creciente en utilidades cada vez más importantes para sector financiero y no en el productivo**, pero lo más irónico es que ante una crisis del sector financiero esta es trasladada sutilmente al sector productivo o contribuyente, apareciendo la intervención del estado en subsidio de manejos irresponsables del sector, prestando a dichas entidades sin un respaldo suficiente, ante el exceso de oferta de capital monetario para ellos. ¿Pirámide o no?, Es sin duda uno de los mejores ejemplos de negocios regulados, vigilados y controlados, pues ya reza una conocida frase, “cuando se gana, las utilidades son de unos pocos (los del sistema financiero), y cuando se está ante pérdidas, estas se socializan en cabeza de todos los contribuyentes, a lo anteriormente expuesto se suman las ganancias que percibe el sector financiero a costa de un manejo desleal en relación de sus clientes y consumidores. Las márgenes de intermediación son extremadamente elevadas, la prestación por servicios bancarios tienen costos exagerados, y el retorno o rendimiento es casi

paupérrimo, los intereses que se pagan en las tarjetas crediticias pasan por la tasa de usura y la seguridad de los depósitos presenta serios problemas.

### **Implicación del sistema bancario y financiero**

En un reciente espacio dirigido por Representante a la Cámara David Barguil un internacionalista y político colombiano, fundador del blog El defensor de tu bolsillo, actualizó algunos de los abusos cometidos por el sistema bancario por cada servicio prestado a los usuarios del sistema en donde concluyo que:

La tasa efectiva anual más alta por la cuota de manejo de las tarjetas de crédito es de 30,45%, seguida de una tasa de 30,41%, según los datos actualizados hasta el 30 de agosto del 2015. En cuanto al costo de la cuota de manejo para las tarjetas débito, la tarifa mensual más elevada es de \$10.700, seguida de cobros de \$10.650 y \$10.100. La consulta en otra red diferente a la de su banco, la tarifa más alta que se puede encontrar es de \$7.300, que es la que desborda el promedio, pues el segundo banco que más cobra alcanza una tarifa de \$4.445. Mientras tanto, si lo que busca es retirar dinero en una red distinta la tarifa más costosa está en \$4.500. La tasa anual más elevada de los créditos de libre inversión llega al 52,22%. En segundo lugar le pueden cobrar una tasa de 31,29% y en tercer lugar, de 31,07%. (Barguil, D, 2015).

Las anteriores apreciaciones más que una simple referencia tiene por objetivo plantear tan solo una de las percepciones de los ciudadanos a los que se les cuestionan por incautos sin tener algún elemento de juicio, simplemente porque dan por razonable una manipulación emitida.

Las consideraciones expuestas son el reflejo no solo a nivel local si no que es un ambiente generalizado a nivel mundial, y teniendo en cuenta el PIB, cuando indica que las economías no están produciendo lo suficiente en las ventas de bienes y servicios para pagar sus propias deudas y por el contrario incurren en más deuda, lo que pasa con países cuya capacidad de

endeudamiento es cada vez menor, por cuanto se continúan adquiriendo deudas desproporcionadas, teniendo cada vez menos resultados, estos factores impactan directamente en nuestros modelos económicos repercutiendo en todos los aspectos del ser humano,

Tal vez lo mencionado hasta ahora alude a factores generales, pero relevantes que deben ser tenidos en cuenta desde el punto de vista crítico para entender por qué que muchas personas con un nivel educativo bien sea alto o bajo, opten por oportunidades que el sistema tradicional no ofrece. Y que son presentadas a las personas como la solución planteada dentro del nuevo modelo de negocio social, el marketing multinivel mercadeo en red o venta directa. Compañías que facturan más de 500 billones de dólares a nivel mundial, y algunas de estas compañías del sector lideran la bolsa de valores de los estados unidos de américa.

### **Responsabilidades**

No cabe duda alguna que la gran mayoría de las personas que se involucran al marketing multinivel o mercadeo en red, lo hacen con el fin último de ganar dinero. Sin embargo muchos por no decir la gran mayoría de asociados al sistema multinivelista, no se toman el tiempo para analizar, comprender, y entender el desarrollo del modelo de negocio, aspectos que van desde saber el entorno de generación de altos flujos de dinero y la retribución de los mismos, o de indagar el método operativo que tiene la sociedad mercantil a la cual se asocian, puesto lo anterior se presta para que compañías fraudulentas lo utilicen como ventaja a su favor, haciendo que la persona que se involucre al sistema de comercialización en red se enfoque tanto en la emoción de la persona como en los productos, bienes o servicios distribuidos por medio de este modelo, y en medio de la inexperiencia, ignorancia o emoción sumado a la confusión, puede acontecer que una compañía propenda por disfrazarse o camuflarse para darse a conocer como de venta directa o marketing multinivel y opte por lesionar los ahorros de aquellos ciudadanos

que depositan allí su dinero, por lo cual en gran medida los ciudadanos quienes depositan su dinero en compañías cuyo objetivo es meramente la captación de dinero, **tienen un grado de responsabilidad directo y de alto valor**, por cuanto no se verifica que la existencia de estas sociedades aparentemente mercantiles, sean establecimientos de comercio que se encuentren regulados conforme a las normas vigentes. Razón por la cual se abre una brecha para que se camuflen dentro del mercado, pues como lo estima el artículo 333 de nuestra constitución la actividad económica y la iniciativa privada son libres, por lo que por regla general, sobre dichas actividades no se pueden exigir autorizaciones y requisitos para su ejercicio, regla que tiene su excepción en la actividad financiera, toda vez que de la misma se deriva el carácter de interés público que ostentan dichas actividades.

En este sentido las compañías ilegales que ofrecen altísimos rendimientos, pueden considerarse un elemento claro que permite centrar la atención en el sentido de que ante lo exorbitantes que resulten los réditos o porcentajes de ganancia ofrecidos (se encuentran excluidos del mercado financiero), los ciudadanos que no toman las medidas mínimas de prevención y duda, más aun cuando el Estado, a pesar de su fuerza, no puede entrometerse en el ámbito de lo inminentemente personal y privado, darle a conocer a cada uno de los ciudadanos que hacer con su dinero, o lo que es igual a evitar que los ciudadanos actúen en contra de sus propios intereses y lesionen su patrimonio, pues no más allá del carácter protector que pueda asumir el estado no le es permitido, además de imposible, indicarles si determinada actividad personal y voluntaria está dentro de la legalidad o ilegalidad.

Por ello las personas involucradas en la industria multinivel más que un deber, están en la obligación de informarse sobre los cambios tanto estructurales, como coyunturales, ello con el



fin de conocer a fondo la legalidad y seriedad de una compañía multinivel. Aunque la realidad práctica sea otra.

Ejemplo de ellos suele ser común sobre todo en los países latinoamericanos, que los distribuidores conozcan sobre la existencia de un contrato de distribución y sus condiciones hasta después de firmarlo; contrato que en la mayoría de las ocasiones no es público y no puede obtenerse sino por vía de un distribuidor. Así, quien se constituye como tal se suscribe en condiciones que, cuando no son equitativas, descubre tardíamente que le son imposibles de cumplir. Además, en muchos casos ya cuando está involucrado en el negocio y en su “nueva vida”, encuentra que para rescindir de su contrato debe acogerse a circunstancias y condiciones poco leales e injustas frente a su compañía multinivel.

Razón por la cual los ciudadanos juegan un papel de cuasi complicidad de sus victimarios ya que su atracción sin reservas por la ambición y el único propósito de dinero rápido, fácil y efectivo, que caracteriza por desgracia nuestra cultura. Sumado a un Estado ciego y paquidérmico cuya reacción en casi todas sus intervenciones se ha presentado de forma permisiva y tardía, y como consecuencia nos hemos visto inmersos en las debacles económicas y sociales ya mencionadas previamente, optando como la mayoría de las veces en la quimérica solución del aumento de las penas para dar solución y hacer frente a un fenómeno generalizado por la desconfianza trazada por los factores expuesto previamente.

Aun cuando lo anterior tenga gran parte de validez no podríamos ser incoherentes al predicar la responsabilidad única y exclusivamente al estado, bajo la premisa del descuido por parte de las autoridades, Incluyendo al Presidente de la república, como representante de la rama ejecutiva, del poder público y por Constitución representante de la Nación y del estado, de quien se predica condujera en incurrir al estado en responsabilidad exclusiva, única y objetiva,

por omisión, y a quienes de forma directa e indirecta si bien es cierto les asiste el imperativo de tomar precauciones, correctivos y medidas efectivas, para evitar la propagación e incursión de modelos modernos y sofisticados que tienen como fin último la captación masiva de dineros y a su paso ocasionar descalabros económicos de grandes proporciones, **no cabría responsabilidad al estado de un daño particular y social, al señalarlo de omitir sus funciones; no velar por sus deberes y obligaciones e intervenciones permisivas y tardías en acción de aplicar la ley y en hacerla aplicar, ello en cuanto el daño particular originado a los ciudadanos se precisa en igual medida en contemplar el valor de recibo que se apoyó en el libre consentimiento de cada uno de los sujetos contratantes y desde luego en la buena fe de los mismos.**

## CONCLUSIONES

Es así como dentro de nuestras conclusiones podríamos afirmar que las relaciones jurídicas que se gestan dentro de las actividades de marketing multinivel o venta directa, bajo el sistema denominado multinivel se encuentra caracterizadas esencialmente por la asociación de personas para dar ejecución a un contrato en el que se despliegan actividades de marketing, con el respeto a garantías constitucionales, dentro de ellas a la libertad de elegir libremente profesión u oficio toda vez que permite el desarrollo en su integridad en este sentido del ejercicio de actividades mercantiles relacionadas con la adquisición tanto de bienes, productos o servicios, bajo los preceptos normativos vigentes, con el fin último de venta, reventa o autoconsumo de productos bienes y servicios mediante un modelo de distribución cuyo elemento esencial es la conformación asociativa de personas.

De igual forma el modelo de negocio de marketing multinivel o de redes de mercadeo es legítimo y no contrario a la constitución, teniendo en cuenta las prerrogativas legales vigentes y

no contrarias al orden público, económico-social y a las buenas costumbres, la naturaleza de dichos actos en el desarrollo de las actividades denominadas mercadeo en red o marketing multinivel encontrándose tipificadas y reguladas específicamente en la ley 1700 de 2013, estableciéndose en la misma relaciones de índole comercial, esto por cuanto se ejercen actividades que la ley contempla como mercantiles, descritas en el artículo 20 de código de comercio, el cual ha establecido como puntos referentes, (i) la adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos y (ii) la fabricación, transformación manufactura, y circulación de bienes y servicios.

Claramente el sistema de distribución de mercadeo en redes o venta directa, debe tener como fin un objeto lícito, primordial la circulación de bienes, productos o servicios no prohibidos por la ley, a través de la vinculación de personas, ejecutivos independientes, encargados de vender, revender o consumir los productos, Es decir que en dichas actividades la base lucrativa debe recaer plenamente sobre los bienes productos o servicios que se han puesto al mercado por parte de la empresa o fabricante, ello a cambio de una retribución en dinero sobre las ventas, reventas o consumos llevada a cabo por los ejecutivos independientes, requiriendo ser ejecutadas por personas que gocen de capacidad legal, ello en los términos del artículo 12 del mismo código de comercio.

Las relaciones contractuales bajo el sistema de mercadeo en red o multinivel se caracterizan por la intervención de la empresa multinivel (sociedad mercantil), el vendedor independiente, y una red de mercadeo, (asociación de personas), conformada previamente, formando un contrato consensual, oneroso, sinalagmático, de ejecución sucesiva, tracto sucesivo, conmutativo y de prestaciones múltiples que involucran obligaciones de dar, hacer y no hacer. En la primera atendiendo al suministro de un producto, bien o servicio y el pago de compensaciones o

comisiones, en el segundo caracterizada por las actividades de marketing desplegadas; gestión comercial, coordinación administración y expansión de una red de personas, y por ultimo lo relacionado con los códigos de ética y de conducta al interior de cada sociedad mercantil.

Es importante señalar que en cualquier caso la atipicidad de determinadas relaciones contractuales bajo el modelo de distribución de marketing multinivel en ocasiones compleja, no pueden ser excluidas de la aplicación de las reglas de protección al consumidor, respecto de las garantías por idoneidad y calidad de los bienes, productos o servicios y de material en donde se especifique comunicación e información veraz, correcta, y oportuna, como mecanismo de protección contra la publicidad engañosa. Sin exclusión de la aplicación de las normas sobre prácticas comerciales y desleales.

De igual forma en cuanto a el grado de imputación de responsabilidad se atribuye a los ciudadanos un grado alto y relación directa en razón al “motu proprio” antes de entregar su dinero a personas o sociedades mercantiles cuyo objetivo se encuentra encaminado al ejercicio de la actividad de captación de manera irregular y no autorizada, debiendo tomar las medidas mínimas de previsión o cuidado que se requieren en todo negocio e inversión, la primera de ellas, debe estar orientada a constatar previamente si se trataba de una entidad autorizada por la Superintendencia Financiera para captar recursos del público en forma masiva y habitual y la segunda constatar que se trate de una entidad con trayectoria, credibilidad, seria, con respaldo financiero, diligente, y responsable, para así evitar el riesgo de lesionar su patrimonio económico. En ese contexto, es evidente que la responsabilidad de evaluar un eventual riesgo, seguridad y viabilidad al momento de realizar una inversión corresponde únicamente y exclusivamente a cada persona natural o jurídica interesada en el desarrollo y ejecución de actividades denominadas de mercadeo en red o venta directa, razón por la cual es deber verificar

la legalidad, idoneidad y solvencia moral de las personas o entidades receptoras de dicha inversión y en especial si cuenta con las correspondientes autorizaciones por parte de las autoridades competentes, y con mayor razón si se trata de personas jurídicas que no forman parte del sector financiero.

hoy por hoy, y en contraste a las buenas intenciones por parte del legislador y de los empresarios que promueven estas industrias bajo los marcos normativos adoptados, para conjurar la alteración del orden económico social y bajo los argumentos válidos o no, de la industria del marketing multinivel, como el último modelo de los negocios sociales que revolucionara el mundo con su sistema, y en observancia más allá de aquel perfil criminal del individuo que desnaturaliza este modelo, pudiendo ser de clase baja o de cuello blanco, sin importar el método que promueva o desarrolle, lo cierto será que ante tal situación y en consideración de la sociedad y el mundo del derecho en su constante cambio tendrá siempre por objeto el estudio, la integración e interpretación de un ordenamiento jurídico para dar una justa aplicación.

Finalmente es de suma importancia resaltar que este tipo de modelos empresariales y su evolución por medio de las tecnologías de la comunicación abren nuevos horizontes en el desarrollo contractual y legal preparando el camino para la selección y enfoque parte no solo de nuestro estudio si no que abarca campos de acción muchos más amplios. Puesto que se derivan de planteamientos de problema bajo el cuestionamiento, argumentación y demostración que se derivan en probables respuestas e hipótesis planteadas hasta lo que aquí hemos planteado, pero que sin embargo al tocar algunos tópicos o temas referentes al mismo y al desarrollo normativo de la hoy consolidada industria del marketing multinivel en Colombia, es un aporte más que da la bienvenida a nuevos y novedosos escritos o estudios rigurosos que se lleven a cabo en la materia.

## Lista de referencias

Andrews, S. Fastqc, (2010). A quality control tool for high throughput sequence data.

Augen, J. (2004). Bioinformatics in the post-genomic era: Genome, transcriptome, proteome, and information-based medicine. Addison-Wesley Professional.

Barguil, D, (13 de septiembre de 2015). El defensor de tu bolsillo, Top de abusos. [Mensaje en un blog] Recuperado de [http:// www. defensordetubolsillo.com/page/2/](http://www.defensordetubolsillo.com/page/2/)

Cancino A.1983, *Los delitos contra el orden económico social en el Nuevo Código Penal*, Librería del Profesional Bogotá, Colombia,

Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal. (15 de noviembre de 2005) Sentencia 20487. [MP Édgar Lombana Trujillo], Recuperado de: [http://legal.legis.com.co/document?obra=jurcol&document=jurcol\\_7599204213eef034e0430a010151f034](http://legal.legis.com.co/document?obra=jurcol&document=jurcol_7599204213eef034e0430a010151f034)

Fedesarrollo y Fundación Saldarriaga Concha. (2015). Misión Colombia Envejece: cifras, retos y recomendaciones. Editorial Fundación Saldarriaga Concha. Bogotá, D.C. Colombia. Recuperado de <http://www.misioncolombiaenvejece.com/>

Francisco Reyes, marzo de 2015, entrevista Superintendencia de Sociedades – Dinero – El País.

Fundamentos de derecho administrativo sancionatorio. En: Revista derecho penal y criminología del Instituto de Ciencias Penales y Criminológicas de la Universidad Externado de Colombia. Bogotá, 1990. P. 81

Grupo Atlas de Seguridad Integral, Servicios de Información Atlas, 03 de Marzo de 2015, SIA 20137, Alertan por Surgimiento de Pirámides Financieras en Colombia, Recuperado de:

<https://www.atlas.com.co/sia/public/uploads/informe-tecnologico/SIA%202037%20Alerta%20Pir%C3%A1mides%20Financieras.pdf>

Hernández, Q, 2006, *Los delitos económicos en la actividad financiera*. Cuarta edición, Bogotá, Colombia, Ibáñez.

Hernández Q, 2011, *Cuadernos de Derecho penal Económico*. Quinta Edición, Ibagué, Colombia, Universidad de Ibagué.

Hernández Q, 2008, *Los delitos económicos en la actividad financiera*. Bogota Colombia, Grupo Editorial Ibáñez.

Kiyosaki, R. 2007, *Escuela de negocios.*, Editorial Aguilar.

Ley 1700, Diario Oficial No. 49.016 de 27 de diciembre de 2013, Congreso de la Republica de Colombia, Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia.

London School of Business and Finance (2012), the Importance of Networking & Contact Building. [Vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0HbXSF3RCyc>

Martínez A. Paredes J, Pérez A, Y Domínguez S. (2011), *El pánico Económico y su tratamiento en la legislación colombiana*. Cali, Colombia, Poemia,

McCarthy, E.J. (1964). *Basic Marketing: A Managerial Approach* (2ª Ed.). Homewood.

Mir, J. y Mollá, A. (1992), *Marketing Directo. La distribución en busca del cliente. Distribución y Consumo*, N° 2.

Negocios Inteligentes MLM (2011). Discurso de Bill Clinton apoyando el network marketing. [Vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qCIUE9PIGCo>

Pinilla N, (1989), *Fundamentos de derecho administrativo sancionatorio*. Revista de derecho penal y criminología, 11/39, Universidad Externado de Colombia, Bogota,

Presidencia de la Republica de Colombia, 12 de noviembre de 1982, decreto 3227 de 1982 por el cual se reglamenta parcialmente el decreto 2920 de 1982. Recuperado de: <http://www.dmsjuridica.com/codigos/legislacion/decretos/1982/d3227de1982.htm>

Real Academia Española. (2016). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>

Revista dinero.com, Supersociedades intervendrá mercado de dinero fácil, (2008). Recuperado de <http://www.supersociedades.gov.co/>

Roller, D. *Cómo ganas mucho dinero en distribución multi-nivel*. Valencia, Promociones Jumerca, 1995.

Superintendencia de Sociedades, (2009), Conceptos jurídicos, Normatividad; sistema multinivel, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/normatividad/conceptos/conceptos-juridicos/Normatividad%20Conceptos%20Juridicos/29442.pdf>

Superintendencia Financiera de Colombia, (30 de Junio de 2000), Doctrinas y Conceptos Financieros; Intermediación Financiera, Concepto No. 2000048692-1, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=18542&dPrint=1>



Trump, D, Kiyosaki, R. (2006), *Queremos que seas rico*. Editorial Aguilar.

The Wall Street Journal by Direct Selling News A Special Supplement (24 de Junio de 2011),  
The ultimate social Business Model, pp. 1-40

Valencia C, Gloria, 2014, *Interbolsa: la historia de una élite que se creía demasiado grande para caer*. Bogotá, Colombia, Publicaciones Semana.

Vargas, Andrés. (2015, 29 de mayo). *Las penas de un recién egresado en Colombia*. las2orillas.  
Recuperado de <http://www.las2orillas.co/>