



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE DERECHO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: ABOGADA  
DE LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE LA REPÚBLICA.**

**TEMA:**

**TIPIFICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE  
VENTAS DE BIENES O SERVICIOS EN ESQUEMA  
PIRAMIDAL DENTRO DEL COIP**

**TUTOR**

**AB. ROLANDO COLORADO AGUIRRE, MSC.**

**AUTORA**

**MELISSA MICHELL COVEÑA BRAVO**

**GUAYAQUIL**

**2019**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>  TIPIFICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE VENTAS DE BIENES O SERVICIOS EN ESQUEMA PIRAMIDAL DENTRO DEL COIP	
<b>AUTOR/ES:</b>  Melissa Michell Coveña Bravo	<b>REVISORES O TUTORES:</b>  Rolando Colorado Aguirre
<b>INSTITUCIÓN:</b>  Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b>  ABOGADA DE LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE LA REPÚBLICA.
<b>FACULTAD:</b>  Facultad de Ciencias Sociales y Derecho	<b>CARRERA:</b>  DERECHO
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  2019	<b>N. DE PAGS:</b>  97
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Derecho	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Derecho Público; Derecho a la Justicia; Sanción Penal; Imperio de la Ley; Reforma Jurídica.	
<b>RESUMEN:</b> Dentro de las distintas formas de comercio que existen en la actualidad, se ha popularizado el marketing multinivel. Esta forma de comercio consiste en un plan de ventas que retribuye beneficios a los vendedores por la ventas de sus productos y la cantidad de personas que ingresen al plan de ventas, claro está que previo al ingreso del plan de ventas los futuros vendedores deben adquirir los productos, lo que los convierte en consumidores. Sin embargo, la codicia desmedida de los comerciantes y el descontrol por parte de las autoridades, ha dado como resultado de que la venta multinivel, que es un esquema de ventas que es válido y legal en muchos países, derive en un negocio perjudicial para la sociedad, como lo es el sistema de ventas piramidal. El sistema de ventas piramidal <u>consiste en una organización de ventas que funciona de manera similar a las ventas en</u>	

multinivel, pero además de esto, se tiene una estrategia de mercadeo que tiene por objetivo que entre el mayor número de personas al plan de ventas de forma desmedida, bajo la promesa de obtener beneficios, pero al realizar una entrada masiva de personas lo que buscan estos esquemas de ventas es que exista un flujo de dinero continuo de la entrada de nuevos participantes, con lo que se pagará posteriormente a los anteriores participantes cuando reclamen sus beneficios.

Este esquema es muy similar en su funcionamiento a los esquemas de estafa piramidal o esquema Ponzi, con la única diferencia de que en las ventas piramidales si existe compraventa de bienes o servicios y no se capta dinero de forma directa. Por su complejidad los casos donde se ha dado esquemas de ventas piramidales, a pesar de ser evidentes estafas no han logrado llegar a tribunales y responder a la justicia de forma efectiva, ya que por su propia complejidad los organizadores suelen tener muchos argumentos a su defensa, esto sumado al poco conocimiento y atención que tiene este tema por parte de las autoridades y ciudadanía en general, ha dado pie para que año tras año observemos dentro del mercado, cómo surgen nuevos modelos de ventas piramidales que muchas veces aparecen en el mercado realizan su operación fraudulenta y desaparecen sin dejar rastro.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b>  Melissa Michell Coveña Bravo	<b>Teléfono:</b>  0994560519	<b>E-mail:</b>  melissa_14bombonsit@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<p>Msc. Marco Arturo Oramas Salcedo, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Teléfono: 2596500 Ext. 250 E-mail: moramass@ulvr.edu.ec</p> <p>Msc. Carlos Pérez Leiva Director de la Carrera de Derecho Teléfono: 2595500 Ext. 233 E-mail: cperezl@ulvr.edu.ec</p>	

# CERTIFICADO ACADÉMICO DE ANTIPLAGIO

URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS Estafa Piramidal (1)-2.docx (D57310919)  
Submitted: 20/10/2019 17:06:00  
Submitted By: melissa\_14bombonsit@hotmail.com  
Significance: 1 %

### Sources included in the report:

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=150284&doclang=ES>  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Esquema\\_de\\_pir%C3%A1mide](https://es.wikipedia.org/wiki/Esquema_de_pir%C3%A1mide)

### Instances where selected sources appear:

6



AB. Rosendo Gonzalez A.  
DIRECTOR UUR

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

La estudiante egresada MELISSA MICHELL COVEÑA BRAVO, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, *Tipificación del modelo de negocio de ventas de bienes o servicios en esquema piramidal dentro del COIP*, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.



---

**MELISSA M. COVEÑA BRAVO.**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación *Tipificación del modelo de negocio de ventas de bienes o servicios en esquema piramidal dentro del COIP*, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: *Tipificación del modelo de negocio de ventas de bienes o servicios en esquema piramidal dentro del COIP*, presentado por la estudiante MELISSA MICHELL COVEÑA BRAVO como requisito previo, para optar al Título de ABOGADA DE LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, encontrándose apto para su sustentación.



---

**AB. ROLANDO COLORADO AGUIRRE. MSC.**  
**TUTOR**

### ***Agradecimiento***

*Agradezco a Dios nuestro padre celestial por el milagro infinito de nuestra existencia. Agradezco infinitamente a mi familia que representan fuente de inspiración en todo ámbito de desarrollo para mí. A todos quienes me brindaron su apoyo de forma incondicional a lo largo de todo este proceso.*

### ***Dedicatoria***

*Dedico el presente trabajo de investigación a mi ángel del cielo mi madre que siempre depositó su confianza en mí y estará orgullosa de lo que haya podido lograr por los nuestros.*

***Melissa Michell Coveña Bravo.***

# ÍNDICE

Resumen ejecutivo .....	XII
Abstract.....	XIII
Introducción.....	1

## CAPÍTULO I PROBLEMA A INVESTIGAR

1. EL PROBLEMA .....	4
1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Formulación del problema .....	6
1.3. Sistematización de la investigación.....	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	7
1.5. Justificación de la investigación .....	7
1.6. Delimitación de la investigación .....	18
1.7. Hipótesis .....	9
1.8. Identificación de variables .....	9
1.9. Líneas de investigación institucional .....	9

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### DEFINICIÓN DOCTRINARIA

2. DE LA ESTAFA .....	10
3. MARCO CONCEPTUAL .....	11
3.1. Estafa Piramidal .....	11
3.2. Venta Multinivel .....	12
3.3. Venta Piramidal .....	14

### MARCO LEGAL

4. NORMATIVA LEGAL .....	17
4.1. Código Orgánico Integral Penal .....	17
4.2. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado .....	18
4.2.1. Prácticas Desleales .....	20



## DERECHO COMPARADO

5. LEGISLACIÓN INTERNACIONAL.....	23
5.1. Legislación de Colombia .....	24
5.1.1. Código Penal Colombiano ( <i>Ley 599 de 2000</i> ).....	24
5.1.2. Ley 1700 – Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel.....	25
5.1.3. Decreto 024-2016; Reglamento a la Ley 1700.....	28
5.2. Legislación Española .....	30
5.2.1. Código Penal Español, ( <i>Ley Orgánica 10/1995</i> ).....	30
5.2.2. Ley 7/1996 – Ordenación del Comercio Minorista .....	31

## CASOS Y JURISPRUDENCIA

6. CASOS DE ESTAFA NACIONAL .....	34
6.1. Caso Publi-Fast ( <i>Estafa masiva de marketing online</i> ).....	34
6.1. Caso Telex.Free ( <i>Estafa de inversión</i> ).....	36
7. JURISPRUDENCIA INTERNACIONAL .....	37
7.1. España .....	37
7.1.1. Criterio sobre la Estafa por el Tribunal Supremo de España .....	37
7.1.2. Caso AFINSA ( <i>Estafa de contratos de compraventa de sellos</i> ).....	39
7.1.3. Caso Arte y Naturaleza ( <i>Estafa de inversión en obras de arte</i> ).....	41
7.2. Unión Europea .....	42
7.2.1. Caso No. 515/12 – Tribunal de Justicia de la Unión Europea .....	42
7.2.2. Caso No. 667/15 – Tribunal de Justicia de la Unión Europea .....	46
7.2.3. Documento del Consejo Europeo sobre Prácticas Desleales de Comercio .....	49

## CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO METODOLOGÍA APLICADA

8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
8.1. Tipos de investigación.....	52
8.2. Método de la investigación .....	53
8.3. Enfoque de la investigación.....	53
8.4. Técnicas de la investigación .....	54
8.5. Población y muestra .....	55

9. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	56
9.1. Encuestas: <i>análisis y resultados</i> .....	56
9.1.1. Resultados de las encuestas .....	57
9.2. Entrevistas .....	67
9.2.1. Análisis de resultados .....	75

**CAPÍTULO IV**  
**CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA**

10. CONCLUSIONES .....	76
11. RECOMENDACIONES .....	78
12. PROPUESTA .....	79
Bibliografía .....	81

**ÍNDICE DE TABLAS**

ENCUESTAS: Análisis y resultados .....	56
Tabla 1 .....	56
Tabla 2 .....	57
Tabla 3 .....	58
Tabla 4 .....	59
Tabla 5 .....	60
Tabla 6 .....	61
Tabla 7 .....	62
Tabla 8 .....	63
Tabla 9 .....	64
Tabla 10 .....	65
Tabla 11 .....	66
Tabla 12 .....	67

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

ENCUESTAS: Análisis y resultados .....	56
Gráfico 1 .....	56
Gráfico 2 .....	57
Gráfico 3 .....	58
Gráfico 4 .....	59
Gráfico 5 .....	60
Gráfico 6 .....	61

Gráfico 7 .....	62
Gráfico 8 .....	63
Gráfico 9 .....	64
Gráfico 10.....	65

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS.....	84
Anexo 1: Fotografías de ejecución de los instrumentos de investigación .....	84

## *Resumen Ejecutivo*

Dentro de las distintas formas de comercio que existen en la actualidad, se ha popularizado el marketing multinivel. Esta forma de comercio consiste en un plan de ventas que retribuye beneficios a los vendedores por la ventas de sus productos y la cantidad de personas que ingresen al plan de ventas, claro está que previo al ingreso del plan de ventas los futuros vendedores deben adquirir los productos, lo que los convierte en consumidores.

Sin embargo, la codicia desmedida de los comerciantes y el descontrol por parte de las autoridades, ha dado como resultado de que la venta multinivel, que es un esquema de ventas que es válido y legal en muchos países, derive en un negocio perjudicial para la sociedad, como lo es el sistema de ventas piramidal. El sistema de ventas piramidal consiste en una organización de ventas que funciona de manera similar a las ventas en multinivel, pero además de esto, se tiene una estrategia de mercadeo que tiene por objetivo que entre el mayor número de personas al plan de ventas de forma desmedida, bajo la promesa de obtener beneficios, pero al realizar una entrada masiva de personas lo que buscan estos esquemas de ventas es que exista un flujo de dinero continuo de la entrada de nuevos participantes, con lo que se pagará posteriormente a los anteriores participantes cuando reclamen sus beneficios.

Este esquema es muy similar en su funcionamiento a los esquemas de estafa piramidal o esquema Ponzi, con la única diferencia de que en las ventas piramidales si existe compraventas de bienes o servicios y no se capta dinero de forma directa. Por su complejidad los casos donde se ha dado esquemas de ventas piramidales, a pesar de ser evidentes estafas no han logrado llegar a tribunales y responder a la justicia de forma efectiva, ya que por su propia complejidad los organizadores suelen tener muchos argumentos a su defensa, esto sumado al poco conocimiento y atención que tiene este tema por parte de las autoridades y ciudadanía en general, ha dado pie para que año tras año observemos dentro del mercado, cómo surgen nuevos modelos de ventas piramidales que muchas veces aparecen en el mercado realizan su operación fraudulenta y desaparecen sin dejar rastro.

## *Abstract*

Among the different forms of commerce that exist today, multi-level marketing has become popular. This form of trade consists of a sales plan that rewards benefits to sellers for the sales of their products and the number of people entering the sales plan, of course, prior to the entry of the sales plan, future sellers must acquire the products, which makes them consumers.

However, the excessive greed of the merchants and the lack of control on the part of the authorities, has resulted in the multi-level sale, which is a sales scheme that is valid and legal in many countries, resulting in a business harmful to the society, as is the pyramid sales system. The pyramid sales system consists of a sales organization that works similarly to multi-level sales, but in addition to this, there is a marketing strategy that aims to enter the largest number of people into the sales plan excessive, under the promise of obtaining benefits, but when making a massive entry of people what these sales schemes are looking for is that there is a continuous flow of money from the entry of new participants, which will be paid later to the previous participants when Claim your benefits.

This scheme is very similar in its operation to schemes of pyramid scam or Ponzi scheme, with the only difference that in pyramid sales if there are sales of goods or services and no money is collected directly. Due to its complexity, cases where pyramid sales schemes have taken place, despite being obvious scams, have not been able to reach courts and respond to justice effectively, since due to their own complexity, organizers usually have many arguments to defend themselves. , this added to the little knowledge and attention that this issue has on the part of the authorities and citizens in general, has given rise so that year after year we observe within the market, how new pyramid sales models that often appear in the market arise their fraudulent operation and disappear without a trace.

## INTRODUCCIÓN

Dentro del mundo de los negocios y el libre comercio existen muchas técnicas para la distribución de bienes y servicios dentro del mercado, es claro que los negocios y las técnicas de ventas constituyen una nueva disciplina científica que maneja sus propios tecnicismo y particularidades que no son de fácil comprensión para el público en general por lo cual se crea una diferenciación clara entre los que conocen cómo funciona el comercio, los que desconocen y los que aparentan conocer para obtener ventajas económicas y personales.

Las ventas multinivel son una forma de mercadeo directo, distinto a los métodos tradicionales de inserción de productos dentro del mercado. Usualmente cuando un producto es lanzado dentro de mercado se debe publicitar realizando alianzas e ingresando a una cadena de distribución y comercialización, todo este proceso puede conllevar a que la comercialización sea inviable o sea mayormente costoso, por lo cual en Estados Unidos aparece este modelo de ventas, que tiene su origen en las ventas puerta a puerta que se realizaban en los años 20. Primero estos sistemas pasan de una fase de venta directa a una forma de organización más compleja, luego de que las empresas notarían que si compensaba a los vendedores por distribuir los productos a otras personas la cadena distribución crecería, es con esto que se inicia los sistemas de recompensa por ingresar a nuevos distribuidores a estos negocios y su exponencial crecimiento en las últimas décadas.

Existen dos conceptos claves para entender este problema, uno de estos es el esquema de *ponzi* en el cual se opera por medio de una intermediación financiera masiva, en la cual existe la promesa de que luego de una inversión inicial se obtenga ganancias superiores a la banca por concepto de intereses lo cual lo hace muy atractivo este negocio. El esquema de organización financiera consiste captar el mayor número de participantes y con el dinero que ingresa de nuevos participantes ir pagando sucesivamente los anteriores intereses (muchas veces irreales), el colapso sucede cuando no existe nuevas personas interesadas en ingresar porque se ha saturado el mercado, cuando esto sucede la pirámide colapsa y la persona que manejaba este sistema escapa con el dinero de los últimos participantes sin que estos puedan obtener algún beneficio.

La relación que tiene estos dos esquemas de negocios en la actualidad es que se han fusionado ocasionando que exista un modelo de ventas multinivel que funciona a manera de estafa piramidal, ya que toma los conceptos de mercadeo de los negocios multinivel pero en el fondo funciona con una estafa piramidal, sólo que a diferencia de la estafa tipo ponzi ya no se realiza intermediación financiera directa sino que bajo el esquema de una empresa constituida como negocio multinivel bajo la premisa de vender un producto o servicio de dudosa calidad o procedencia, se buscará ingresar la mayor cantidad de personas en un corto periodo de tiempo que de igual forma que un esquema ponzi cuando se sature el mercado y no existan nuevos participantes, el sistema entra en crisis y colapsa, por esta forma de funcionar se lo puede denominar como un negocio de venta piramidal.

La clave para diferenciar un modelo de negocio multinivel legítimo a otro que ocasiona perjuicio al patrimonio de los participantes radica básicamente en observar la calidad y procedencia de su producto o servicio, para poder determinar si este efectivamente es de consumo y si en el mercado no existen opciones similares con precios mucho más baratos, también se debe observar si el modelo de negocio obtiene sus ganancias de la venta del producto o servicio y no de la entrada masiva de participantes y distribuidores. Esta aproximación que hemos detallado se recoge en la ley de protección al consumidor de España en su artículo 24 en el que prohíbe los negocios tipo piramidal, además que detalla normas para que este tipo de negocios no pueden proliferar, además la Unión Europea emitió una directiva en el año 2005 con el mismo sentido prohibitivo sobre este problema, siendo así que todos los países de la Unión Europea adaptan su legislación para evitar este tipo de negocios.

Ecuador tiene un vacío muy notable con respecto a este tema ya que ni en el código de comercio, ni en la ley de defensa al consumidor existe algún tipo de definición de este tipo de negocios que ya existen en nuestro país hace mucho tiempo, esto ocasiona que la falta de conceptos y definiciones complique mucho más sancionar ese tipo de negocios nocivos para el público. Otros países de nuestra región como el vecino Colombia ya ha dictado normativa definiendo este tipo de negocio y regulando de forma clara para que no existan perjudicados a futuro.

Si bien este tipo de negocio puede considerarse como una mala práctica en el comercio su origen al estar siempre premeditado y viciado (ya que se conoce que se ocasionará un daño a futuros participantes de forma sistemática) es un atentado a la propiedad privada y el sistema económico nacional, por lo cual se debe considerar a este tipo de negocios como una conducta que se adecua a lo tipificado en la estafa en nuestro código penal, ya que el antes mencionado modelo de negocio piramidal cumple con ofrecer falsas expectativas de ganancia a la población.

Se debe tomar en consideración que los que iniciaron el negocio conocen bien que existirán perjudicados al final de la pirámide, sin embargo esto muchas veces puede ser defendido como la naturaleza de los negocios en sí, ya que se considera que en los negocios siempre existe un riesgo de perder la inversión inicial, pero la diferencia que debe distinguir el derecho entre el riesgo y el modelo de negocio piramidal radica en que en el modelo de negocio piramidal ya se puede prever por su propia organización que al momento de saturarse el mercado y no existir nuevos participantes habrá perjudicados a futuro, por lo cual es una necesidad en la sociedad que se plantee que esta conducta de organizar planes de venta piramidal de antemano se encuentre tipificada en el Código Orgánico Integral Penal como estafa, para que de esta forma no exista la mínima posibilidad que se defienda a estas empresas con el argumento de negocios legítimos y que el daño que ocasionan a los participantes proviene de un riesgo legítimo.



# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA A INVESTIGAR**

### **TEMA.**

### **TIPIFICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE VENTAS DE BIENES O SERVICIOS EN ESQUEMA PIRAMIDAL DENTRO DEL COIP**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

El modelo de negocio de ventas en la modalidad de esquema piramidal a pesar de existir desde hace décadas ha tomado fuerza en nuestro país en los últimos años causando así miles de afectados que invierten su patrimonio con la esperanza de poder obtener una ganancia rápida y efectiva a corto plazo o a largo plazo pero que con el paso del tiempo descubren que el modelo de negocio ha sido lesivo para su patrimonio.

El modelo del negocio consiste en empezar una empresa que tiene por actividad comercializar bienes o servicios al por menor y por lo cual busca vendedores para poder crear una red de negocios que le permita mejorar el nivel de sus ventas, pero en realidad la finalidad de estas empresas no suele ser aumentar el volumen de sus ventas sino aumentar la cantidad de vendedores o socios que ingresan de manera independiente a la empresa por medio de la compra del producto a vender o una cuota de entrada si es un servicio, luego de esto se los motiva constantemente a que recluten mayor cantidad de miembros para la empresa ya que de esta forma podrán obtener mayores ganancias, sin embargo la real ganancia de la empresa está en el ingreso de vendedores o socios y no en sí, en la venta del producto o servicio ya que estos muchas veces suelen ser de muy mala calidad y con sobreprecio.

La legislación actual no proporciona ninguna herramienta para poder prevenir y sancionar este tipo de negocios fraudulentos, por lo cual éstos quedan en la impunidad, esto se complica más ya que muchos de estos negocios se encuentran legalmente constituidos como empresas y son respaldados por una agresiva campaña de publicidad, incluso existen casos en que pueden estar respaldados por la población que confía que el

modelo de negocio no es lesivo para ninguna de las parte que lo conforman, por lo cual el desconocimiento y la falta de legislación de este modelo de negocio fraudulento ha contribuido en gran parte a que aumenten los casos cada año en nuestro país.

Cuando se observa en detalle el modelo de negocio de estas empresas nos encontramos con un factor muy relevante y distintivo en cuanto a cómo estas empresas generan sus ganancias, ya que a diferencia de los modelos de negocios tradicionales donde el producto y el servicio son los que generan el valor para la empresa, en estos modelos de negocios piramidales se observa que se obtiene valor por medio de la inserción de nuevos socios o vendedores quienes compran el producto a la empresa y que luego de haberse saturado todo el mercado de posibles personas que pudieran desear asociarse como vendedores y socios se logra la explosión de una burbuja en el mercado llegando a conocer realmente los perjuicios económicos que han sufrido los vendedores y socios al ser los últimos en participar en una pirámide en forma de negocio rentable.

Muchos ciudadanos en calidad de víctimas suelen recurrir a la justicia para lograr denunciar en calidad de estafa estos casos logrando que la autoridad tenga conocimiento y actué frente a esta actual situación de perjuicio contra la propiedad sin embargo esto no suele dar los resultados ansiados como una sanción de tipo penal. Por lo cual se plantea necesario la inclusión de una prohibición expresa en el código de comercio que contemple todas las posibilidades de este tipo de negocio fraudulento y que esta contenga su respectivo mecanismo de cumplimiento por parte de las autoridades para que se haga exigible el cumplimiento de esta prohibición.

En Ecuador tenemos muchos casos que han llegado a instancias judiciales y otros que se siguen desarrollando en el mercado nacional como empresas con funciones legales y no lesivas para el mercado, todo esto es ocasionado por el desconocimiento de la población y poca atención del Estado y de los ciudadanos para poder hacer frente a estos modelos de negocios lesivos contra el patrimonio y bienestar de los ciudadanos.

Es destacable el caso de otros países como España que desde el año de 1996 ya prohíben expresamente la organización de este tipo de negocios en su Ley de Comercio Minorista, o el caso de Estados Unidos que mediante su Federación Nacional de Comercio ha emitido resoluciones en los últimos años en contra de reconocidas empresas como Herbalife que son gigantes dentro de este tipo de negocios. Dentro de la normativa

comercial del Ecuador es notable la ausencia de cualquier tipo de medida sobre estos tipos negocios.

En nuestro país el Código Orgánico Integral Penal tipifica el delito de captación ilegal de dinero, sin embargo, se debe destacar que este delito sólo se aplica en el caso de intermediación financiera captando dinero del público masivo, en nuestro caso no sería aplicable este delito al problema ya que en ningún momento se realiza esta actividad, sino que se presenta un modelo de negocio de compraventa de bienes y servicios que está planeado premeditadamente para perjudicar el patrimonio de los ciudadanos, en el mejor de los casos se asemeja a una estafa pero por su carácter de negocio lícito en la mayoría de casos queda en la impunidad, por lo cual una reforma incluyendo este tipo de negocios como delito estafa sería de gran ayuda.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿De qué manera se afecta negativamente el patrimonio de las personas que participan en un modelo de negocios de ventas en esquema piramidal?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.**

- ¿Cómo podemos determinar que existe una afectación al patrimonio de las personas en un modelo de negocios que aparenta ser legal y válido en el mercado?
- ¿La legislación actual no es eficaz en proteger el patrimonio de los particulares dentro del mercado nacional?
- ¿Cómo podemos diferenciar un modelo de negocios que lesiona el patrimonio de las personas a uno en el cual el patrimonio de las personas está sometido a riesgo?
- ¿Cómo se afecta a la seguridad jurídica en el mercado nacional permitiendo este tipo de negocios?

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Objetivo General:**

Demostrar que se genera una lesión al patrimonio de las personas que se asocian con empresas que tienen un modelo de negocio de ventas en esquema piramidal.

### **Objetivos específicos:**

- Determinar qué es el modelo de negocio de ventas en esquema piramidal.
- Demostrar la afectación patrimonial por este modelo de negocio.
- Sugerir una reforma a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado; Código de Comercio y al C.O.I.P para prevenir y sancionar este tipo de negocios.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

En los últimos años en el país se han observado casos de empresas que ofrecen oportunidades de negocio con grandes márgenes de ganancias y promesas de beneficios desmedidos, esto en la actual situación económica del país ha ocasionado que muchas personas se vean motivadas a participar en las oportunidades de negocio que les ofrecen estas empresas sin tomar precaución alguna, para finalmente darse cuenta que han participado en un modelo de negocio que les ha ocasionado pérdidas y no beneficios económicos.

Por lo tanto, la justificación se enmarca en los siguientes términos:

1. En los medios se ha podido observar casos como el conocido caso Publifast en el cual una empresa ofrecía la oportunidad de trabajar en publicidad por internet a cambio de una cuota de entrada y en el cual una población significativa fue víctima de este modelo de negocio, en muchos casos luego de gran tiempo de esperar beneficios los perjudicados cayeron en cuenta de que habían sido víctimas de una supuesta estafa.

2. Casos como el de Organo Gold una empresa de venta de café que a pesar de haber tenido gran repercusión en el público no llegó a instancias judiciales pero sí dejó a sus participantes con pérdidas y la duda de si eran parte de un negocio fallido o una potencial estafa, sin embargo llamar estafa a un modelo de negocio que se dedica a la venta de bienes o servicios puede ser un poco confuso y problemático para las autoridades, ya que el modelo de negocio es usado como distractor y protección para la conducta que se busca sancionar.
  
3. En otros países como España se da el caso en el cual han sido expresamente prohibidos este tipo de negocios de ventas piramidales en su ley de Comercio Minorista de 1996, ya que ocasionan perjuicios al consumidor y a los que se asocian al negocio para obtener algún beneficio.
  
4. Además también existe el caso de Estados Unidos un país en el cual a pesar de tener una gran actividad empresarial, ha hecho por medio de la Comisión Federal del Comercio muchas declaraciones y resoluciones en contra de este tipo de negocios en los últimos años una de las populares en los medios fue el caso de Herbalife que incluso sirvió para producir un documental llamado Betting On Zero sobre el caso, ya que el gobierno federal obligó a la empresa a indemnizar a los afectados y cambiar su modelo de negocio por uno en el cual no se lesione de manera planificada a los participantes.

## **1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

**Tiempo:** abril 2019 a septiembre 2019.

**Lugar:** Cantón Guayaquil de la provincia del Guayas

**Objeto de estudio:** Modelos de ventas en esquema piramidal

**Campo de Acción:** Derecho Penal; Derecho Comercial; Derecho de Competencia.

**Espacio:** Usuarios y personas que hayan participado en este tipo de negocio.

## **1.7. HIPÓTESIS.**

Si se penaliza el modelo de negocio de ventas en esquema piramidal se podría evitar que existan más perjudicados por estos modelos de negocios.

## **1.8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.**

### **Variable Independiente.**

- Prohibir los modelos de negocios de ventas en esquema piramidal.

### **Variable Dependiente.**

- Sancionar de manera efectiva a estos modelos de negocios, para evitar que existan perjudicados por este modelo de negocios.

## **1.9. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL.**

**Dominio:** Cohesión social y fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

**Línea Institucional:** Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

**Líneas de Facultad:** Derecho procesal con aplicabilidad al género, la identidad cultural y derechos humanos.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### DEFINICIONES DOCTRINARIAS

##### 2. DE LA ESTAFA.

El Diccionario Jurídico Elemental de (Guillermo Cabanellas, 1993), define la estafa como: “*Delito en que se consigue un lucro valiéndose del engaño, la ignorancia o el abuso de confianza*”. Asimismo, “*Toda defraudación hecha a otro en lo legítimamente suyo. Apoderamiento de lo ajeno con aparente consentimiento del dueño, sorprendido en su buena fe o superado en su malicia*”. Un concepto más acertado es el realizado por el Tribunal Supremo de Justicia de España que indica:

*La jurisprudencia del Tribunal Supremo se ha referido al concepto de patrimonio generalmente en el delito de estafa, para determinar cuándo se ha de entender producido el perjuicio. Así, en la sentencia sostiene que “el patrimonio protegido por el delito de estafa es de naturaleza económica – jurídica y personal. De acuerdo con esta noción se debe partir del carácter patrimonial de los bienes objeto de protección, pero la misma solo se extiende a las disposiciones patrimoniales que tienen lugar en el marco de un negocio jurídico lícito”.* (Cáceres Ruiz, 2006, pág. 25)

La estafa es un delito contra el patrimonio o propiedad de una persona, es un delito paralelo al fraude o engaño con el objetivo de obtener un beneficio económico a costa del perjuicio económico de un tercero.

La norma penal ecuatoriana vigente, define el tipo penal de estafa como un acto por medio del cual una persona para obtener un beneficio patrimonial para sí misma o para un tercero, simula hechos falso que induzcan al error a otra persona con la finalidad de perjudicar su patrimonio económico.

### **3. MARCO CONCEPTUAL.**

#### **3.1. Estafa piramidal.**

La estafa piramidal o pirámide de Ponzi es una modalidad de estafa que se organiza de forma jerárquica, siendo la mejor forma de comprender su funcionamiento graficarlo en forma de pirámide. El origen de esta modalidad de estafa la encontramos en Estados Unidos en el año 1920 de mano del inmigrante italiano Carlo Ponzi, aunque existen otros antecedentes históricos sobre este esquema.

El funcionamiento del esquema piramidal es el siguiente, la persona que inicia el esquema promete al público ganancias extraordinarias sobre el dinero que se invierta con este, la gran mayoría de veces estas inversiones prometen una tasa de retorno superior al sistema financiero oficial, atraídos por esta gran posibilidad de inversión las víctimas colocan su dinero en el esquema, los primeros en ingresar al esquema recibirán las ganancias de las supuestas inversiones de la mano del dinero que colocan los nuevos participantes y así sucesivamente. El punto donde colapsa este esquema es cuando se satura el mercado de posibles participantes y el modelo se queda sin nuevos participantes por lo cual la entrega de ganancias de las supuestas inversiones se detiene y se originan las pérdidas de los participantes.

Es importante destacar cómo estos esquemas se disfrazan de modelos de inversión legítimos, pero por sus altas tasas de retorno los participantes no se molestan en investigar si en realidad existen documentos que respalden la situación legal del negocio, muchas veces la ambición de las víctimas los ciega al momento de tomar decisiones y en la mayoría de los casos los participantes optan por continuar dentro del esquema lo cual produce que la existencia de este esquema perdure en el tiempo. Una explicación más técnica sobre este modelo puede ser el siguiente:

*Desde el punto de vista teórico, se trata de un problema de optimización de las utilidades de corto plazo de una empresa, modelo estudiado en microeconomía. El equilibrio de este modelo señala que el óptimo se encuentra cuando se iguala el costo marginal con el ingreso marginal. En este caso el costo marginal corresponde al pago mensual por intereses ganados a los inversionistas. En cambio, el ingreso marginal corresponde a los fondos recaudados por el ingreso de nuevos inversionistas y ahorrantes a la empresa. Como en realidad*



*no existe inversión real, los pagos de intereses a los clientes ahorristas deben ser solventados con la recaudación obtenida de los nuevos fondos recaudados. Por lo tanto, el esquema se cae cuando comienza a disminuir la cantidad de aportes adicionales, al mismo tiempo que los intereses por pagar a los clientes antiguos crecen en forma exponencial.* (Gormaz Arancibia, 2017, pág. 9).

La existencia de estos modelos piramidales a pesar de ser conocidos ampliamente en el mundo, se encuentran ampliamente distribuidos con nuevas formas de ofertas más elocuentes para poder disimular el sistema piramidal que se esconde tras todas las promesas de ganancias.

Casos conocidos que llegan a ser considerados como una especie de evolución de este modelo de estafa piramidal básico, es en el cual las ganancias ya no se obtienen por medio de inversiones en negocios desconocidos para las futuras víctimas sino que se intenta respaldar la supuesta inversión en algún bien tangible que puede ser objeto de algún tipo de apreciación continua a través del tiempo (como por ejemplo caso AFINSA y ARTE Y NATURALEZA) , esto da como resultado que los inversores confíen en mayor medida en los organizadores del esquema y proporciona herramientas para la defensa de la legalidad del supuesto negocio por medio de contratos de compraventa.

### **3.2. Ventas multinivel.**

El sistema de ventas multinivel es un modelo que tuvo sus orígenes en las ventas puerta a puerta que desarrollaban los vendedores en las colonias Europeas en América, posteriormente esta modalidad se vio afectada por el desarrollo del transporte y la imprenta por lo que en conjunto con la gran distribución de productos, los vendedores empezaron a comercializar productos de un solo fabricante y los fabricantes comenzaron a realizar lo que se conoce por ventas por catálogo actuando los vendedores como mediadores entre la empresa y el consumidor, sin la necesidad de grandes distribuidores y complejas estrategias publicitarias.

*Con respecto a las ventas directas se puede definir como una actividad en la cual el vendedor encara al consumidor final del producto o servicio, sin necesidad que existan más agentes intermediarios o de distribución del*

*producto por lo cual no es necesario la utilización de un local comercial o establecimiento mercantil, sino más bien que los vendedores encuentren la forma de tomar contacto directo con los potenciales consumidores y por medio de una atención más interpersonal y personalizada logren la venta de sus productos, por lo cual es innegable el carácter personal que estas ostentan a venta directa o venta puerta a puerta consiste en disponer de una red de vendedores o personas no profesionales, que trabajan a comisión, que realizan las transacciones bien sea al público en general, o bien a las personas que conocen, según Cruz (1990) como cita (Abella del Valle, 2015, pág. 9).*

Entre las características más notables de la venta directa encontramos las siguientes:

***Venta realizada fuera de un local comercial:*** Esto supone que el vendedor adquiera una posición más activa con respecto a la futura venta acudiendo a los lugares donde puede encontrar a posibles compradores, con esto existe una posición distinta a la tradicional en la cual el cliente es el que debe acudir al local para adquirir el producto.

***Encuentro Personalizado:*** Existe una interacción más interpersonal con el potencial consumidor por lo cual es más probable que se logre una relación comercial duradera, ya que existen elementos que generan confianza en el consumidor como por ejemplo la demostración del producto de forma personalizada e incluso el ambiente familiar genera mayor posibilidad de progresar en la venta.

***Eliminación de intermediarios:*** Además se debe considerar que al ser una venta sin la existencias de distribuidores y mayoristas, los valores de los productos pueden ser menores a los que se encuentran en el mercado, sin embargo, se debe tomar en cuenta que esto dependerá del margen de ganancia que el vendedor quiera obtener.

*Por ello, el objetivo principal del presente trabajo consiste en analizar el sistema de venta multinivel para así comprender totalmente su funcionamiento. Para alcanzar dicha meta, se estudia desde un punto de vista teórico tanto el sistema de venta multinivel, como el sistema piramidal, el cual se ha complementado con un análisis de casos reales de empresas pertenecientes a ambos sistemas. (Abella del Valle, 2015).*

### 3.3. Venta Piramidal

La venta piramidal tiene un origen común en los conceptos analizados anteriormente ya que es una combinación del modo financiero de operar las estafas piramidales, pero usando un sistema de distribución de bienes o servicios similar a la del marketing multinivel con sus respectivas promesas y recompensas.

La definición de venta piramidal formalmente aparece actualmente dentro de las Directrices de la Unión Europea con respecto a las prácticas de comercio desleales en el año 2005. En el Punto n.º 14 del ANEXO de la DIRECTIVA 2005/29/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 11 de mayo de 2005 relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior define como práctica desleal como:

*Crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos*

(PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA, 2005, pág. 36)

Esta definición se divide en tres elementos para llegar al presupuesto establecido:

1. El consumidor realiza una contraprestación.
2. Esta contraprestación está condicionada por la oportunidad de recibir una compensación que se origina mayormente en la entrada de otros consumidores al plan.
3. Esta compensación no se origina de la venta de productos.

El punto a destacar de esta definición es señalar como desleal que se obtengan beneficios netamente de la entrada de nuevos consumidores y no de la facturación de la empresa. Un vacío que deja la legislación es la diferenciación entre consumidor y vendedor, ya que si bien los consumidores pueden participar de este tipo de plan de igual forma participan los distribuidores que vienen a adquirir el producto con el fin de participar del esquema. La situación de las víctimas bajo este punto no está muy clara ya que si con el simple hecho de promocionar el plan piramidal se incurre en competencia desleal esto también afecta a los distribuidores recién ligados al esquema.

Como toda política de la Unión Europea esta debe ser adoptada por todos sus países miembros, con respecto a este tema ya existía una directiva anterior que había sido adoptada por España desde los años noventa en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal donde se define en el Artículo 24 las prácticas de venta piramidal que recoge casi textualmente la directriz antes mencionada:

**Ley 3/1991 – Artículo 24.-** *Se considera desleal por engañoso, en cualquier circunstancia, crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor o usuario realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores o usuarios en el plan, y no de la venta o suministro de bienes o servicios. (Ley 3/91, de Competencia Desleal, 1991).*

La venta piramidal se debe distinguir de la venta multinivel ya que a pesar de que comparten un sistema de distribución similar, la diferencia en la cual separan la legitimidad de la una a la otra es por la forma de obtención de beneficio, esta definición se observa en la ley española que la define de la siguiente forma en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista donde se define claramente en el artículo 22 la venta multinivel o marketing en red como una forma legal de comercio:

**Ley 7/1996 – Artículo 22.-** *La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio de cada componente creado. (Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista, 1996)*

La definición de venta multinivel se divide en los siguientes elementos:

1. Fabricante o mayorista vende bienes o servicios
2. Organiza una venta en red mediante agentes independientes coordinados entre sí.
3. Beneficios se obtienen mediante margen sobre precio de venta al público.

#### 4. Beneficio se distribuye en base a facturación total.

El marketing multinivel se distingue claramente de la venta piramidal en su obtención de beneficios ya que en este modelo se especifica cómo se debe obtener el beneficio que será distribuido a los vendedores.

El objetivo de que se haya realizado una prohibición a nivel europeo con respecto a este tema, es para evitar que los consumidores se vean atraídos a este tipo de ofertas que prometen nuevas ganancias y rentabilidad, pero que en realidad funcionan como un esquema Ponzi clásico realizando una captación y rotación del dinero dentro de un esquema, solo que, diferenciado por ocultar su funcionamiento básico por medio de la oferta de bienes y servicios, al tener en esencia el mismo origen.

La Justicia Europea ha definido cuales son los puntos clave que debe contener todo esquema de negocio para ser considerado un plan de venta piramidal, interpretando de esta forma la directiva.

*Caso -515/12: En primer lugar, que tal plan se base en la promesa de que el consumidor tendrá la posibilidad de obtener un beneficio económico. En segundo lugar, el cumplimiento de esta promesa depende de la entrada de otros consumidores en el plan. Por último, la mayoría de los ingresos que permiten financiar la compensación prometida a los consumidores no procede de una actividad económica real. (Prácticas comerciales desleales - Plan de venta piramidal, 2014).*

Sobre este punto el Tribunal de Justicia detalla ciertos aspectos:

*Caso -515/12: Un plan de venta piramidal sólo constituye una práctica comercial desleal en cualquier circunstancia cuando tal plan exija al consumidor una contraprestación financiera, con independencia de cuál sea su importe, a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos. (Prácticas comerciales desleales - Plan de venta piramidal, 2014).*

Además, si no se llega a poder determinar que una práctica no está dentro del grupo de prácticas desleales detalladas dentro de la directiva, el Tribunal considera que esta se puede llegar a determinar por medio del análisis del articulado general.

## MARCO LEGAL

### 4. NORMATIVA LEGAL.

#### 4.1. Código Orgánico Integral Penal.

Dentro de nuestra legislación nacional, tenemos en nuestro Código Orgánico Integral Penal la siguiente tipificación del delito de estafa:

*Art. 186.- Estafa. - La persona que, para obtener un beneficio patrimonial para sí misma o para una tercera persona, mediante la simulación de hechos falsos o la deformación u ocultamiento de hechos verdaderos, induzca a error a otra, con el fin de que realice un acto que perjudique su patrimonio o el de una tercera, será sancionada con pena privativa de libertad de cinco a siete años.*

*La pena máxima se aplicará a la persona que:*

- 1. Defraude mediante el uso de tarjeta de crédito, débito, pago o similares, cuando ella sea alterada, clonada, duplicada, hurtada, robada u obtenida sin legítimo consentimiento de su propietario.*
- 2. Defraude mediante el uso de dispositivos electrónicos que alteren, modifiquen, clonen o dupliquen los dispositivos originales de un cajero automático para capturar, almacenar, copias o reproducir información de tarjetas de crédito, débito, pago o similares.*
- 3. Entregue certificación falsa sobre las operaciones o inversiones que realice la persona jurídica.*
- 4. Induzca a la compra o venta pública de valores por medio de cualquier acto, práctica, mecanismo o artificio engañoso o fraudulento.*
- 5. Efectúe cotizaciones o transacciones ficticias respecto de cualquier valor.*

*La persona que perjudique a más de dos personas o el monto de su perjuicio sea igual o mayor a cincuenta salarios básicos unificados del trabajador en general será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez años.*

*La estafa cometida a través de una institución del Sistema Financiero Nacional, de la economía popular y solidaria que realicen intermediación financiera mediante el empleo de fondos privados públicos o de la Seguridad Social, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez años.*

*La persona que emita boletos o entradas para eventos en escenarios públicos o de concentración masiva por sobre el número del aforo autorizado por la autoridad pública competente, será sancionada con pena privativa de libertad de treinta a noventa días. (Código Orgánico Integral Penal - Asamblea Nacional del Ecuador, 2014).*

Una particularidad que puede destacarse del delito de estafa en la legislación ecuatoriana es el hecho de que en nuestra tipificación del delito además de la tipificación general del delito, especificamos los casos en concreto en los cuales se debe aplicar el máximo de la pena y con esto también se da una tipificación detallada de lo que se considera estafa para nuestra legislación, obligando en un inicio al juzgador a interpretar estos hechos como un delito.

Al parecer el legislador al redactar la norma quiso evitar que casos específicos que pueden ser alegados como simples errores o complicaciones sean considerado estafa, por ejemplo, en el caso de operaciones de una empresas en un juicio un contador o encargado podría alegar que con tantas operaciones de una empresa humanamente puede haberse equivocado en unas cuantas sin haber actuado de mala fe. Sin embargo, la norma no realiza aclaración sobre este punto y lo deja a la libre apreciación del juez que deberá considerar si el hecho se adecua al tipo general de la estafa, a pesar de esto es claro que la descripción de la conducta típica se encuentra en la norma.

#### **4.2. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.**

En nuestra legislación en el ámbito del Derecho de Competencias, la Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado, regula ciertos aspectos de competencia

desleal, estas regulaciones pueden resultar equiparables a las regulaciones en otros países que pretenden prohibir las ventas piramidales.

*Art. 25.- Definición. - Se considera desleal a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria. La expresión actividades económicas se entenderá en sentido amplio, que abarque actividades de comercio, profesionales, de servicio y otras.*

*Para la definición de usos honestos se estará a los criterios del comercio nacional; no obstante, cuando se trate de actos o prácticas realizados en el contexto de operaciones internacionales, o que tengan puntos de conexión con más de un país, se atenderá a los criterios que sobre usos honestos prevalezcan en el comercio internacional. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).*

La definición de nuestra legislación para considerar que son prácticas desleales se encuentra muy comprometida con la apreciación de lo que se consideran prácticas de comercio honestas según el uso y costumbre, un inconveniente de este punto es que la libre apreciación de las prácticas de comercio a criterio del juzgador puede dejar en impunidad ciertas prácticas que aparenten ser negocios válidos.

*Art. 25.- (...) La determinación de la existencia de una práctica desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización, sino que se asume como cuasidelito de conformidad con el Código Civil. Tampoco será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, bastando constatar que la generación de dicho daño sea potencial, de acuerdo a lo establecido en esta Ley.*

*Las sanciones impuestas a los infractores de la presente ley no obstan el derecho de los particulares de demandar la indemnización de daños y perjuicios que corresponda de conformidad con las normas del derecho común, así como la imposición de sanciones de índole penal, en caso de constituir delitos.*



*Se aplicará las sanciones previstas en esta ley, siempre que la práctica no esté tipificada como infracción administrativa con una sanción mayor en otra norma legal, sin perjuicio de otras medidas que se puedan tomar para prevenir o impedir que las prácticas afecten a la competencia. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).*

A pesar de que la determinación de prácticas desleales conforme a las costumbres y usos del comercio es un término no específico para determinar prácticas desleales, la ley si realiza un aporte claro con respecto a la consideración del hecho, indicando que para los casos en que se demuestre la existencia de práctica desleal se deberá considerar cuasidelitos en todos los casos independientemente del grado de participación, esto sin desmedro de las acciones que en otras vías se puedan plantear como acciones penales.

***Art. 26.- Prohibición.** - Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios. (...)* (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).

En este punto de la ley se detalla la prohibición expresa para este tipo de actividades desleales, además se indica el resultado que deben causar para que sean consideradas prácticas desleales, no se aclara si necesariamente se debe producir este resultado para que pueda considerarse susceptible de sanción.

#### **4.2.1. Prácticas Desleales.**

A continuación, se detalla un catálogo de prácticas desleales, es objeto de nuestro estudio las que son referentes sobre el tema de las ventas piramidales.

**Art. 27.- Prácticas Desleales.** - Entre otras, se consideran prácticas desleales, las siguientes:(...)

**2.- Actos de engaño.**- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, inducir a error al público, inclusive por omisión, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad y cantidad, precio, condiciones de venta, procedencia geográfica y en general, las ventajas, los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el operador económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho operador, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Configura acto de engaño la difusión en la publicidad de afirmaciones sobre productos o servicios que no fuesen veraces y exactos. La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones en la publicidad corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante. En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un producto o servicio anunciado, el anunciante debe contar con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje. (...) (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).

Los actos de engaño efectivamente existen en las ventas piramidales ya que la promesa que se realiza de obtener beneficios de un negocio rentable es falsa, además que sobre muchos productos de este mercado suele pesar acusaciones de mala calidad a pesar de que en el mercado se promocionan como la mejor opción.

**10.- Prácticas agresivas de acoso, coacción e influencia indebida contra los consumidores.** - Se consideran prácticas desleales, entre otras:

- a) El aprovechamiento de la debilidad o del desconocimiento del consumidor.
- b) El acoso por prácticas dirigidas al desgaste del consumidor.
- c) Dificultar la terminación del contrato por parte del usuario final al obligarle a seguir largos y/o complicados procedimientos.
- d) Amenazar con acciones legales cuando no exista base para las mismas.

e) *La suscripción de contratos de adhesión que perjudiquen los derechos de los usuarios y consumidores, conforme manda la ley. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).*

En este punto es claro que las ventas piramidales se encasillan dentro de algunas de estas descripciones, ya que es evidente que en las ventas piramidales se obtiene provecho del desconocimiento del consumidor que ignora el verdadero funcionamiento del sistema detrás de las ofertas.

Otro punto es el hecho de que al momento del consumidor haber invertido dinero contra promesa de obtener beneficios, muchos planes de ventas piramidales incluyen cláusulas abusivas que evitan la rápida salida de los afectados.

***Art. 78.- Infracciones.*** - *Las infracciones establecidas en la presente Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.*

*2. Son infracciones graves: (...)*

*c. El falseamiento del régimen de competencia mediante prácticas actos desleales en los términos establecidos en el artículo 27 de esta Ley.(...)*

*Las infracciones graves y muy graves se juzgarán independientemente de que puedan constituir conductas tipificadas y sancionadas en la Ley Penal y ser objeto de la correspondiente acción por parte de la Función Judicial. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).*

Como último punto se deja sentado que las prácticas desleales de comercio incurren en infracciones administrativas conforme a esta ley, con sus respectivas sanciones, pero se aclara que además de esta sanción las infracciones graves o muy graves no quedan exentas de ser sancionadas por el ámbito penal, con este punto la norma sugiere para este tipo de infracciones no es suficiente que el órgano administrativo tome conocimiento sino también el respectivo órgano judicial.

## **DERECHO COMPARADO**

### **5. LEGISLACIÓN INTERNACIONAL.**

Para tener un mayor panorama de cómo diversos Estados mediante sus sistemas jurídicos han abordado el tema de las ventas piramidales, es necesario revisar diferentes aspectos de su legislación para poder entender cómo comprenden y manejan el problema dentro de su sociedad. Un punto clave es observar cómo cada Estado dentro de su código penal tipifica el delito de estafa, ya que este es el delito materia de nuestra investigación y en la mayoría de casos donde se ha dado un plan de ventas piramidales las víctimas buscan no solamente las sanciones civiles y administrativas correspondientes, sino que primero eligen que se impongan las penas correspondientes por lo general aplicando el delito de estafa.

Además se debe revisar cómo considera cada Estado en su legislación los diversos esquemas de ventas existentes, ya que es imposible que se logre prohibir o sancionar una conducta que no es considerado ilegal o lesivo a derechos de los ciudadanos, por lo cual se debe observar leyes de defensa al consumidor y que regulen el comercio en todos sus estratos, esto para poder obtener alguna respuesta sobre el estatus que tienen los modelos de ventas dentro de cada sociedad y en caso de estar regulado observar cuáles son las características necesarias quienes son las autoridades llamadas a regular.

Tradicionalmente se llega a observar que las legislaciones además de establecer cuáles son las prácticas de comercio desleales o injustas, por otra parte, hace una clara diferenciación entre lo que es un esquema de ventas multinivel y un esquema de ventas piramidal, el ámbito de la regulación del estado suele llegar hasta a afectar el cómo debe manejarse los esquemas de multinivel para no considerarse planes de venta piramidal.

Sin embargo, así como existen países con una amplia regulación también existen otros donde el fenómeno de las ventas piramidales no llega a ser comprendido dentro de la esfera pública como un problema que debe ser abarcado por las autoridades para lograr salvaguardar el bienestar de los ciudadanos y economía nacional.

## **5.1. Legislación de Colombia.**

### **5.1.1. Código Penal Colombiano (Ley 599 de 2000).**

En Colombia tenemos en el Código Penal colombiano, en la Ley 599 del 2000, en el título VII de delitos contra el patrimonio económico, en el capítulo III, en su artículo 246, establece que:

*Artículo 246. Estafa. - El que obtenga provecho ilícito para sí o para un tercero, con perjuicio ajeno, induciendo o manteniendo a otro en error por medio de artificios o engaños, incurrirá en prisión de treinta y dos (32) a ciento cuarenta y cuatro (144) meses y multa de sesenta y seis punto sesenta y seis (66.66) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. (Código Penal Colombiano, Ley 599, 2000).*

En este artículo, se menciona sobre la estafa como el actuar que tiene la persona cuando recurre a engaños o a otras maneras para sacar beneficio ilícito para sí mismo o para otra persona, esto se lo puede asociar con el negocio multinivel o conocido también como red de mercadeo, que de forma intencionada persuaden a las personas para obtener su dinero y así dejarlos en crisis financiera. Esto sucedió en este país en el año 1982, donde se identificó este tipo de negocios como un delito debido a la crisis financiera que dejó con las captaciones masivas de dinero a miles de personas en el país.

Por tanto, en Colombia se establece la ley 1700 del 2013 y el decreto 24 del 2016, en donde se estructuran parámetros, criterios, requisitos, elementos principales que deben contener en el ejercicio de una empresa multinivel, en la cual, se mencionan de los productos que debe producir la empresa, su distribución, entre otras cosas. Sin embargo, la finalidad de la creación de estas leyes fue proteger el derecho de los consumidores, de los trabajadores en ese tipo de negocios, para no caer en este tipo de delitos en donde la captación masiva de dinero, por medio de los negocios piramidales dejan en la quiebra a miles de personas, basándose en la Ley de Protección especial del Estatuto de los consumidores. Por tanto, desde 1982 se penaliza este tipo de negocios y se considera delito para el sistema de “ponzi” y la pirámide, en la cual, es considerada solamente legales las que estén registradas por la Superintendencia Financiera.

### **5.1.2. Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel.**

La Ley 1700 del 27 de diciembre de 2013, Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo en Red en Colombia, tiene su origen en el hecho de que Colombia, históricamente ha sido uno de los países donde más han aparecido modelos de negocios de multinivel y ventas piramidales, por lo cual el Gobierno se vio en la necesidad de regular la actividad y buscar la protección no solo de los distribuidores sino también de los participantes.

*Artículo 1. Objeto. - La presente ley tiene por objeto regular el desarrollo y el ejercicio de las actividades de mercadeo denominadas multinivel incluyendo, entre otros, el mercadeo en red en cualquiera de sus formas, de acuerdo con el artículo siguiente.*

*Al ejercer su potestad reglamentaria respecto de la presente ley, el Gobierno buscará preservar los siguientes objetivos: la transparencia en las actividades multinivel; la buena fe; la defensa de los derechos de las personas que participen en la venta y distribución de los bienes o servicios que se comercializan bajo este método y de los consumidores que los adquieran; la protección del ahorro del público y, en general, la defensa del interés público. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*

Para el Gobierno una forma de poder encasillar como ilícita una actividad que potencialmente puede resultar perjudicial para los ciudadanos fue emitir una regulación por medio de esta ley que define parámetros y reglas sobre los que debe ser el negocio multinivel en el país y por lo tanto dejando en la ilegalidad a todos los negocios que no se ajusten a estas reglas.

*Artículo 2. Definición. - Se entenderá que constituye actividad multinivel, toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas, en la que confluyen los siguientes elementos:*

- 1. La búsqueda o la incorporación de personas naturales, para que estas a su vez incorporen a otras personas naturales, con el fin último de vender determinados bienes o servicios.*

2. *El pago, o la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, por la venta de bienes y servicios a través de las personas incorporadas, y/o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta.*
3. *La coordinación, dentro de una misma red comercial, de las personas incorporadas para la respectiva actividad multinivel. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*

Uno de los aspectos más debatidos dentro de los derechos y beneficios que adquieren las personas que participan en un negocio multinivel, es el hecho de que se suelen sentir perjudicados al momento de recibir estas compensaciones, por lo cual el gobierno buscó que la regulación de la actividad multinivel en Colombia incluya todos los aspectos del contrato o programa, por lo cual se puede observar que incluso los planes de recompensas se encuentran regulados en el país vecino.

***Artículo 6. Planes de compensación.*** - *Para efectos de la presente ley, las estipulaciones que se refieran al pago, y en general a las recompensas que sean ofrecidas a los vendedores independientes por parte de las compañías multinivel, se denominarán planes de compensación. Igualmente se entenderá que las estipulaciones que regulen los rangos o cualquier otro cambio de la situación de los vendedores independientes dentro de la respectiva red comercial, harán parte de estos planes de compensación. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*

Por medio de esta ley también se encomienda a la Superintendencia de Sociedades a realizar el control y seguimiento de todas las actividades de las empresas multinivel.

Un aspecto a destacar en la regulación de este tipo de negocio es que efectivamente se le otorga su calidad de contrato válido entre el distribuidor mayoritario y el distribuidor minorista, por lo cual se incluye sus respectivos requisitos de forma y sus respectivas prohibiciones contractuales.

***Artículo 10 Prohibiciones contractuales.*** - *Las compañías multinivel no podrán incluir en sus contratos los siguientes tipos de cláusulas:*

1. *Cláusulas de permanencia y/o exclusividad.*
2. *Cláusulas abusivas que generen desigualdad contractual.*
3. *Obligación a los vendedores independientes sobre la compra o adquisición de un inventario mínimo, superior al pactado y aceptado previamente. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*

Un aspecto adicional que trae la regulación de la actividad multinivel en Colombia es la expresa prohibición de ejercer esta actividad dentro de ciertos campos del comercio, esto se debe a que existen sectores que son más susceptibles a que existan estafas a gran escala si se comercializan cierto tipo de productos o servicios, además que por su naturaleza estos planes podrían no solo perjudicar a los consumidores sino otros aspectos de la sociedad.

***Artículo 11. Prohibiciones.*** - *Queda prohibido desarrollar actividades comerciales en la modalidad de Multinivel con los siguientes bienes y/o servicios:*

1. *Servicios o productos cuya prestación constituya la actividad principal de cualquiera de las entidades sometidas a la vigilancia de la Superintendencia Financiera.*
2. *Venta o colocación de valores, incluyendo tanto los que aparecen enumerados en la Ley 964 de 2005, como todos los demás valores mediante los cuales se capten recursos del público, o en los decretos emitidos con base en las facultades establecidas por la misma. En todo caso, se entenderá 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.*
3. *Servicios relacionados con la promoción y la negociación de valores.*
4. *Alimentos altamente perecederos, u otros que deban ser sometidos a cuidados especiales para su conservación por razones de salubridad pública.*
5. *Bienes o servicios que requieran para su uso, aplicación o consumo, prescripción por parte de un profesional de la salud. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*



Como al momento de promulgación de esta ley existían muchas empresas de multinivel ejerciendo actividades fuera de este esquema fue necesario establecer un plazo para que las empresas se adecuarán a la nueva normativa o liquiden sus modelos de negocios, esto es similar al fallo de la Comisión Federal de Comercio contra Herbalife en Estados Unidos.

*Artículo 12. Transición. - Toda compañía multinivel que actualmente desempeñe estas actividades en la República de Colombia, deberá hacer constar en su registro mercantil que ejerce actividades denominadas multinivel o de mercadeo en red en un término no mayor de dos (2) meses posteriores a la promulgación de la presente ley. Esta constancia será obligatoria para las nuevas compañías multinivel a partir de su constitución. (Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel, 2013).*

### **5.1.3. Decreto 024-2016; Reglamento a la Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel.**

A raíz de la creación de la ley anteriormente analizada se crea el Decreto 024 de 2016 Diario Oficial 49.753, por el cual se reglamenta la ley 1700 de 2013 sobre las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia. Este reglamento es creado con el objetivo de poder regular la actuación de la Superintendencia de Sociedades con respecto a las empresas multinivel, ya que las diversas atribuciones y regulaciones que se extendieron en la ley no especificaba su forma de ejecución, como se observa en el considerando de este reglamento se especifica las atribuciones de la Superintendencia de Sociedades con respecto al control de la actividad.

*Que la Ley 1700 de 2013 le atribuye a la Superintendencia de Sociedades facultades para la inspección, vigilancia y control de las empresas que desarrollan actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel y sus actividades, las cuales deben ser reglamentadas con el fin de precisar el alcance de la supervisión que ejerce y prevenir que estas sociedades incurran en conductas contrarias a la normativa aplicable, especialmente en lo relativo a la*

*captación de dineros del público en forma masiva y habitual sin contar con la previa autorización de la autoridad competente. (Decreto 024 - Reglamento a la Ley 1700, 2016).*

Un punto a destacar dentro de esta legislación es que se define que el beneficio que se entrega a los vendedores distribuidores de los productos debe provenir de la facturación en la venta de los bienes y no de la entrada de más personas, en este punto es comparable a la legislación de prohibición de ventas piramidales de la Unión Europea.

***Artículo 2.2.2.50.1. Compensación o beneficio económico.*** *El monto de la compensación o beneficio económico que la sociedad que realice actividades multinivel le pague al vendedor independiente, de que trata el numeral 2 del artículo 2° de la Ley 1700 de 2013, deberá guardar una relación de causalidad directa con la venta de los bienes y servicios que sean objeto de la actividad de la sociedad. El solo hecho de vincular nuevas personas a la red comercial de la actividad de multinivel no podrá dar lugar a beneficio económico o compensación de ninguna naturaleza, aunque ella se realice por medio de reembolso. (Decreto 024 - Reglamento a la Ley 1700, 2016).*

Además, se destaca la rigidez con que se busca que los planes de venta y beneficios queden expuestos al público, ya que en base a la poca transparencia en la información de estos planes es donde suelen suceder la mayor parte de abusos por parte de las empresas que se dedican a las ventas multinivel.

***Artículo 2.2.2.50.2. Conocimiento de los planes de compensación y condiciones contractuales.*** *Las sociedades y las sucursales de sociedades extranjeras que realicen la comercialización de sus productos o servicios en red o a través del mercadeo multinivel deben dar a conocer al vendedor independiente, de manera previa a la firma del contrato, el contenido del plan de compensación a que se refiere el artículo 6° de la Ley 1700 de 2013, así como todos los demás documentos en los cuales se incluyan condiciones que puedan afectar el desarrollo de la relación contractual, tales como códigos de ética, códigos de conducta, términos y condiciones o políticas de la sociedad.*

*El plan de compensación deberá encontrarse a disposición de los vendedores independientes de manera permanente en la oficina abierta al público y en la página web de la sociedad si cuenta con esta. (Decreto 024 - Reglamento a la Ley 1700, 2016).*

Se observa que dentro de este decreto se relaciona las actividades multinivel con la captación masiva de dinero, como ya se ha explicado en líneas anteriores por su funcionamiento ambos mecanismos pueden funcionar juntos en un plan de ventas piramidales o incluso se dan casos donde las ventas multinivel sirven como una coartada para ocultar una captación masiva de dinero y posterior estafa a gran escala.

## **5.2. Legislación de España.**

### **5.2.1. Código Penal Español, (*Ley Orgánica 10/1995*).**

En el derecho español el delito de estafa se tipifica en la Ley Penal 10/1095, como una conducta que efectivamente se reproduce al organizar una venta piramidal, ya que los elementos como ánimo de lucro y utilizar engaño para inducir error a otro se configuran cuando se organizan estos esquemas de ventas en los cuales las víctimas caen en un engaño sobre el funcionamiento del modelo de negocio, esto con la finalidad de que los líderes obtengan ganancias.

*Artículo 248. Cometan estafa los que, con ánimo de lucro, utilizaren engaño bastante para producir error en otro, induciéndolo a realizar un acto de disposición en perjuicio propio o ajeno.*

*2. También se consideran reos de estafa:*

- a) Los que, con ánimo de lucro y valiéndose de alguna manipulación informática o artificio semejante, consigan una transferencia no consentida de cualquier activo patrimonial en perjuicio de otro.*
- b) Los que fabricaren, introdujeran, poseyeran o facilitaren programas informáticos específicamente destinados a la comisión de las estafas previstas en este artículo.*

c) *Los que, utilizando tarjetas de crédito o débito, o cheques de viaje, o los datos obrantes en cualquiera de ellos, realicen operaciones de cualquier clase en perjuicio de su titular o de un tercero. (Código Penal Español - Ley Orgánica 10, 1995).*

Al igual que en la legislación ecuatoriana en la ley española existen casos en que se especifica que hechos exactos se consideran casos de estafa y además se separa otros casos específicos en los cuales se indica la pena.

**Artículo 251.** *Será castigado con la pena de prisión de uno a cuatro años:*

1. *Quien, atribuyéndose falsamente sobre una cosa mueble o inmueble facultad de disposición de la que carece, bien por no haberla tenido nunca, bien por haberla ya ejercitado, la enajenare, gravare o arrendare a otro, en perjuicio de éste o de tercero.*
2. *El que dispusiere de una cosa mueble o inmueble ocultando la existencia de cualquier carga sobre la misma, o el que, habiéndola enajenado como libre, la gravare o enajenare nuevamente antes de la definitiva transmisión al adquirente, en perjuicio de éste, o de un tercero.*
3. *El que otorgare en perjuicio de otro un contrato simulado. (Código Penal Español - Ley Orgánica 10, 1995).*

En el último punto se indica una causa específica para que se considere delito de estafa como el simular contratos en perjuicio de otra persona, este último punto es relevante para la investigación ya que constituye un punto a favor de las víctimas de esquemas de ventas piramidales, esto debido a que como los hechos del sistema de ventas y recompensas no suelen ser reales con lo que está pactado muchas veces por contratos, estos contratos vienen a ser simulados.

### **5.2.2. Ley 7/1996 – Ordenación del comercio Minorista.**

Al igual que Colombia la legislación española establece normas para regular la actividad multinivel en el país, pero a diferencia de la ley colombiana, solo se le otorga

unos pocos artículos dentro de la legislación comercial para detallar el funcionamiento legal de las ventas multinivel.

***Artículo 22. Venta multinivel.***

*1. La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios a los efectos previstos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.*

*2. Queda prohibido organizar la comercialización de bienes y servicios cuando:*

- a) Constituya un acto desleal con los consumidores conforme a lo previsto en el artículo 26 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.*
- b) No se garantice adecuadamente que los distribuidores cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente para el desarrollo de una actividad comercial.*
- c) Exista la obligación de realizar una compra mínima de los productos distribuidos por parte de los nuevos vendedores, sin pacto de recompra en las mismas condiciones.*

*4. En ningún caso el fabricante o mayorista titular de la red podrá condicionar el acceso a la misma al abono de una cuota o canon de entrada que no sea equivalente a los productos y material promocional, informativo o formativo entregados a un precio similar al de otros homólogos existentes en el mercado y que no podrán superar la cantidad que se determine reglamentariamente.*

*En los supuestos en que exista un pacto de recompra, los productos se tendrán que admitir a devolución siempre que su estado no impida claramente su posterior comercialización. (Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista, 1996).*

Un punto en común de la regulación multinivel entre Colombia y España es que comparten el punto en común que sirve para distinguir las ventas multinivel con las ventas piramidales el cual consiste en determinar que los ingresos provienen de la ventas de los productos y no de la entrada de más personas al sistema. En otros aspectos impone legalmente cláusulas de protección a las personas que incursionan en esta actividad, pero sin llegar al extremo de Colombia de prácticamente regular la totalidad de los contratos y condiciones del multinivel.

Con respecto a las ventas en pirámide tenemos lo siguiente:

***Artículo 23. Prohibición de ventas en pirámide.*** *Son prácticas de venta piramidal las previstas en el artículo 24 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, siendo nulas de pleno derecho las condiciones contractuales contrarias a lo dispuesto en dicho precepto. (Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista, 1996).*

***Artículo 24. Prácticas de venta piramidal.*** *Se considera desleal por engañoso, en cualquier circunstancia, crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor o usuario realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores o usuarios en el plan, y no de la venta o suministro de bienes o servicios. (Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista, 1996).*

En este punto la legislación recoge lo estipulado en las Directrices sobre prácticas de comercio desleales de la Unión Europea.

## CASOS Y JURISPRUDENCIA

### 6. CASOS DE ESTAFA NACIONAL.

#### 6.1. Caso Publi-Fast. (*Estafa masiva de marketing online*)

El caso Publi-fast consistía en ganar dinero por medio de publicidad en internet, este medio de negocio de marketing multinivel resulto ser una estafa piramidal o conocida como esquema *ponzi*, llegando a estafar a más de 100.000 ecuatorianos a nivel nacional. El sistema de negocio consistía en el reclutamiento de personas ofreciéndoles ganar dinero desde sus viviendas con la simple modalidad de compartir publicidad por medio de Facebook con 20 amigos. Explica (Hernán Ulloa, 2014), abogado de los perjudicados por el caso Publi-Fast, que “*la publicidad realizada sobre Publi-Fast o una supuesta marca que paga sus servicios a la empresa, la cual se encontraba en la fan-page de la empresa, se reportaban con imágenes del trabajo realizado, el mismo que lo enviaban a un email de la impresa para que comprobaran la actividad realizada*”.

***Modalidad de estafa piramidal:*** *Las personas que querían ingresar a trabajar en Publi-Fast, tenían que comprar una membresía con un costo de \$150 y se debía pagar un dinero extra para obtener una de tres tipos de cuenta; la primera cuenta era de \$318 para la obtener una cuenta standard, con permanencia de cuatro meses; la segunda cuenta era de \$500 para obtener una cuenta Premium, con permanencia de seis meses; y la tercera cuenta era de \$500, para obtener la cuenta Gold Premium, con permanencia de doce meses; además de convencer a tres amigos más para que ingresen a esta empresa, para que se active la cuenta y así empezar a ganar dinero por cada actividad realizada al mes. Una vez concluido con los requerimientos de la empresa Publi-Fast tenían que compartir anuncios publicitarios a través de la página de Facebook, esto no tomaba más de una hora y lo realizaban cada día. (Caso Publi-Fast, 2014).*

Este sistema piramidal comenzaba a crecer con las tres personas ingresadas por un usuario que a la final generaban su primera ganancia, los que ingresaban después ayudaban a gabar a los primeros a si sucesivamente. Como dueños y representantes de la empresa figuraban Luis Cajas y Roberto Angelelli; quienes en junio de 2014 fueron

denunciados en una serie de denuncias presentadas por las personas afectadas. Entre mas de las 2000 denuncias presentadas por estafa figura la siguiente:

*Denuncia N° 230101814060142, puesta en la Fiscalía Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, por la Sra. Lema Segura Blanca Amada, en este denuncia constan como más perjudicados las señoras, Lema Segura Elcia Elvira y Vargas Lema Fanny Narciza, quienes manifiestan que al recibir insistentes invitaciones por parte de Luis Alberto Cajas Cedeño y Aracely Cedeño Macías, para que inviertan su dinero en la empresa llamada PUBLIFAST AGMECSA S.A., por lo que dejándose llevar por la ilusión de aumentar sus ingresos económicos, y poder mejorar su nivel de vida decidieron invertir \$.2.296 dólares americanos, a cambio de esta inversión les dieron unas cuentas de acceso a la página de internet de la empresa, desde la cual tenían que realizar publicaciones todos los días, utilizando sus páginas de redes sociales, a cambio de esto les ofrecieron una rentabilidad de \$500 dólares americanos mensuales, por seis meses más otros beneficios; pero lamentablemente estos eran solo números, que aparecían en la página web que les asigno PUBLIFAST, ya que nunca pudieron transformarlos en moneda física, hasta que al poco tiempo la página de internet dejo de funcionar, y nadie le supo dar ningún tipo de información. (Denuncia citada por C. Vela Duque, 2016, pág. 3).*

Las personas que denunciaban indicaban que la empresa no les pagaba desde hace meses, incluso algunos eran obligados a sacar el Registro Único del Contribuyente (RUC) para facturar sus pagos. “también se les obligaban a entregar las facturas en blanco y de acuerdo con el testimonio de varias personas que recibieron sus primeras pagas de 200 o 300 dólares, en el SRI (Servicio de Rentas Internas) constaban que recibieron la cantidad de \$ 6.000 u \$ 8.000” (Caso Publi-Fast, 2014). No obstante, en el mes de junio el Tribunal de Garantías Penales del Guayas dictamino orden de detención con los implicados en el delito de estafa.



## **6.2. Caso Telex-Free. (*Estafa de inversión*).**

Telex-Free fue una empresa dirigida a los migrantes; explica (Mendoza Guarderas, 2019), que “*La idea de TelexFREE surgió cuando su director ejecutivo y fundador, James Merrill, se dio cuenta de que la mayoría de los inmigrantes que viven en Massachusetts y en el resto del país, pagaban grandes cantidades de dinero comprando tarjetas telefónicas para comunicarse con sus familiares en sus países de origen*”.

La modalidad de estafa consistía en ofrecer llamadas ilimitadas a través de telefonía fija a más de 40 países, las personas procedían a comprar una franquicia de \$389 por el periodo de un año, asimismo tenían que realizar un anuncio por internet para poder ganar \$ 20 dólares semanales; pero si desenaban ganar \$100 semanal tenían que adquirir un paquete más costosos y publicar 5 anuncios por día, asimismo reclutar a más personas con la finalidad de incrementar sus ganancias; una vez realizada la inversión Telex-Free les abría una cuenta en su página web para que procedieran con el trabajo publicitario. En Ecuador se presentaron intermediarios para que personas todas las provincias pudieran realizar sus inversiones, sin embargo, la mayoría de estas personas fueron perjudicadas al perder todo su dinero invertido. Entre algunas de las denuncias en el territorio ecuatoriano figura la siguiente contra Casillas Herrera y Abraham Casillas, intermediarios de la empresa Telex-Free en Ecuador.

*Denuncia N°230101814090527, proceso de investigación en la Fiscalía Provincial de santo Domingo de los Tsáchilas, donde fueron perjudicados los señores, Sánchez Rosado John Kennedy, Masapanta Tipán José Manuel, y constan como sospechosos los señores, Casillas Herrera Luis Gabriel, y Félix Abraham Casillas. Los denunciantes manifiestan haber sido estafados por los denunciados, quienes les habían dicho que se hacían responsables del dinero que los denunciantes invertirían en la empresa Telexfree, ya que era un negocio muy rentable y garantizado. (Denuncia citada por C. Vela Duque, 2016).*

Inicialmente esta empresa no surge como un negocio tipo piramidal, sino es hasta después del año 2014 que la empresa obligaba a sus usuarios a captar nuevos clientes con la finalidad de ganar el dinero ofertado al principio más un adicional para aumentar sus ingresos por cada nuevo cliente que sumen a la empresa; sin embargo, tiempo

después de haber captado el dinero, la empresa indicaba excusa e inconvenientes para realizar el pago. No obstante, Télex-Free suspendió sus actividades al ser detenido en Boston EE.UU. James Merrill uno de los principales ejecutivos de la empresa, puesto a ordenes de Tribunal Federal de Boston por el delito de Estafa a nivel mundial.

## **7 CASOS Y JURISPRUDENCIA INTERNACIONAL.**

### **7.1. España.**

Estos casos describen de forma detallada cómo funciona en la práctica un esquema de venta piramidal y que puntos son determinantes para las autoridades al considerar estos hechos como delito de estafa.

#### **7.1.1. Criterio sobre la Estafa en Tribunal Supremo de España.**

Sentencia Penal No. 260/2016, Audiencia Provincial de Burgos, Sección 1, Recurso 11/2016 de 12 de Julio de 2016; En este proceso el Tribunal cita un fallo de Corte Suprema donde se expone el razonamiento de los elementos que tienen que confluír para que se constituya en delito de estafa.

***Sentencia 260/2016:** (...) Los elementos que estructuran el delito de estafa, a tenor de las pautas que marcan la doctrina y la jurisprudencia, son los siguientes: 1) La utilización de un engaño previo bastante, por parte del autor del delito, para generar un riesgo no permitido para el bien jurídico (primer juicio de imputación objetiva); esta suficiencia, idoneidad o adecuación del engaño ha de establecerse con arreglo a un baremo mixto objetivo--subjetivo, en el que se pondere tanto el nivel de perspicacia o intelección del ciudadano medio como las circunstancias específicas que individualizan la capacidad del sujeto pasivo en el caso concreto. 2) El engaño ha de desencadenar el error del sujeto pasivo de la acción. 3) Debe darse también un acto de disposición patrimonial del sujeto pasivo, debido precisamente al error, en beneficio del autor de la defraudación o de un tercero. 4) La conducta engañosa ha de ser*

*ejecutada con dolo y ánimo de lucro. 5) De ella tiene que derivarse un perjuicio para la víctima, perjuicio que ha de aparecer vinculado causalmente a la acción engañosa (nexo causal o naturalístico) y materializarse en el mismo el riesgo ilícito que para el patrimonio de la víctima supone la acción engañosa del sujeto activo (relación de riesgo o segundo juicio de imputación objetiva)'. cómo se cita en (Criterio sobre la Estafa en Tribunal Supremo de España, 2016).*

Como en este proceso se discute si una estafa utilizando sistema de trading para Forex que se han vuelto muy populares en la actualidad constituyen el delito de estafa y además se los compara por su naturaleza como se pueden asemejar al esquema de estafas piramidales, por lo cual el Tribunal realiza el siguiente análisis.

***Sentencia 260/2016:*** (...) *Una modalidad del delito de estafa es la 'estafa piramidal', indicando la misma sentencia que en ellas 'los autores del delito tienen una primera fase en que aparentan cumplir el contrato operando con el dinero de los sucesivos inversores para saldar cuentas con los primeros. Se desplaza así el descubrimiento de la trama delictiva a un momento posterior, en el que ya aflora de forma inevitable el apoderamiento definitivo del dinero que los acusados aparentaron reinvertir, siendo lo cierto que carecían realmente de un proyecto empresarial que garantizara la devolución del capital y de los intereses estipulados en los contratos.*

*Sobre este particular se afirma por la jurisprudencia de esta Sala que la estafa piramidal aparece configurada por aquellas conductas en que el autor se dedica a captar capital prometiendo la realización de importantes inversiones por medio de alguna entidad mercantil previamente constituida que sirve de señuelo. Se promete a los posibles clientes el abono de sustanciosos intereses, sin que después existan los negocios que habrían de producir los ingresos que permitirían devolver el capital y los intereses convenidos. Lo habitual es que en una primera etapa se abonen a los primeros inversores el capital y los intereses valiéndose de las aportaciones de los sucesivos clientes. En estas conductas delictivas 'piramidales o en cascada' los sujetos realizan una puesta en escena en ejecución de un designio criminal único encaminada a defraudar a un número indeterminado de personas, pudiendo proyectarse esta acción*

*defraudatoria sobre una persona que a su vez convenza a otras, como consecuencia de su propio engaño, a realizar similares inversiones. Este modelo piramidal de estafa conduce necesariamente a la frustración del negocio prometido, pues en la medida en que se incrementa el capital recibido, aumentan exponencialmente las necesidades de nuevos ingresos para abonar los intereses, hasta que el actor deja de pagarlos y se apropia definitivamente de los capitales fraudulentamente recibidos. (Criterio sobre la Estafa en Tribunal Supremo de España, 2016).*

### **7.1.2. Caso AFINSA. (Estafa de contratos de compraventa de sellos)**

El caso de la estafa de AFINSA, Sentencia Penal No. 749/2017, Tribunal Supremo, Sala de lo Penal, Sección 1, Recurso 1841/2016 de 21 de noviembre de 2017; también conocido como la estafa de los sellos, fue un caso muy conocido en España en el que se utilizó la venta de un bien o servicio para armar una pirámide que finalmente terminó perjudicando a miles de familias y hasta el día de hoy ha sido resuelto en su totalidad por las autoridades de justicia, este consistía en lo siguiente:

*Contratos de compraventa de sellos a un precio muy superior al valor que pudieran alcanzar en el mercado. Se aseguraba al cliente la posibilidad de recomprar los mismos sellos al menos al mismo precio y una revalorización determinada, que era independiente de la que los sellos concretos experimentarían en el mercado. En la generalidad de los casos, los clientes ejercitaban la opción, de manera que AFINSA siempre recompraba los sellos, entregando finalmente al cliente la cantidad pagada por los sellos más la revalorización. AFINSA invertía una cantidad en la compra de los sellos; recibía del cliente una cantidad muy superior, en la que la propia compañía los valoraba según su criterio; empleaba ese dinero en el funcionamiento de la sociedad, con sus variados gastos; pagaba con ese dinero la revalorización pactada; y cuando finalizaba el plazo, si, como era habitual, el cliente solicitaba la devolución, pagaba la misma, en parte, con el dinero sobrante y, en otra parte, con el dinero recibido de los nuevos clientes. Pues el dinero recibido por*

*AFINSA no generaba ningún ingreso, y la compañía carecía de otra fuente de ingresos, de manera que para devolver lo antes recibido no disponía de aquella parte que ya había gastado en su funcionamiento. A cambio, AFINSA, recibía los sellos que había vendido, por los que había pagado en el mercado un precio muy inferior. Calificación jurídica de la actividad como mercantil o financiera. Ocultación de una actividad financiera bajo la apariencia de contratos mercantiles. Determinación de las características de la actividad en el plano penal, como consecuencia del resultado de la valoración de las pruebas practicadas en la causa. Estafa. Elementos. El engaño consistía en hacer creer a los inversores que su dinero estaba soportado por un bien líquido, que solo lo era para AFINSA y dentro de su propio ámbito de mercado, interior y, de hecho, cerrado a terceros; y que tenía un valor real equivalente a la propia cantidad de dinero entregada. Es indiscutible el perjuicio derivado de esos actos de disposición, en la medida en que AFINSA no estaba en condiciones de devolver lo invertido si no era mediante la utilización de las nuevas inversiones, y nunca a través de la venta de los sellos que, según afirmaba, garantizaban el resultado de la inversión. La acción judicial puso de manifiesto un perjuicio previamente existente, impidiendo el aumento del número de perjudicados. (Caso AFINSA - Estafa de contratos de compraventa de sellos, 2017).*

Gran parte del éxito de esta estafa consiste en tener un mercado cautivo de filatelia, por medio del engaño no solo se simulaba un negocio, sino que además se lograba engañar a las víctimas para que creyeran que existía un mercado en donde sus inversiones estaban siendo valoradas conforme lo prometido.

*AFINSA le adjudicaba, sin relación alguna con el valor que pudiera tener para terceros en función de las características de los sellos concreto adjudicados a cada cliente. Se trataba así, de un valor meramente formal. Es indiscutible el perjuicio derivado de esos actos de disposición, en la medida en que AFINSA no estaba en condiciones de devolver lo invertido si no era mediante la utilización de las nuevas inversiones, y nunca a través de la venta de los sellos que, según afirmaba, garantizaban el resultado de la inversión. (Caso AFINSA - Estafa de contratos de compraventa de sellos, 2017).*

### **7.1.3. Caso Arte y Naturaleza (*Estafa de inversión en obras de arte*)**

Sentencia Penal No. 29/2016, Audiencia Nacional, Servicios Centrales, sección 4, Recurso 1/2015 de 15 de julio de 2016; surge luego de la estafa de los sellos del caso AFINSA un ex empleado de la empresa, llamado Domingo Leonardo aprendió el modelo del fraudulento negocio y lo replicó, pero ahora teniendo por objeto otro bien sobre el cual se iba a crear ganancias especulativas, el arte, por medio de estos bienes artísticos se manejó el siguiente sistema fraudulento.

*Se crea en principio una apariencia de negocio sólido y lucrativo, en el caso, adquiriendo de artistas consagrados obras de calidad, invirtiendo en exposiciones, ferias, y creación de un fondo patrimonial sólido introduciéndose en el mercado con gran publicidad y empleo de medios. A ese inicial patrimonio, se fue añadiendo, poco a poco, 'obras de Arte' creadas ex profeso en principio, por el sistema de encargar a pintores más o menos consagrados, la realización de una obra original (pintura, dibujo, escultura) así como obra gráfica para su venta (en un principio, encargada a talleres ajenos, aunque con el tiempo, Arte y Naturaleza dispuso de su propio taller, para la constante elaboración de obra gráfica, que fue derivando en obra gráfica de obra de pintores cada vez menos reconocidos o de obra menor de autores consagrados ), y finalmente, objetos decorativos, de nulo valor artístico. Esta obra original y gráfica se sobrevaloraba, sin que nunca llegase a ser introducida en el mercado, por lo que la valoración que se le daba nunca era desmentida por el mercado, al mantenerse siempre ajena a éste. (Caso Arte y Naturaleza - Estafa de inversión en obras de arte, 2016).*

Básicamente siguiendo el ejemplo del caso AFINSA sobre las promesas de inversión en obras de arte, se negociaba sobre un mercado ficticio creado por la empresa, por lo tanto, se lograba especular sobre el valor de las obras de arte en un mercado apartado del mercado real. Con el tiempo los participantes fueron aumentando y el mercado ficticio creció de tal forma que fue necesario incluir nuevos tipo de arte de dudosa procedencia, como el manejo de las supuestas inversiones se manejaban en almacenes sobre contratos de depósitos los participantes nunca llegaban a ver las supuestas obras de arte.

*Con el tiempo, y el necesario crecimiento exponencial de la empresa para poder sostener su estructura piramidal conforme a la cual los intereses de los clientes antiguos y el mantenimiento del negocio sólo se sustentaba de las aportaciones dineradas de los nuevos clientes que consiguiesen captarse (única actividad económica de la empresa), los bienes tangibles objeto de inversión se diversificaron, con cada vez menos valor material y, proporcionalmente mayor sobrevaloración, pasando a dedicarse junto a la obra gráfica (parcela en la que habían saturado, además el mercado) a la fotografía artística, obra pictórica de autores noveles, facsímiles de libros antiguos, hasta llegar en los últimos años a bienes de valor artístico nulo como copias de artesanía africana con certificados falsos de autenticidad, artesanía oriental consistente en copia de esculturas antiguas (en pasta de hueso, que se vendían como esculturas antiguas de marfil), iconos estonios modernos, envejecidos, y vendidos como si de antigüedades se tratase, copias de bargueños y muebles antiguos que se vendían como antigüedades, pese a ser copias seriadas modernas... todo ello, mezclados en lotes absolutamente heterogéneos con obra gráfica de pintores de variado reconocimiento comercial, dándoles a los lotes un valor conjunto y arbitrariamente fijado por la empresa, siempre, con un valor muy por encima del precio de mercado, sin salir jamás a éste y muy por encima del valor que a los compradores se les decía que la obra adquirida tenía. (Caso Arte y Naturaleza - Estafa de inversión en obras de arte, 2016).*

## **7.2. Unión Europea.**

### **7.2.1. Caso No. 515/12 – Tribunal de Justicia de la Unión Europea.**

Este caso es un precedente en decisiones prejudiciales sobre la interpretación de la directiva sobre prácticas comerciales del año 2005, en particular sobre el tema que nos atañe que son las ventas piramidales. La cuestión la plantea Tribunal Supremo de lo Contencioso-Administrativo de Lituania para resolver un litigio planteado por la Oficina de Protección al consumidor de Lituania en contra del plan financiero 4finance, esta empresa era una pequeña financiera que se dedicaba a realizar préstamos por correo

postal y a un corto plazo de vencimiento, la cuestión de su plan se tornó en ventas piramidales cuando realizaron una campaña prometiendo ganancias si los consumidores ingresaban nuevos clientes a su sistema.

El Tribunal Supremo de lo Contencioso-Administrativo de Lituania plantea en una petición de interpretación al tribunal de la Unión Europea, las siguientes cuestiones:

*¿Debe interpretarse el número 14 del anexo I de la Directiva 2005/29 en el sentido de que el hecho de crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal debe considerarse una práctica comercial engañosa en cualquier circunstancia sólo cuando el consumidor tenga que realizar una contraprestación para recibir una compensación derivada fundamentalmente de hacer entrar a otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos? (Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).*

En este punto se plantea la cuestión básica de la venta piramidal, sobre la premisa de que ya es bien conocida de cómo se maneja los beneficios económicos ofrecidos siempre y cuando se atraiga nuevas personas al sistema de venta.

*En efecto, consta que, a falta de una actividad económica real que permita generar suficientes ingresos para financiar la compensación prometida a los consumidores, tal plan de venta se basa necesariamente en la contribución económica de sus participantes, ya que la posibilidad de que un miembro de este plan obtenga una compensación depende esencialmente de las cantidades que abonen otros nuevos miembros. (Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).*

Sobre esto el Tribunal se pronuncia indicando que solo basta que no exista una actividad económica dentro del esquema de venta piramidal, sino que en vez de esto cuando se compense con los ingresos de nuevos participantes, claramente estamos frente a un esquema piramidal.



*¿Si es necesario que el consumidor realice una contraprestación a cambio del derecho a recibir una compensación, ¿tiene el importe de la contraprestación realizada por el consumidor a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de hacer entrar a otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos, algún efecto sobre la calificación del plan de venta piramidal de práctica comercial engañosa en el sentido del número 14 del anexo I de la Directiva 2005/29. Las contraprestaciones realizadas por consumidores cuyo importe sea meramente simbólico y que se paguen para poder identificar a los consumidores, ¿pueden considerarse una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación en el sentido del número 14 del anexo I de la Directiva? (Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).*

En este punto se plantea la cuestión sobre la aportación que realiza el participante al sistema, en este caso en particular se tiene que es necesario un pequeño importe por lo cual la duda se plantea sobre la cuestión de si es necesario que el importe sea significativo para considerarlo una venta piramidal.

*En cuanto a la cuestión de si cualquier cantidad pagada por un miembro que se incorpora a un plan de venta debe considerarse, con independencia de su importe, como una contraprestación en el sentido del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29, procede señalar que dicha disposición no prevé ningún importe mínimo en las versiones lingüísticas que mencionan la existencia de una contraprestación financiera del consumidor (véase, por analogía, la sentencia *Purely Creative y otros*, C-428/11, EU:C:2012:651, apartado 30). Asimismo, el objetivo de incrementar la seguridad jurídica en la identificación de las prácticas comerciales desleales, a que se refiere el considerando 17 de la misma Directiva, no se garantizaría si los Estados miembros pudieran decidir cuáles son los importes susceptibles de considerarse una contraprestación financiera. Por tanto, el concepto de contraprestación del consumidor incluye cualquier contribución financiera por su parte, con independencia de su*

*importe.* (Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).

Esta cuestión se resuelve en el sentido en el cual se hace el razonamiento en que se considera que, si cada miembro de la Unión Europea determinará el importe necesario para que se considere esquema de venta piramidal, entonces no se estaría logrando la finalidad de la norma ni la seguridad jurídica.

*¿Debe interpretarse el número 14 del anexo I de la Directiva 2005/29 en el sentido de que, para que un plan de venta piramidal se considere una práctica comercial engañosa, sólo es preciso que la compensación se pague al consumidor ya inscrito fundamentalmente por hacer entrar a otros consumidores en el plan, y no por la venta o el consumo de productos, o reviste también importancia la proporción en que la compensación abonada a los participantes en ese plan por hacer entrar a nuevos consumidores se financie mediante las contribuciones de los nuevos miembros? En él [asunto que es objeto del procedimiento principal], ¿debe financiarse la compensación abonada a los participantes en el plan de venta piramidal ya inscritos, en su totalidad o en su mayor parte, mediante las contribuciones de los nuevos miembros del plan?* (Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).

Contestando la última pregunta y dando por finalizado la cuestión prejudicial planteada se resuelve de la siguiente forma de interpretación de la Directiva con respecto a las prácticas de comercio desleales, en concreto ventas piramidales.

*Debe interpretarse en el sentido de que un plan de venta piramidal sólo constituye una práctica comercial desleal en cualquier circunstancia cuando tal plan exija al consumidor una contraprestación financiera, con independencia de cuál sea su importe, a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos.* (Asunto C-515/12 - petición de la

interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2014).

Con este último punto también se deja en claro que no es necesario medir si los beneficios que se otorgan provienen directamente de las aportaciones de los nuevos miembros, sino que con la mera existencia del esquema ya se configura la práctica desleal.

### **7.2.2. Caso No. 667/15 – Tribunal de Justicia de la Unión Europea.**

Este caso es una decisión prejudicial planteada ante el Tribunal de la Unión Europea en el que se eleva a consulta una resolución tomada por un Tribunal de Apelaciones en Bélgica sobre una resolución de prácticas desleales de comercio. En sentencia de primera instancia el Tribunal Mercantil de Bélgica falló en contra de la empresa de lotería “*Lucky 4 All*” declarando que efectivamente su plan de negocio constituía una práctica de comercio engañosa pero solo se cumplía dos de los tres requisitos de la sentencia en el asunto C-515/12 para que sea considerada un plan de venta piramidal, por motivo de que no se acreditaba que la lotería financiaba los beneficios a participantes con la aportación del ingreso de nuevos participantes.

Se señala por el tribunal que el sistema de la empresa consiste que a más jugadores que ingresen al juego existen más posibilidades de ganar, ya que juegan en grupo estos jugadores, se indica que esto constituye una pirámide de ocho niveles.

*Cuando se incorpora, todo nuevo participante en el plan Lucky 4 All abona un primer pago por importe de 10 euros para recibir un «paquete de entrada» y después una contribución mensual de unos 43 euros. Este último importe permite la adquisición de los boletos de Lotto. Una vez abonadas sus contribuciones mensuales, los jugadores pueden cumplimentar telemáticamente un formulario que les permite elegir diez combinaciones de Lotto semanales. Posteriormente, un representante de dicho plan presenta los boletos de Lotto de todos los participantes en un punto de venta. En caso de ganar, las cuantías se distribuyen con arreglo a una clave predeterminada. Más concretamente, el*

*ganador de una combinación percibe el 50 % de la ganancia total y el 40 % se asigna a los ocho niveles que se hallan por encima de esa combinación, entendiéndose que el propio plan Lucky 4 All ocupa los cuatro primeros niveles de cada grupo ya que sólo se admite a los primeros jugadores a partir del nivel 5. El 10 % restante del premio se reinvierte en la compra de nuevas combinaciones. Por último, las ganancias superiores al millón de euros no se abonan a los jugadores, con lo que se limitan de este modo sus eventuales ganancias. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016).*

Esta modalidad de juego que manejaba la empresa “*Lucky 4 All*” cumple con dos de tres puntos que se establecieron en la sentencia 515/12 de fecha 3 de abril de 2015 contra la empresa 4finance declarándola esquema de venta piramidal, estos dos puntos se cumplen en el caso de “*Lucky 4 All*” ya que, primero, se promete la obtención de ganancias a los compradores y segundo, estas ganancias depende de la entrada de nuevos jugadores, sin embargo en el tercer punto de la sentencia se considera que no se cumple el siguiente requisito.

*En lo que atañe al tercer requisito, el Tribunal remitente recuerda que sólo se cumple si las contribuciones de los nuevos participantes financian fundamentalmente la compensación abonada a los miembros existentes. Por tanto, este requisito exige la existencia de una vinculación económica entre las contribuciones pagadas y la compensación abonada. No obstante, señala, no es seguro que pueda prohibirse un plan cuando esa vinculación es únicamente indirecta. El tribunal remitente estima que el Tribunal de Justicia no adoptó una posición unívoca al respecto en la sentencia de 3 de abril de 2014, 4finance. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016).*

Claramente en este modelo de juego los consumidores se ven fomentados a participar por la promesa de poder obtener ganancias a futuro si participan con más personas, al organizarse el juego de esta forma sucede lo siguiente:

*Los grupos de jugadores adoptan la forma de pirámides cuyos cuatro primeros niveles ocupa el propio plan. Puesto que la distribución de las ganancias en los grupos favorece a los niveles superiores, es principalmente el plan quién tiene más posibilidades de ganar, al igual que, en cierta medida, los jugadores anteriores que han incorporado a otros miembros. Por tanto, todo jugador, para mejorar su posición relativa, está interesado en incorporar a nuevos jugadores. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016).*

La pregunta que más se discutió en el Tribunal de Unión Europea es si efectivamente se cumple el tercer requisito por el cual se califica de venta piramidal, por lo que se discute en este punto es si conforme a la directiva del año 2005 se puede considerar piramidal a este tipo de esquema, aunque la contraprestación de beneficios para nuevos participantes sea indirecta, ante esto el tribunal recuerda lo siguiente:

*Procede recordar que el Tribunal de Justicia ya ha declarado que, a falta de una actividad económica real que permita generar suficientes ingresos para financiar la compensación prometida a los consumidores, un plan de venta piramidal se basa necesariamente en la contribución económica de sus participantes, ya que la posibilidad de que un miembro de este plan obtenga una compensación depende esencialmente de las cantidades que abonen otros nuevos miembros. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016)*

Sobre el razonamiento de la condición por el cual un esquema puede ser considerado piramidal el Tribunal menciona lo siguiente:

*Tal plan sólo puede ser «piramidal» en el sentido de que su perduración requiere que se incorporen un número cada vez mayor de nuevos participantes para financiar las compensaciones a los miembros anteriores. Asimismo, implica que los miembros más recientes tengan menos posibilidades de recibir una compensación por su participación. Este plan deja de ser viable cuando el crecimiento del número de miembros, que debería teóricamente tender al infinito para que el plan perdure, no basta ya para financiar las*

*compensaciones prometidas a todos los participantes. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016).*

El Tribunal considera que para que se pueda calificar el plan de piramidal debe vincularse varios elementos como que, primero, los participantes deben abonar al plan en cuestión, luego de esto se debe considerar que la aportación realizada tiene una relación con las aportaciones realizadas por los anteriores jugadores ya que los beneficios que se recibe en el sistema depende de la entrada continua de nuevos aportantes, la cuestión que queda en duda es si la vinculación de la aportaciones pasadas y futuras debe ser directa o no, sobre esto el Tribunal considera:

*No cabe deducir del tenor literal de esa disposición que la vinculación económica exigida deba ser necesariamente directa. Lo que importa es la calificación como «fundamental» o «principal» de las contraprestaciones realizadas por los nuevos participantes en tal plan. Así pues, cabe aplicar el anexo I, punto 14, de la Directiva 2005/29 a un plan en el que existe una vinculación indirecta entre las contraprestaciones realizadas por los nuevos participantes y las compensaciones percibidas por los participantes anteriores. (Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, 2016).*

Con esta consideración el Tribunal expresa que es aplicable calificar a este plan de negocio como venta piramidal, ya que en caso de que se exija que se verifica si la aportación es directa o indirecta se estaría desatendiendo la finalidad con la cual fue creada la norma y permitiendo que más negocios de este tipo prosperen en el mercado.

### **7.3. Documento del Consejo Europeo sobre Prácticas Desleales de Comercio.**

En este documento de trabajo del Consejo Europeo se recogen diferentes ejemplos y casos de cómo se puede aplicar esta interpretación de la directiva a casos concretos de ventas piramidales.

En el primer caso la (Autoridad de la Competencia Italiana, XX), en uno de los asuntos determina que: *“el sistema de compensación del plan de ventas no se basaba en los volúmenes de ventas, sino el número de nuevos agentes de ventas que cada uno de los revendedores era capaz de atraer al plan”* Otro asunto (2012) versaba sobre: *“un plan de venta cuya estructura de recompensas estaba destinada principalmente a atraer a nuevos consumidores mediante la recuperación de la tasa de registro a partir de la entrada de otros agentes”*. En un tercer asunto (2014), *“se proponía a los consumidores que adquirieron productos a través de mecanismos destinados a captar a otros vendedores, a quienes se le pedía una contribución inicial o la suscripción a un programa de compras personales”*.

En estos casos se observa como existen esquemas que tiene una misma finalidad, la de obtener ganancias por medio de la entrada de más personas al esquema, sea bajo la figura de consumidores o vendedores de productos con opción o bajo promesa de poder obtener nuevas ganancias. Para la autoridades suele ser complicado poder descifrar cómo funcionaban realmente cada uno de los planes de ventas piramidales, que terminan siendo procesados por lo cual suele ser importante tomar en cuenta el volumen total de ventas contra los ingresos por nuevos participantes.

*La Autoridad también tuvo en cuenta cómo funcionaban los planes en la práctica. Se centró en el número de agentes que realmente generaban ventas en comparación con el número total de consumidores captados y con la importancia diversa de los ingresos/adquisiciones procedentes de las ventas realizadas a los agentes o a personas externas. Las investigaciones pusieron de manifiesto que los mecanismos en cuestión impedían que el consumidor hiciera una contribución a cambio de la oportunidad de recibir la compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos. (COMISIÓN EUROPEA, Documento de trabajo de los servicios de la comisión, 2016).*

Entre otros casos, existe uno que difieren un poco de los que se ha visto mayoritariamente en estos esquemas, la Oficina Polaca de Competencia y Protección del Consumidor (2014) tomó medidas contra un plan piramidal cuyo organizador ofrecía a los participantes la oportunidad de recibir donaciones en efectivo a cambio de la

introducción de nuevos miembros en el sistema, siendo el sistema de donaciones desconocidos dentro de este tipo de esquemas ya que típicamente se suele tratar de compraventas e inversiones.

Para obtener tales beneficios financieros, los participantes tenían que: pagar una cuota de registro, hacer una donación en efectivo a otro participante, hacer otras donaciones a otro participante y pagar una comisión al organizador del sistema, en fin, una organización distinta a lo que usualmente se observa en estos casos. Para los participantes la posibilidad de obtener donaciones en efectivo de un nuevo participante solo surgiría cuando se crease un “círculo azul” compuesto por participantes introducidos por personas introducidas previamente por un nuevo participante. Luego de haber analizado ciertos casos de planes de venta piramidales es necesario observar el señalamiento que realiza el documento de trabajo sobre la cuestión en específico de poder determinar cómo se diferencian los planes de venta piramidal de las ventas multinivel.

*Parece necesario distinguir entre la práctica comercial prohibida no 14, cuyos participantes ganan dinero mayoritaria o exclusivamente captando a nuevos participantes, y la comercialización multinivel, en la que los miembros del equipo de ventas obtienen su compensación, en su mayor parte, de las ventas que generan personalmente y también de las ventas de los demás miembros que han captado. (COMISIÓN EUROPEA, Documento de trabajo de los servicios de la comisión, 2016).*

Otro punto muy importante de señalar es que los participantes de estos esquemas que ingresan al negocio sean bajo promesa o conocimiento pleno de su funcionamiento, al incorporarse al modelo de negocio también estarían incurriendo en actividades engañosa prohibidas o sancionadas por la ley.

*Es difícil trazar la línea divisoria entre consumidores y comerciantes: tras entrar en un plan, un consumidor podría, a partir del momento en que comience su promoción, ser considerado un comerciante y verse también sujeto a la prohibición de la DPCD en lo que respecta a las conductas profesionales adoptadas en el marco del plan. (COMISIÓN EUROPEA, Documento de trabajo de los servicios de la comisión, 2016).*



## CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

### METODOLOGÍA APLICADA

#### 8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

##### 8.1. Tipos de investigación.

En nuestra investigación se aplicaron los siguientes métodos de investigación: *Documental, Explicativo, Analítico, Descriptivo, Inductivo y Deductivo*. Estos métodos se relacionan con nuestro tema de estudio de la siguiente forma.

- ***Documental:*** Se realiza la respectiva búsqueda de todo el material referente a las ventas piramidales, sea éste leyes, jurisprudencia o teoría de cómo se maneja este fenómeno dentro del mercado y la sociedad. Según (Ballén Ariza, 2007) “*la investigación documental también llamada bibliográfica, nos permite adentrarnos en el tema como mayor profundidad*” (pág.59).
  
- ***Analítico y sintético:*** (Rodríguez Moguel, 2005, pág. 25) afirma que este tipo de investigación estudia hechos en función de analizar cada parte del trabajo investigativo, partiendo de la descomposición del objeto de estudio para obtener información sintetizada y detallada con la finalidad de determinar la veracidad de la investigación. Este tipo de investigación da paso a los métodos de investigación: *inductivo o deductivo*.
  
- ***Explicativo:*** Es necesario para la investigación poder explicar lo más fielmente posible a la realidad el funcionamiento de estos esquemas, para que de esta forma se comprenda el impacto que tiene dentro de la sociedad. Afirma (Rodríguez Moguel, 2005, pág. 26) que “*este tipo de investigación nos permite establecer las causas y los orígenes del fenómeno o objeto de estudio*”.
  
- ***Descriptivo:*** Se describe paso a paso el funcionamiento de este esquema de ventas y las comparaciones existentes a través de la investigación, para de esta forma evitar

confusiones. (Muñoz Rocha, 2015 ) señala que “*una investigación descriptiva pretende dar cuenta de las características de un fenómeno u objeto sujeto a investigación, de sus propiedades, características, atributos, componentes, elementos y relaciones entre ellos. Por ejemplo, en el caso de investigaciones jurídicas, se busca encontrar la naturaleza jurídica de la institución*”.

## 8.2. Método de Investigación.

Como habíamos mencionado en líneas anteriores, dentro de la metodología de la investigación existen dos métodos de investigación; el **deductivo**, que permite extraer conclusiones lógicas y validas comenzando de premisas generales hasta llegar a proposiciones específicas; mientras que el **inductivo** en un proceso que se fundamenta en sacar conclusiones generales partiendo de enunciados o hechos particulares.

Al presente trabajo de investigación le es aplicable el **método deductivo**, por las siguientes razones:

- **Deductivo:** es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para poder emitir explicaciones particulares; “*es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas*” (Cegarra Sánchez, 2004, pág. 82). Este método aplicado a la presente investigación nos permitirá obtener un razonamiento lógico de los problemas planteados para poder presentar conclusiones.

## 8.3. Enfoque de la investigación.

Nuestra investigación estará integrada por un enfoque de investigación de tipo mixto, esto quiere decir que estará integrado de los dos métodos de investigación tradicionales: Cuantitativo y Cualitativo.

- **El enfoque cuantitativo:** según afirma (Marcelo M. Gómez, 2006) “*utiliza la recolección y el análisis de los datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de un población*” (pág.60).
- **El enfoque cualitativo:** “*por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación que a veces necesariamente no prueban hipótesis; se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteos*” (Marcelo M. Gómez, 2006, pág. 60)

El enfoque aplicado a la presente investigación es “**Mixto**” debido a que implica la utilización de un proceso de obtención de teorías, textos bibliográficos y argumentos mediante las entrevistas (*enfoque cualitativo*), así como, un proceso de análisis y recolección de datos cuantitativos mediante las encuestas (*enfoque cuantitativo*). Ambos enfoques nos permitirán responder el planteamiento del problema, de igual manera validar y comprobar la hipótesis planteada.

#### **8.4. Técnicas de investigación.**

Las técnicas de investigación utilizadas serán la revisión de documentos referentes al tema de investigación donde podremos determinar los principales aspectos de los esquemas de ventas piramidales dentro de los negocios y las ciencias jurídicas.

Además, utilizaremos *encuestas* para poder llegar a un gran grupo de la población en general que nos pueda dar un sentir general del fenómeno que son este tipo de negocios y qué impacto tienen para la sociedad.

Finalmente se utilizará las *entrevistas* como un instrumento más especializado de recolección de información con el cual podremos obtener un criterio más técnico y específico con respecto al fenómeno que estamos investigando. Con esto podremos determinar cuáles son los aspectos más relevantes que identifican los especialistas con respecto a las ventas piramidales.

## 8.5. Población y muestra.

Por el alto alcance que tiene nuestro problema de investigación, la población seleccionada para nuestra investigación será general y no estará delimitada por ningún criterio más que su ubicación geográfica, por lo consiguiente:

1. El grupo a encuestarse estará conformado por: ***Público en general; Jueces Penales; Fiscales; Defensores y funcionarios de la Superintendencia de Regulación y Control del Poder de Mercado***; con el objetivo de obtener un criterio formal que nos permita validar las interrogantes y objetivos planteados.
2. Para la realización de las encuestas se tomará como muestra la población de la ***ciudad de Guayaquil***, que según datos del INEC 2018 oscila entre los **2.671.801** habitantes; cantidad que se aplicará la fórmula que se detalla a continuación.

Fórmula para la extracción de la población a encuestar extraída del siguiente sitio web:

<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

**Donde:**

$n$ = Tamaño de la muestra.

$N$ = Población 2.671.801

$Z^2$ = Nivel de confianza 95% (1,96) <sup>2</sup>

$e^2$ = Margen de error 5% (0,05) <sup>2</sup>  $P$ =

Probabilidad de ocurrencia 0,5  $Q$ =

Probabilidad de no ocurrencia 0,5

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,5)^2 \times 2.671.801}{(0,05)^2 (2.671.801 - 1) + 1,96^2 \times (0,5)^2}$$

$$n = \frac{0,9604 \times 2.671.801}{480.567,5 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2.565.997,6804}{481.279}$$

$$n = 385$$

**RESULTADO:  $n = 385$**

Aplicando el cálculo de muestra obtenemos el resultado de **385 personas a encuestar**.

## 9. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

### 9.1. Encuestas: *análisis y resultados.*

A una muestra de la población de la ciudad de Guayaquil se le aplicaron las siguientes preguntas; que para efecto de esta investigación antes de iniciar se explica a los participantes que es plan de ventas piramidal en base a la definición establecida en esta investigación y se cita ejemplos conocidos. Las proposiciones pueden responderse en base a su experiencia personal o experiencias de terceros que usted conozca.

**TABLA 1 ENCUESTAS**

<i>Preguntas</i>	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
1. ¿Ha participado usted en un plan de ventas piramidal?	19	86	62	68	150
2. ¿Conocía antes de esta entrevista que es un plan de ventas piramidal?	24	19	107	147	88
3. ¿Considera usted que son beneficiosos para la sociedad?	65	50	42	65	143
4. ¿Considera que este tipo de negocio es una estafa?	200	36	51	38	60
5. ¿Ha sido positiva su experiencia dentro de este tipo de negocios?	24	36	75	123	127
6. ¿Ha podido obtener ganancias en este negocio?	45	36	59	154	91
7. ¿Este negocio le ha resultado en pérdidas?	104	174	48	38	21
8. ¿Considera que se debe regular este tipo de actividades en el país?	167	78	88	38	14
9. ¿Considera que la falta de regulación y sanción ayuda a que se expandan estos negocios?	187	90	78	17	13
10. ¿Considera que deberían prohibirse y sancionarse este tipo de negocios?	187	90	78	17	13

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

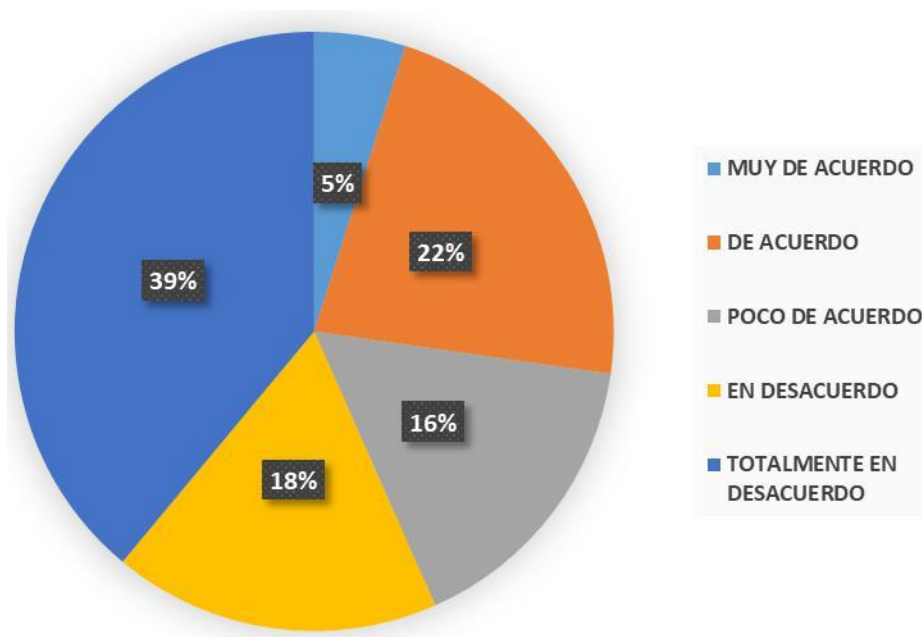
### 9.1.1. Resultado de las encuestas.

#### *Pregunta No. 1*

¿Ha participado usted en un plan de ventas piramidal?

<b>Tabla 2</b> <b>Participación</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	19	86	62	68	150	385
Frecuencia	4,9%	22,3%	16,1%	17,7%	39%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)



**Gráfico 1 – Participación**

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

#### **Análisis:**

La mayor parte de los encuestados acepta haber estado dentro de un plan de venta de este tipo.

## Pregunta No. 2

¿Conocía antes de esta entrevista que es un plan de ventas piramidal?

<b>Tabla 3</b> <b>Conocimiento</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	24	19	107	147	88	385
Frecuencia	6,2%	4,9%	27,8%	38,2%	22,9%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

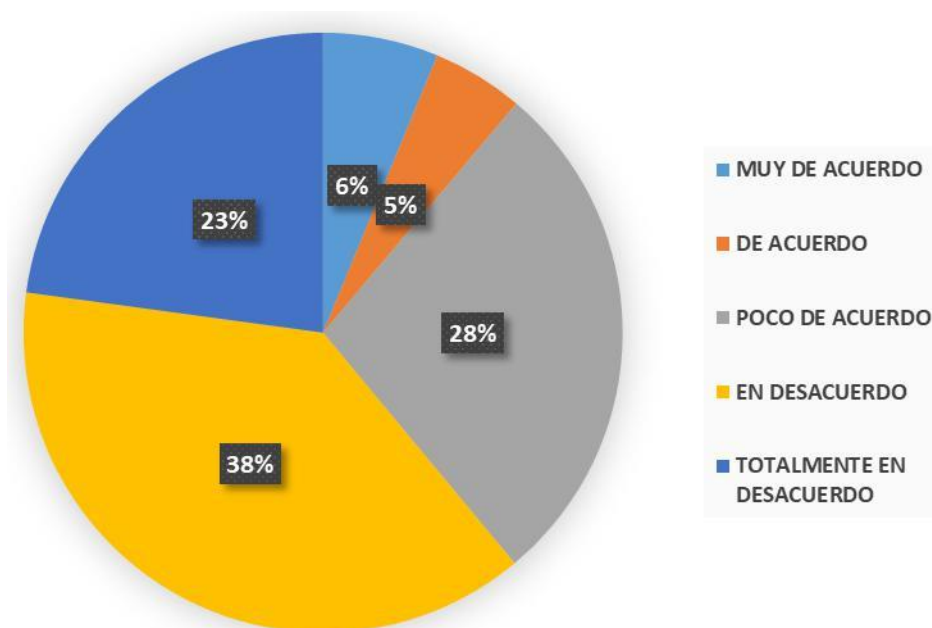


Gráfico 2 – Conocimiento

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### Análisis:

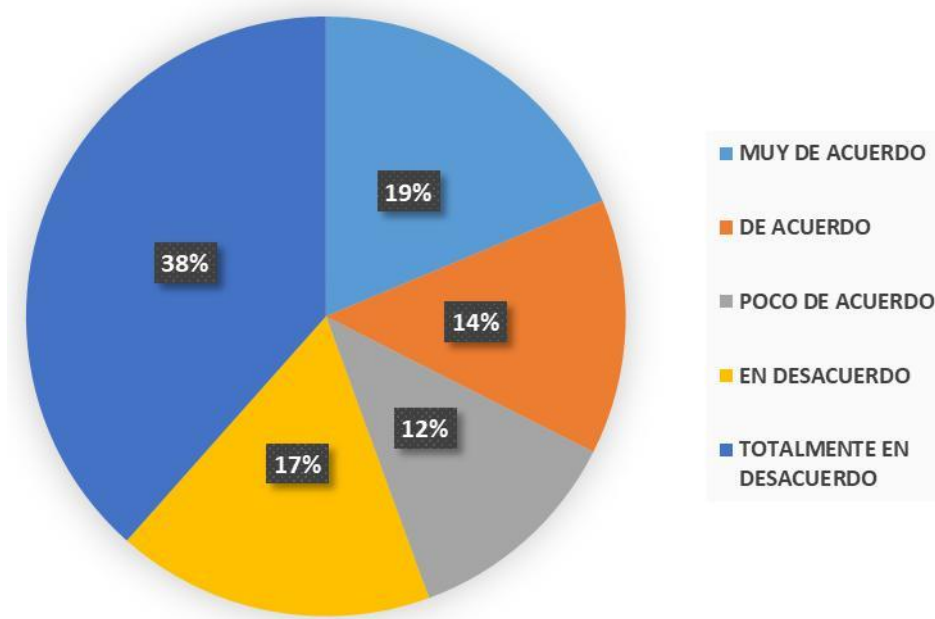
Gran parte de la población desconoce de la existencia de esta modalidad de negocio.

### Pregunta No. 3

¿Considera usted que son beneficiosos para la sociedad?

<b>Tabla 4</b> <b>Beneficio Social</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	72	53	46	66	148	385
Frecuencia	18,7%	13,8%	11,9%	17,1%	38,4%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)



**Gráfico 3 – Beneficio Social**

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

#### **Análisis:**

La mayoría de la población está de acuerdo en que estos negocios no traen beneficios a la sociedad.



#### Pregunta No. 4

¿Considera que este tipo de negocio es una estafa?

<b>Tabla 5</b> <i>Considerado Estafas</i>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	200	36	51	38	60	385
Frecuencia	51,9%	9,4%	13,2%	9,9%	15,6%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

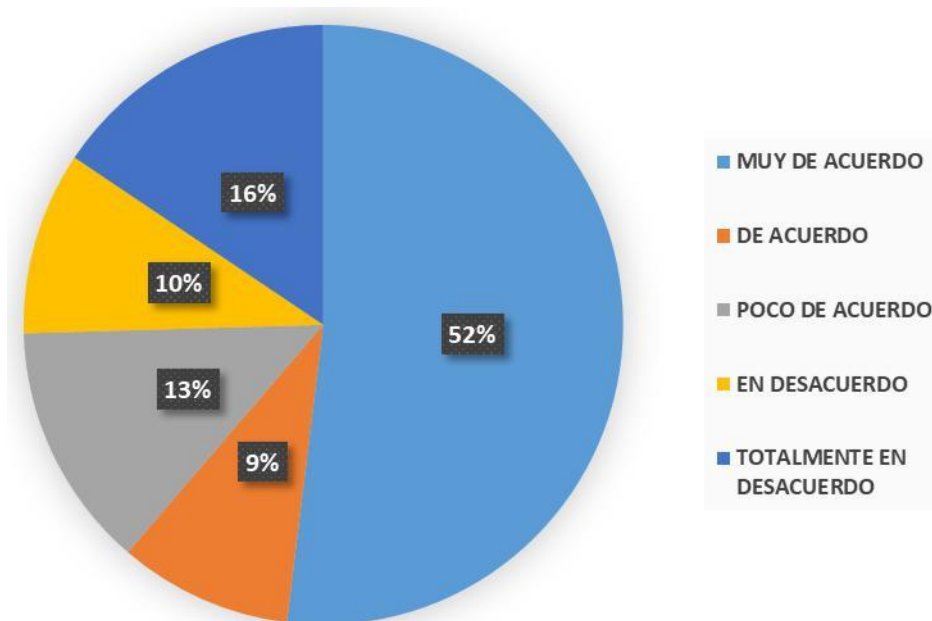


Gráfico 4 – Considerado estafas

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

#### Análisis:

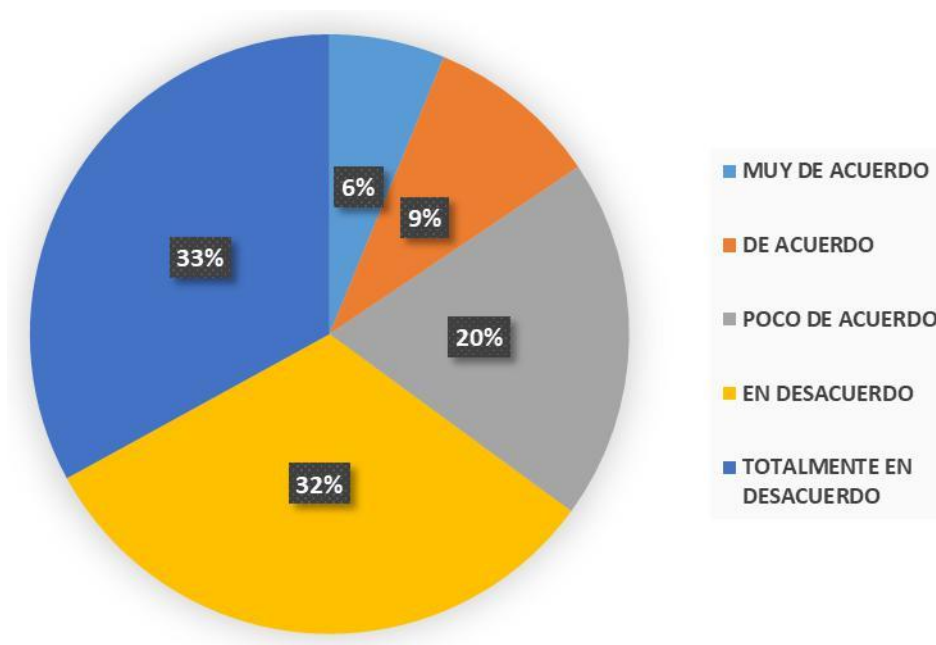
Más de la mitad de la población estudiada concuerda con el criterio de que este tipo de negocios es un tipo de estafa.

### Pregunta No. 5

¿Ha sido positiva su experiencia dentro de este tipo de negocios?

<b>Tabla 6</b> <i>Experiencia Personal</i>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	24	36	75	123	127	385
Frecuencia	6,2%	9,4%	19,5%	31,9%	33%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)



**Gráfico 5 – Experiencia Personal**

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### *Análisis:*

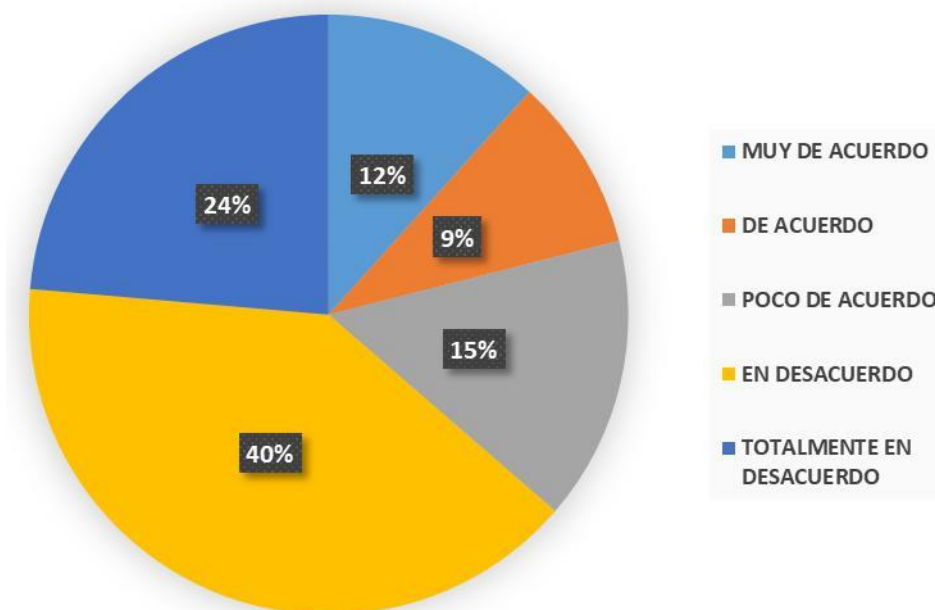
La experiencia en estos negocios, para la mayoría de la población estudiada ha sido negativa.

**Pregunta No. 6**

¿Ha podido obtener ganancias en este negocio?

<b>Tabla 7 Ganancias</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	45	36	59	154	91	385
Frecuencia	11,7%	9,4%	15,3%	48%	23,6%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)



**Gráfico 6 – Ganancias**

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

**Análisis:**

Gran parte de la población estudiada no ha obtenido ningún tipo de beneficio económico de estos negocios.

### Pregunta No. 7

¿Este negocio le ha resultado en pérdidas?

<b>Tabla 8</b> <b>Perdidas</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	104	174	48	38	21	385
Frecuencia	27%	45,2%	12,5%	9,9%	5,5%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

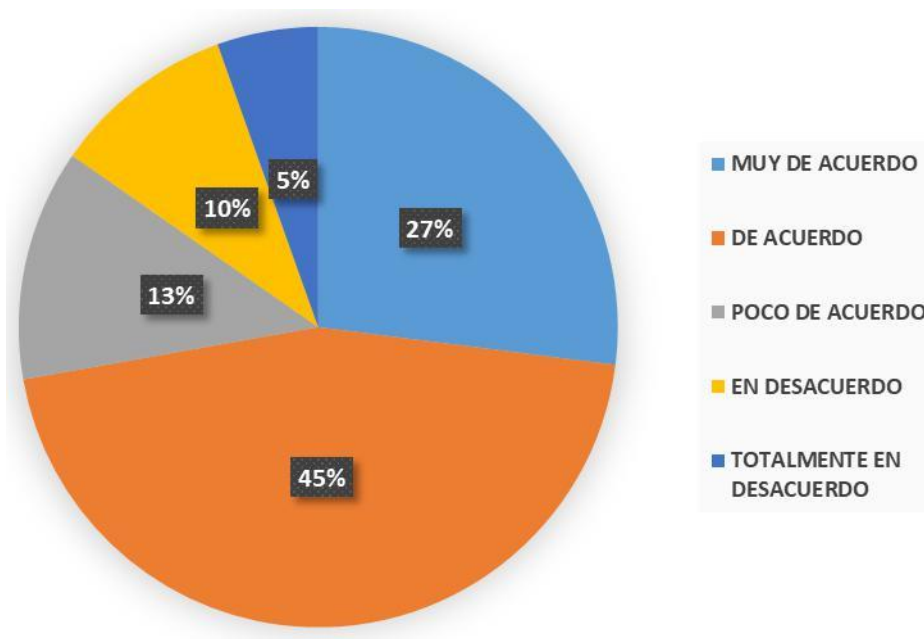


Gráfico 7 – Perdidas

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### Análisis:

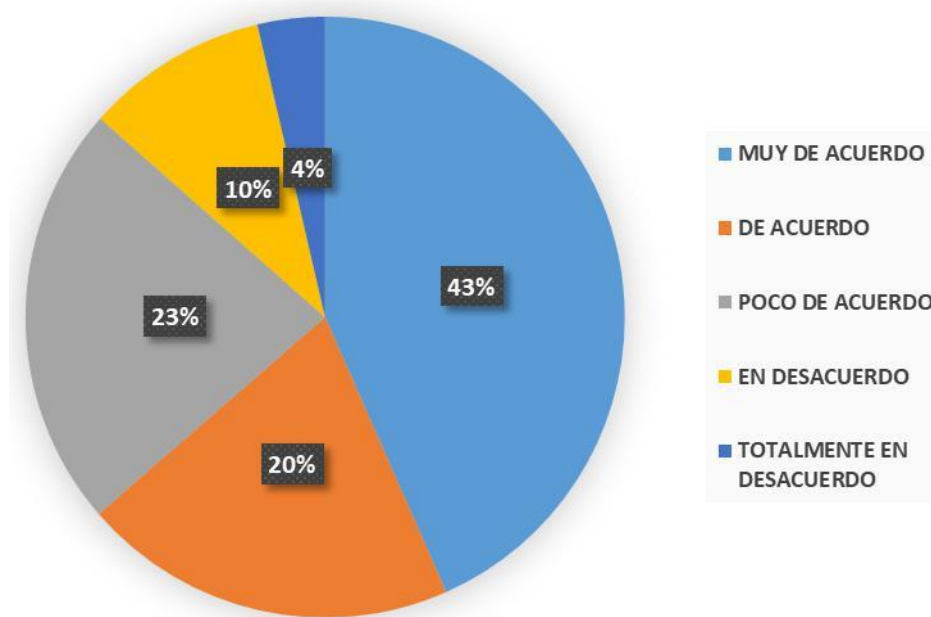
Un 75% de la población estudiada reporta haber tenido pérdidas económicas en vez de ganancias.

### Pregunta No. 8

¿Considera que se debe regular este tipo de actividades en el país?

<b>Tabla 9</b> <b>Regulación</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	167	78	88	38	14	385
Frecuencia	43,4%	20,3%	22,9%	9,9%	3,6%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)



**Gráfico 8 – Regulación**

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### Análisis:

Más de la mitad de los encuestados considera necesario que exista una regulación sobre este tipo de negocios.

### Pregunta No. 9

¿Considera que la falta de regulación y sanción ayuda a que se expandan estos negocios?

<b>Tabla 10</b> <b>Falta de regulación</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	187	90	78	17	13	385
Frecuencia	48,6%	23,4%	20,3%	4,4%	3,4%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

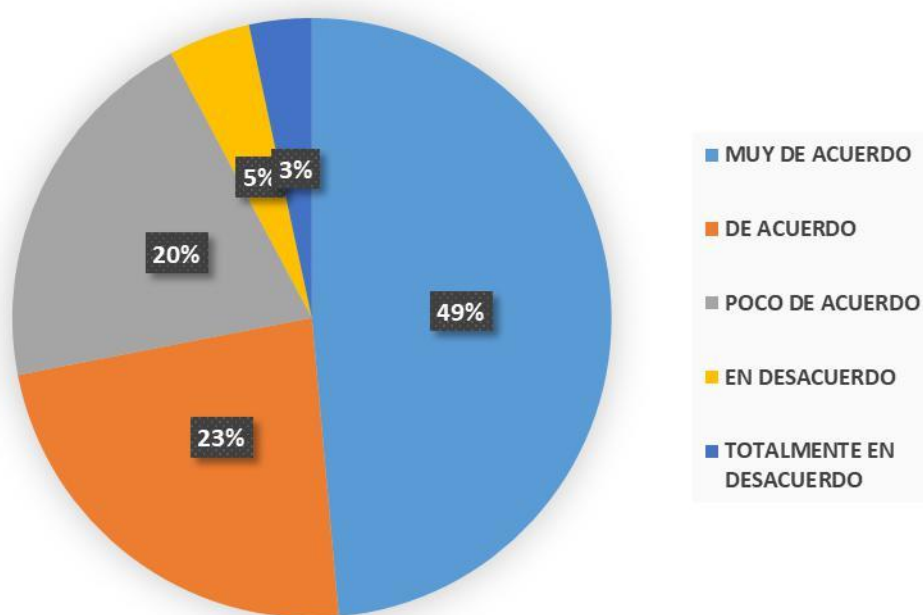


Gráfico 9 – falta de regulación

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### Análisis:

Más de la mitad de los encuestados concuerda con que se debe buscar la regulación de este tipo de negocios.

### Pregunta No. 10

¿Considera que deberían prohibirse y sancionarse este tipo de negocios?

<b>Tabla 11</b> <b>Prohibición y Sanción</b>						
Ítems	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	TOTAL
Resultado	187	90	78	17	13	385
Frecuencia	48,6%	23,4%	20,3%	4,4%	3,4%	100%

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

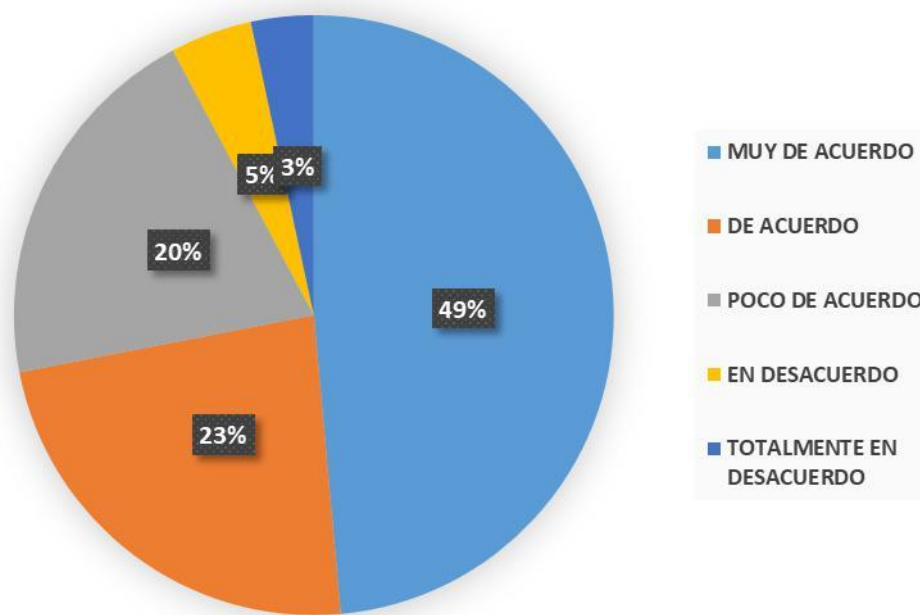


Gráfico 10 – Prohibición y Sanción

Elaborado por: Coveña, M. (2019)

### Análisis:

A pesar de que se busca la regulación un 75% de los encuestados concuerda firmemente en que es necesario sancionar este tipo de negocios.

## 9.2. Entrevistas.

Se ha aplicado las siguientes preguntas a un grupo selecto de profesionales que conocen sobre este tipo de casos y cómo son tratados en nuestro sistema de justicia actual; los profesionales entrevistados son los siguientes:

**TABLA 12 ENTREVISTAS**

	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Perfil Profesional</b>
<b>A</b>	Dr. Paulo Cesar Quishpe	Fiscal de lo Penal del Guayas
<b>B</b>	Ab. Pilar Yong	Funcionario de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)
<b>C</b>	Dr. Juan Miguel Torres	Juez Garantías Penales
<b>D</b>	Ab. Veronica Cedeño	Coordinadora Unidad de Flagrancia
<b>E</b>	Ing. Javier Jiménez	Profesor de Negocios
<b>F</b>	Ec. Juan Caicedo	Funcionario de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)
<b>G</b>	Ec. Andrés Ramírez	Funcionario de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)
<b>H</b>	Ab. Lucio Terán	Funcionario de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)
<b>I</b>	Lic. Lorena Rodríguez	Funcionaria de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)
<b>J</b>	Lic. Mario García	Funcionario de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)

**Elaborado por:** Coveña, M. (2019)



*Las preguntas realizadas son las siguientes:*

**1.- ¿Conoce usted que son los planes de ventas piramidales?**

- A. Son un tipo de planes de ventas parecidos a las ventas multinivel pero que funcionan como una estafa en el fondo.
- B. Son planes de negocios parecidos a los multinivel pero que ocasionan perjuicio a los participantes, por lo general al final del desarrollo del plan.
- C. Considero es un tipo de estafa similar al conocido esquema Ponzi, pero asumo que tiene sus variantes con respecto a la estafa Ponzi original.
- D. Son los negocios tipo red de distribuidores como multinivel, pero que al final no genera ninguna ganancia y perjudican a los participantes y pequeños comerciantes.
- E. Claro, son los planes de ventas tipo multinivel, pienso que, con alguna variación, pero existe similitud entre estos dos esquemas, he visto casos que son multinivel y ocasionan perjuicios creo que va más por esta línea.
- F. Son un sistema de ventas organizadas de manera jerárquica, en las cuales existen diferentes niveles de responsabilidad y ganancias.
- G. Son esquemas de ventas que se organizan a manera de empresa activa, pero con la diferencia que en muchos casos son abusivos con su equipo de ventas.
- H. Es un tipo de organización de venta de bienes y servicios que tiene similitud con el marketing multinivel.
- I. Es un término en particular que utilizan en Europa, para referirse a los esquemas de ventas abusivos.
- J. Este término se utiliza para referirse a las ventas multinivel que pierden su objetivo de generar ganancias económicas y se organización con el solo fin de vender su producto sin pensar en el consumidor.

**2.- ¿Considera que los planes de ventas piramidales son perjudiciales para sus participantes?**

- A. En el caso de las ventas piramidales es conocido que estos negocios terminan en estafa, pero en las ventas multinivel no necesariamente se tiene que perjudicar a los participantes muchos de estos esquemas de ventas sirven como sustento para las familias, como una forma alternativa de trabajo, aun así, existen riesgos.

- B.** Son negocios de mucho riesgo para los que invierten, ya que los participantes desconocen si el modelo del negocio es productivo a pesar de los esfuerzos que se realiza por parte de las instituciones es muy difícil estar al tanto de todas las actividades que se desarrollan en el mercado.
- C.** Es difícil definir si estos negocios son perjudiciales ya que existen al borde de la legalidad, además se debe tomar en cuenta que con el discurso de defensa al trabajo es complicado calificar a supuestas fuentes de empleo como falsas.
- D.** La falta de la ley es lo que da un vacío para no poder definir ni calificar este tipo de negocios como perjudiciales o no, recordemos que muchas veces se constituyen como empresas totalmente legalizadas y con sus papeles en regla, cuando en realidad el problema suele estar en su forma de hacer comercio.
- E.** Sí, como por parte del gobierno estos temas han quedado un lado y se ha descuidado mucho la profesión de las ventas esto ocasiona que mucha gente que salga perjudicada por estos negocios, por la propia falta de regulación que permite un abuso por parte de las empresas, ya que queda a potestad de estas reconocer comisiones o no y ninguna autoridad revisa este tema.
- F.** Bajo la definición europea efectivamente son muy perjudiciales para el mercado, ya que estos planes solo buscan generar ventas sin importarle lo que suceda con el usuario que adquiere el producto bajo la promesa de obtener más beneficios.
- G.** Claro, sucede que muchas personas son enganchadas dentro de estos esquemas bajo la promesa de poder mejorar sus ingresos, pero sucede que esto es solo un engaño y en realidad luego de todo el proceso, el mayor beneficiado es el negocio mismo.
- H.** Es un poco difícil de determinar por su propia complejidad, en estos esquemas hablamos de diversos niveles en los cuales existen varios tipos de supuestos beneficios y también existen varios niveles de pérdidas, por lo cual no tenemos una constante de cuantos es el perjuicio que existe para cada participante ya que esto se somete a varios factores, si en un momento un participante tuvo ganancias otro día puede obtener pérdidas.
- I.** Si se entiende desde una perspectiva macro de la actividad de la empresa y su relación con los participantes, si podemos observar como a través del tiempo y en diversos grados existen perjuicios económicos. El problema de determinar esto, se da cuando investigamos casos individualizados entonces cada víctima tiene unas

variantes específicas, lo mejor es considerar que existe un perjuicio por la propia falsedad de la actividad y su afectación al mercado.

- J. Luego de un largo proceso se puede determinar que han existido afectaciones patrimoniales como delito de estafa a cada uno de los afectados, pero a más de esto también se debe tomar en cuenta que existe una afectación mayor que es la que se da en conjunto a todo el mercado y la actividad económica de una región, como institución nosotros también nos enfocamos a observar estos esquemas desde esta forma.

### **3.- ¿Observa alguna diferencia entre la venta piramidal y las ventas multinivel?**

- A. Aparentemente no tienen mayor diferencia, creo que eso se puede evidenciar en los resultados que producen que en su mayoría suele ser perjudiciales, el problema suele radicar en que muchos afectados no expresan su descontento.
- B. Si tomamos definiciones de otros países es claro que existen, pero en nuestra realidad jurídica son términos desconocidos para todos, por lo tanto, si lo vamos a llevar al campo judicial es necesario que existan definiciones legales para separarlos.
- C. La verdad las definiciones técnicas las dan los especialistas, en el campo jurídico si la ley no lo define es difícil decir que específicamente son este tipo de negocios. Si algún tipo de negocio ocasiona un daño o se adecua al tipo penal, esto es lo que interesa al derecho y serán juzgados y procesados con las leyes del momento de su accionar.
- D. Conozco que existen muchos modelos de estos negocios y que efectivamente existen unos que en verdad ayudan a familias y otros que perjudican. Pienso que la división de los términos radica en esto exactamente, poder definir cuáles son los perjudiciales y cuáles no lo son, pero esto es algo que les queda a los legisladores, si tuviera un caso actual de estos temas intentaría denunciar por estafa por el tema del engaño, pero en realidad sería un poco difícil demostrarlo dependiendo de los mecanismos que la empresa usó para cubrir sus actividades.
- E. La diferencia diría yo se encuentra en la productividad de estas empresas. Se debe estar en una constante vigilancia por parte de los participantes y las autoridades para determinar que efectivamente la empresa paga sus beneficios de ganancias reales y

no se realiza un tipo de pirámide donde van entrando más personas y no se hace ninguna actividad económica beneficiosa.

- F. En realidad, lo que existen son muchas similitudes, ambos esquemas se manejan de maneras similares con un sistema de personas organizado para la venta de un bien o servicio. La diferencia radica en observar si un sistema busca de forma desmedida el ingreso de personas y que en realidad no tenga actividad económica real.
- G. Si nos remitimos a la definición de la Unión Europea con respecto a ambos esquemas en realidad si existe una gran diferencia conceptual, la similitud entre estos términos se la observa desde la aplicación práctica del esquema, si bien la venta piramidal puede estar dentro de un sistema de organización multinivel también puede existir como un producto en el mercado que fomente su consumo bajo promesa de ganancia.
- H. Ambos son esquemas de ventas organizadas, el asunto que los puede diferenciar es su funcionamiento ya que no es lo mismo que tenga un esquema multinivel donde establezco metas y beneficios a vendedores por distribuir un producto consumible masivamente y con aceptación en el mercado, a tener un esquema de ventas donde ingreso personas a comprar un producto que conozco de antemano que no van a poder vender porque este no cuenta con unas características competitivas.
- I. El marketing multinivel tiene mucho tiempo en el mercado porque funciona para las empresas y los vendedores, establecemos varios niveles y recompensas en políticas claras y logro distribuir mi producto generando actividad económica. Un sistema descrito como piramidal debe funcionar con semejanza a este esquema multinivel tradicional, pero pasando por alto la actividad económica.
- J. Observo que a pesar de que no existen definiciones oficiales, se realizan semejanzas entre los dos términos ya que se refieren en si a la actividad de ventas masivas. La diferencia que se observa radica en señalar que un esquema es perjudicial para el mercado y consumidor, mientras otro esquema es válido.

#### **4.- ¿Debería regularse este tipo de negocios por parte de las autoridades?**

- A. Sí, cómo son susceptibles de ocasionar daños patrimoniales, por supuesto que se debería buscar una forma de regularlos. Como se puede observar, el desconocimiento por parte de las víctimas es en muchos casos lo que ocasiona que

sean perjudicados por este tipo de negocios ya que se maneja cierta técnica de negocios que muchas veces no comprende la población.

- B.** La ley de poder de mercado da reglas generales sobre cómo regular actividades comerciales en caso de prácticas desleales, pero esta ley abastece todas las posibilidades de comercio que se dan en el mercado, por esto para este tipo específico se debería crear una sección especial mejorando nuestra definición de prácticas de comercios desleales.
- C.** Se ve que es un problema muy complejo y que incluso puede llegar a mayores consecuencias por lo cual el gobierno debería tomar partido en el asunto. No es aconsejable que este tipo de temas que pueden llegar a afectar en gran magnitud a la sociedad y economía, sigan sin regulación específica para cada caso.
- D.** De forma urgente, deben darse cuenta las autoridades como en otros países hace mucho tiempo ya se interesaron por el tema y emitieron sus regulaciones específicas. Si bien es cierto en la actualidad tenemos una superintendencia para estos temas se debe velar por un campo de acción más amplio ya que el control administrativo es limitado y muchas veces un perjudicado siempre quiere llegar a instancias penales.
- E.** Claro, gran parte del problema que existe, en general en el sector de las ventas, es que actualmente no tienen regulación, por eso mismo se puede observar que existen este tipo de negocios que afectan la profesión de las ventas, la economía y a las personas.
- F.** La regulación de la actividad comercial siempre ha existido desde tiempos remotos y en la actualidad con tantos nuevos problemas como este caso, es un deber del Estado regular todo tipo de actividades comerciales multinivel y prohibir las piramidales, la falta de regulación es lo que genera que existan estas irregularidades.
- G.** Existe la postura de que el mercado debe ser libre y competitivo, que la economía se regula automáticamente, pero como toda actividad humana el comercio es susceptible de tener vicios y que se produzcan abusos. En este ejemplo de las ventas piramidales y todos sus tipos vemos como existen tantos factores que influyen en un problema, que no solo basta que existan entes de supervisión y control, sino que la existencia de políticas y leyes que sancionen estas conductas.
- H.** Con la Ley de Control de Poder de Mercado ya se buscaba detener todo este tipo de prácticas abusivas que se dan dentro del comercio, como institución nosotros solo

podemos actuar dentro del marco de la ley, así que el hecho de no existan leyes claras y específicas que manejen la complejidad de este tipo de temas como las ventas multinivel y piramidales.

- I. Toda actividad económica que pueda ocasionar daños al mercado y consumidores debe estar regulada por el Estado de forma específica, en el caso de estos tipos de ventas no se ha logrado visualizar el problema de forma prioritaria, solo hemos observado varios casos aislados, pero no es necesario que tenga nuevamente otra estafa masiva para poder regular estas actividades de manera preventiva.
- J. La regulación preventiva siempre será la mejor forma de manejar los problemas sociales, al Estado no le conviene que se esté señalando a todos los comerciantes como estafadores, sin embargo, si existen prácticas comerciales que deben ser señaladas como perjudiciales por las autoridades pertinentes.

#### **5.- ¿En qué sentido debería ser esta regulación para las ventas multinivel y piramidales?**

- A. Se debe definir todo el aspecto general sobre tipos y conceptos de este tipo de negocios y especificar cuándo se está cometiendo actos punibles o no punibles.
- B. Con una sección específica, para el derecho administrativo, sobre este tema se puede separar los negocios legales de los ilegales y conocer cuándo deben actuar las autoridades judiciales y cuando termina la competencia de las autoridades administrativas.
- C. Una legislación comercial fuerte es un buen comienzo en estos temas, se debe manejar temas contractuales, definiciones, esquemas y más, esta legislación debe ser llevada de la mano de sanciones claras y efectivas para los responsables de perjudicar en los negocios.
- D. Por la realidad de nuestra sociedad, no considero que solo una regulación comercial y administrativa logre disuadir a este tipo de negocios. Considero que se debe poner penas firmes y claras a los que hagan este tipo de negocios fraudulentos, por lo tanto, es necesario que se los incluya en el catálogo de delitos de manera específica.
- E. Esta regulación debe ser general para todo el sector de las ventas, primero debe tenerse un licenciamiento emitido por autoridad competente y además de esto, se

debe controlar las comisiones que ganan los vendedores, esto se puede hacer por medio de facturación electrónica u otro sistema que maneje la autoridad competente y le permita verificar cuando los vendedores tienen derecho a recibir comisiones.

- F.** Los aspectos básicos para regular este tipo de ventas es darles sus propias definiciones de acuerdo a nuestra realidad económica, luego de esto se debe establecer cuáles son los parámetros que se debe seguir para considerar que la actividad es legal y en qué punto se incurre en una actividad ilícita que conlleva sus respectivas sanciones.
- G.** Las definiciones son un buen comienzo para poder visualizar el problema, luego de esto se debe verificar los requisitos de cada esquema para que sea válido, finalmente debemos definir cuándo se está incurriendo en actividad ilícita sea esta sancionada de forma administrativa, civil o penal, es innegable que la prohibición y sanción es necesaria para disuadir a la población de estas actividades
- H.** Una regulación mínima debería ser sancionatoria, pero para eso se debe definir que se va a sancionar, el punto más fuerte de hacer una regulación punitiva es la de disuadir a la población a que incurra en este tipo de actividades, si la normativa penal me define que exactamente este negocio es sancionado, es probable que las tasas de creación este tipo de negocios bajen.
- I.** Es urgente que exista una regulación para este tipo de actividades, observamos como otros países han logrado entender de forma específica estos problemas y sancionarlos hasta creando su propia jurisprudencia, en nuestro país aún no logramos identificar el problema que, si bien se lo sanciona en el mejor de los casos como una estafa masiva, se debe poder lograr identificar y regular desde otras ámbitos y escenarios para no solo sancionar sino prevenir este tipo de hechos.
- J.** En varios aspectos, en derecho comercial se debe definir y regular los esquemas de ventas válidos para el comercio nacional, dentro del derecho administrativo se debe especificar cuáles serán las tares del Estado para poder vigilar y controlar este tipo de actividades y finalmente el ámbito penal se debe especificar cuándo se comete un delito asociado a este tipo de prácticas, todas estas regulaciones deben ir de la mano y complementarse.

### **9.2.1. Análisis de resultados.**

Los resultados arrojan varias observaciones que es importante señalar para el transcurso de esa investigación, por ejemplo, en base a las preguntas donde se evalúa el nivel de conocimiento, es evidente que gran parte de la población aún no está consciente de la modalidad de ventas piramidal a pesar de que se han visto envueltos de alguna forma dentro de estos negocios. Además, podemos determinar que con una breve explicación de la situación la población llega a comprender que efectivamente existe un perjuicio cuando se cometen estos esquemas de ventas y que a pesar de que no son visibles inmediatamente al final existen personas perjudicadas.

Posterior a esto, gran parte de la población comprende y concuerda que a raíz de este problema existe la necesidad de regulación y control por parte de las autoridades, y si esto no fuera suficiente, es necesario tener sanciones claras y efectivas para poder combatir este fenómeno.

Dentro de las entrevista parece suceder algo parecido a las encuestas, el entendimiento del problema es general y no se logra definir conceptos y métodos para determinar cuando existen perjuicios, el criterio de los entrevistados es que en general existe un perjuicio que debe ser regulado y sancionado para prevenir riesgos. Los entrevistados efectivamente ligan el cometimiento de estos actos a la tipificación de la estafa, pero a más de esto es relevante como se define de manera casi conjunta las ventas multinivel con las ventas piramidales, entonces se observa que en significado para los entrevistados aún no es muy claro por lo cual la sugerencia en general es una regulación y conceptualización por parte de la ley para poder definir términos con base legal y que sea la misma que defina cuando existe un esquema u otro, y cuando existe o no perjuicio.



## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA

#### 10. CONCLUSIONES.

Conforme a la investigación bibliográfica realizada y el análisis e interpretación de resultados obtenidos en las entrevistas y encuestas, es pertinente formular los siguientes argumentos a manera de conclusiones:

1. En la actualidad a pesar de su gran proliferación, por parte de la población existe un gran desconocimiento de la existencia de este tipo de negocios y cómo funcionan, muchas veces incluso se los suele considerar válidos y beneficiosos para la sociedad. Sin embargo, como se ha demostrado en la presente investigación este tipo de negocios presentan un perjuicio y muchas veces son un delito de estafa, deben ser regulados y sancionados.
2. Es claro que ambos conceptos como ventas multinivel y ventas piramidales tiene una estrecha relación, pero cada legislación ha marcado la línea de cuando termina el negocio legal y cuando comienza el modelo piramidal que perjudica a la población. No obstante, el delito de estafa es la primera impresión que se viene a la mente cuando existe personas perjudicadas económicamente por este tipo de negocios. Criterio secundado por los entrevistados que manifestaron que ligan el cometimiento de estos actos al tipo penal de estafa.
3. Existe un amplio vacío legal sobre los temas de ventas multinivel y ventas piramidales. En el ordenamiento jurídico nacional, la legislación comercial no regula este tipo de actividades; la Ley de Defensa del Consumidor no protege a los usuarios de este tipo de prácticas desleales; por su parte la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado no considera las ventas piramidales como prácticas desleales, por lo consiguiente el Código Orgánico Integral Penal no sanciona este tipo de negocios como una estafa, lo que permite una proliferación de este tipo de negocios perjudiciales para la sociedad. La falta de definición y de regulación sobre los dos términos contribuyen a invisibilizar el problema.

4. Conforme a los datos proporcionados por la encuestas se determinó que más del 65% de la población ha sido afectada por este tipo de negocios en venta piramidal, que disfrazados de legal en el fondo son negocios fraudulentos; por consiguiente, más del 60% manifiesta que este tipo de negocio es una estafa.
  
5. En base a la información jurídica y doctrina recopilada, se formularon preguntas con la finalidad de despejar la hipótesis y las interrogantes planteada en la presente investigación; para lo cual se formula la (*pregunta 10*) que buscaba determinar si se deberían prohibirse y sancionarse las ventas en esquema piramidal; pregunta de la cual obtuvimos que el 72% de la población está completamente de acuerdo que debe penalizarse este tipo de negocios; hipótesis ratificada por el criterio de los especialistas en el tema que fueron entrevistados que corroboraron la importancia de regular las ventas multinivel y sancionar las ventas piramidales.

Conforme a los argumentos expuestos a modo de conclusiones, y el análisis de la información obtenida, se convalida la hipótesis planteada en la presente investigación, considerándose efectivamente deben de penalizarse el modelo de negocio de ventas en esquema piramidal con la finalidad de evitar la proliferación de este tipo de negocios y evitar que existan más perjudicados.

## **11. RECOMENDACIONES.**

Producto del desarrollo de la investigación, análisis y conclusiones formuladas, es pertinente plantear las siguientes recomendaciones:

1. Es necesario llevar a cabo campañas de socialización de este problema y cómo poder prevenirlo, para esto es necesario que las campañas de inteligencia financiera desarrollen nuevos canales de comunicación, para que el mensaje a la población sea claro y específico sobre el tema de las estafas piramidales y sus efectos.
2. Se sugiere llenar el vacío legal que existe con respecto a la regulación en ventas dentro del mercado, esto puede ser por medio de regulaciones con respecto a cómo calificarse de agente de ventas, como controlar los beneficios que obtienen y buscar la protección necesaria para que la profesión de las ventas sea rentable y valorada.
3. Que la Superintendencia de Regulación y Control del Poder de Mercado, regule este tipo de prácticas desleales, y norme conceptos sobre ventas multinivel y piramidales con la finalidad de precisar cuando estos esquemas de ventas se convierten en el tipo penal de estafa y pasen a la sanción respectiva por el derecho penal.
4. Que dentro del Código Orgánico Integral Penal se considere a los negocios en venta piramidal como estafa, con la finalidad de erradicar este tipo de negocios y precautelar los derechos de los consumidores y su patrimonio.

## **12. PROPUESTA.**

Reforma a la Legislación Comercial y Penal, a fin de normar, regular y sancionar los negocios en esquema piramidal:

### **CONSIDERANDO:**

**Que**, el artículo 52 de la Constitución de la República garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad;

**Que**, el artículo 335 de la Constitución de la República, impone al Estado las obligaciones de regular, controlar e intervenir, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas, definir una política de precios orientada a proteger la producción nacional y establecer los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio u oligopolio privado o de abuso de posición de dominio en el mercado, así como otras prácticas de competencia desleal;

**Que**, el artículo 336 de la Carta Fundamental impone al Estado el deber de impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad;

**Que**, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, publicada en el Registro Oficial No. 555 del 13 de octubre de 2011, en su artículo 25 establece como prácticas desleales a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestas en el desarrollo de actividades económicas;

**Que**, el Código de Comercio, publicado en el Registro Oficial No. 497 del 29 de mayo de 2019, establece en su artículo 3 como principios de la actividad comercial: la licitud de la actividad comercial; el comercio justo; y el respeto a los derechos del consumidor;

**Que**, el Código Orgánico Integral Penal, publicado en el Registro Oficial No. 180 del 10 de febrero de 2014, en su artículo 186 tipifica y sanciona el delito de estafa como una modalidad para obtener un beneficio patrimonial mediante la simulación de hechos falsos o la deformación o ocultamiento de hechos verdaderos;

**Que**, es necesario reformar las leyes mencionadas a efectos de optimizar su aplicación para normar, regular y sancionar los negocios en esquema piramidal.

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales expide la siguiente:

## **LEY ORGÁNICA PARA SANCIONAR LAS VENTAS EN ESQUEMA PIRAMIDAL**

**Art. 1.-** Reforma a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. -

**1.- Agréguese al artículo 27 el siguiente numeral:**

*“11.- Ventas piramidales: Se considera una práctica desleal y engañoso el crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal, que se caracteriza por ser un plan en el que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos.”*

**Art. 2.-** Reforma al Código de Comercio. -

**1.- Agréguese al final del artículo 8 el siguiente párrafo:**

*“La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado.”*

**Art. 3.-** Reforma al Código Orgánico Integral Penal. -

**1.- Refórmese el numeral 4 del artículo 186:**

*“4. Induzca a la compra o venta pública de valores por medio de cualquier acto práctica, o mecanismo fraudulento o productos y servicios en esquema piramidal.”*

## Bibliografía

- Abella del Valle, B. (2015). *El sistema de venta multinivel: un tipo de venta directa*. La Coruña - España: Universidade da Coruña: Facultad de economía y empresa. Obtenido de [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16354/AbellaDelValle\\_Beatriz\\_TFG\\_2015.pdf](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16354/AbellaDelValle_Beatriz_TFG_2015.pdf)
- Asunto C-515/12 - petición de la interpretación del anexo I, número 14, de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, Caso No. 515/12 (Tribunal de Justicia de la Unión Europea. 3 de abril de 2014). Obtenido de <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=150284&doclang=ES>
- Asunto C-667/15 - petición de la interpretación de la Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales, Caso No. 667/15 (Tribunal de Justicia de la Unión Europea. 15 de diciembre de 2016).
- Autoridad de la Competencia Italiana. (XX). *PS6425 Xango-Prodotti Con Succo Di Mangostano, Provvedimento n. 21917*. Roma - Italia: Bollettino Settimanale No. 49.
- Ballén Ariza, M. (2007). *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa. Teorías, procesos, técnicas*. Bogotá - Colombia: U. Cooperativa de Colombia.
- Cáceres Ruiz, L. (2006). *Delitos contra el Patrimonio. Aspectos penales y criminológicos*. Madrid - España: Vision Libros.
- Caso AFINSA - Estafa de contratos de compraventa de sellos, Sentencia: 749/2017 - Recurso: 1841/2016 (Tribunal Supremo de España 21 de noviembre de 2017).
- Caso Arte y Naturaleza - Estafa de inversión en obras de arte, Sentencia: 29/2016 - Recurso: 1/2015 (Tribunal Audiencia Nacional 15 de julio de 2016).
- Caso Publi-Fast. (2014). *Estafa de Publi-Fast Ecuador*. Quito - Ecuador: Blog Publi-Fast.com.ec. Obtenido de <http://estafapublifast.blogspot.com/>
- Cegarra Sánchez, J. (2004). *Los métodos de investigación*. Madrid - España: Ediciones Díaz de Santos.
- Código Orgánico Integral Penal - Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). *Suplemento - Registro Oficial No. 180*. Quito - Ecuador.
- Código Penal Colombiano, Ley 599. (2000). *Diario Oficial No. 44.097*. Bogotá - Colombia: Congreso de Colombia .
- Código Penal Español - Ley Orgánica 10. (1995). *Boletín Oficial del Estado No. 281, de 24/11/95*. Madrid - España: Jefatura del Estado.
- COMISIÓN EUROPEA, Documento de trabajo de los servicios de la comisión. (2016). *Guía para la implementación / aplicación de la Directiva 2005/29/CE, relativa a las prácticas comerciales desleales*. Bruselas: COMISIÓN EUROPEA. Obtenido

de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN>

Criterio sobre la Estafa en Tribunal Supremo de España, Sentencia: 260/2016 - Recurso: 11/2016 (Audiencia Provincial de Burgos 12 de Julio de 2016).

Decreto 024 - Reglamento a la Ley 1700. (2016). *Decreto 024; Diario Oficial No. 49.753, por el cual se reglamenta la ley 1700 de 2013 sobre las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia.* Bogotá - Colombia: Congreso de Colombia .

Denuncia citada por C. Vela Duque. (2016). *La Captación Ilegal de dinero en las redes de mercadeo o multinivel con estructura piramidal.* Santo Domingo - Ecuador: Universidad Autónoma Regional de los Andes.

Gormaz Arancibia, F. (2017). *Estafas Piramidales y Esquema Ponzi: análisis de equilibrio financiero y rentabilidad económica.* Santiago de Chile: Instituto Profesional: Escuela de Contadores - Auditores de Santiago. Obtenido de <http://www.ecas.cl/media/docs/Publicacion/ArtPiramides-Gormaz.pdf>

Guillermo Cabanellas. (1993). *DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL.* Buenos Aires - Argentina: EDITORIAL HELIASTA S.R.L. Obtenido de <http://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2015/01/doctrina34261.pdf>

Hernán Ulloa. (2014). *Abogado de los perjudicados por el caso Publi-Fast.* Quito - Ecuador: Ecuador en vivo.

Ley 1700 - Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel. (2013). *Ley 1700 – Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo en Red en Colombia.* Bogotá - Colombia: Congreso de Colombia .

Ley 3/91, de Competencia Desleal. (1991). *Boletín Oficial No. 10, de 11/01/91.* España: Órgano Jefatura de Estado.

Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista. (1996). *Boletín Oficial No. 15 - Ley 7/96.* España: Órgano Jefatura de Estado. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1996/BOE-A-1996-1072-consolidado.pdf>

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado - Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Registro Oficial Suplemento 555.* Quito - Ecuador.

Marcelo M. Gómez. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica.* Argentina: Editorial Brujas.

Mendoza Guarderas, J. A. (2019). *El Delito de Estafa en los casos piramidales de Publifast y Telexfree en el Ecuador.* Santo Domingo - Ecuador: Universidad Autónoma Regional de los Andes. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9853/1/PIUSDAB032-2019.pdf>

Muñoz Rocha, C. (2015 ). *Metodología de la investigación.* México D.F: Oxford University Press.

PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA. (2005).  
*DIRECTIVA 2005/29/CE. relativa a las prácticas comerciales desleales de las  
empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.* Diario  
Oficial de la Unión Europea. Obtenido de  
<https://www.boe.es/doue/2005/149/L00022-00039.pdf>

Prácticas comerciales desleales - Plan de venta piramidal, Caso-515/12 (Tribunal de  
Justicia de la Unión Europea 03 de Abril de 2014). Obtenido de  
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=150284&doclang=ES>

Rodríguez Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Tabasco - México:  
Univ. J. Autónoma de Tabasco.



## ANEXOS.

### Anexo 1: Fotografías de ejecución de los instrumentos de investigación.

#### *a) encuestas a población en general*



#### *b) Entrevistas a profesionales.*

