



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

**CONSECUENCIAS JURÍDICAS DEL MERCADEO MULTINIVEL EN
EL DISTRITO DE PACHACAMAC, AÑO 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

AUTOR

David Rodríguez Carrasco

ASESORES

Temático: Dr. Elmer Alberto Camacho Vallejos

Metodológico: Dr. Elías Gilberto, Chávez Rodríguez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Derecho Penal

LIMA – PERÚ

AÑO - 2018

Página de jurado

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA:

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, a mi pareja Carmen Rosa Gómez Torres, mis padres Mauricio Rodríguez Laura y Paulina Carrasco Huamán, mis hermanos, mis docentes y a todas las personas que me motivaron y apoyaron para cumplir con mis metas y objetivos

AGRADECIMIENTO:

Al único Dios de todos los seres vivos por darme la capacidad y fuerzas cada día así mismo a mis docentes que me inculcaron a seguir estudiando para poder salir de la pobreza y en especial a los docentes que tuve en la UCV, quienes pudieron compartir su conocimiento a mi persona para poder ejercer esta noble profesión, los cuales se ve plasmado en esta tesis que es el resultado el justo premio al esfuerzo.

Declaratoria de autenticidad

Yo, David Rodríguez Carrasco, con DNI N.º 42740246, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el registro de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de cita y referencias para las fuentes consultadas, por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada con anterioridad para obtener grado o título profesional alguno.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados duplicados ni copiado y por lo tanto los que se presentan en la presente tesis se contribuirán en aportes a la realidad investigativa.

En tal sentido de identificarse fraude plagio, auto plagio, piratería o falsificación asumo la responsabilidad y las consecuencias que de mi accionar deviene sometiéndome a las disposiciones contenidas en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 24 de mayo del 2018.

.....

David Rodríguez Carrasco

DNI N.º: 42740246

Presentación

Señores miembros del Jurado:

La presente investigación titulada **“Consecuencias Jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017”**, que se pone a vuestra consideración que tiene como propósito, ser un antecedente importante que implica a realizar nuevas investigaciones de la problemática de estudio.

Así, cumpliendo con los Reglamentos de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, investigación que se ha organizado de la siguiente manera: En el primer capítulo, denominado Introducción, se consigna la aproximación temática, trabajos previos o antecedentes, teorías relacionadas o marco teórico y la formulación del problema estableciendo en este último el problema de investigación, los objetivos y los supuestos jurídicos. En el segundo capítulo, se abordará el Método empleado en el que se sustentan el porqué de esta investigación se ha realizado bajo el enfoque cualitativo con el tipo de estudio descriptivo a la luz del diseño de investigación de Teoría Fundamentada. Por consiguiente, el tercer capítulo se detallan los resultados obtenidos que permitirán arribar a las conclusiones (capitulo quinto) y recomendaciones (capitulo sexto), todo ello con los respaldos bibliográficos (capitulo séptimo) y de las evidencias contenidas en el anexo del presente trabajo de investigación.

El autor

ÍNDICE

CARATULA.....	i
TÍTULO	
AUTOR	
ASESORES	
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	
Página de jurado	ii
DEDICATORIA:.....	iii
AGRADECIMIENTO:	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación.....	vi
ÍNDICE	vii
INDICE DE TABLA DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I.INTRODUCCIÓN	11
1.1.- APROXIMACIÓN TEMÁTICA.....	12
1.1.1 Trabajos Previos.....	14
1.2.- MARCO TEÓRICO	17
1.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	50
1.4.- JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	51
1.5.- SUPUESTO U OBJETIVOS DE TRABAJO	52
II. MÉTODO	54
2.1.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	55
2.2.- MÉTODO DE MUESTREO	59
2.3.- RIGOR CIENTIFICO.....	60
2.4.- ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS.....	63
2.5.- ASPECTOS ÉTICOS	65
III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....	66
IV. DISCUCIONES.....	86
V. CONCLUSIONES	92
VI. RECOMENDACIONES	94
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	96
VIII. ANEXOS.....	102

INDICE DE TABLA DE FIGURAS

<u>TABLA 1: De diferenciación entre una empresa de mercadeo clásico y una empresa que mercadeo multinivel, en el Perú.</u>	29
<u>TABLA 2: Diferencia entre Pirámide y Multinivel</u>	33
<u>TABLA 3: Categorización de sujetos</u>	57
<u>TABLA 4: Cuadro del juicio de validación del instrumento de guía de entrevista</u>	62
<u>TABLA 5: Cuadro del juicio de validación del instrumento de análisis documental</u>	62
<u>TABLA 6: Operacionalización de categorías</u>	64
<u>TABLA 7: Matriz de consistencia</u>	104

RESUMEN

La presente investigación es de tipo básico, con un enfoque cualitativo, de diseño de teoría fundamentada; con el objetivo de determinar cuáles son las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, por otro lado en los objetivos específicos se planteó determinar cómo es la sanción penal a los infractores de una norma por las personas que realizan este sistema de comercio y asimismo determinar las diferencias que existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, para poder determinar si es necesario la regulación del mercadeo multinivel de parte de las autoridades mediante una ley para que pueda ser efectivo la sanción al infractor de un derecho, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en el presente trabajo, se aplicó la técnica de las entrevista, revisión de documentos que guardan relación con el tema de investigación; resultados que fueron destinados a la comprobación de los supuestos jurídicos planteados al inicio de la investigación a partir de la formulación del problema general y específicos.

Palabras Claves: Comisión de delitos, por no regular el mercadeo multinivel.

ABSTRACT

The present investigation is of a basic type, with a qualitative approach, of grounded theory design; with the objective of determining what are the legal consequences caused by multilevel marketing in the District of Pachacamac, on the other hand, in the specific objectives, it was proposed to determine what is the penal sanction to violators of a norm by the people who carry out this system of trade and also determine the differences between multilevel marketing and pyramid marketing, in order to determine if it is necessary to regulate multilevel marketing by the authorities through a law so that the sanction to the infringer of a right can be effective, with In order to achieve the objectives set out in this work, the interview technique was applied, reviewing documents that are related to the research topic; results that were destined to the verification of the juridical assumptions raised at the beginning of the investigation starting from the formulation of the general and specific problem.

Keywords: Commission of crimes, for not regulating multilevel marketing.

I. INTRODUCCIÓN

1.1.- APROXIMACIÓN TEMÁTICA

Desde el comienzo de la historia de la humanidad, el hombre siempre ha ejercido la práctica del mercadeo. En las diferentes culturas de nuestro país como; en el imperio inca, su población entre pueblos realizaba el trueque, un intercambio de productos.

El mercadeo multinivel también conocido como: marketing multinivel, redes de mercadeo, venta multinivel, venta boca a boca, entre otros nombres más en el mundo, tiene sus orígenes en el año 1940. Comienza con una empresa que vendía suplementos nutricionales llamados California Vitamins, es conocido por la forma de venta que realizan las personas y la empresa.

El método que se aplica en este sistema de venta es muy distinto al sistema tradicional conocido en el mercado mundial; la persona que vende el producto o servicio es el consumidor final, por estar afiliado a la empresa que provee de los productos o servicios donde no tiene un establecimiento al público general como una tienda, además la publicidad se realiza mediante los vendedores afiliados a la empresa, la empresa solo tiene la obligación de capacitar al afiliado sobre las características del producto y en la parte jurídica para no infraccionar alguna norma establecido por el estado en su sistema de comercio.

Además, el vendedor puede reclutar otras personas para que puedan vender, recibiendo un pago adicional llamado comisión, el cual es por capacitar a las personas que están afiliados a su persona para entrar a la red de vendedores del producto de la empresa, generando el esquema del negocio de forma piramidal, a diferencia de los negocios piramidales, el objetivo del mercadeo multinivel es la venta del producto, en cambio en negocio piramidal el objetivo es captar o reclutar más personas.

El mercadeo multinivel en sus principios era ejercido por las amas de casa, las personas invalidas y otras personas en sus horas libres; pero en los últimos años este negocio atrae a las personas de diferentes edades como estudiantes y personas que tienen estudios universitarios que buscan un trabajo accesible. De otra parte, en los últimos años las cifras facturadas por las empresas se contabilizan en billones de dólares americanos a nivel mundial.

En la actualidad en diferentes países de Europa, Estados Unidos y en América latina como Colombia, el negocio multinivel viene siendo regulado para evitar que las personas que

participan en este negocio lleguen ser estafados y también puedan ser controlados los productos que se ponen en venta al consumidor.

En el Perú no está regula el negocio multinivel, por lo tanto, estas empresas no se pueden diferenciar de las empresas piramidales; es así que vienen cometiendo delitos comunes en parte Penal como: delitos contra el patrimonio en la modalidad de Estafa; a las personas que se incorporan a formar parte de la red de vendedores, y delitos contra la Vida, el cuerpo y la salud; mediante los productos que se comercializan por este medio de comercio, a aquellas personas que consumen estos productos. De otra parte, viene infraccionando al artículo 2° del código de Protección y Defensa del Consumidor. Como también se puede señalar que; tomando como referencia el derecho comparado, están infraccionando las Leyes que regulan el mercadeo multinivel.

Si bien, en la Constitución Política del Perú, se encuentra tipificado en el artículo 59° que; “nuestro país estimula que las personas crean riqueza y así mismo garantiza la libertad para que puedan trabajar y como también a las empresas la libertad de realizar el comercio e industria”, también señala claramente qué; “el ejercicio de estas libertades por las personas no debe ser lesivos a la moral, salud así mismo ni a la seguridad pública”.

Cabe resaltar del artículo 59° de la Constitución Política del Perú, es claro que todas las personas pueden crear empresas para industrializar productos y generar trabajo para los demás; pero deberá ser de acuerdo al marco legal que regule en nuestro país; así mismo, los productos o las formas de trabajo no deben ser lesivos a la moral, salud y seguridad pública.

Podemos afirmar entonces estas empresas hoy en día están contraviniendo lo señalado por la ley, al generar acciones lesivas contra la sociedad, si bien es cierto que generan trabajo y recursos económicos, más que, las empresas tradicionales que existen en nuestro, no pueden generar consecuencias jurídicas que afecten los derechos constitucionales que tienen las personas.

A fin de evitar estas conductas ilícitas cometidos por parte de las empresas y los distribuidores independientes al momento de ofrecer los productos al consumidor, afirman que los productos son curativos para algunas enfermedades que requieren de una recomendación médica o para poder afiliarse a su red ofrecen pagos jugosos que podrían ganar en poco tiempo, y de otra parte la empresa por no capacitar a sus socios afiliados en la red de venta.

El congreso debe poner en debate para que se pueda regular el mercadeo multinivel, y poder garantizar sus derechos constitucionales de las personas que intervienen en este sistema de comercio, como lo realiza el estado Colombia, donde estas empresas deben cumplir ciertos requisitos para ser reconocidos como empresas de mercadeo multinivel cumpliendo los parámetros que detallan que productos pueden vender, los convenios que la empresa y el vendedor deben cumplir.

Como señala Kiosaki, en su obra *betsele* “el mercadeo multinivel, es el negocio del futuro”, que llego a nuestro país en los últimos años, son miles de personas que intervienen en la venta de productos teniendo como una oportunidad de medio laboral por este sistema y por el avance de la globalización las ventas ya se realizan por redes sociales el cual genera más difícil de controlar a las autoridades sin tener una regulación adecuada a este sistema de negocio en nuestro país.

1.1.1 Trabajos Previos

Al respecto Soto (2015), señal sobre trabajos previos al definir que:

Son las investigaciones que fueron realizados por otras personas sobre nuestro tema de investigación, de tal motivo se presentan como antecedentes internacionales y antecedentes nacionales. El cual contiene título de la investigación efectuada, objetivo general, descripción de la metodología (tipo, nivel, diseño, población, nuestra, técnicas e instrumentos) y finalmente las conclusiones y/o resultados relevantes que se relacionan a nuestro tema de investigación. (p.16)

Los trabajos previos como nacionales e internacionales deben estar basados a nuestro tema de investigación, entonces se puede decir que nuestro trabajo de investigación también se convertirá en un trabajo previo después de haber presentado a los jurados al momento de sustentar nuestra investigación; después serán tomados de referencia por otras personas que realicen investigaciones posteriores referidos a nuestro tema de investigación.

Antecedentes Nacionales

Chinchayan, M.J. y Mejía, O.A. (2014), en su investigación titulado “Las redes Sociales en el mercadeo Multinivel como herramienta funcional en la Ciudad de Chiclayo”. (Tesis de pregrado), desarrollado en la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Siguiendo el método cuantitativo concluyen:

Las redes sociales representan un beneficio para las empresas de mercadeo multinivel, ya que estas pueden ser usadas de manera personal y organizacional, de otra parte, les permite ahorrar esfuerzo representado en el gasto del dinero y tiempo, por lo tanto, es una utilidad que permite

recaudar información de posibles nuevos socios y el posible mercado a donde deseen ingresar.
(p.66)

Rodriguez, J. A. (2016), en su investigación titulado “Relación entre el Nivel de emprendimiento y el desarrollo del Marketing Multinivel por las directoras del Siltamy – Unique en el Distrito de Trujillo. -2015” desarrollado en la universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, (tesis de pregrado), desarrollado en la universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, siguiendo el método cuantitativo concluye:

El método del marketing multinivel, es una alternativa laboral innovadora en donde, les permite medir la capacidad de una persona en la actitud de liderazgo y la capacidad comercial, y asimismo de trabajar en equipo. De otra parte, llega a la conclusión de que las directoras de SILTAMY, en sus niveles de trabajo en equipo se encuentran es un estado medio, por lo tanto, su tamaño de su red de distribuidores independientes, es relativamente bajo; a esta conclusión llega el investigador al aplicar el método del marketing multinivel. (p.104)

Catachura, w. (2015), en su investigación titulado “Impactos del Negocio Multinivel en el Nivel de ingresos de los asociados de la empresa Herbalife en la Ciudad de Puno”. (Tesis de pregrado), desarrollado en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, siguiendo el método cuantitativo concluye:

Que, en nuestros días el negocio multinivel no se considera como una opción formal de ingreso en Puno, por ser un concepto relativamente nuevo, con fuerte arraigo en la idiosincrasia de las personas de acuerdo a su origen y por su fuerte vinculación con la tecnología y los sistemas de información. Sin embargo, en el presente trabajo se demuestra que el impacto que genera este negocio en el nivel de ingreso es positivo y estadísticamente positivo. (p.70)

Espinoza, L. O. (2014), en su investigación titulado “Influencia del estudio del Marketing Multinivel en el desarrollo de la Empresa R”live en el Perú”. (Tesis de pregrado), desarrollado en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, siguiendo el método Cuantitativo concluye:

La inversión y la motivación hacia a sus socios independientes para realizar viajes de aperturas de ciudades han dado resultados, que en consecuencia se están formando los equipos pioneros, en los cuales la empresa R”live está confiando el crecimiento de la red y el desarrollo a largo plazo. (p.88)

Valverde R. E. (2011), en su investigación titulado “Incidencia del Sistema de Ventas Multinivel de la Compañía Nic en las Economías Familiares de la Ciudad de Trujillo”. (Tesis de posgrado), desarrollado en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, siguiendo el

método cuantitativo concluye que: “El sistema de ventas multinivel de la Compañía Nic incide Favorablemente en las economías familiares de la ciudad de Trujillo, principalmente en la generación de empleo y en el incremento de sus ingresos; mejorando su calidad de vida”. (p.47)

Antecedentes Internacionales

García (2001), en su investigación titulado “Marketing Multinivel”. (Tesis de Doctorado), desarrollado en la Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Siguiendo el método cuantitativo concluye:

El Marketing Multinivel, es un sistema de venta directa personal, en donde los consumidores de los productos o servicios de una marca, tienen la opción de crear su propia empresa distribuidora, con el cual puede vender estos productos o servicios y, asimismo, auspiciar a otros distribuidores que estén dispuestos a formar parte de su red de distribuidores. También señala que el auspiciamiento de aquellos nuevos distribuidores, conlleva una necesaria relación de cooperación mutua con su persona, por tal motivo recibirá un porcentaje de las ventas que obtenga el nuevo distribuidor y por su parte recibirá esta la formación y motivación. (p.685)

En otra de sus conclusiones también señala que, que “las empresas de venta multinivel por tener una similitud en alguno de sus aspectos con la venta piramidal, es su principal problema, cuando ingresan a un nuevo mercado, ya que el piramidal está reconocido como ilegal en diferentes países, por su forma de venta, donde se fomenta el reclutamiento a otras personas llevando a una progresión matemática, el objetivo no es vender un producto o servicio, el cual es un sistema engañoso, fraudulento y destinado al fracaso”. (p. 687)

Isturiz (2012), en su investigación titulado “Situación del Multinivel en Venezuela”. (Tesis de pregrado), desarrollado en la universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Siguiendo el método cuantitativo concluye:

El investigador señala que la venta directa, es un canal o medio de distribución personalizado para el mercadeo de servicios o productos, en donde estos productos vienen siendo producidos en establecimientos no tradicionales, o pueden ser adquiridos por el consumidor final mediante el distribuidor en el lugar más conveniente a su persona. Asimismo, el vendedor independiente quien toma esta oportunidad de negocio en busca de un ingreso alternativo, será quien explique o demuestre sobre el producto o servicio. Además, señala que, para poder entrar en esta red de distribuidores, el negocio no se encuentra limitada a un perfil profesional específico y como también es ideal para quienes estén dispuestos a aumentar en sus ganancias, completar sus ingresos diarios o flexibilizar su jornada de trabajo en su medio laboral. (p.99)

Sousa (2012), en su investigación titulado “Marketing Multinivel del siglo XXI”. (Tesis de pregrado), desarrollado en la universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena. Siguiendo el método cuantitativo concluye:

Que el Marketing Multinivel, es un sistema de comercialización alternativa, sobre el método de comercialización tradicional, en donde se realiza con reglas y estructuras propias, diferentes de la estructura empresarial convencional, de otro lado, viene funcionando sin burocracias, es decir, sin jerarquías rígidas. En donde el poder central de una empresa es substituido por multi-liderazgo y los jefes dan lugar a los líderes, quienes se encargan de sus súbditos de su red de distribuidores. (p. 87)

Torres, W. G. (2017), en su investigación titulado “DESARROLLO DE PROTOTIPO WEB DE SISTEMA DE INFORMACION PARA LA INDUSTRIA DE NETWORK MARKETING COMO ESTRATEGIA EN REDUCIR LA DESERCIÓN Y AMPLIAR LA LINEA DE ASOCIADOS”. (Tesis posgrado), desarrollado en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Caldas, siguiendo el método cuantitativo concluye:

El desconocimiento de herramientas tecnológicas de la actualidad reduce la ventaja de incrementar la red de negocios de los distribuidores independientes, puesto que son servicios adecuados que pueden organizar a su equipo de trabajo, realizando un seguimiento oportuno de sus asociados, un seguimiento de capacitación y una organización de sus usuarios objetivos. (p.57)

Ruiz, K. J. (2016), en su investigación titulado “PLAN DE NEGOCIOS EN REDES DE MERCADEO”. (Tesis de posgrado), desarrollado en la Universidad de Guayaquil, Guayaquil, siguiendo el método cualitativo concluye:

las redes de mercadeo es una opción más económica para tener un propio negocio, el cual genera un ingreso extra a la familia o al ingreso principal, además las personas que se encuentran en esta red de mercado pueden brindar a otras una oportunidad de trabajo formando equipos de trabajo. (p.63)

1.2.- MARCO TEÓRICO

Al respecto Ramos (2011), señala que, “forman parte del marco teórico todas aquellas teorías explicativas o sistemas de ideas de que se vale el investigador su tarea [...] Por otro lado, están vinculadas entre sí a través de conexiones de tipo lógico formal”. (p.116)

Así mismo Martínez (2015), precisa sobre el marco teórico al definir:

El objetivo del marco teórico es proporcionar al lector la información teórica necesaria y suficiente para fundamentar y explicar el tema de estudio, así como ubicar el problema dentro del contexto amplio y claro para que el lector comprenda sobre qué base se desarrolla la investigación y cuál es la pregunta a la que el investigador intenta dar respuesta por medio del proceso de investigación. (p.17)

Por lo tanto, podemos afirmar que el marco teórico es la base de un trabajo de investigación, es donde tendrá el sustento de su trabajo al momento de demostrar, ¿Porque afirma que el tema tratado es como el señala? o ¿Cuál es la solución que da al problema en análisis? Por lo tanto, esta parte es fundamental teóricamente para el investigador en su trabajo de investigación.

El Derecho

Es aquella regla o conjunto de normas, que regulan el respeto mutuo entre las personas en una sociedad, que viven en un determinado espacio y tiempo, donde serán de cumplimiento obligatorio, el incumplimiento generara un delito, sanción y así activando el uso de fuerza del poder para su cumplimiento.

La Norma Jurídica

García (2007), señala que, “es aquella regla de conducta que rige en un tiempo y lugar determinado y que, con vocación de plasmar fines y valores de naturaleza jurídica, señala la obligación de hacer o no hacer algo u otorga la facultad de decidir sobre ello” (p.187).

Rubio (2009), describe que, “la norma jurídica es un mandato impuesto por el estado de que a cierto supuesto debe ser seguir lógico jurídicamente una consecuencia, estando tal mandato respaldado por la fuerza del Estado para el caso de su eventual incumplimiento” (p.76).

Entonces se puede decir de la norma jurídica, es una regla que va directamente sobre una conducta humana, determinado en un lugar o espacio y un determinado tiempo, donde están obligados a cumplir la regulación de la norma jurídica por parte de las personas que se encuentren en donde rige dicha norma.

De lo señalado por Marcial Rubio podemos afirmar que, para que se pueda hacer cumplir un mandato de una norma jurídica, el estado debe ejercer su poder a través de las instituciones encargadas como: el Poder Judicial y el Ministerio Publico y otras instituciones en las diferentes arias regulatorios del derecho.

El Sujeto Jurídico

Es aquel ser humano o entidad, a quien la norma jurídica le reconoce o imputa la calidad de ser titular del contenido de un derecho y obligaciones jurídicas al cumplir determinados supuestos; estas se clasifican en:

- a) Personas Naturales; son aquellas personas humanas o animales pensantes
- b) Personas Jurídicas; son aquellas personas capaces de ejercer derechos y de contraer obligaciones civiles, donde ejercerán lo antes mencionado por sus representantes ejemplo una empresa SAC, SAA, etc.

El Objetivo Jurídico

Es hacer cumplir al sujeto obligado, una obligación determinada por la norma jurídica en favor del titular de un derecho, donde la norma nombra activo; el obligado a cumplir lo señalado por la norma a favor de la otra parte y sujeto pasivo; el que reclama un derecho que le otorga la norma jurídica.

La Relación Jurídica

Es el vínculo que se da entre el sujeto pasivo y el sujeto activo, surgido de la realización de un supuesto normativo, en la realización de una prestación determinada. La parte pasiva y como la activa que se relacionan pueden estar conformados por una persona en particular o por muchas más personas. Por lo tanto, para que exista una relación jurídica, debemos necesariamente tener los siguientes elementos:

- a) El Hecho Jurídico; es el hipótesis o supuesto que el legislador aprueba, el cual estará contemplado en la norma.
- b) El Deber Jurídico; es el cumplimiento que realiza la persona con la prestación exigida.
- c) El Derecho Subjetivo; es la que les permite exigir el cumplimiento de la prestación.

La Consecuencia Jurídica

Cuando una persona se niega en cumplir un deber jurídico, surge la consecuencia jurídica, vínculo por el cual se impone a un sujeto una sanción en razón de haber cometido un hecho ilícito. Además, deben existir tres elementos en la consecuencia jurídica:

- a) Hecho Ilícito; es la conducta contraria a lo que señala o lo prescrito por la norma jurídica, también se podría decir ejecución de la conducta prohibida por la norma jurídica o el incumplimiento con la obligación de un deber el cual amerita imponerle una sanción al infractor del mandato.
- b) La Sanción; es el medio punitivo o compulsivo que el ordenamiento jurídico hace aplicar para castigar al infractor de la norma, mediante una sanción punitiva en área penal, compulsiva en el área civil y sanción que obligue a realizar una prestación.

La Sanción Penal

Hurtado (2005) señala que, “es la consecuencia de la infracción, que implica la restricción o la privación de derechos fundamentales”. (p.34)

De esta afirmación podemos diferir que, la sanción penal recae en las personas que cometan una infracción antijurídica, por el cual al individuo podrá privarse de sus derechos fundamentales.

La Intervención del Estado

El estado interviene mediante los diferentes órganos que le representan y están facultados para realizar dicha función de aplicar la sanción preestablecida por la norma para el hecho ilícito, el cual debe estar establecido previamente en lo contrario no podrá sancionarse, por lo tanto, para hacer cumplir el estado, cuenta con normas que facultan a diferentes entidades, como también existe un procedimiento que deben cumplir dichas entidades del estado, quienes tendrán en cuenta el respectivo procedimiento al momento de sancionar.

El Acto Administrativo

Cervantes (2011) señala que, “es el procedimiento establecido en una norma para la obligación del particular en cumplirlo, del mismo modo es el inicio de una obligación que procede efectos jurídicos”. (p.179)

Se puede concluir entonces que, es la norma que contiene los derechos y deberes que tiene cada administrado como también la entidad administrativa que representa al estado. Por lo tanto, los administrados y los funcionarios o servidores públicos deben seguir esta guía administrativa que tiene cada entidad para resguardar la seguridad y bienestar de los ciudadanos.

El Patrimonio

Debo señalar que el patrimonio es todo bien mueble o inmueble que tiene un valor económico que posee un individuo o sujeto, el cual está debidamente protegido por las normas.

Alberto (2001), señala que, “el patrimonio es unidad personalmente estructurada por los bienes materiales, que garantiza el desarrollo de la personalidad en el ámbito de los objetos para su desarrollo personal y familiar en la sociedad”. (p.14)

Según lo señalado por Alberto, se entiende entonces que el patrimonio garantiza a la persona su desarrollo y bienestar de su persona y de su familia en el ámbito de poseer objetos, adquiridos en el transcurso de su vida, para el resguardo de su vida.

Arias (1998), define de la siguiente manera sobre el patrimonio:

El patrimonio está constituido por la suma bienes de los valores económicos puestos a disposición de una persona, el cual está bajo el cuidado bajo o la protección del ordenamiento jurídico. Un aspecto digno de ser resaltado es el grado de reconocimiento jurídico requerido en los bienes de contenido económico para constituir el patrimonio. (p.285)

Entonces cuando exista un delito con la afectación del patrimonio debemos clasificar en función a dos criterios: a) delitos de enriquecimiento. - en donde el sujeto activo busca una ventaja patrimonial y b) delitos sin enriquecimiento. - en esta el sujeto activo solo persigue hacer un perjuicio (daños) al sujeto pasivo. Tomando en cuenta lo señalado por los dos autores antes mencionados sobre este tema podemos decir siempre se afectará el patrimonio que posee la persona, en las dos modalidades de criterio de clasificación del delito.

El delito de Estafa

Puedo señalar que por el engaño o error el sujeto pasivo (la víctima) dispone de su patrimonio o hace daño a otra tercera persona para entregar al sujeto activo, produciendo una disminución y afectación de su patrimonio o como del tercero afectado. Así mismo debe tener voluntad y conocimiento de obtener un provecho para su persona o para un tercero, para el cual induce mediante engaño.

Alberto (2001), define de la siguiente manera sobre delitos contra el patrimonio especialmente en Estafa:

Consiste en la conducta engañosa, con ánimo de lucro injusto, propio o ajeno, que determinando un error en una o varias personas las induce a realizar un acto de disposición, consecuencia del cual es un perjuicio en su patrimonio o en el de un tercero. (p.272)

Asimismo, Arias (1998), aporta al definir sobre el delito de Estafa de la siguiente manera:

El objeto material sobre el que recae el delito de estafa puede ser cualquiera de los elementos integrantes del patrimonio, ya sean bienes muebles o inmuebles, derechos reales o de crédito. Incluso puede tener como objeto la presentación de servicios, siempre que ostenten una valoración económica. (P.347-348)

Del aporte que realiza Alberto, podemos sustraer lo señalado específicamente, que existe una conducta engañosa, el cual induce a un error al agraviado, tomando esta parte podemos decir que las personas que ofrecen un producto aduciendo que este es efectivo para algún malestar que aqueja en su cuerpo un cliente y después de cierto tiempo al cliente o al consumidor, le ofrece formar parte de la red de distribuidores independientes, en donde el costo del producto de su consume será mucho menos, y por traer más personas a la red obtendrá ganancias económicas adicionales en su ingreso.

Cuando acepta formar parte de esta red, lo primero que dicen es que debe pagar un monto en efectivo, el cual depende de cada empresa del sistema de comercialización de mercadeo multinivel, a cambio de este pago le entregan productos para que pueda vender a otras personas y si no vende el tendrá que consumir; por lo tanto en esta parte donde inducen a un error para formar parte de esta red se ve claramente el engaño, hay se configura el delito de Estafa por parte de estas empresas que comercializan mediante el mercadeo multinivel.

De otra parte, del aporte que realiza Arias, podemos entender que, para que exista una estafa debe siempre uno analizar la afectación del patrimonio con valoración económico de la persona que, indica ser estafado o ser víctima del delito de Estafa. Esta parte se consuma cuando el consumidor paga el costo del producto que le ofrecen, y en el momento que paga el costo de ingreso a cambio de ello recibe los productos para vender, y el distribuidor como la empresa se benefician de este error.

Delitos Contra la Vida, el Cuerpo y la Salud

Según manifiesta Arias (1998), los delitos contra la vida, el cuerpo y la salud:

Actualmente la posición o la postura de la mayoría, en las doctrinas plantean la existencia de un doble bien jurídico tutelado: la integridad corporal y la salud. A pesar de esta distinción, cabe afirmar que, se trata de un solo bien jurídico: la salud (física o psíquica). (p.97)

De la afirmación de Arias, podemos entender entonces que, para que exista este delito debe existir la afectación del cuerpo físico o psicológico de la persona. El cual puede dejar afectación en la integridad corporal.

Por lo tanto, teniendo entendido por los delitos contra la vida, el cuerpo y la salud, los productos que se comercializan mediante el mercadeo multinivel, uno se pregunta; ¿será verdad que estos productos son como dice el vendedor que ofrece? La mayoría responderá solo Dios sabe. y es verdad la respuesta sería como dicen. Nadie sabe la realidad de la procedencia del producto y los efectos que ocasione al cuerpo del consumidor.

Si bien es cierto que DIGESA autoriza para su producción y comercialización para el consumo humano, los vendedores de las diferentes empresas al ofrecer lo primero que señalan es; que el producto que ofrece, es bueno para alguna enfermedad o un malestar que aqueja la persona, lo hace para poder vender y ganar su comisión por la venta del producto.

Frente a este suceso el consumidor final puede quedar con daños secundarios en su salud o algunos lesiones físicos o psicológicos de por vida. La mayor parte de los vendedores de este producto son: amas de casa, personas inválidas y jóvenes estudiantes, que realizan estas ventas en sus horas libres. En mayor parte son de los asentamientos humanos como Distrito de Pachacamac, quienes estarían incurriendo en este delito, el cual no sería con dolo o voluntaria, si no por falta de capacitación por parte de las empresas para quienes vende y muchas veces por un desconocimiento sobre el producto.

La Superintendencia de Banca, Seguros AFP (SBS)

Es la institución que se encarga de supervisar y regular al sistema Financiero, Seguros y del sistema privado de pensiones, así mismismo, se encarga de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo, asegurando así la protección del interés del público.

Esta entidad no puede denunciar a las personas que están dentro de la red de mercadeo multinivel, porque, existe un producto de por medio, es por eso que no se puede denominar estafa piramidal y el personal que tienen no están capacitados para diferenciar al mercadeo multinivel y mercadeo piramidal. Por consecuencia muchas se presentan delitos de estafa.

La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA)

Es la institución que está encargado en nuestro país de evaluar el cumplimiento de los requisitos para la producción de los alineamientos técnicos, como también de las normativas

y requisitos que deben cumplir para su otorgamiento del certificado de registro sanitario, de los alimentos y bebidas industrializados para el consumo humano, generando un único sistema de codificación para su control y vigilancia sanitario, estos productos antes mencionados puede ser hecho en nuestro país o de importación hacia nuestro país.

Si bien es cierto esta entidad les otorga licencia para producir productos a las empresas del mercadeo multinivel, es muy difícil que estén vigilando a todas las empresas en cada producción para ver si siguen cumpliendo con lo presentado para dar su licencia. Y aprovechando de ello estas empresas producen productos no aptos para su consumo o como están siendo ofrecidas los productos al consumidor al momento de vender.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)

Es el órgano público autónomo y especializado en defender, promover la competencia en los mercados, como también encargado de la protección de los derechos de los consumidores, y también tiene la obligación de velar por la leal competencia entre las empresas, asimismo, tiene la obligación de resguardar la propiedad intelectual.

Si bien esta entidad puede sancionar a estas empresas multiniveles por la publicidad engañosa que realizan al ofrecer a los consumidores de sus productos, esto será muy difícil de probar, ante las autoridades respectivas, porque la publicidad se realiza de persona a persona no mediante un medio radial u otro medio de comunicación, donde es más fácil de probar esta infracción.

Idoneidad de los productos y servicios

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, señala en el artículo 18° en su párrafo tercero que:

Las autorizaciones por parte de los órganos del estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sean necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

Podemos afirmar entonces que, si bien DIGESA puede darle la autorización para poder comercializar y producir el producto a estas empresas, según este artículo antes señalada párrafos anteriores del código de protección del consumidor será responsable el proveedor del producto si ocasiona alguna infracción a los derechos del consumidor.

El Mercadeo Multinivel

Si bien es cierto que este negocio comienza en todo el mundo desde que la humanidad empieza a tener la necesidad de obtener un bien, producto o una necesidad de servicio que él no posee. En nuestro país a un se puede ver en los campos, donde se siguen practicando este tipo de negocio llamado “trueque”, el comerciante que visita a los caseríos llevando mercadería de la ciudad intercambia éstos productos con los productos agrícolas o ganados que el campesino produce, para luego comercializar en la ciudad.

Teniendo la misma mirada en nuestro medio donde nos ubicamos en las ciudades más desarrolladas como la ciudad de Lima, también encontramos el mismo tipo de negocio, pero ya más sofisticado, por la forma de organización que tienen, el cual está estructurado en forma piramidal llamados, “los redes de mercadeo”, este se asemeja no por el intercambio de un producto si no por la forma de vender de persona a persona, el vendedor visita al consumidor final del producto.

Principios del Negocio Multinivel

Debemos tener en cuenta el negocio de la Venta a domicilio, estructurado y planificado por las empresas, comienza en 1851, con Isaac Singer, quien vendía máquinas de coser y para poder vender iba a sus domicilios de sus clientes para demostrar el funcionamiento de la máquina.

En 1930 Carl Rehnborg un sobreviviente de un campo de concentración chino, creo la compañía California Vitamins, la empresa que lo consideran el pionero del Marketing Multinivel, y en 1941 llamo a su empresa Nutrilite que comercializa pastillas de vitaminas, la diferencia de esta empresa era su sistema de venta ya que sus vendedores eran sus mismos consumidores del producto, el cual era más fácil para su venta, es en donde diseño su estrategia de venta, estimulaba a los vendedores a captar más personal para que puedan vender o distribuir su producto, por la que la empresa les daba una bonificación del 2% a cada uno de los socios, sobre las ventas que realizaban los nuevos socios captados por el vendedor.

En los años 1959, Richard Devos y Jay Van Andel, quienes eran descendientes holandeses crearon su empresa industrial y comercial AMWAY. Con esta misma empresa crean el plan de ventas y Marketing Amway, así mismo compran a la empresa *Nutrilite* que anteriormente ellos trabajaban y en esos tiempos estaba en un estado crítico en sus finanzas en su negocio.

Es así al comprar ponen al servicio, para su comercialización de sus productos a sus colaboradores en la distribución que estaba bajo su organización en *Nutriline*, convirtiéndose en pocos años en la empresa que posee más de 200 productos, 700 empleados y más de 100 000 (cien mil) distribuidores o vendedores independientes en los países de Estados Unidos y Canadá.

Así mismo se empezó a llamar Marketing de Venta Multinivel en los años setenta, por la forma que estas personas estaban trabajando, el cual era que el distribuidor debía vender el producto y asimismo animar a otros para que pueda distribuir el producto, en donde apadrinaba al nuevo vendedor por el cual, recibía un porcentaje como comisión por parte de la empresa por las capacitaciones que este realizaba a los nuevos vendedores.

Llegando así a 1973 donde la venta multinivel estaba en su apogeo por Europa, en donde su desarrollo comercial se llevaba de forma desordenada el cual ocasionaba infracciones contra las normas jurídicas, en los diferentes países que se realizaba; es donde en Inglaterra se dictó el “*Office of fair trading pyramid selling schemes act*” (ley de comercio reguladora de los sistemas de venta en pirámide), esta ley estaba diseñado para poder regular y distinguir las empresas multinivel de los piramidales; era pues entonces un fundamento jurídico que establece el marco legal para las compañías de marketing Multinivel

Hoy en día en las diferentes universidades del mundo como: en la Universidad de Illinois de Chicago la de Yale, Harvard y en otras universidades de Europa se dictan clases sobre esta nueva forma de venta.

Definición del Mercadeo Multinivel

Se le reconoce con diferentes nombres esta forma de venta como: Redes de mercadeo, Marketing multinivel, marketing de redes, venta multinivel, entre otras. Para definir el significado más explicativo tomaremos la referencia tomada por Dolores García Sánchez en su tesis Doctoral (2001), del autor Roux – Brioude, quien señala que, “en este tipo de distribución el talento reside en la interacción del cliente y el distribuidor. Donde se consume los productos para luego hacerlos consumidores a otras; por lo tanto, cada persona es un cliente, pero un consumidor puede llegar a ser un empresario construyendo su propia red de ventas.” (p.77).

Rodríguez (2013) afirma que “las empresas multinivel presentan situaciones y retos como cualquier otra empresa o industria. Además, afirma que existen productos muy buenos, pero

no perfectos; como existen compañías extraordinarias, pero, en ocasiones, no proporcionan el servicio que deseáramos”. (p.223)

Así mismo Kiyosaky (2013), explica sobre los redes de mercadeo que “son una forma revolucionaria de negocio; por motivo de que, por primera vez en la historia, ahora era posible para todo el mundo pueda disfrutar de la riqueza que había estado reservada solo para algunos cuantos o para los afortunados”. (p.152 – 153)

Además, King y Robinson (2015), comentan que “la denominación marketing multinivel provenía de las formas de compensación que las comisiones se pagaban por las ventas hechas en múltiples niveles o en aquellas múltiples capas hacia abajo, estructurado verticalmente en organización de ventas”. (p.62)

Entonces podemos afirmar que mercadeo multinivel, es la venta directa persona a persona, quienes se conocen, en donde se omite a varios intervinientes del mercadeo tradicional como la publicidad, vendedores mayoristas, menoristas entre otros, hasta llegar al consumidor final del producto o servicio; porque en esta forma el producto será puesta al consumidor final, quien también recomendara a otros para incorporar a la venta de este producto, el cual se llama padrinazgo recibiendo un bono de un porcentaje sobre los productos que los nuevos vendedores vendan o consuman.

Esta red de vendedores del producto está en forma de una pirámide, en donde existe niveles según que se va formando la red por la que las personas que estén sobre los niveles más altos o superiores recibirán mayor cantidad de comisiones sobre las ventas que realicen los vendedores que están debajo.

Lo que explica Kiyosaky, como un gran multimillonario ve la realidad de estas redes de mercadeo, en los últimos años ha captado personas de diferentes niveles y edades, en sus principios las personas que practicaban este tipo de negocio en su mayoría eran mujeres, hombres jubilados o personas que sufrían alguna discapacidad, de las poblaciones más vulnerables, hoy en día la mayor parte de la población del negocio son; estudiantes universitarios por ser de accesibilidad con los horarios y tiempo.

Además, podemos afirmar que, no todos los productos que se ponen en el mercado son buenos como lo ofrecen los vendedores, así mismo que existen empresas que dicen practicar el mercadeo multinivel y al final resultan estafando a las personas que entran a estas redes de mercadeo más reconocidos como redes piramidales.

Informes sobre el Negocio Multinivel en el Perú

El diario escrito Perú 21, publica el día 01 de 09 del 2017, sobre el crecimiento de los negocios multinivel en los últimos meses en el Perú de la siguiente manera:

“Que en los últimos tres años ingresaron diferentes compañías internacionales que se dedican a la venta multinivel, logrando atraer a una gran cantidad de personas a su red de distribuidores independientes quienes invierten por el método de comercio que dicen ser productivos que estas ofrecen o por los productos que se comercializa, poniendo como requisito para su ingreso invertir para ascender en el negocio multinivel.

Así mismo el diario escrito el Comercio, publicó el día 15 de marzo del 2015 la siguiente nota en su página de su diario.

Donde la SBS había publicado el día 23 de febrero de 2015, un comunicado en donde advertía que, las empresas Engoldex, Ju Ding, Wake Up Now Perú, Unetenet, Libertagia, Zrii, Wings Network y Bisxatone, Prosefi Perú, no están autorizados a captar dinero del público.

En donde la compañía Zrii entregaba productos para una mejor salud para las personas que consumían este producto. De otra parte, Libertagia, ofrecía ganar dinero viendo internet. De esta manera estas dos empresas ingresaban a una modalidad de marketing conocida como multinivel y que es utilizada con gran éxito por muchas empresas.

Reafirma el diario escrito el Comercio, al publicar el día 09 de marzo del 2015 en su columna respecto al negocio multinivel en el Perú.

Que el día 18 de marzo del 2015, la compañía Zrii Perú envía una carta de reclamación a la SBS, por motivo de haberle incluido en una lista de empresas que no cuentan con autorización respectiva para captar dinero del público, es donde, presumiendo que estaría aplicando el esquema piramidal, es donde manifiesta que la compañía se dedica a la venta directa de complementos nutricionales, siendo debidamente autorizado por la DIGESA, para su distribución en el mercado peruano, y además manifiesta que cuenta con el respaldo de DSA una organización mundial que reúne a las principales empresas de venta directa.

En las tres informes antes mencionados en los medios de comunicación escrita de los diarios de nuestro país, podemos apreciar como las instituciones que protegen sus derechos a los consumidores y de la población no pueden sancionar o denunciar; porque, señalan que ellos no pueden actuar más de su ejercicio de funciones, o como lo manifiesta el representante de la empresa Zrii, de que sus productos cuenta con la autorización de la institución supervisora de la salud y que a hunda más el representante al señalar que el SBS no sabe diferenciar el

piramidal con venta directa, evidenciando que en nuestro país falta una institución regulador en esta área de ventas.

Diferenciación entre una empresa que realiza un mercadeo clásico y una empresa que realiza un mercadeo multinivel en el Perú

TABLA 1: De diferenciación entre una empresa de mercadeo clásico y una empresa que mercadeo multinivel, en el Perú.

Empresa de Mercadeo clásico	Empresa de Mercadeo multinivel
Se registra en SUNARP	Se registra en SUNARP
Para sus operaciones, debe sacar su RUC en la SUNAT, donde podrá acogerse a uno de los tres regímenes: RUS, RE Y RG. Para poder pagar sus impuestos.	Para sus operaciones, debe sacar su RUC en la SUNAT, donde podrá acogerse a uno de los tres regímenes: RUS, RE Y RG. Para poder pagar sus impuestos.
Pedir el otorgamiento del certificado de registro sanitario, de los alimentos y bebidas industrializados para el consumo humano, a la DIGESA.	Pedir el otorgamiento del certificado de registro sanitario, de los alimentos y bebidas industrializados para el consumo humano, a la DIGESA.
Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad el cual podrá ser: licencia temporal o licencia definitiva. Para la empresa	Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad el cual podrá ser: licencia temporal o licencia definitiva. Para la empresa
Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad el cual podrá ser: licencia temporal o licencia definitiva. Para el establecimiento donde se comercialice el producto a los comerciantes mayoristas, para la tienda donde el producto será al consumidor final.	No existe ningún establecimiento de comercialización para el público, ni tienda alguna
Gastos mensuales en: publicidad, personal de ventas, administrativos del local de producción y de venta.	. La publicidad se realiza mediante boca a boca o recomendación de los vendedores en red. . el producto se vende al consumidor final por lo tanto no ocasiona gastos administrativos de ventas
Paga a la SUNAT	Paga a la SUNAT

Fuente: Elaboración propia

Referencia de una empresa que realiza el Mercadeo multinivel en Perú

Después de analizar el cuadro comparativo podemos preguntarnos, ¿Por qué, estas empresas tienen ingresos muy importantes y mayores que de las empresas tradicionales? Para dar la respuesta a esta pregunta tomaremos de referencia a una empresa que realiza sus ventas mediante el mercadeo multinivel en nuestro país, por lo tanto, será la empresa Naow Group Perú SAC, esta empresa peruana que inicia el 26 de octubre de 2015, que comercializa desde su su almacén, 9 productos de consumo humano, en los siguientes países: Perú, Ecuador, Chile y Colombia.

Nombrare algunos productos que comercializa: agua alcalina, suplementos nutricionales, energizante y otros. En su primer año después de salir al mercado con sus productos, obtuvo una ganancia de \$ 5 000 000 millones de dólares en 2016, y en 2017 tiene una meta de generar \$ 10 000 000 millones de dólares de ingreso. Es posible que lleguen o pasen esta meta trazada, porque en los últimos meses están incorporando más vendedores a su red de mercadeo o distribuidores independientes.

De la misma manera, es necesario señalar que para formar parte de la red de vendedores de esta empresa o ser un distribuidor independiente, una persona tiene que pagar un monto determinado por la plataforma y consumir el producto por un monto determinado para poder acumular puntos y captar más personas a la red para poder subir de nivel en la red.

Por último, por captar más personas para que puedan vender el producto de esta empresa, esta persona que apadrina obtiene un bono, proveniente de la empresa. Señalan que el bono es por las capacitaciones que da a las personas que apadrina. Este bono es un ingreso extra aparte de sus descuentos sobre el precio del producto que realiza la empresa.

Infracción de la Empresa Naow Group Perú a la ley del Mercadeo Multinivel

Esta empresa comercializa productos para consumo humano autorizado por DIGESA, cumple como empresa dentro del marco normativo que regula estado, cumple con la SUNAT, pero cuando uno analiza los sobres y embaces que contiene sus productos señala que; “el consumo de este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo consume”.

Después de un análisis las respectivas normas que regulan el mercadeo multinivel, en otros países, podemos decir, mediante esta publicación incurriera en una infracción a la norma que regula el mercadeo multinivel y la sanción sería igual que a la empresa Herbalife en el año

2016, donde la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos, lo sanciona con una multa de \$200 millones de dólares que debía pagar, por motivo de que la empresa no estaba capacitando a sus vendedores de la manera más adecuada en la venta de sus productos y en captar más personas para la venta; en donde en el acuerdo de conciliación le ordena a la empresa mencionada capacitar a sus vendedores en la forma de ofrecer el producto y decir la verdad sobre los ingresos que obtendrá cuando forme parte de la red de vendedores.

Esta sanción fue por motivo de que muchas personas no tuvieron ingresos como lo esperaban al ingresar a la venta de los productos de Herbalife, como les habían propuesto sus vendedores de dicha empresa sancionada, más bien perdieron sus bienes inmuebles y muebles; el cual ocasionó que estas personas demandaran y fueran indemnizadas por parte de la empresa Herbalife.

Por lo tanto, la podemos concluir que la empresa Naow Group Peru, incurre en una infracción de la ley multinivel como: de Amway de Estados Unidos, Ley 7/1999 de España, ley 1700 de Colombia, entre otras. Por razón de que la empresa manifiesta estar en el mercadeo multinivel, además aplica el modelo de venta de mercadeo multinivel en la venta de sus productos y no estaría cumpliendo con lo que señalan estas normas reguladoras antes mencionados.

Asimismo, si bien DIGESA, le otorga la licencia para que pueda producir y comercializar los productos, esto no le quita la responsabilidad sobre los efectos que puede acusar este producto, porque la misma Constitución Política señala que las empresas serán responsables sobre los productos que comercializa, esto logo pone para que las personas que consumen no puedan reclamar por desconocimiento de las normas respectivas en nuestro país.

La Venta Piramidal

Para García, (2001) las ventas piramidales son:

Aquellas que tienen por objetivo básicamente en captar más personas a su red piramidal, donde el ingreso que obtengan las personas que ingresaron primero a la red, será a las cuotas de ingreso que paguen los últimos incorporados que se sitúan en la base y además en muchos casos no existe un producto, pero si hubiera estos productos son de mala calidad. (p.93)

Por su parte Gage (2009), manifiesta que; “en cualquier negocio o venta donde la gente simplemente compra para tener derecho a un cheque está será considerado como una pirámide, tipificado ilegal en la mayoría de los países alrededor de los países”. (p.42)

Además, Gage (2010), comenta que; “los reguladores en el gobierno primero tenían que llegar a entender la distinción entre mercadeo y los esquemas ponzi y pirámides ilegales. Para no perseguir injustamente a las empresas”. (p.79 y 80)

El diario escrito el Gestión, publico el día 13 de septiembre del 2017 sobre el esquema piramidal en nuestro país de la siguiente manera:

La SBS, advierte que el esquema de estafa piramidal Pay Diamond se estaba multiplicando en nuestro país, de tal manera que informaban que ya habían denunciado penalmente, habiendo identificado a las personas que estaban promoviendo este esquema. Tomando en cuenta que también en Bolivia de la misma manera ya habido denuncias penales y clausuras de locales de estas empresas piramidales.

Así mismo, el jefe del Departamento de Asuntos Contenciosos de la SBS; detallo que a través de su página web ofrece aparentemente la compra de diamantes bajo diversos paquetes de inversión el cual dependía del valor del diamante (Guardia, 2017).

De la misma manera en el medio radial RPP NOTICIAS, el día 13 de septiembre del 2017, en su programa noticioso. Informaba, sobre estafa piramidal por la compra de diamantes:

Según la (SBS), informo que ha denunciado penalmente al esquema de estafa piramidal Pay Diamond; señalan que este esquema tenía su origen en Brasil, pero ya estaba operando en Bolivia, Chile, Argentina y Perú, detalla que ofrecían cuantiosas ganancias mediante la compra de diamantes, que van desde los 400 Dólares Americanos hasta los 18,000 Dólares Americanos, asegurando la rentabilidad de 5% a la semana respecto al monto que invertía, así mismo si lograban convencer a un amigo o familiares de invertir su dinero comprando diamantes le ofrecían un incentivo tipo bono de \$1.50 Dólares Americanos, por cada tres personas que contactaban. (RPP NOTICIAS, 2017)

Además, el diario escrito PERU 21, informaba el día 14 de septiembre del 2017, de la siguiente manera:

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), alerta a los ciudadanos sobre la presencia de empresas o esquemas de negocios piramidales, que están captando dinero del público sin contar con su autorización respectiva de esta entidad que se encarga de ver por estas infracciones. Manifiesta que se trata de siete empresas en la informalidad financiera que fueron reconocidos y son: Pay Diamond, Bitshare, Bit Global Bank / Bit Global Cash, One Coin, Coin Space, MMM Global / MMM Perú y Seven Opportunity; quienes tenían diferentes modalidades de estafar ofreciendo productos que ni podían apreciar los que invertían su dinero para formar el esquema. (Hernández, 2017)

Randy Gage, hace esta referencia cuando en los Estados Unidos a un no estaban regulados el mercadeo multinivel, donde las autoridades confundían con los ponzi y los multiniveles. Que hoy en día pasa en nuestro país por falta de regulación, por parte del estado peruano como en el resto de los países donde, no están regulados estas formas de negocio, los que sufren las consecuencias de la infracción, son las partes intervinientes en comercio como: las empresas, los consumidores y las personas que forman parte de esta red de mercadeo (vendedores).

Debemos preguntarnos entonces que: ¿existen en el Perú, empresas piramidales? y nuestra respuesta desde el análisis realizado será que si existen; pero estas empresas son muy difíciles de poder diferenciar de las empresas que realizan la venta mediante el mercadeo multinivel. Por las autoridades administrativas que resguardan o protegen sus derechos de la población, quienes no pueden diferenciar entre estas dos modalidades de venta de parte de las empresas, por falta de una norma que pueda regular y una capacitación respectiva.

La diferencia entre Pirámidal y Multinivel

TABLA 2: Diferencia entre Pirámide y Multinivel

Piramidal	Multinivel
La mimbrecilla o cuota de ingreso a la red es alto.	La mimbrecilla o cuota de ingreso a la red es baja.
No hay un producto o servicio, cuando hay es de mala calidad o que no se puede vender en el mercado.	Hay un producto o servicio, que se puede comercializar en el mercado.
La finalidad es captar más personas para la red.	La finalidad es la venta del producto o servicio.
Los ingresos serán de acuerdo a la cantidad de personas captadas para la red.	Los ingresos serán de acuerdo a las ventas o a la cantidad de facturación que realicen al cliente.
Las ganancias no son declaradas por lo tanto no pagan impuesto.	Las ganancias son declaradas para poder pagar el impuesto de acuerdo a la facturación realizada.

Un vendedor de menor nivel nunca podrá tener mayor ingreso que le vendedor que está por encima de él, en el nivel de posición.	Un vendedor de menor nivel puede tener más ingresos que el vendedor que está por encima de él, en el nivel de posición.
El negocio es a corto plazo.	El negocio es de largo plazo.
Es reconocido ilegal.	Es reconocido legal.

Fuente: Elaboración propia

Después de analizar el cuadro de diferencias, podemos decir la diferencia está en la finalidad de las partes. Su finalidad del piramidal; es reclutar más personas a la red para que estas personas inviertan su dinero, con el cual tendrá un ingreso económico la empresa, para poder cubrir los montos ofrecidos a las personas que se encuentran en el nivel más alto, además son negocios de corto plazo, por motivo de que cuando exista menos personas que inviertan su dinero en esta red no tendrán ingresos que prometieron al momento de captar o reclutar, ocasionando el desmoronamiento de la pirámide.

De otro lado los multiniveles tienen la finalidad de vender un producto o servicio, el cual ocasionará un ingreso constante, además si las ventas crecen estas personas seguirán aumentando sus ingresos. También son considerados como negocios duraderos; por motivo de que, si estas empresas capacitan a su personal de ventas, de cómo vender al consumidor los productos y servicios que se comercializan en el mercado, estas empresas podrán obtener más ingreso y ofrecer más cantidad y calidad de productos como también podrán conseguir más inversionistas mediante la recomendación de sus consumidores.

Jurisprudencia

1.- Según la resolución de 8 de mayo de 1979 del Expediente 9023, queja presentada el 25 de marzo de 1975, por la Comisión Federar del Comercio, argumentando que el demandado Amway Corporation, violó las disposiciones de la sección 5 de la ley de Comisión Federar de Comercio, es así señalan que el Corporativo habían formulado un sistema de distribución que fueron publicados en varios manuales, boletines, panfletos, entre otras.

Su finalidad de esta publicación era de llevar a cabo las políticas del sistema de distribución, además firmaron acuerdos, contratos o acuerdos comunes con sus distribuidores y concesionarios; aplicando el método de sistema de distribución antes mencionado, el cual

obstaculiza, frustra, restringe, suprime y elimina la competencia en la oferta de venta, distribución de sus diversos productos, de esta manera la corporación controla, y hacia cumplir y llevan a cabo las diversas reglas, regulaciones y políticas, incluidas las supuestas en lo sucesivo como métodos desleales de competencia y actos o prácticas desleales o engañosos.

Fueron tomados en la queja 26 puntos de referencia sobre que argumentaban sobre la violación de la ley FTC. Llegando al final en la queja a las siguientes conclusiones sobre este caso:

- 1.- Que la empresa Amway no era una empresa piramidal ilegal; porque el objetivo de la empresa era la venta de sus productos.
- 2.- Dejar de establecer o mantener o intentar fijar el precio al que un vendedor vende u ofrece la venta de cualquier producto al por mayor o menor
- 3.- Desistir en cualquier contrato, acuerdo con cualquier distribuidor el precio al que se venda u ofrezca para la venta
- 4.- Exigir que un distribuidor que termine su relación con Amway venda sus productos restantes a Amway o a otro distribuidor.

Solo se señala alguno de los puntos que dio en su resolución el Juez en la Sala, además ordenando a la Corporación Amway publicar la resolución en todo lugar que este participando la empresa en el comercio de sus productos. (Comisión Federal de Comercio, 1979)

2.- El acuerdo de conciliación que fue comunicado el día 15 de julio del 2016 a horas 10:00 a.m. en Washington, DC, donde comunica el acuerdo conciliación llegado entre Herbalife y la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos después de dos años de investigación a la compañía de parte de la FTC, los acuerdos llegados son los siguientes puntos, pero solo se aplicaran dentro de las ventas realizadas dentro de los Estados Unidos, comprendiendo aproximadamente el 20% de las ventas netas totales de la empresa:

- 1.- Obliga a la empresa para que pueda categorizar a sus asociados de la siguiente manera: a) Asociados Independientes; estarán conformados por las personas que se unen para obtener en los productos y b) Distribuidores Independientes; estarán conformados por las personas que están interesados en desarrollar la actividad de un negocio propio.
- 2.- se les obliga a los Distribuidores Independientes, a que deberán presentar sus recibos por las transacciones que realicen, la paga que recibirán será de acuerdo a las ventas al público, y sus

compensaciones estarán de acuerdo a la compra que realice para su consumo personal dentro de los límites permitidos.

3.- la empresa es obligado a capacitar a las asociaciones independientes durante un año antes de que abran un Club de Nutrición o club de Bienestar.

4.- La empresa es obligado a dar más tiempo para que puedan devolver a aquellos productos que fueron entregados como membrecía al distribuidor independiente en su paquete inicial.

5.- la empresa es obligado a pagar los gastos que ocasione aquellos productos que fueron devueltos por los distribuidores independientes.

6.- La empresa Herbalife del acuerdo de conciliación acepta pagar \$ 200 millones a la FTC.

Estos puntos señalados en el acuerdo se realizan cuando la Comisión Federal de Comercio, lo demanda a la empresa Herbalife señalando que la estructura de compensación de la compañía de comercialización multiniveles era desleal porque el pago de compensación de parte de la empresa. Asia a los distribuidores se basaba en base al reclutamiento de otras personas para que se inscriban y compren productos.

Además, señala en la demanda que; la mitad de los líderes de ventas recibían \$ 300 como recompensa de pagos en 2014, y de acuerdo a la encuesta realizado por la misma empresa los propietarios de los Nutrition Clubs gastaron un promedio de \$ 8, 500 mil dólares para la apertura de un club y el 57% de los propietarios clubes reporto que no obtuvo ninguna ganancia o perdió dinero. (Comisión Federal de Comercio, 2016)

3.- La Comisión Federal de Comercio, el 13 de mayo del 2014, publica la resolución federal, mediante el cual informa la, inhiere a los operadores de un esquema piramidal donde les prohíbe participar en la comercialización multinivel los términos llegados fueron de la siguiente manera:

1.- prohibir operar en la comercialización multinivel.

2.- exige a los operadores la entrega de activos que totalicen un mínimo de \$7.75 millones de dólares que serán devueltos a los consumidores afectados.

3.- Impone una sentencia monetaria de más de \$ 169 millones de dólares que quedara parcialmente suspendida cuando los demandados entreguen determinados activos por un valor estimado en al menos \$7.75 millones de dólares, incluye también los activos de la herencia del demandado fallecido Paul C. Orberson.

Los hechos comienzan cuando en enero del 2013, la Comisión Federar de Comercio y los estados de Illinois, Kentucky y Carolina del Norte, presentan una demanda contra los

demandados de Fortune Hi-Tech Marketing (FHTM) por motivo de engañar a los consumidores donde era si se inscribían como representantes de FHTM podían obtener ingresos considerables vendiendo varios productos y servicios, que en los últimos años fueron afectados más de 350,000 consumidores de los Estados Unidos, Puerto Rico y Canadá.

Es donde la corte ordenó el cese de las prácticas engañosas de los demandados, congelando sus activos y designo un administrador a cargo de la empresa a la espera de juicio. Después el administrador designado al realizar su investigación determinó que el principal negocio era reclutar nuevos miembros mas no la venta de productos como afirmaban los demandados, también confirmo que; por lo menos el 88 % ni siquiera recuperaron el costo de su inscripción, más de 98 % perdió dinero del que gano y por último después de su primer año al menos el 94 % de los consumidores no renovó sus membresías. (Comisión Federal de Comercio, 1979)

De las tres Jurisprudencias citadas, la más importante es la del año 1979 la resolución contra Amway, donde la Comisión Federal de Comercio, reconoce el reglamento interno que tenía esta corporación al mencionar que esta modalidad de mercadeo no era piramidal, ya que el objetivo era la venta de un producto o servicio que realizaba, es también donde define que la forma estructurada de la red comercialización de sus vendedores, era venta directa.

De otro lado, después de haber suspendido durante cuatro años a la empresa de reclutar más personas a su red de venta y ver que esta había seguido ganando más ingreso económico en sus ventas, reconocen por primera vez como mercadeo en red o marketin multinivel, el cual sirve de base para controlar el comercio en el marco normativo de Estados Unidos, diferenciando de la venta piramidal que era ilegal. Es así donde comienza la regulación del mercadeo multinivel en todos los países donde se regula este tipo de comercialización tomando de base esta jurisprudencia de 1979.

De la conciliación que realiza la empresa Herbalife y Comisión Federal de Comercio podemos resaltar el punto donde la FTC manda a realizar lo señalado en la conciliación, solo en dentro del estado de Estados Unidos mas no en donde esta empresa realiza la venta de sus productos, por lo tanto en nuestro país estas empresas que practican este tipo de mercadeo no cumplen con capacitar a sus vendedores y su finalidad de la mayoría es captar más personas a su red de ventas lucrando con la mimbrecilla que pagan las personas que se incorporan a la empresa.

Aspectos Legales del Mercadeo Multinivel

Marco normativo del Perú

Libertad de Trabajo y de Empresa

En el artículo 59° de la constitución política del Perú de 1993, establece que: “El estado estimula o apoya la creación de riqueza, el cual puede ser creando empresas y garantiza la libertad de trabajo que pueda realizar cualquier persona o empresa y la libertad de empresa el cual permite que cualquiera puede crear una empresa, comercio e industria cualquier tipo de producto. Pero pone una restricción a todo ello del ejercicio de estas libertades, al señalar que estas no deben ser lesivo a la moral ni a la salud, ni a la seguridad pública”.

Nuestra Constitución Política del Perú, según el artículo 59°, nos pone en conocimiento que todos estamos libres de crear una empresa, como también de trabajar libremente de cualquier manera o forma; pero teniendo en cuenta que todo ello debe estar dentro de los límites de la ley, el cual impone el estado para no vulnerar algún derecho de los demás ciudadanos.

Partiendo desde este artículo 59° de nuestra constitución como base de sustento, podemos afirmar que las empresas que venden sus productos con el mercadeo multinivel, estarían dentro de los límites permitidos de la norma constitucional. Pero no existe una norma que precise o que reconozca a que forma de negocio o venta se le reconoce como mercadeo multinivel y que productos y servicios pueden comercializar por medio del mercadeo multinivel, como también las sanciones respectivas por alguna infracción de lo permitido por la ley y por último que institución es la que regula y sanciona.

Cabe señalar por no tener un control regulador por parte del estado Peruano, en los últimos años y meses llegaron empresas transnacionales, se formaron empresas nacionales que practican esta modalidad de venta en sus productos, produciéndose un desorden comercial en donde las consecuencias vienen siendo delitos penales como: la estafa y contra la salud pública; poniendo en contradicciones entre las instituciones supervisoras en la administración pública de nuestro país, al no poder definir que institución es la que debería sancionar y por qué delito.

El tributo

Según la manifestación de Bravo (2010), “son las prestaciones que exige el estado, en su ejercicio de su poder imperio, que deberán ser efectuados en dinero a favor del estado; con el objetivo de obtener recursos económicos para que pueda cumplir con sus fines” (p. 66).

Por lo tanto, podemos definir que todo el país impone a todas las personas que tienen un ingreso económico, un porcentaje de sus ingresos a favor del tesoro público, para poder ejecutar obras, y pagar a los empleados y servidores del estado.

El Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas

Así mismo la Ley del I.G.V. según el artículo 9° inciso 1 a), sobre los sujetos quienes están sujetos a pagar el impuesto por las ventas realizadas de la siguiente manera:

Serán sujetos de impuestos las personas jurídicas, las personas naturales las sociedades conyugales [...], que desarrollen actividad empresarial, por esta serán considerados contribuyentes:

- a) Los sujetos (naturales y jurídicas) que realicen ventas en el territorio peruano de aquellos bienes afectos por el IGV, en cualquiera de las etapas del ciclo del de producción y distribución.

Los vendedores en la red del mercadeo multinivel están efectos a este artículo, porque las empresas que comercializan sus productor por este medio les exige que para poder afiliarse deben tramitar su RUC en la SUNAT, en el régimen General en la tercera categoría, esto se debe para que los vendedores puedan girar facturas a la empresa, por las compras realizadas de los productos y los cobros que realizan a la empresa sobre el apadrinamiento, por lo tanto están obligados a declarar cada mes sus balances.

El Código Penal del Perú sobre Estafa

En el artículo 196°, sanciona a las personas que cometan delitos contra el patrimonio en la modalidad de estafa al señalar que:

El que, mediante un engaño, astucia, ardid u otra forma fraudulenta, induce o mantiene en un error, para obtener para sí o para otro un provecho ilícito en perjuicio de tercero, será reprimido con pena privativa de libertad no menor de uno ni mayor de seis años.

Si bien este artículo 196° del CP, señala cuando es estafa y cuál es el castigo cuando cometa este delito, no así precisa sobre el negocio multinivel. El ministerio público cuando tiene pruebas contundentes contra una persona que usa esta modalidad de venta para estafar,

tendrá que formular su acusación ante el juez por medio de este artículo, poniendo como prueba el engaño que realiza el estafador para que pueda aprovecharse de su patrimonio de la víctima, mas no pude acusar por la mala práctica del mercadeo multinivel o infracción del reglamento del mercadeo multinivel.

Cabe señalar que las empresas cuando presentan ante el juez manifiestan, estar actuando dentro de lo permitido de las normas internacionales que regulan las ventas del mercadeo multinivel, como también presentan pruebas donde están autorizados por las instituciones respectivas de nuestro país como en el registro público como empresas, ante la SUNAT donde cumple con sus pagos exigidos, ante Digesa quien otorga el registro sanitario para sus producto que comercializan, por esta razón estas empresas como las personas que forman parte de este negocio salen absueltos de la acusación penal.

Con el artículo 196 del código Penal peruano, son pocas veces que llegan a ser castigados estas personas que forman el mercadeo multinivel ilícito llamado piramidal, el cual solo alcanza a unas cuantas personas de la red, que a veces son redes demasiado grandes.

Las personas que estas empresas tienen en cuenta para realizar la red comercial, son los asentamientos humanos como: el Distrito de Pachacamac, entre otras poblaciones, donde la población está en crecimiento por personas de recursos económicos muy bajas pero con una visión de emprendimiento, el cual se les hace más fácil de captar por los redes de mercadeo ilícitos, por estas ofrecen un ingreso económico alto y próspero a cambio de una inversión bajo para su ingreso a la red, estando dentro les obliga a consumir y vender cierta cantidad de sus productos el cual no se puede comercializar en el mercado por la competencia que existe, como también a captar más vendedores, siendo al final víctimas de estafa.

Estas personas al final no llegan a denunciar por falta de conocimiento o económico para afrontar contra las empresas, teniendo en cuenta que estas empresas cuentan con un recurso económico muy alto. Por esta misma razón en otros países como Estados Unidos, España y otros paises europeos, como también de Sudamérica Colombia ya tienen normas e instituciones que regulan a las empresas del mercadeo multinivel y castigan a las empresas que practican el mercadeo piramidal, donde en los últimos años se redujeron los delitos que arrastra el comercio multinivel; teniendo en cuenta que muchas personas sean víctimas de parte de los estafados o comercialicen productos que van en contra de la salud de su población.

Cámara Peruana de Venta Directa – CAPEVEDI

Es una representación gremial, de la Asociación de compañías de la Venta Directa o redes de mercadeo, tienen como objetivo la defensa de los intereses del gremio, servir de medio de expresión, promover actividades de ayuda mutua y superación, ponen parámetros y objetivos comunes entre las compañías, intercambiando opiniones e informaciones de su interés.

El código de ética de CAPEVEDI

Este código de ética tiene como objetivo, regular las conductas éticas entre las compañías que se encuentran en el gremio y para las nuevas compañías que sean admitidas como miembros en la Asociación. Por lo tanto, es una norma que regula la relación entre las compañías y sus revendedores para la protección de los consumidores, promoviendo mediante la difusión de oportunidades de ganancia que la venta directa ofrece.

Entre estas éticas se puede nombrar algunas de ellas:

- a) Ninguna de las compañías miembros del CAPEVEDI, tratan de atraer a un distribuidor independiente deslealmente de otra compañía.
- b) Las compañías no deberán difamar, los planes comerciales, el producto o de cualquier otro rubro de otra compañía.
- c) Los miembros de la cámara Peruana de Venta Directa, deberán comportarse con ética y lealtad hacia los de miembros de la asociación.

Derecho comparado Sobre el mercadeo multinivel

En el artículo 17° La Declaración Universal de los Derechos Humanos, señala dos puntos muy importantes sobre el derecho del individuo de la siguiente manera:

- 1.- Que toda persona tiene el derecho a tener una propiedad, el cual debe ser individual y colectiva.
- 2.- Que ninguna persona puede ser privada de su propiedad de forma arbitraria.

Así mismo en el artículo 29° inciso (2), precisa sobre los deberes frente a la comunidad por parte del individuo al señalar que:

Todo individuo esta solamente sujeto a las limitaciones que establece una norma, cuando ejerza sus derechos y cuando disfrute de sus libertades, estas limitaciones establecidas por la norma

aseguran el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, para poder satisfacer las exigencias de la moral, para el orden público y para el bienestar general en una sociedad democrática.

Este artículo 29°, nos reafirma lo manifestado en el artículo 59° de nuestra constitución de 1993, al señalar que toda persona tiene deberes cuando ejerce sus libertades, En donde el sujeto tiene limitaciones que pone la normatividad de cada país.

Cuando una persona va en contra de lo señalado el estado lo castigara para hacer cumplir, las reglas. En nuestro país, estos límites están siendo vulnerados por parte de las empresas que comercializan mediante el mercadeo multinivel, en donde se infringe la ley cometiendo los delitos de estafa y delitos contra la vida, cuerpo y la salud, porque hay muchas personas que, son estafados por empresas que señalan practicar el mercadeo en red, como también al comercializar los productos que pueden hacer daño al consumidor, no existe en nuestro país una institución que pueda tener facultades de dar permiso y de sancionar a las empresas que estén dentro del mercadeo multinivel, más a un no existiendo una ley que regule como en otros países del mundo que pasaremos a nombrar para su mejor conocimiento.

Maco Normativo que regula el mercadeo multinivel en Estados Unidos

La norma que tienen de base para poder regular el mercadeo multinivel en los Estados Unidos, es Amway desde el año 1979, como anteriormente señalamos en nuestra investigación, la Corporación Amway es la empresa que comienza comercializar sus productos mediante el mercadeo multinivel de manera muy estructurado y eficiente; por lo tanto cuentan con un reglamento interno que sirve de base para solucionar algún problema que se presente con alguno de sus distribuidores con la empresa, entre distribuidores, o con la sociedad con sus distribuidores.

Cuando se resuelve su caso en el año 1979 en la última instancia la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos, reconoce la forma y su reglamento interno que tenía esta empresa, reconociendo la forma de comercio practicado como mercadeo multinivel y no como piramidal, el cual era ilegal, desde entonces cuando existe un problema con alguna empresa que practica este tipo de comercialización se toma en cuenta el reglamento interno de Amway.

De la misma manera los países que tienen una norma regulativa del mercadeo multinivel tomaron de base, para realizar su marco normativo de este reglamento interno de la

Corporación de Amway, como podemos apreciar la definición, los deberes y derechos de la empresa y de los empleadores.

Los principios éticos de la presentación de la oportunidad Amway: la empresa creó esta norma de conducta para poder tener una línea de presentación ante la sociedad por parte de los distribuidores Amway y así, evitar que sus distribuidores se presentaran ante sus posibles compradores sobre la posibilidad fácil y generalizada de alcanzar el éxito con este negocio. Donde con este manual de distribución el distribuidor debe cumplir con explicar según esta. Nombraremos alguno de estos principios mínimos que contiene el folleto o manual de “la oportunidad Amway”:

Tomado de la tesis doctoral de (García, p.501)

1. El distribuidor no debe ocultar ningún dato del producto que se comercializa.
2. El distribuidor debe destacar al público que el éxito del negocio en la cantidad de ventas de los productos como del auspiciamiento de los nuevos distribuidores, además no debe presentar que el negocio consta de autoconsumo o decir que la obtención de los beneficios es por el auspiciamiento de nuevos distribuidores.
3. El distribuidor no puede modificar el precio de fijo del equipo.
4. el distribuidor independiente no está obligado a comprar un determinado material si no es opcional.
5. La empresa Amway no es un sistema que un distribuidor pueda enriquecerse de forma rápida, sino depende del esfuerzo que este ponga en vender y capacitarse.
6. El distribuidor Será quien se ponga sus propios objetivos y metas para el cual deberá esforzarse y dedicarse más en este negocio, sin obligación de alguien.

Siguiendo este análisis señalaremos dos puntos que contiene este reglamento Amway, que al momento de ingresar a formar parte de la red de distribuidores de Amway tendrá que tener en cuenta la persona para luego no tener problema alguno, y están señaladas de la siguiente manera en el código de Ética, para los distribuidores independientes de Amway:

Tomado de la tesis doctoral de (García, p.501)

1. el distribuidor se compromete, cuando realice sus ventas en su negocio de Amway, tratar a las personas, siempre de la manera como a su persona le justaría que le traten.
2. Se compromete a respetar las reglas del código de la ética, como también seguir las reglas de la conducta como se encuentran tipificados y respetar las publicaciones que realice la empresa Amway, atendiendo al espíritu de las reglas.

3. Se compromete en presentar los productos de manera cómo están producidos y manifestar como es forma de trabajo en el negocio que brinda Amway a los posibles distribuidores que quieran formar la red. Dar toda la información de la empresa no solo de lo que está en las reglas o publicaciones oficiales.
4. Se compromete a presentar sus reglamos o tramitaciones de manera oportuna y con cotensia para el cual deberá seguir los procedimientos establecidos, para su cambios o devoluciones de los productos.
5. Se compromete a respetar el plan de ventas y marketing de Amway, cuando realice sus ventas al público, para ello utilizara las publicaciones que sean autorizadas por Amway.

Así mismo en el reglamento de conducta de los distribuidores Amway, están sus derechos, obligaciones y responsabilidades de un distribuidor afiliado a la red de distribuidores de Amway, la finalidad es promover armonía entre los distribuidores y resguardar los beneficios que existen para todos los distribuidores independientes de acuerdo a su plan de ventas y de marketing de la Corporación Amway, pasaremos a resaltar algunas de estas:

Tomado de la tesis doctoral de (García, p.501 - 502)

1. Distribuidor; es la persona recién llegado a la red de distribución de la empresa Amway, quien será apadrinado por la persona que lo lleva a formar parte de la red de distribuidores de los productos.
2. Auspiciador; es un distribuidor independiente que apadrina a un nuevo distribuidor para la venta de los productos de Amway.
3. Distribuidor directo; es el vendedor que está autorizado por la empresa Amway para poder distribuir directamente de acuerdo a plan de ventas y marketing de Amway.
5. La línea de auspiciamiento, está conformado por los auspiciadores de manera piramidal donde debe terminar en la cabeza que esta el Amway.
9. Auspiciador adoptivo; es aquella persona que se encarga de capacitar y motivar a un distribuidor internacionalmente auspiciado.
10. Arappel (bono); es la compensación que realiza la empresa mensualmente a los distribuidores directos según la cantidad de productos comprados en su red de distribuidores.

Marco Normativo Colombiano que regula el mercadeo multinivel

Fue aprobado el 27 de diciembre del 2013, la Ley N° 1700, para poder regular el mercadeo multinivel en el estado colombiano.

El artículo 2° la Ley N° 1700, se considera como mercadeo multinivel: a aquellas empresas que realicen toda aquella actividad de comercio que este organizada, o promocióne o venda cumpliendo los siguientes elementos:

1. Que los distribuidores individuales realicen la búsqueda de auspicio en forma masiva de personas naturales, además estas puedan a la vez auspicar a otras personas con el objetivo de vender bienes o servicios.
2. El pago, o la obtención de comisiones o recompensas u otros beneficios de cualquier índole, sea por la venta de productos o servicios y no por el auspicio de otras personas.
3. La coordinación, sea dentro de la misma red de distribuidores que se encuentren en la pirámide de la red de las personas auspiadas para la actividad del comercio de la venta del mercadeo multinivel.

De la misma manera, en los subsiguientes artículos de esta ley, señala como deben estar los vínculos contractuales entre las empresas multinivelistas y las personas que forman la red de negocio, sobre qué clase de producto o servicios pueden realizar en sus negocios como también señala claramente el porcentaje de las compensaciones, el cual no deberá pasar el 50% de alcance o cubrimiento.

Como también en su artículo 8° de la Ley N° 1700, señala los productos que no se deben comercializar por este medio de mercadeo multinivel.

1. No se pueden realizar servicios o productos cuya prestación constituya la actividad principal a la vigilancia de la Superintendencia Financiera, igual que las instituciones que se encuentran vigiladas por esta entidad financiera.
2. No se pueden comercializar productos altamente perecederos, u aquellas que necesiten de cuidados especiales para su conservación para no perjudicar la salud pública.
3. No se podrá comercializar productos o servicios que requiera para su uso, aplicación o consumo, una recomendación de un profesional de la salud

De este artículo, podemos obtener una clara información sobre que prohibiciones o restricciones pone a las empresas que realizan el comercio en el país de Colombia, poniendo al resguardo el patrimonio y la salud de la población. Mas a un en el siguiente artículo nombran a una institución especialmente para vigilar y sancionar a las empresas y a los vendedores que van en contra de esta ley.

Así mismo en el artículo 9° la Ley N° 1700, señala sobre qué entidad será el que se encargue de dar licencia o autorización y además de sancionar a las empresas del mercadeo multinivel.

La entidad encargada de supervisar la actividad y de sancionar a las empresas del mercadeo multinivel será responsable la Superintendencia de Sociedades, sin interferir en las funciones correspondientes de otras entidades del Estado en hacer cumplir siestas infraccionan otras normas del estado.

Marco normativo que regula el mercadeo multinivel en España

Ley 7/1996, en el artículo 22°, del Ordenación del comercio minorista de España, establece que:

1. La venta multinivel, el fabricante o la compañía distribuye sus productos mediante la red de distribuidores al consumidor final, es una forma especial de comercio, estas redes deben estar coordinados dentro de una misma red de comercial o deben pertenecer a una misma red de distribuidores de una compañía, y los beneficios económicos que obtengan éstos distribuidores serán de acuerdo al precio de la venta al público, del total de facturación de la red y según la cantidad de personas que se encuentren en su red de distribución.
2. Entre la compañía (el fabricante) y el distribuidor independiente (mayorista) y el consumidor final solo será admisible la existencia de un distribuidor.

Así mismo el artículo 23° de la Ley 7/1996, precisa sobre que modalidad de venta se le reconocerá como ventas piramidales, poniendo un adecuado énfasis para que las autoridades supervisoras tengan más claro de diferenciar las ventas ilícitas y lícitas en el medio del negocio multinivel el cual acota de esta manera:

1. Se prohíbe la venta en cadena o piramidal y cualquier otra venta análoga, es donde nadie puede ofrecer productos o servicios a un precio inferior a su valor que se encuentra en el mercado, por captar más personas para su red de distribución.
2. Se prohíbe la obtención de bonos o adhesiones a consecuencia de la inscripción, por la inscripción de más personas en la red con la esperanza de obtener un beneficio económico sobre el aumento de la red en forma geométrica.
3. Serán nulas de derecho, los contratos realizados por las partes que se encuentren contrarios a lo que está previsto por este artículo.

De lo señalado de los artículos podemos concluir que el estado español con esta ley promueve el respeto mutuo de las partes que intervienen en la actividad del mercadeo, como también fija de participación en los beneficios que debe obtener el distribuidor de parte de la empresa.

Podemos concluir entonces que las dos normas regulan como de Colombia y de España, son específicas al señalar como están regulados los mercadeos multinivel para el buen recaudo

económico para el estado, como también para la mejor manera de sancionar y proteger a su población.

Federación de Asociaciones Nacionales de Venta Directa o World Federation of Selling Associations – WFDSA (1978)

Es Organización no gubernamental, que representa a nivel mundial la industria de venta directa, tiene por objetivo perseguir el más alto nivel de conducta ética en el mercado global, desarrollando una relación con los gobiernos, líderes, medios académicos otros grupos de suma importancia para a asociación, para poder difundir el sistema de venta directa para su mejor conocimiento de la población. Asimismo, defiende los intereses y posiciones de las empresas industriales de venta directa ante los gobiernos, medios de comunicación y otras asociaciones constituidas en los estados.

Realiza investigaciones para que puedan mejorar en sus productos las asociaciones, para una buena reputación de sus productos a largo plazo.

Configuración de estafa en el sistema de mercadeo multinivel

Peña Cabrera (1993), define el delito de Estafa como, “la conducta engañosa, con ánimo de lucro, propio o ajeno que, determinando un error en una o varias personas, le induce a realizar un acto de disposición consecuencia del cual es un perjuicio en su patrimonio o de tercero” (p.181).

De otra parte, Salinas Siccha (2015), define de la siguiente manera sobre la configuración de la comisión del delito contra el Patrimonio – Estafa:

Para que se configure el delito de estafa requiere la secuencia sucesiva de los componentes o elementos particulares en la conducta desarrollada por el agente, a) el uso del engaño por parte del agente; b) se exige que el engaño haya conducido o servido para mantener en error a la víctima; c) a causa del error, la víctima voluntariamente y en su perjuicio se desprenda del total o parte de su patrimonio; d) a causa de la entrega del patrimonio el agente obtenga un beneficio en su persona o de un tercero. (p.266)

Siguiendo la misma línea de definición sobre el delito de Estafa por Peña Cabrera, y de Salinas Siccha, que definí sobre la configuración de delito de estafa, se podrá demostrar que si existe la comisión de delito de estafa por parte de las empresas y de los distribuidores independientes que comercializan los productos mediante el mercadeo multinivel. Además,

se podrá demostrar que cumplen con los cuatro elementos o componentes que requiere para la configuración del delito de Estafa.

a) Engaño, astucia, ardid u otra forma Fraudulenta

Salinas Siccha (2015), define de la siguiente manera a cada conducta, del primer elemento de estafa:

Qué; a) el engaño, designa la acción o efecto de hacer creer a alguien, con palabras o empleando otro modo algo que no es verdad; b) la astucia, es la simulación de una conducta, situación o cosa, fingiendo o imitando lo que no es, lo que no existe o lo que se tiene con el objeto de hacer caer en error a otra persona; c) el ardid, el medio o mecanismo empleado hábil y mañosamente para lograr que una persona caiga en error. (p.270)

De otra parte, Roy Freyre (1983), manifiesta que; “no es necesario precisar las diferencias de matices o alcances entre los conceptos de astucia, artificio, ardid, truco, embuste, engaño, etc., puesto que la técnica legislativa seguida por el codificador peruano permite equiparlos en su idoneidad fraudulenta, careciendo de real trascendencia practica el problema teórico referente a la dilucidación de sus límites”. (p.157)

Por lo tanto, en esta parte siguiendo a las dos autoras mencionadas líneas arriba mencionadas, se puede decir que cualquiera de las conductas fraudulentas utilizadas debe tener el objetivo o fin de sacar provecho, presente una realidad distinta a la real, donde el mismo agraviado por voluntad propia entregue una parte o todo su patrimonio al agente.

En esta parte, la conducta de los distribuidores independientes comienza con ganarse la amistad del sujeto pasivo (agraviado), le comentan como puede aumentar sus ganancias sin dejar su medio laboral donde trabaja o trabajando solo en sus horas libres. Y de la misma manera analizan que una persona presente algunas dolencias o algún malestar en su salud, es donde le ofrecen o invitan el producto que venden manifestando que es bueno para ese malestar o enfermedades.

b) Inducción a error o mantener en el

Según Roy Freyre (1983), manifiesta que; “tenemos un error inducido cuando el sujeto activo (estafador), lo promueve voluntariamente, haciendo surgir la falsa representación en la mente del sujeto pasivo (agraviado), y error mantenido cuando la falsa representación ya

preexiste en la mente de la víctima, situación que es aprovechado por el sujeto activo (estafador) para fortalecer o impedir que sea superado”. (p.190)

Asimismo, Salinas Siccha (2015), manifiesta sobre la inducción da error al sujeto pasivo (agraviado) de la siguiente manera:

Que, “el error es la falsa representación de la realidad concreta. Una falsa apreciación de los hechos. Una presentación que no corresponde a la realidad de las cosas. Una desviación de la verdad. Un juicio falso de las cosas o un falso conocimiento de la realidad. [...], la falsa presentación de una realidad concreta por parte del sujeto pasivo (agraviado) debe haber sido consecuencia inmediata del acto fraudulento exteriorizado por el sujeto activo (estafador).

Entonces se entiende por el engaño que realiza el sujeto activo, el sujeto pasivo es inducido a la imaginación de la cosa interiorizada falsamente, por lo tanto, el cree lo que le manifiesta el sujeto activo es verdadera.

En esta parte el sujeto activo o distribuidor independiente, ya le ofrece al sujeto pasivo que, si él se incorpora a la red de distribuidores independientes, él podría adquirir ese producto que consume en menos precio y además si incorpora más personas a la red también podría ganar un porcentaje sobre las ventas de aquellos, es decir ya pone en conocimiento la forma de trabajo y los beneficios, pero siempre ocultando la verdad sobre de cómo va recuperar su capital que va invertir el agraviado.

c) Perjuicio por desprendimiento patrimonial

Según Salinas Siccha (2015), señala que “el perjuicio se realiza con el desprendimiento o desplazamiento de sus bienes a la esfera de dominio del sujeto activo o de un tercero”. (p.275)

En conclusión, de lo señalado por el autor líneas arriba, se concluye que, el perjuicio económico se realiza automáticamente cuando el sujeto pasivo (agraviado), se desprende de su patrimonio; el cual ocasiona la disminución de su patrimonio.

Se puede definir entonces que el perjuicio se configura en el mercadeo multinivel cuando el sujeto pasivo (agraviado) realiza el pago de inscripción para formar parte de la red de distribuidores independientes, y a cambio de ello recibe los productos que debe vender para recuperar su capital invertido con falsas promesas de rentabilidad y salud.

d) Provecho indebido para sí o para un tercero

Salinas Siccha (2015), define que, “se configura el provecho indebido a favor del sujeto activo o de un tercero cunado; el patrimonio ajeno entra a su dominio y este dispone quedarse con ellas y asimismo dispone del bien como si fuera su dueño”. (p.275)

De la definición de Salinas, se puede concluir que el sujeto estafador debe disponer del patrimonio que se desprendió por voluntad propia el sujeto estafado.

En esta parte se cumple el provecho indebido, por parte los distribuidores independientes del mercadeo multinivel, ya que recibe un porcentaje de parte de la empresa, sobre el pago que realiza por la inscripción del sujeto pasivo (agraviado), además, motivándolo y comprometiendo a que realice mayor cantidad de ventas, el nuevo integrante de la red de distribuidores independientes.

1.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ramos (2011) indica sobre la formulación del problema que:

Es la presentación oracional del problema. Consiste en la reducción del problema a términos concretos, explícitos claros y precisos. El problema es importante y ello en la medida que es planteado dentro de un metodológico científico y que se estudia de acuerdo a una estructura científica y con miras a incrementar un conocimiento, en conclusión, podemos decir que el problema se presenta como una situación no clara cuya validez es incierta o dudosa. (p.106).

Así mismo Carrasco (2013) precisa que “la formulación del problema es fundamental el cual se realiza con procedimientos técnicos, el cual debe ser preciso y exacto, porque de ello dependerá las conclusiones y resultados a los que se pretende llegar en la investigación”. (p.100)

Por lo tanto, para todo investigador la base esencial de la investigación científica está en el planteamiento de su problema, el cual debe estar bien formulada para que pueda seguir con su investigación.

Problema General:

¿Cuáles son las consecuencias Jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017?

Problema Específico Uno

¿Cómo es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017?

Problema Específico Dos

¿Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017?

1.4.- JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Por su parte Ramos (2011) indica que la justificación pues permite establecer en términos concretos la importancia de la investigación, la trascendencia de la misma. El cual debe surgir a partir de las preguntas, es imprescindible aclarar las razones por las que se acomete la tesis, pero no solo para llenar un requisito formal administrativo, sino por lo que sentimos íntimamente.

Justificación teórica

Esta clase de justificación se realiza cuando tenemos el propósito de generar reflexión y debate académico basándonos en el conocimiento existente confrontando una teoría, para contrastar el resultado.

En ese sentido, en esta investigación al finalizar se obtendrán respuestas y resultados que darán un aporte importante al conocimiento sobre el mercadeo multinivel, cuyo resultado de esta investigación podrá sistematizarse en una propuesta para ser incorporado al marco normativo de nuestro país.

Justificación práctica

En esta parte el investigador señalará o dará su respuesta para poder contribuir con la solución de los problemas específicos o concretos que afectan a la sociedad, desde su punto de vista al ampliar sus conocimientos sobre el tema investigado.

Si se logra regular el mercadeo multinivel en nuestro país, beneficiará a una gran cantidad de vendedores y empresarios que vienen siendo víctimas de delitos contra su patrimonio y su salud que se cometen al realizan el mercadeo multinivel y piramidal. Como también las acusaciones que realizan las autoridades sobre las empresas que ejercen sus ventas bajo el esquema piramidal del mercadeo multinivel.

Justificación Metodológica

En esta justificación el proyecto que se va realizar, propone un nuevo método o estrategia con el cual podrá generar un nuevo conocimiento valido y confiable para nuevos investigadores.

La presente investigación, puede ser tomada como referencia por otras personas que pueden investigar sobre las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel. Porque la metodología seguida garantiza la obtención de resultados válidos y confiables. Por lo tanto, podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación sobre el tema, para poder mejorar y profundizar.

1.5.- SUPUESTO U OBJETIVOS DE TRABAJO

Objetivo

Ramos (2011) manifiesta que:

El objetivo es el enunciado claro y preciso de los propósitos, por lo se lleva a cabo una investigación. El procedimiento para determinar el objetivo de la investigación consiste en responder a la siguiente pregunta ¿para qué se hace la tesis? Es decir, se trate de indicar el destino, o los efectos que se pretenden alcanzar con su realización de la investigación. (p.106 y 107)

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Objetivo específico Uno

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017.

Objetivo específico Dos

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017.

Supuesto jurídico

Podemos afirmar que son respuestas tentativas para solucionar un problema determinado y estas pueden ser ciertas o falsas, es decir son las posibles soluciones o respuestas a nuestro problema que estamos investigando.

En ese contexto, Ramos (2011) hace mención: “las hipótesis jurídicas son proposiciones que se formulan en torno a los fenómenos pertinentes al mundo del derecho. De la premisa de estas hipótesis se hace desprender suposiciones o conjetura, que precisamente, implican el camino aprobar o desaprobado”. (p.131)

Supuesto jurídico general

Las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017 serian; delitos contra el patrimonio en su modalidad de Estafa y delitos contra la vida, cuerpo y salud

Supuesto jurídico específico Uno

La sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017, es ineficaz por no existir una norma regulatoria en el código penal.

Supuesto jurídico específico Dos

En el Distrito de Pachacamac, en el año 2017, existen diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo Piramidal en el desarrollo comercial, en el multinivel existe un producto que se comercializa, mientras en el piramidal no existe un producto, por lo tanto; solo faltan identificar cada uno mediante una norma regulatoria.

II. MÉTODO

2.1.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Al respecto Valderrama (2016), define sobre el método de investigación de la siguiente manera.

Es el procedimiento de técnica lógica, donde los investigadores proponen los problemas científicos, sujetos a una contrastación o confrontación de sus supuestos o de sus instrumentos de sus trabajos investigados, por tal motivo es considerado como un elemento básico que ante su ausencia no se puede demostrar si el argumento o razonamiento es válido. (p.36).

Entonces podemos decir que en esta parte de la investigación podremos confrontar nuestro argumento en donde nosotros proponemos nuestro punto de vista sobre nuestra investigación, en donde alcanzaremos a demostrar la validez de nuestro sustento sobre el tema investigado.

Cualitativo

Al respecto Hernández, Fernández y Bautista (2007) precisa que, “estudia la realidad, es decir los problemas generados en el entorno de la sociedad, por motivo de que es natural y objetivo, porque constituye conocimientos verdaderos”. (p.8)

Ase mismo Aranzamendi (2010) señala que, “el enfoque cualitativo, analiza y profundiza teóricamente los problemas jurídicos, de tal manera trata de comprender y explicar los hechos jurídicos como manifestaciones del comportamiento social”. (p.161)

Se puede decir en ese sentido que se sobrepone este trabajo de investigación sobre investigaciones nuevas o ya realizadas mediante entrevistas, legislaciones y trabajos previos. Por tal motivo este trabajo de investigación es cualitativo porque se basa sobre investigaciones previos y leyes extranjeras para sustentar el punto de vista a las consecuencias del problema que se trata de demostrar en la investigación y para su comprobación de su supuesto jurídico se aplicó la entrevista de especialistas en el tema.

Tipo de estudio

Básica

Según Sánchez y Reyes (2006) señala que “es llamada principal o primordial, porque conlleva a buscar nuevos conocimientos y conceptos de investigación, no tiene objetivos prácticos específicos. Su función primordial es de recoger información de la realidad”. (p.36)

Será básica porque busca recopilar información de lo existente con la finalidad de incrementar el conocimiento teórico, con vistas al desarrollo de una teoría basada en normas y principios.

Esta investigación es básica; porque, recopila información de leyes y torearías ya existentes en derecho comparado, sobre el tema de investigación en la realidad actual.

Diseño de Investigación

Según Carrasco (2013) considera que “es un conjunto de estrategias procedimentales y metodológicas definidas y establecidas previamente para desarrollar el proceso de investigación”. (p.347)

Los diseños de la siguiente investigación son los siguientes:

Teoría Fundamentada

Manifiesta Rodríguez, Gil y García (1999) que “son los hallazgos que aportan en la etapa de la investigación de la realidad mediante la observación, entrevistas y documentos de todo tipo, de datos a priori u otras investigaciones” (p.48).

Estudio de casos

Según Rodríguez (1999) “es la selección determinada de acontecimientos descritos en un tiempo, espacio, territorio y relevancia jurídica, que contienen aspectos similares en el desarrollo de problemas o situaciones parecidas que conllevan a diferentes conclusiones”. (p.91-92)

No experimental

Son aquellas investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente las variables independientes, por lo tanto, en esta investigación no intervendrá directamente el investigador, solo se basara de los variables que ya ocurrieron o se dan en la realidad.

En esta investigación no tuvo ninguna intervención manipulación de los variables, se realizó la investigación de las consecuencias que ya están ocurriendo en la población donde se trató el tema investigación.

Exploratorio

Son cuando existe poca investigación en el contexto local sobre el tema de investigación, pero si existen investigaciones en el medio internacional. Por este motivo el investigador se basó de investigaciones que se encuentran en el exterior del medio local.

Esta investigación es exploratoria porque no existe mucha información sobre el tema de investigación en nuestro país, por lo tanto, se tomó leyes del extranjero como Colombia en Sudamérica y de otros países donde existe más información sobre el tema, mediante documentos o medios de información que se encuentran al alcance.

Caracterización de sujetos

En el presente trabajo de investigación se realizó la entrevista, por lo tanto, se toma en cuenta en consideración el perfil de cada sujeto que fue entrevistado.

TABLA 3: Categorización de sujetos

Características sujetos	Profesión	Cargo función principal	Institución	Especialidad	Tiempo de experiencia
Juan Pablo Mamani Arapa	Abogado	Fiscal Provincial	2ºFiscalía Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	- 15 años de Juez de Familia - 15 años de fiscal provincial
Julio Cesar Cáceres Najarro	Abogado	Fiscal Adjunto	F.P.C.T. Especializada en Delitos de corrupción de funcionarios Lima Este	Derecho Penal	- 5 años de asistente - 10 años de fiscal adjunto
Ronald Franco Alcántara Lino	Abogado	Fiscal Adjunto	2ºFiscalía Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	- 5 años de asistente - 5 años de fiscal adjunto

Lily Romualdo Jaque	Abogado	Fiscal Adjunto	2ºFiscalia Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	- 3 años de abogada particular - 8 años de fiscal adjunta
Angella Adelina Soto Grados	Abogado	Asistenta del Fiscal	2ºFiscalia Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	3 años de asistenta de fiscal
Gabriel Alberto Tupiño Flores	Abogado	Asistente del Fiscal	2ºFiscalia Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	4 años de asistente del fiscal
Susan Lesly Ordeñes Recuay	Abogada	Asistenta del Fiscal	2ºFiscalia Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	6 años de asistenta del fiscal
Javier Ipanaque Sánchez	Abogado	Asistente del Fiscal	2ºFiscalia Provincial Penal la Molina y Cieneguilla	Derecho Penal	2 años de asistente del fiscal
Oscar Polanco Casilla	Abogado	Fiscal Adjunto	F.P.C.T. Especializada en Delitos de corrupción de funcionarios Lima Este	Derecho Penal	2 años de Fiscal adjunto

Jonathan Lewis Silva Malca	Abogado	Asistente del Fiscal	F.P.C.T. Especializada en Delitos de corrupción de funcionarios Lima Este	Derecho Penal	3 años de Asistente del fiscal
-------------------------------	---------	-------------------------	--	------------------	--------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

2.2.- MÉTODO DE MUESTREO

Población

Según Carrasco (2013) es “el conjunto de todos los elementos de la unidad de análisis que pertenecen ámbito espacial o lugar donde se desarrolla al trabajo de investigación”. (p.236)

En este sentido, en el presente trabajo de investigación, nuestra población estaba compuesta por un total de veinticuatro (24) fiscales del Ministerio Público de la Molina y Cieneguilla.

Muestra

Al respecto Ramos (2011) señala que, “es una parte o porción de la población donde se realiza la investigación, llamado también el universo, que es materia de estudio. La representatividad y la adecuación de la muestra permiten medir el nivel de generalización”. (p.255)

Así mismo Carrasco (2013) precisa que “es una parte o fragmento representativo de la población, y sus características esenciales son objetivas y reflejo fiel de ella”. (p.237)

En las investigaciones cualitativas los tipos de muestras que se utilizan son las no probabilísticas, cuya finalidad no es la generalización en términos de probabilidad, por lo tanto, el que seleccione la muestra será el investigador, por ser la elección de los elementos del trabajo depende de las razones relacionadas con las características de la investigación.

Siguiendo lo manifestado sobre lo señalado por los dos autores que definen el concepto de muestra; señalaré que en el presente trabajo se tomó de muestra a cinco (05) fiscales y cinco (05) asistentes del fiscal, de la Segunda Fiscalía Provincial Penal de la Molina y Cieneguilla.

2.3.- RIGOR CIENTIFICO

Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

Al respecto Torres (2002) señala sobre la técnica e instrumentos de la siguiente manera:

Son las herramientas metodológicas de la investigación, que permiten realizar las distintas etapas de esta, dirigiendo los procesos mentales y las actividades prácticas hacia el logro de los objetivos formulados, de tal manera los instrumentos son auxiliares del investigador en la aplicación de los métodos, son herramientas para resolver un problema metodológico concreto de comprobación. (p.80)

De la misma manera Carrasco (2013) precisa que “las técnicas son herramientas metodológicas que ayudan a resolver un problema metodológico concreto, de comprobación o desaprobación de una hipótesis”. (p.275)

Entonces las técnicas son aquellos instrumentos metodológicos de la investigación, que serán utilizados por el investigador para poder resolver su hipótesis con el cual podrá comprobar su aprobación o desaprobación de su trabajo de investigación.

Por lo tanto, la técnica e instrumento que se utilizó en el presente trabajo de investigación es la entrevista y el instrumento la guía de entrevista.

Entrevista

Al respecto Rodríguez (1999) señala que “es una especie de conversación formal entre el investigador investigado o informante, esta modalidad consiste en obtener respuestas o informaciones con el fin verificar o comprobar el resultado del trabajo”. (p. 167)

Así mismo Aranzamendi (2010) precisa que “la entrevista es una técnica de investigación que se caracteriza por el intercambio directo entre los investigadores y el sujeto que brinda la información”. (p.199)

Entonces la entrevista es el intercambio directo que tiene el investigador con el entrevistado quien será un especialista en el tema que está en proceso de investigación.

Por lo tanto, se utilizó el método de la tabla comparativo de resultados de guía de entrevistas, con el cual se entrevistó a los cinco Fiscales de nuestra muestra, para dar los resultados que buscamos en nuestro trabajo, estas preguntas planteadas nos dan una conclusión determinante como resultado final.

Guía de entrevista

Es un instrumento el cual tiene la finalidad de que permita al entrevistador realizar la recolección de datos de manera adecuada y así pueda lograr la información necesaria para que luego someterla al proceso.

Instrumento de recolección de datos

Son instrumentos que utilizara el investigador para su recolección de datos, sobre el tema de investigación, esto se realizara dependiendo de qué tipo de investigación lo realice.

Validez

Carrasco (2013) manifiesta que, “se refiere al grado en que un instrumento de investigación realmente mide la variable que pretende medir para poder llegar al objetivo”. (p.335)

Entonces, valides de los instrumentos está dado por el juicio de los expertos y se corroborara con la validación de los instrumentos, que el investigador utiliza para determinar su supuesto jurídico.

Observación

Según Castro (2010) “es lo que se registra de todo lo observado, de lo que ocurre en una situación real, donde será clasificado y consignando los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo al problema que se estudia”. (p.81)

Por lo tanto, se puede decir que ayuda recopilar información cuantitativa y cualitativa, mediante la observación se determina las características de los sujetos, sus condiciones y los factores de desarrollo.

Análisis documental

Castro (2010) manifiesta que, “es la recopilación de datos mediante el análisis de documentos o fuentes secundarias”. (p.94)

Por lo tanto, faculta su utilidad en el estudio por sus fuentes primarias y secundarias a través de textos, revistas, trabajos, internet entre otros medios de información que uno puede indagar en su investigación.

Validación de Instrumentos Especialistas

Los instrumentos del presente trabajo de investigación fueron validados por seis especialistas de la Universidad Cesar Vallejo Lima Norte; tres en validación del instrumento de guía de entrevista y tres del análisis documental.

a) Cuadro del juicio de validación del instrumento de guía de entrevista por expertos

TABLA 4: Cuadro del juicio de validación del instrumento de guía de entrevista

	Datos Personales	Porcentaje
Experto 1	Elías Chávez Rodríguez	95%
Experto 2	Pedro Pablo Santisteban Llontop	90%
Experto 3	Esau Vargas Huamán	93%
Valor total de valoración		93%

Fuente: Elaboración propia

b) Cuadro del juicio de validación del instrumento de análisis documental por expertos

TABLA 5: Cuadro del juicio de validación del instrumento de análisis documental

	Datos Personales	Porcentaje
Experto 1	Elmer Alberto Camacho Vallejos	95%
Experto 2	Manuel Jorge Ballesteros García	96%
Experto 3	Eleazar Armando Flores Medina	95%
Valor total de valoración		95%

Fuente: Elaboración propia

2.4.- ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS

Método de análisis de datos

Al respecto Carrasco (2013) manifiesta que “el método de análisis es el que nos permite realizar la inducción y la deducción en el proceso del análisis y síntesis de los hechos y fenómenos que estamos investigando en el trabajo de investigación”. (p.193)

Inductivo

Aranzamendi (2010) define que “es una variante del método científico en donde el investigador parte de la información, recogidas mediante sucesivas observaciones para luego mediante la generalización establecer una ley, lo más universal posible”. (p.193)

Por lo tanto, mediante este método científico el investigador analiza la información para poder obtener un producto desde la recopilación de información específico a la general.

Deductivo:

Este método científico permite al investigador pasar de afirmaciones de carácter general a hechos específicos.

Sistemático:

Se apoya en una clasificación abierta en donde las categorías se basan en los datos recolectados a partir de las entrevistas, observaciones, revisión de archivos.

Dogmático:

Según Ramos (2011), la dogmática siempre a la doctrina nacional y extranjera, al derecho comparado y, ocasionalmente, a la jurisprudencia. Por ello, su enfoque se desenvuelve sobre bases más amplios”. (p.95)

Por lo tanto, esta investigación se encuentra sobre la base sobre el derecho comparado, y la causa de análisis es el básico existente en el derecho penal en la sanción punitiva de las infracciones cometidas por el mercadeo multinivel en nuestro país por falta de una regulación.

Interpretativo

En esta el investigador busca el significado gramatical, la causa, la razón, etc. de un documento, que puede ser libro, una norma, entre otros que tengan relación al tema de investigación.

Unidad de análisis: categorización

En el presente trabajo de investigación se realizó 06 entrevistas, a abogados penalistas que al momento ejercen una función pública como fiscales y análisis documental que tratan sobre consecuencias jurídicas que se ocasionan el mercadeo multinivel en nuestro ámbito local e internacional para poder sustentar de la mejor manera la problemática de la investigación.

a) Cuatro Fiscales: representantes de la sociedad encargados de calificar sobre un caso de denuncia en la primera fase y seguir el caso hasta la última instancia.

b) Dos Asistentes del Fiscal: quienes son abogados titulados que se encargan de ver los casos conjuntamente con el fiscal

c) Documentos de página web, de diferentes medios de comunicación escrita que tratan sobre el tema de investigación

d) Documento fotográfico de una página web (Facebook)

TABLA 6: Operacionalización de categorías

Categorías	Definición conceptual	Indicadores
Consecuencia Jurídica	Cuando una persona se niega en cumplir un deber jurídico, surge la consecuencia jurídica, vinculo por el cual se impone a un sujeto sanción en razón de haber cometido un hecho ilícito	<ul style="list-style-type: none">- Norma Nacional- Jurisprudencia Nacional- Derecho comparado- Jurisprudencia Internacional
	es la venta directa persona a persona, quienes se conocen, en donde se omite a varios intervinientes del negocio industrial como la publicidad, vendedores mayoristas, menoristas	<ul style="list-style-type: none">- Jurisprudencia Nacional

<p>Mercadeo Multinivel</p>	<p>entre otros hasta llegar al consumidor final del producto o servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recortes de Revistas y medios de comunicación de diarios - Libros y páginas web
----------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

2.5.- ASPECTOS ÉTICOS

El presente trabajo de investigación que está sustentada mediante instrumentos y técnicas el cual se desarrollarlo bajo confidencialidad y consentimiento, de la misma manera el presente trabajo en la transparencia y credibilidad cumpliendo con todos los parámetros que exige el método científico, por este motivo se tuvo que citar los textos y documentos consultados de acuerdo a lo que pide el método APA, con el motivo de guardar el derecho de autor, intelectual.

III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

3.1.- Descripción de los resultados de las entrevistas

Mediante la presente técnica, se podrá determinar la apreciación desde sus puntos de vista de cada uno de los expertos en la materia de investigación, así mismo también se podrá tomar en consideración personas consideradas relevantes que están vinculados con lo concerniente.

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

Pregunta N.º 01.- Para usted, ¿qué es el mercadeo multinivel o redes de mercado?

Cáceres (2018), define que el mercadeo multinivel, actualmente viene siendo una oportunidad de negocio para las personas, y se ha vuelto más conocido por la publicidad que aparece en internet, y que incluso el negocio se puede ejercer online, para lo cual uno tiene que asociarse a una empresa generalmente transnacional, en la cual uno no tiene horario de trabajo fijo y sirve para recurrirse para algunos, o también para vivir de este trabajo.

Al respecto Alcántara (2018), define que el mercadeo multinivel: Es un sistema por el cual una persona se asocia a una compañía para vender sus productos y a la par este ofrece a captar o entrar a otras personas para que se unan a la empresa, con el único fin de vender sus productos, así como beneficiar al productor y a los miembros captadores.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que, no podría definir claramente, pero tiene entendido que es la comercialización de productos de persona a persona.

Asimismo, Soto (2018), define de la siguiente manera: es el conjunto de distribuidores independientes, que se reúnen con el fin de poder vender determinado producto, siendo que a más gente mayor ganancia, el que va arriba gana por la persona que se encuentra debajo.

Además, Romualdo (2018), define que, es la forma de realizar ventas asociándose a una empresa, pero sin ser parte de ella, y busca recomendar a otras personas, teniendo un beneficio económico por recomendar.

También, al respecto Tupiño (2018), define que, es la venta ganancia segura, sin encarecer el valor del producto, sin ningún tipo de valor agregado, en donde se ofrece todo tipo de productos y servicios.

De la misma manera Ordoñez (2018), lo define que, es la venta que se realiza de persona a persona, diferentes productos en el mercado.

Asimismo, responde Ipanaque (2018), define que, son aquellas redes de personas que están formados en forma piramidal que venden productos.

Al respecto Polanco (2018), lo define que, son aquellas ventas que se realiza por medios de comunicación social.

De la misma manera Silva (2018), lo define que, son aquellas ventas de productos que se realizan por medio de redes sociales.

Pregunta N.º 02.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Cáceres (2018), afirma que; la impunidad a base de engaños en forma de publicidad hacia la población en general como la estafa y afectación a la salud de las personas, asimismo, detrimento patrimonial del agraviado sin beneficio o fraude por el vendedor del producto.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que; de acuerdo a su conocimiento lo siguiente: se podría configurar el delito de estafa, al momento de captar a los miembros novatos, donde lo den una figura distinta a la realidad, pues en muchos casos hacen o exigen que inviertan dinero para tener según ellos en un futuro próximo ganancias, que en muchos casos no se da.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que; estaría ocasionando el delito de estafa, y contra la salud pública de las personas que están en el presente negocio y los consumidores de los productos, pero es difícil de demostrar porque existe un contrato contractual depormedio y estaría por otra vía el procedimiento.

Asimismo, Soto (2018), manifiesta que, desde su punto de vista, la persona va entrando con el fin de vender productos, si bien va generando ingresos por su venta, también lo va haciendo a través de las ganancias que los nuevos que ingresan van adquiriendo, al final no se tiene conocimiento quien es la persona que se está beneficiando económicamente del trabajo, por lo que incluso podríamos llegar a ser víctima de estafa.

Además, Romualdo (2018), afirma que existe evasión de impuestos, toda vez que las ventas se realizan de forma interpersonal de boca en boca se publicita los productos, los vendedores no pagan impuestos, y es más fácil para la empresa no declarar las ventas.

También, al respecto Tupiño (2018), afirma que, este tipo de sistema aplicado da un país que no está preparado o entrenado para la utilización de la tecnología, ingresaría menos regalías, impuestos y otros, toda vez que fácilmente son realizados hechos jurídicos y el estado no se da por enterado.

Al respecto Ordoñez (2018), manifiesta que, las consecuencias que este sistema de negocio ocasiona es la estafa y es muy difícil de probar el delito contra la vida, el cuerpo y la salud.

Ipanaque (2018), manifiesta podríamos estar hablando de que están incurriendo en el delito de estafa, pero es muy difícil de probar.

De la misma manera Polanco (2018), manifiesta podría calificarse como el delito de estafa por la pérdida de su patrimonio del nuevo integrante a la red de vendedores.

También, al respecto Silva (25018), manifiesta viendo la forma de captar nuevos integrantes al grupo de vendedores se está accionando el delito de estafa.

Pregunta N.º 03.- ¿considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Cáceres (2018), afirma que; si, para que la sanción sea más efectiva como delito, porque en muchas ocasiones la sanción administrativa que emite el Indecopi es insuficiente para la lucha frontal para este tipo de hechos.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que: “Si, para poder tenerlos controlados”.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que, si debería regular, para poder resguardar a las personas que participan en este negocio.

Asimismo, Soto (2018), manifiesta que; si, para saber y tener conocimiento de esta red, y saber quiénes son las personas conforman este mercadeo multinivel.

Además, Romualdo (2018), afirma que; resulta necesario la regulación a efecto de evitar la posible evasión de impuestos y de otorgar un buen producto al comprador y ver satisfecho su adquisición, así como para evitar las empresas Piramidales.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que; si, ya que existen empresas multiniveles que se aprovechan de la situación de desconocimiento y realizan operaciones de comercio sin pagar impuestos.

Al respecto Ordoñez (2018), manifiesta que, si es necesario regular este sistema de venta en nuestro país, para poder resguardar sus derechos de las personas que participan en la venta.

Asimismo, Ipanaque (2018), afirma que es necesario regular el mercadeo multinivel para poder detener las posibles infracciones de la ley

Además, Polanco (2018), afirma que, por falta de una regulación, al estado le ocasiona más gastos en resguardar a la población sobre los diferentes tipos de delitos que pueda ocasionar el mercadeo multinivel.

Asimismo, Silva (2018), afirma que es necesario tener regulado el mercadeo multinivel en nuestro país, para tener controlado a estas empresas como también a sus vendedores.

Objetivo específico Uno

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.
--

Pregunta N.º 04.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Cáceres (2018), explica que; la protección es mínima e insuficiente, porque no existe una sanción efectiva por no estar penalizado y no estar regulado en nuestro ordenamiento en forma clara y expresa, por lo que los consumidores se ven afectados sin que el estado, pese a los años que tiene este negocio, haya hecho algo concreto.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que: No existe una protección absoluta pues muchos de esos productos que se ofrecen no cuentan con registro sanitario o en todo caso no pasan los controles de calidad exigidas por las leyes peruanas.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que: según el código penal no existe ninguna protección a las personas que consumen los productos que se comercializan por este sistema, pero debería ver el Indecopi.

Asimismo, Soto (2018), señala que no está regulado la red de mercadeo y tampoco se tiene mucha información acerca de tipo de negocio que incluye ganar dinero a través de otras personas, mediante red.

Además, Romualdo (2018), afirma que; en el país si tiene protección de parte de la entidad de Indecopi.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que; aún no existe protección, por ello la cantidad de investigaciones sin hallar al responsable y el caso de los taxistas en la competencia por el servicio con aplicación al celular.

Ordoñez (2018), manifiesta que si tienen una protección por parte del estado mediante el Indecopi

Tambien Ipanaque (2018), manifiesta toda infracción mediante un producto uno puede realizar sus reglamos al Indecopi.

Al respecto Polanco (2018), manifiesta que, sobre las infracciones que se comenten a su persona de los consumidores del producto las sanciones son mínimas y muy difícil de probar

Asimismo, Silva (2018), afirma que en parte penal es muy difícil de probar como delito, por ser un sistema desconocido de negocio en este medio.

Pregunta N.º 05.- desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Cáceres (2018), afirma que; no existe ninguna protección, al no estar regulado, como porque cada uno de los vendedores asumen la venta de los productos sin siquiera estar informados de las bondades que ofrecen; o de lo dañino que pueden ser para la salud.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que, desde su punto de vista, No existe una regulación, o no tengo conocimiento de ello.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que, no existe en nuestro Código Penal donde que se pueda proteger a estas personas que venden o comercializan los productos mediante esta modalidad de comercio.

Asimismo, Soto (2018), manifiesta que, pienso que al respecto a la red de mercadeo no existe una protección a los comercializadores, puesto que este trabajo es por decir de alguna manera un trabajo informal, aunque no sea un trabajo ilícito.

Además, Romualdo (2018), afirma que; no existe una adecuada protección por no estar regulado.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que, aun no existen criterios, para el ordenamiento Jurídico respecto a este tema, y las medidas son tomadas por el particular.

Al respecto Ordoñez (2018), manifiesta que los vendedores de los diferentes productos que se comercializa por este medio no vienen siendo protegidos por parte del estado.

También, al respecto Ipanaque (2018), que el estado no tiene una norma que resguarde sus derechos a las personas que realizan el mercadeo multinivel

Polanco (2018), manifiesta que por tener una contra de por medio tienen una protección por parte del estado

También silva (2018), manifiesta que si vienen siendo protegidos por parte del Ministerio Público, donde viene calificando como delitos de Estafa en las infracciones que vienen realizándose

Pregunta N.º 06.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del Ministerio Publico para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Cáceres (2018), manifiesta que, tomar en cuenta la publicidad engañosa que realiza la empresa para vender el producto y el perjuicio ocasionado a la población en general, debiendo hacerse estudios en personas consumidoras del producto.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que según su experiencia que: a tenerse como delito o acomodar al de estafa se debe cumplir con los presupuestos exigidos del tipo penal.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que según su opinión debería actualizarse el Código Penal o dar otra ley especial como en otros delitos, que contemplen estas nuevas modalidades delictivas que lleva la globalización.

Asimismo, Soto (2018), manifiesta que primero identificar a la primera persona que capta a otras, esto con el fin de saber con qué personas se está trabajando, cual es el monto del dinero que manejan este tipo de redes piramidal.

Además, Romualdo (2018), manifiesta que; teniendo regulado este tipo de negocio se podría tomar los criterios más adecuados para poder responsabilizar al infractor de un delito.

También, al respecto Tupiño (2018), define que debe realizarse campañas Jurídicas directas a la población, a fin de culturizar a las personas ya sean comerciantes o consumidores a fin de evitar carga procesal que quite tiempo al aparato de justicia.

Ordoñez (2018), manifiesta que, primero deberían de regular para poder dar los criterios adecuados al momento de plantear como delito.

Asimismo, Ipanaque (2018), manifiesta que, primero debemos conocer de fondo el sistema de venta que se realiza para poder tipificar como delito

También, Polanco (2018), manifiesta que no es posible dar un adecuado criterio para como poder dar los criterios de calificación al descocer el tema de manera clara.

De la misma manera Silva (2018), manifiesta podría calificarse con los mismos criterios del delito de estafa.

Objetivo específico Dos

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

Pregunta N.º 07.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

Cáceres (2018), afirma que; en el multinivel debe existir un producto o servicio de por medio y pueda ser comercializado sin problemas fuera de la red de mercadeo. Piramidal es una estructura corporativa o jerárquica donde la compensación y pago se deriva fundamentalmente del ingreso de otras personas al negocio y no de la venta o suministro del producto o servicio.

Al respecto Alcántara (2018), señala que, ambas figuras se asemejan, pues ambos captan personas con el objetivo de que inviertan o adquieran productos para venderlos y los genere ganancias, pero los mismos muchas veces son pagados por los que comercializan y la otra modalidad de ganar es reclutando personas.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que su persona no podría diferenciar el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, porque desconoce estas dos formas de mercadeo o comercio.

Asimismo, Soto (2018), señala sobre la diferencia de la siguiente manera: el mercadeo multinivel de alguna manera es un trabajo informal pero no ilícito, en cambio el piramidal solo busca que uno invierta una fuerte suma de dinero con la incertidumbre de saber si realmente saldrá el negocio, haciéndose de alguna manera un negocio fraudulento.

Además, Romualdo (2018), señala que, en el mercadeo multinivel buscan socios vendedores, y en el piramidal buscan inversionistas.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que; la piramidal es un negocio ilegal, donde las personas que ingresan primero ganan más dinero y en el multinivel las ganancias no dependen del nivel en donde se encuentra la persona, sino de la cantidad de bienes y servicios que genere.

Ordoñez (2018), manifiesta que la diferencia está en el producto que se comercializa

También, Ipanaque (2018), manifiesta que la diferencia está en la venta de productos en el piramidal no hay un producto

Asimismo, Polanco (2018), manifiesta que no existe una diferencia porque ambos tienen una forma de estructura en sus redes de forma piramidal

También, Silva (2018), manifiesta que no hay diferencia porque están estructurados de forma piramidal y ambos buscan incluir más personas a su red de vendedores para tener ingresos económicos.

Pregunta N.º 08.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

Cáceres (2018), afirma que, no están capacitados, porque estos temas generalmente se están viendo como delitos de estafa en vía penal y publicidad engañosa en Indecopi que impone sanción administrativa, pero que estas son insuficientes.

Al respecto Alcántara (2018), manifiesta que, desde su punto de vista no están capacitados a los que se refiere en poder diferenciar las dos formas del sistema de comercio, solo tienen conocimientos empíricos.

De la misma manera Mamani (2018), opina que, desde su punto de vista las autoridades no están capacitados para poder diferenciar este sistema de negocio, porque es un negocio que desconocemos en la mayor parte.

Asimismo, Soto (2018), que no, porque a pesar de no ser lo mismo, muchas personas pueden confundir el mercadeo multinivel con el piramidal, los operadores de justicia.

Además, Romualdo (2018), afirma que; no están capacitados, porque a la fecha no se ha difundido este tipo de negocios.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que; si, según la especialización que figan capacitándose y actualizándose de los nuevos delitos que surgen en el derecho.

Ordoñez (2018), manifiesta que, las autoridades no están capacitados para poder diferencias porque no están regulados en nuestro país

Asimismo, Ipanaque (2018), afirma que las autoridades responsables de resguardar a los ciudadanos no están capacitadas para poder sancionar de modo adecuado a los infractores

También Polanco (2018), manifiestas que, en nuestro país estamos acostumbrados a capacitar a las autoridades cuando ya vienen cometiendo delitos o infracciones en la sociedad por esta misma razón no están capacitados para poder diferenciar estas dos formas de venta

De la misma manera Silva (2018), manifiesta que nuestras autoridades no vienen siendo capacitadas para poder diferenciar estas dos modalidades de venta

Pregunta N.º 09.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Cáceres (2108), manifiesta que; podría ser el Indecopi, en adición a sus funciones, creando un área especializada en el mercadeo multinivel y piramidal, para no crear más instituciones, que lo único que hacen es generar más gasto al estado.

Al respecto Alcántara (2018), responde sobre que debería existir una entidad autónoma lo siguiente: Que no debería existir otra entidad, ya que existen entidades que pueden regular, como el INDECOPI, Ministerio de Salud, entre otras que ya existen.

De la misma manera Mamani (2018), manifiesta que: si debería existir otra entidad, porque este sistema es amplio o de otra manera debería existir una fiscalía especializada en esta

modalidad de delitos cometidos en el sistema de comercio, porque nosotros como fiscalía penal conocemos delitos comunes.

Asimismo, Soto (2018), considera que, si, ya que cada vez este tipo de negocio va creciendo, lo cual hace que gente inviertas su dinero en venta de producto el cual debe estar regulado con el fin de evitar algún tipo de estafa.

Además, Romualdo (2018), considera lo que debería hacer es darle mayor competencia a Indecopi, a efectos de poder supervisar este tipo de comercialización y de encontrar indicio de delito remitirlo al Ministerio Publico.

También, al respecto Tupiño (2018), manifiesta que; si, debe crear un Software que capte todas las transacciones hechas que se les pueda obligar al pago de los impuestos e individualizar a los que se dedican a estafar por vía internet mundial.

Ordoñez (2018), manifiesta que no debería haber otra entidad que regule este sistema de venta, sino que debe abrirse en la fiscalía un área especializado para que pueda ser efectiva la sanción al infractor.

Asimismo, Ipanaque (2018), manifiesta que, si el estado quiere que la sanción sea efectiva debería abrirse en la fiscalía y en el poder judicial áreas especializadas en este sistema de ventas

Al respecto Polanco (2018), afirma que si debería existir una entidad que pueda regular administrativamente luego utilizar como última instancia en parte penal.

Asimismo, Silva (2018), manifiesta que, si incorporamos en área penal conjuntamente con los delitos comunes de se encuentra, se incrementará la carga en el Ministerio Publico y Poder Judicial ocasionando la demora en dar la solución.

Descripción de análisis documental

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.
--

Consideraciones generales

A través del medio radial RPP NOTICIAS, el día 09 de enero del 2017, en su portada económica de su página web, informa sobre las estafas que van expandiéndose en el Perú, el más resaltante de esta información fue la siguiente nota:

Que la empresa TelexFREE que era una empresa proveniente de Brasil, en donde estaba afrontando una investigación por estafa, donde esta empresa pudo captar a más de un millón de personas entre ellos integrantes de la iglesia evangélica. Y según la información ya estaba operando en nuestro país sin contar con representantes legales, donde contaba solo con oficinas de sus promotores, quienes no contaban con la autorización respectivo, es donde fueron estafados más de mil personas en la ciudad de Juliaca y Puno, la modalidad de estafa era hacer una publicidad digital y ofrecer un software que permitía realizar llamadas telefónicas mediante internet a reducidos costos para ello debían aportar entre US\$339 para ganar después hasta US\$100 semanales.

Además, informaba que otra empresa que estaba siendo investigado por estafa era Tejedoras de sueños o telares de sueños por estafa, tenía esta estafa muy particular por estar ocurriendo entre las mujeres de clase alta. (RPP.NOTICIAS, 2016).

De la misma manera el diario PANAMAON.COM, en su página web, el día 29 de febrero del 2016, publicaba la información de denuncias que se realizaba a la empresa del sistema multinivel ZRII en Perú, Colombia y Panamá, por la captación ilegal de dinero o por estafa piramidal de la siguiente manera:

La empresa ZRII, el 23 de febrero de 2015, fue cuestionado por la SBS, por captar dinero del público, sin tener autorización para ello. Además, dicha empresa ya estaba siendo investigado por la misma causa como en Perú en Colombia por la Super Sociedades, quienes exigían a la empresa que puedan demostrar que cuentan con el registro de Invima para su bebida energética, el pago de la membresía muy alto de parte del nuevo socio por lo que le obligaba quedarse con productos como inventario y por fraude piramidal, por enfocarse en patrocinar personas. De la misma manera señala que esta empresa en Panamá tiene 2 mil miembros, donde los participantes vienen pagando la inscripción desde los \$580 hasta \$1.100, por el pago más alto le vienen entregan dos batidos, entre chocolate y vainilla, dos botellas de omega tres, diez paquetes de café, dos suplementos nutricionales y dos cajas de bebidas energéticas. (Panamáon.com Tu prensa Diaria, 2016).

Así mismo el medio de comunicación escrita de Colombia, El Tiempo, en su portada de página web, día 03 de marzo del 2016 señala que: las redes sociales son el nuevo paraíso de las pirámides en Colombia, mediante una publicación de la siguiente manera:

Que la nueva modalidad de estas empresas es captar más personas por los redes sociales como (Facebook, Twitter, Whatsapp, correos electrónicos), donde pueden atraer más personas sin el riesgo de ser identificados, siendo así más difícil de rastrear para las autoridades responsables de control, porque detectaron que utilizan domicilios fuera del país colombiano como paraísos fiscales Medio Oriente y naciones con difícil acceso y difíciles de recuperar los recursos, los productos que ofrecen vienen siendo oro, platino, diamantes, monedas virtuales, vehículos y viajes alrededor del mundo, haciendo pasar negocios autorizados. Por la misma razón señala el superintendente financiero Gerardo Hernández, se requiere modificar en el tema de libranzas la ley porque tiene vacíos. (García, 2016).

Análisis del tema

En los tres medios de comunicación escrita señaladas, afirman como las empresas de mercadeo multinivel vienen infraccionando normas que resguardan a la población, cometiendo delitos de Estafa. las personas que llegan a estas redes de mercadeo son por un engaño que hacen los distribuidores independientes de las empresas nacionales o internacionales que practican el marketing multinivel.

El medio radial RPP noticias, informa el día 09 de enero del 2017, el cómo se va expandiendo en el Perú, una empresa de venta directa, pero estafando a las personas que invertían sus ahorros en busca de una ganancia, de la misma manera el diario Paramaon. Com, de Panamá, con fecha 29 de febrero del 2016, informa en su página diaria, sobre denuncias que vienen realizándose en diferentes países de Centroamérica y Sudamérica a distintas compañías, y por último el diario el Tiempo de Colombia con fecha 03 de marzo del 2016 informa la nueva modalidad de estafa por medio de redes sociales, por parte de las empresas multiniveles.

Posición critica

Atraves de estas tres informaciones que realizan los medios de comunicación, se puede afirmar que las denuncias de estafa son claras, contra las empresas que realizan el mercadeo multinivel, por esta razón podemos decir en nuestro país no se hace publica estas denuncias porque las personas afectadas son personas con recursos económicos bajas y desconocen sobre el tema de estafa por lo tanto no denuncian ante las autoridades correspondientes.

Conclusión

Si en los países como Colombia, donde está regulado el mercadeo multinivel se viene cometiendo el delito de estafa, en nuestro país donde no está regulado este tipo de mercadeo,

debe estar en más alto nivel las consecuencias jurídicas cometidas por estas empresas. Solo que no se está viendo de forma eficaz por desconocimiento por parte de las autoridades.

Consideraciones generales

En este análisis documental demostraremos, como las empresas que realizan el mercadeo multinivel vienen infraccionando diferentes normas de nuestro país como también a la misma ley que regula el mercadeo multinivel tomando en consideración el derecho comparado.

La Constitución Política del Perú de 1993, según el artículo 65° esta tipifica sobre, la defensa de los consumidores y usuarios de la siguiente manera:

El interés de los consumidores y usuarios, está protegido por el estado. Es por eso el estado exige una información adecuada sobre los bienes y servicios que se comercialice en el mercado. Protegiendo la salud y la seguridad de la población, dictando medidas de control adecuado en la protección de estas.

Como también según el Código del Consumidor en el inciso 1. Artículo 2°, señala sobre información relevante para los consumidores de la siguiente manera:

El proveedor (empresa o distribuidor independiente), está obligado a dar la mejor información al momento de ofrecer los productos, al consumidor, para que este tome la mejor elección al momento de realizar su compra sus productos para su consumo.

Por último, según la Ley 1700 que regula el mercadeo multinivel de Colombia en su artículo 5° inciso 4), 8) y párrafo 2°. Donde están tipificados los derechos de los vendedores independientes de la siguiente manera:

4) el vendedor tiene derecho ser informado con precisión, sobre las características y las composiciones de los bienes y servicios que promocionan de parte de las compañías multinivel.

8) el vendedor tiene el derecho de recibir de la suficiente información que pueda satisfacer sobre las condiciones y sobre la naturaleza jurídica del negocio al que se vincula.

Párrafo 2°. Las empresas o compañías, están obligados a entregar material con contenido de información adecuada sobre las capacitaciones y guías que informen sobre las técnicas para realizar el negocio y la base como se genera las ganancias, estas informaciones serán entregados de manera obligatoria de parte las compañías, al momento que realice el pago correspondiente del costo inicial por participar en la red del negocio.

Análisis del tema

La infracción de las tres normas, de parte de las empresas del mercadeo multinivel son claras, si nuestra Constitución Política del Perú, refiere que el estado protege a los consumidores, no viene cumpliéndose esta parte porque las personas que se encuentran estafados por estas empresas son muchos y las autoridades no cuentan con dispositivos que puedan facultar en sancionar de manera efectiva, así mismo podemos reafirmar nuestra postura al tomar como referencia el Código del derecho al consumidor donde; tipifica que las empresas tienen la obligación de dar una información clara y relevante para que el consumidor tome una adecuada elección del producto, y por último según la Ley 1700 de Colombia que regula el mercadeo multinivel, ratifica a la postura del código del consumidor al señalar que el consumidor tiene el derecho de recibir adecuada información sobre el producto; por lo tanto la empresa tienen la obligación de capacitar de forma adecuada sobre los productos que se comercialice mediante este sistema de venta.

Posición crítica

Al haber analizado las tres normas que tomamos de referencia, es claro que vienen infracción las normas jurídicas del estado, por parte de las empresas que practican el mercadeo multinivel, estos por no capacitar a sus vendedores de forma adecuada como también por parte de los distribuidores independientes al momento de vender no dan información adecuada al consumidor sobre los productos.

Conclusión

La infracción que cometen las empresas multiniveles y los distribuidores independientes no son sancionadas por las autoridades por no estar regulado o las sanciones no vienen siendo efectivas por ser en muchos casos no denunciados por parte de los agraviados que desconocen estas tres partes de la norma.

Consideraciones generales

En el presente análisis documental de las dos fotografías de Facebook de un distribuidor independiente de la empresa Herbalife, se podrá demostrar como vienen desarrollando sus ventas los distribuidores independientes en nuestro país de las deferentes compañías que manifiestan estar realizando sus ventas respetando las normas de nuestro país y conforme la Ley del mercadeo multinivel que regula en los diferentes países del mundo que ya determinaron con regular este sistema de comercio. Para poder tener una mejor manera de

controlar a los infractores de su marco normativo el cual afecta a sus derechos de su población y como también para poder recaudar de manera efectiva los pagos que realizan al estado las empresas como el impuesto, entre otros tipos de pagos que debe realizar para ser reconocido como una empresa legal ente el estado.

fotográfico de Facebook “Gracias Herbalife simple divertido y mágico”



(Peceros, 2017)

En la presente foto se puede apreciar un distribuidor independiente de Herbalife con una señora de una Comunidad Campesina del Perú, donde la población en mayoría son personas quechua hablantes lamentablemente y además estas personas tienen poco conocimiento de los productos que se comercializa mediante este tipo de negocio y de las medicinas que se comercializan en las farmacias, por estar lejos de las ciudades donde se encuentran los centros de salud.



(Peceros,2017)

En la segunda foto se puede apreciar a tres personas campesinas quechua hablantes, de alguna Comunidad Campesina de Perú, conjuntamente con dos personas que pertenecen a la red de distribuidores independientes de Herbalife, donde además señala que son los nuevos socios, quiere decir que ya están inscritas para poder comercializar los productos de Herbalife.

Posición crítica

Al analizar los dos documentos fotográficos de su página de Facebook de Freddy Peceros Quispe, un distribuidor independiente de los productos de la empresa Herbalife que se comercializa en Perú, de fecha 21 de marzo y 10 de abril del 2017, según el análisis de las dos fotografías se puede afirmar que si existe el delito de estafa por que estas personas están siendo engañados y son inducidos a un error para que por su propia voluntad se despojen de una parte de su patrimonio donde los beneficiados serán como la empresa Herbalife y los distribuidores independientes,

De la misma manera podemos reafirmar la infracción también va contra la Ley 1700 de Colombia o Amway que sirva para sancionar a las empresas que practican en forma ilícita el sistema comercial del mercadeo multinivel en los Estados Unidos; donde estas normas señalan que las personas que sean incorporadas deben saber de forma adecuada sobre la forma de negocio para el cual serán capacitados los distribuidores independientes y si estas incumplen con este referido será sancionada la empresa donde labora por no capacitar.

Conclusión

Se puede determinar que las infracciones de las normas jurídicas, por parte del mercadeo multinivel no tienen límite en nuestro país, el cual no podrá evitarse mientras no exista una norma que regule el sistema de comercialización del mercadeo multinivel.

Objetivo específico Uno

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

Consideraciones generales

En esta parte se podrá demostrar mediante el análisis documental como vienen siendo la sanción penal a los infractores de una norma jurídica del estado por parte de las empresas y los distribuidores independientes.

Según el código penal en el artículo 246°, está regulado sobre la comisión de delitos financieros de parte de las instituciones financieras ilegales de la siguiente manera:

El que, sin contar con permiso de la autoridad competente, se dedique por cuenta propia o ajena, de forma directa o indirectamente a la captación habitual de recursos del público, bajo la forma de depósito, mutuo o cualquier otra modalidad, será reprimido con pena privativa de libertad no menor de tres ni mayor de seis años y con ciento ochenta a trescientos sesenta y cinco días de multa.

Además, según la entrevista realizada por la periodista Karen Guardia, del diario Gestión al jefe del SBS del departamento de Asuntos Contenciosos Carlos Cueva Morales, el día 14 de julio del 2016, según su página web del diario Gestión del día manifiesta que:

en los últimos siete años solo dos casos han sido sentenciados, con prisión suspendida por cuatro años, por captación ilegal de fondos realizada por Trade Corporation en Ilo y Trujillo, así mismo señalo esto se debe muy difícil para el Juez considerar agravantes y condenar a los implicados de una estafa piramidal, esto se debe porque no todas las personas perjudicadas no denuncian el caso y más aún por falta de pruebas. (Redacción Diario Gestión, 2016)

En derecho comparado con nuestro vecino país Colombia podemos señalar la publicación realizado en su página web el diario El País, el día 07 de noviembre del 2017, sobre cómo

se castiga o sanciona a los infractores de la ley Multinivel en forma piramidal, el informe señala que:

David Murcia Guzmán, el creador de la pirámide DMG, creado en Putumayo en el año 2003 fue intervenido por captar dinero ilegal en forma masiva teniendo sucursales en Panamá, Venezuela y Ecuador, después de estar preso por más de siete años, en los Estados Unidos y realizar la negociación y entregar en poder de la Fiscalía de Nueva York los bienes valorizado en siete millones de Dólares Americano, volverá a Colombia a pagar una nueva condena, según el Departamento de Inmigración será deportado para que pueda cumplir su condena de 22 años de cárcel.(Redacción de el País, 2017)

Análisis del tema

En los tres documentos que se analiza de los medios de comunicación escrita, se ve como las sanciones que le imponen a los infractores de las normas en nuestro país como en Colombia es muy distinta, porque la sanción en Perú a un estafador es máximo a 6 años de pena privativa de libertad en cambio en Colombia es de 22 años, asimismo según la información en los últimos siete años en nuestro país solo se sanciono en dos casos pero solo con pena suspendida, ni siquiera con efectiva que debería estar los años que señala la Ley de Estafa, y en Colombia la sanción que le impusieron al estafador David Murcia Guzmán es de 22 años de cárcel efectiva sin disminuir los años de cárcel que estaba en Estados Unidos ante de su extradición. se realiza a las personas

Posición critica

Por lo tanto, la diferencia de las sanciones penales que se imponen a los infractores en los diferentes países por el delito de estafa es muy distintas, el cual conlleva a que estas empresas infractoras inviertan en los países don la sanción no es tan drástica en su sanción y además donde no está regulado este sistema de mercadeo.

Conclusión

Para que la sanción sea efectiva primero debemos regular este sistema luego penalizar para que sea efectiva la sanción, y para poder prevenir se debe aumentar los años de presión el cual debe ser efectiva en su cumplimiento.

Objetivo específico Dos

Analizar qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito Pachacamac, en el año 2017
--

En su página web el diario El Tiempo de Colombia el día 03 de marzo del 2016, publico la entrevista del jefe de la Superintendencia de Financiera y de Sociedades de Colombia, sobre cómo se podía diferenciar a las empresas que practican el mercadeo multinivel y no caer en la estafa por parte de los piramidales en donde señala las siguientes señales de las empresas formales:

- 1.- deben desconfiar de las empresas que ofrecen rendimientos exorbitantes en un corto tiempo por su dinero.
- 2.- deben conocer bien la realidad del negocio, como también los alcances y contenidos de cada uno de los documentos que reciba y firma, antes de invertir su dinero.
- 3.- deben conocer de la estructura de negocios poco claras y de firmas que no tienen un domicilio físico.
- 4.- deben descartar inversiones complejas que ofrecen opciones y productos exóticos en los países donde las entidades de control de estos negocios no tienen campo de acción jurídica posible. (García, 2016)

Posición crítica

Es muy difícil que en nuestro país podamos definir las distintas diferenciaciones que señala en la entrevista analizado por el diario el Tiempo, al jefe de la Superintendencia de Financiera y de Sociedades de Colombia, por motivo de que en nuestro país el estado no lo regula más a un no realiza campañas sobre el tema del mercadeo multinivel, por este motivo las estafas siguieran en curso a las personas que entran a este sistema de comercio.

Conclusión

La diferenciación de estas dos formas de mercadeo el estado debe tomar en consideración mediante un reglamento después de haber regulado el mercadeo multinivel en nuestro país y hacer campañas públicas en hacer conocer a la población para que pueda evitarse los delitos que vienen incursionándose en nuestro país por parte de estas empresas y distribuidores independientes que venden los productos.

IV. DISCUCIONES

Introducción de discusión

En esta parte de acuerdo a las fuentes recorridas, y de los textos analizados se comprobará los objetivos y los supuestos jurídicos de tema de investigación; el cual se realizará de acuerdo a la contrastación de los instrumentos de investigación que se aplicó para obtener el resultado, los antecedentes en los trabajos previos y el marco teórico.

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

Supuesto jurídico general

Las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017 serian; delitos contra el patrimonio en su modalidad de estafa y delitos contra la vida, cuerpo y salud

Según, los entrevistados Cáceres, Alcántara, Mamani, Ipanaque y Soto (2018), manifiestan que las consecuencias Jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel, es el delito de estafa, al momento de captar nuevos miembros a la red de ventas a base de engaños mediante la publicidad y afectación a la salud de las personas que consumen los productos que se comercializan por este medio, configurándose el delito contra la salud pública; de igual manera sostienen Romualdo, Silva, Ordoñez, Polanco y Tupiño (2018), que este sistema en un país donde no están preparados para el control del comercio, los impuestos y regalías ingresan menos al estado por lo tanto existe la evasión de impuestos, toda vez que, las ventas se realizan de forma personal y además los vendedores no pagan impuestos, y donde las empresas no declaran las ventas en su totalidad.

Considerando lo vertido en el medio radial RPP Noticias, el día nueve de enero de 2017, donde informaban que, en ciudad de Puno y Juliaca la empresa TelexFREE, formado en Brasil, que ofrecía un software para realizar llamadas a bajo costo, había estafado a más de mil personas.

Cabe también citar lo que afirma sobre la estafa Alberto (2001), quien manifiesta que, “consiste en la conducta engañosa del estafador, quien induce a un error a la otra parte, a consecuencia del cual este queda perjudicado en su patrimonio”; por lo tanto, se configuraría la comisión del delito de Estafa. Del acuerdo conciliatorio entre Herbalife y la comisión federal, donde las personas afectadas manifestaban que los distribuidores independientes de esta empresa les prometía ganancias económicas exuberantes en corto tiempo el cual nunca les llegó.

Lo analizado líneas arriba en el presente trabajo de investigación, vertido por los entrevistados, como también de los diferentes autores citados sobre el tema y de publicaciones realizadas por los medios de comunicación de forma virtual y escrita, donde se afirman que existe una infracción contra las normas jurídicas de nuestro país, donde existe una consecuencia jurídica por la comisión del delito contra el patrimonio Estafa, por parte de las empresas del comercio del mercadeo multinivel al inducir a los consumidores de sus productos y al incorporar nuevos miembros a su red de vendedores a un error, mediante un engaño, el cual se configura como Estafa. Como también el delito contra la vida, el cuerpo y la salud, al no saber de modo efectiva los componentes de los productos que se comercializa.

Objetivo Específico Uno

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

Supuesto jurídico Especial Uno

La sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017, es ineficaz por no existir una norma regulatoria en el código penal.

Tomando en consideración la manifestación de Cáceres, Alcántara, Silva, Mamani y Tupiño (2018), quienes expresan que, los consumidores de aquellos productos que comercializan por este medio, en muchos casos no cuentan con registro sanitario o cuentan con protección mínima, como también, los distribuidores independientes de estos productos también no

cuentan con una protección adecuado de parte del estado, cuentan con protección mínima e insuficiente y al no estar regulado y tipificado en el código penal, sin embargo, Romualdo, Ordoñez, Ipanaque y Polanco (2018), manifiestan que los consumidores están protegidos por Indecopi, de igual manera Tupiño (2018), quien enfatiza que las medidas son tomadas por el mismo vendedor sin ni siquiera estar informado adecuadamente del producto.

Cabe también citar que el Código Penal vigente del Perú, en el artículo 246°, el cual lo utilizan para castigar y sancionar a las empresas piramidales, no señala claramente a que empresas o comercio se le reconoce como piramidales y mercadeo multinivel, y las penas son de tres a seis años de pena privativa de libertad para los infractores.

Considerando lo vertido en una entrevista periodista realizada por el diario Gestión, al Jefe de Asuntos Contenciosos de SBS, el día 14 de julio del año 2016, manifiesta que en los últimos siete años en nuestro país, solo dos casos de denuncia por estafa piramidal se hizo efectiva, pero solo con presión suspendida por cuatro años; de otra parte tomando como referencia con las sanciones que se realizan en Colombia donde se regula el mercadeo multinivel son más drásticas sus normas en área penal como señala el medio escrito El País, en donde informa el día 07 de noviembre de 2017, al creador Murcia Guzmán David, de la empresa DMG una empresa piramidal, que estafo en los países de Panamá, Ecuador, Venezuela y Colombia, era extraditado de Estados Unidos para Colombia, para que pueda cumplir la sanción de 22 años de cárcel efectiva impuesta a su persona.

Por último, cabe citar la sanción que puso la FTC de los Estados Unidos a la empresa Herbalife, mediante un acuerdo conciliatorio, el monto de \$200 millones de dólares americanos, a favor de los afectados por esta empresa, por no capacitar a sus distribuidores independientes de sus productos. con fecha 15 de julio de 2016.

Entonces de las manifestaciones recogidas de los entrevistados, así como lo expresado de los medios de publicación radial y escrita y de los autores especialistas en área penal, se puede definir qué, la sanción penal a los infractores de una norma, por parte de los miembros del sistema comercial del mercadeo multinivel no son efectivas en nuestro país, el cual se puede confirmar con lo señalado líneas arriba donde afirman que en los últimos 7 años solo fueron condenados a cuatro años en dos casos, pero con penas suspendidas a los infractores.

Objetivo Específico Dos

Analizar qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito Pachacamac, en el año 2017.

Supuesto jurídico Especial Dos

En el Distrito de Pachacamac en el año 2017, existen diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo Piramidal en el desarrollo comercial, en el multinivel existe un producto que se comercializa, mientras en el piramidal no existe un producto, por lo tanto; solo faltan identificar cada uno mediante una norma regulatoria.

De los resultados obtenidos en el trabajo mediante la entrevista, Cáceres, Romualdo, Polanco, Ipanaque y Soto (2018), manifiestan que la diferencia entre estas dos formas de negocio es que, en el mercadeo multinivel existe un producto o servicio de por medio, mientras tanto en el mercadeo piramidal no hay un producto o servicio solo buscan que uno invierta dinero e incorporar a otras personas a la red, asimismo manifiesta Tupiño y Ordoñez (2018), que la piramidal está considerado ilegal y las ganancias para los vendedores vienen de la cantidad de personas que incorpore a la red, mientras en el multinivel las ganancias vienen de la venta de los productos o servicios; de otra parte Alcántara, Mamani y Silva (2018) manifiesta que los dos tipos de mercadeo se asemejan, puesto que ambos captan personas con el objetivo de que inviertan o adquieran los productos.

Considerando lo vertido en una entrevista periodística realizado por el diario escrito El Tiempo de Colombia, el jefe de la Superintendencia Financiera de dicho país, manifiesta que las empresas piramidales no tienen un domicilio físico, ofrecen productos exóticos donde no se encuentran regulados, ofrecen ganancias financieras exorbitantes; por lo tanto, las empresas del mercadeo multinivel serán todo lo contrario.

De igual manera también define García (2001), en su investigación “Marketing Multinivel”, los distribuidores independientes tendrán el objetivo de vender un producto o servicio y auspiciar a otros distribuidores que estén convencidos de formar parte de la red, el cual es reconocido como mercadeo multinivel o Marketing Multinivel y del piramidal el objetivo

básicamente es captar más personas para formar la estructura de la red donde los primeros obtendrán ganancia económica por el ingreso de las últimas personas a la red y el producto será de mala calidad.

Asimismo tomando de referencia el comentario de Gage (2009), quien señala, “que todas las autoridades deben saber diferenciar primero el mercadeo multinivel y piramidal”, al cual podemos detallar con la diferenciación que realiza la Ley 1700 de Colombia, en el mercadeo multinivel la actividad principal será la vender su producto o prestar un servicio a la persona que requiera, mientras serán reconocidos como piramidal las que tengan la actividad principal en captar más inversionistas sin la existencia de por medio un buen producto.

Habiendo analizado lo vertido por los entrevistados, como también por lo expuesto en los medios de comunicación periodística de los medios radiales y escritas, investigadores sobre el tema, donde afirman que el mercadeo multinivel y mercadeo piramidal son diferentes; en donde el mercadeo multinivel tiene por objetivo específico, en venta de un producto o servicio, cuenta con un domicilio real físico y nunca van a ofrecer una ganancia económico exorbitante a personas que desean formar parte de la red de comerciantes independientes, de otra parte el mercadeo piramidal, tiene por objetivo específico en captar más personas a su red para poder pagar a los miembros que están sobre encima en la red piramidal, no hay un producto de por medio si existe será de mala calidad, no tiene un domicilio real físico, ofrecen ganancia económica más alta.

V. CONCLUSIONES

Primera

Que, como las empresas y los distribuidores independientes que, participan en el mercadeo multinivel vienen ocasionando infracciones a las normas jurídicas, es así vienen cometiendo delitos contra el patrimonio Estafa; por parte de los distribuidores independientes quienes se encuentran dentro del sistema de comercio del mercadeo multinivel, el cual se configura al momento de ofrecer los productos y al captar más vendedores a su red de vendedores, incurriendo en el engaño al momento de ofrecer el producto como también induciendo a un error al invertir su dinero para formar parte de la red de distribuidores independientes, y también delitos contra la Vida, el cuerpo y salud; de las personas que vienen consumiendo estos productos que se comercializa por esta modalidad de venta, productos que necesitan para su venta una recomendación médica o un especialista. Por lo mismo, al no saber los efectos colaterales que puede ocasionar los productos que se ofrecen.

Segunda

Los distribuidores independientes y las personas que consumen los productos que se comercializa por el sistema del mercadeo multinivel mediante la red de distribuidores independientes, no se encuentran protegidos por una norma de manera eficiente, porque las sanciones administrativas que impone el Indecopi son insuficientes en su cumplimiento por parte de las empresas. Además, la sanción penal a los infractores de las normas jurídicas que protegen los derechos de estas dos partes, es insuficiente al no estar penalizado y estar regulado en nuestro ordenamiento jurídico en forma clara y expresa.

Tercera

Existen diferencias entre el mercadeo multinivel y el piramidal donde, el núcleo medular de la diferencia está en el producto que existe de por medio en la comercialización en el sistema comercial, en el mercadeo multinivel; existe un producto o servicio que se comercializa mediante la red de distribuidores independientes y el ingreso económico será por la cantidad de productos vendidos mediante la red, mientras tanto en el piramidal puede haber un producto pero es de mala calidad y el ingreso económico dependerá de la cantidad de personas captadas a la red de distribuidores independientes, por lo tanto los distribuidores independientes tendrán como objetivo captar más personas para que pueda tener un ingreso económico. Por lo tanto, existe una diferencia entre estas dos modalidades de venta, solo falta que las autoridades competentes de hacer normas, puedan regular este sistema y así puedan hacer la diferenciación adecuada para poder controlar.

VI. RECOMENDACIONES

Primera

Para evitar que las empresas y los distribuidores independientes que participan en el mercadeo multinivel, sigan cometiendo delitos estafa, y delitos contra la salud de la población, es necesario que se regule el mercadeo multinivel en nuestro país, para poder proteger a los distribuidores y a los que consumen el producto que se distribuye mediante este sistema de comercio, esta protección se desprende de la Constitución Política del Perú, que establece sobre la protección de la población en sus derechos, para garantizar el bienestar del individuo y de su grupo familiar que conforman el estado, y asimismo de administrar de forma adecuada y se ejecute el control con autoridad.

Segunda

Se debe garantizar mediante una ley, en donde se debe especificar sus derechos y sus deberes de los distribuidores independientes; asimismo, también especificar qué clase de productos se debe comercializar por este medio para poder garantizar la salud de los consumidores. Para que pueda ser efectiva la sanción a los infractores de esta ley, se debe penalizar, el cual debe estar de forma clara y expresa en nuestro ordenamiento jurídico mediante el código penal, separando de los delitos comunes para el cual se debe abrir un área en el Ministerio Público especializado en el mercadeo multinivel y el piramidal; por ser amplio este sistema de comercio.

Tercera

Mediante una ley, se debe definir la diferenciación del mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, con la finalidad de que las autoridades encargadas de administrar y sancionar este sistema de comercio, puedan diferenciar y calificar de forma adecuada las infracciones cometidas y sancionar a los que incurren en la infracción de la ley, donde esta ley debe brindar garantías de modo eficiente el cual debe estar de acuerdo al avance de la tecnología y a los principios constitucionales.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Referencias de Fuentes Primarias

Entrevistados

Mamani, J. P. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Alcántara, R. F. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Cáceres, J. C. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Romualdo, L. V. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Soto, A. A. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Tupiño, G. A. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Silva, J. L. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Ordoñez, S. L. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Ipanaque, J. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Polanco, O. (2018). Entrevistado sobre Consecuencias Jurídicas del Mercadeo Multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017.

Referencias de Fuentes Secundarios

Teóricas

Soto Q., R. (2015). *La tesis de maestría y doctorado en 4 pasos*. (2ª. ed.). Lima, Perú: DIOGRAF.

Martínez R., H. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: ARTGRAPH.

- García, V. (2009). *Introducción a las Ciencias Jurídicas*. (2ª. ed.). Lima, Perú: JURISTA EDITORES.
- Salina, R. (2015). *DELITOS CONTRA EL PATRIMONIO*. (5a. ed.). Lima, Perú: Pacífico Editores S.A.C.
- García S., M. D. (2001). *MARKETING MULTINIVEL* (tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Peña, R. (1993). *Tratado de Derecho Penal. Parte especial*. Lima, Perú: Ediciones Jurídicas
- Rodriguez, M. (2016). *Relación entre el nivel de emprendimiento y el desarrollo del Marketing Multinivel por las directoras del Siltamy – Unique en el Distrito de Trujillo - 2015* (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Roy, L.E. (1983). *Derecho penal peruano. Parte especial*. Lima, Perú: Grijley
- Chinchayan, R & Mejía, E. (2014). *Las redes sociales en el mercadeo Multinivel como herramienta funcional en la Ciudad de Chiclayo* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Isturiz, A. (2012). *Situación del Multinivel en Venezuela* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Sousa, N. (2012/13). *Marketing Multinivel del siglo XXI* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, Colombia.
- Rubio, M. (2009). *El Sistema Jurídico Introducción al Derecho*. (10ª ed.). Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad católica del Perú
- Alberto, E. (2001). *Derecho Penal Parte Especial*. (2ª. ed.). Buenos Aires: RUBINZAL – CULZONI EDITORES.
- Bravo, J. (2010), *Fundamentos de Derecho Tributario*. (2a. ed.). Lima: JURISTA EDITORES.
- Arias, L. (1998). *Manual de Derecho Penal Parte Especial*. (5ª. ed). Lima: Editorial San Marcos.
- Kiyosaki, R. (2013). *El Negocio del Siglo 21*. (3ª. ed). México: Santillana Ediciones Generales.

- Rodriguez, M. (2013). *El árbol rojo del multinivel y las ventas directas*. (3^a. ed). México: Centro de Desarrollo Empresarial
- Gage, R. (2009). *Como construir una máquina de dinero multinivel*. (4^a. ed). Kansas: Negocios/ventas & marketing
- Gage, R. (2010). *Making the first circolo work*. (2^a ed). Florida: Negocios/ventas & marketing.
- King, Ch. W. y Robinson, J.W. (2015). *Los Nuevos Profesionales*. (3^a.ed). Los Ángeles: Time & Money Network Editions.
- García, M. D. (2001). *Marketing Multinivel*. (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid), (Acceso el 18 de septiembre del 2017)
- La Constitución Política del Perú del año 1993, Editorial Berrio
- La Legislación Tributaria, JURISTA EDITORES E.I.R.L.
- El Código de Protección y Defensa del Consumidor, JURISTA EDITORES E.I.R.L.
- El Código Penal Peruano, JURISTA EDITORES E.I.R.L.
- Ramos, C. (2011). *Como Hacer una Tesis se Derecho y no Envejecer en el Intento*. (2^a.ed). Lima: Editorial y Editorial Jurídica Grijley.
- Aranzamendi, L. (2000). *La investigación Jurídica. La tesis universitaria en derecho (seminarios, monografías, tesis)*. Lima: Adrus
- Valderrama, S. (2002). *Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Torres B., C. (2002). *Orientaciones básicas de metodología de la investigación científica*. (2^a.ed). Lima, Perú: LIBRO DE PUBLICACIONES
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (5^a.ed). Lima, Perú: San Marcos.
- Hernández S., R. (1997). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. (2a.ed). Mexico: Prinnted in Colombia.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología de diseño de la Investigación cualitativa*. (2a. ed). Málaga, España: Aljibe.

- Hernández, J. (01 de 09 de 2015). *Redes de mercadeo: Esto debes de saber antes de aventurarte en este negocio*. Obtenido de Perú21: <https://peru21.pe/emprendedores/redes-mercadeo-esto-debes-aventurarte-negocio-194688>
- Redacción EC. (15 de 03 de 2015). Al usar el mercadeo multinivel, las firmas que usan el esquema piramidal logran inmunidad ante la SBS. Se requiere regulación. Obtenido de El Comercio: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/10-empresas-pais-utilizan-esquema-piramidal-342773>
- Guardia, K. (13 de septiembre de 2017). GESTION. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/sbs-alerta-crecimiento-estafa-piramidal-via-compras-diamantes-2199875>
- RPP NOTICIAS. (13 de septiembre de 2017). RPP. Obtenido de <http://rpp.pe/economia/economia/sbs-advierte-sobre-estafa-piramidal-por-la-compra-de-diamantes-noticia-1076312>
- Hernández, J. (14 de septiembre de 2017). PERÚ 21. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/conozca-operan-7-empresas-lupa-sbs-estafa-375861>
- Redacción EC. (19 de 03 de 2015). Zrii pidió a SBS que la retire de listado de firmas piramidales. Obtenido de El Comercio: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/zrii-pidio-sbs- retire-listado-firmas-piramidales-344395>
- Comisión Federal de Comercio. (15 de Julio de 2016). Comisión Federar de Comercio Protegiendo a los Consumidores. Obtenido de <https://www.ftc.gov/es/noticias/2016/07/para-resolver-los-cargos-de-la-ftc-herbalife-restructurara-sus-operaciones-de>
- Comisión Federal de Comercio. (13 de mayo de 2014). Comisión Federal de Comercio Protegiendo a los Consumidores. Obtenido de <https://www.ftc.gov/es/noticias/2014/05/un-acuerdo-resolutorio-de-la-ftc-inhibe-operadores-de-un-esquema-piramidal>
- Comisión Federal de Comercio. (8 de mayo de 1979). Comisión Federal de Comercio Protegiendo a los Consumidores. Obtenido de https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/commission_decision_volumes/volume-93/ftc_volume_decision_93_january_-_june_1979pages_618-738.pdf

- RPP NOTICIAS. (09 de 01 de 2016). Portada Economía. Obtenido de Estas son las estafas "pirámide" que se expandieron por el Perú: <http://rpp.pe/economia/economia/estas-son-las-recientes-estafas-piramide-en-el-pais-noticia-977501>
- Redacción de El País. (07 de 11 de 2017). *David Murcia, cerebro de DMG, regresa a Colombia para cumplir condena de 22 años*. Obtenido de El País.com.co: <http://www.elpais.com.co/judicial/david-murcia-cerebro-dmg-regresa-para-cumplir-condena-de-22-anos.html>
- Panamáon.com Tu prensa Diaria. (26 de 02 de 2016). *Denuncias a ZRII en Colombia, Panamá y Perú por captación ilegal de dinero (pirámide)*. Obtenido de Panamáon.com Tu Criterio Te Hace Libre: <http://www.panamaon.com/blogs/44-un-equipo-all-star/160-denuncias-a-zrii-en-colombia-panama-y-peru-por-captacion-ilegal-de-dinero-piramide.html>
- García, C. A. (03 de 03 de 2016). Las redes sociales son el nuevo paraíso de las 'pirámides' en Colombia. Obtenido de EL TIEMPO: <http://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/piramides-y-captacion-ilegal-en-colombia-se-dan-por-redes-sociales-64072>
- Peceros, F. (10 de 04 de 2017). *Fotos de la biografía*. Obtenido de [Álbum de fotos]: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=585844065083958&set=a.331609553840745.1073741829.100009751081166&type=3&theater>
- Valverde, R. E. (08 de marzo de 2017). "Incidencia del Sistema de Ventas Multinivel de la Compañía Nic en las Economías Familiares de la Ciudad de Trujillo". Obtenido de TESIS UNITRO: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7452/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20-%20Rosa%20Valverde%20Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, L. O. (18 de marzo de 2016). INFLUENCIA DEL ESTUDIO DEL MARKETING MULTINIVEL EN EL DESARROLLO DE LA EMPRESA R"LIVE EN EL Perú. Obtenido de TESIS UNITRO: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/962/espinozapareja_luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Catachura, W. (23 de enero de 2015). "Impactos del Negocio Multinivel en el nivel de ingresos de los asociados de la empresa Herbalife en la ciudad de Puno- 2013. Obtenido de TESIS UNA - PUNO: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1898/Catachura_Layme_Wilfredo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chinchayan, M. J. y Mejía, O. A. (06 de julio de 2018). "LAS REDES SOCIALES EN EL MERCADEO MULTINIVEL COMO HERRAMIENTA FUNCIONAL EN LA CIUDAD DE CHICLYO". Obtenido de Repositorio de Tesis USAT: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/76/1/TL_ChinchayanBarrenecheaMario_MejiaSantamariaOmar.pdf
- Rodriguez, J. A. (07 de noviembre de 2016). "RELACION ENTRE EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO Y EL DESARROLLO DEL MARKETING MULTINIVEL POR LAS DIRECTORAS DE SILTAMY-UNIQUE EN EL DISTRITO DE TRUJILLO. - 2015". Obtenido de TESIS UNITRU:

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4552/rodriguezorbegoso_juana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, W. G. (06 de julio de 2018). *"DESARROLLO DE PROTOTIPO WEB DE SISTEMA DE INFORMACION PARA LA INDUSTRIA DE NETWORK MARKETING COMO ESTRATEGIA EN REDUCIR LA DESERCIÓN Y AMPLIAR LA LINEA DE ASOCIADOS"*. Obtenido de Universidad Distrital Francisco José de Caldas:

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/7517/1/PrototipoWebNetworkMarketing.pdf>

Ruiz, K. J. (26 de octubre de 2016). *"PLAN DE NEGOCIOS BASADO EN REDES DE MERCADEO"*. Obtenido de Universidad de Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14224/1/TESIS%20ING.%20KAREN%20RUIZ%20REDES%20DE%20MERCADEO%20OCTUBRE-2016.pdf>

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONCISTENCIA PARA ELABORACION DE INFORME DE TESIS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: David Rodriguez Carrasco

FACULTAD/ESCUELA: Escuela Profesional de Derecho

TABLA 7: Matriz de consistencia

TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACION	CONSECUENCIAS JURÍDICAS DEL MERCADEO MULTINIVEL EN EL DISTRITO DE PACHACAMAC, AÑO 2017
PROBLEMA GENERAL	¿Cuáles son las consecuencias Jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017?
PROBLEMAS ESPECIFICOS	<p>Problema Específico 1 ¿Cómo es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017?</p> <p>Problema Específico 2 ¿Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017?</p>
OBJETIVOS GENERAL	Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Objetivo específico 1 Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017</p> <p>Objetivo específico 2 Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017</p>
SUPUESTO GENERAL	<p>Supuesto jurídico general Las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017 serian; delitos contra el patrimonio en su modalidad de estafa y delitos contra la vida, cuerpo y salud</p>
SUPUESTOS ESPECIFICOS	<p>Supuesto jurídico específico 1 La sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017, es ineficaz por no existir una norma regulatoria en el código penal.</p> <p>Supuesto jurídico específico 2</p>

	En el Distrito de Pachacamac en el año 2017, existen diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo Piramidal en el desarrollo comercial, solo faltan identificar cada uno mediante una norma regulatoria.
DISEÑO DEL ESTUDIO	<p>Tipo de Investigación: Básica.</p> <p>Tipo y nivel de conocimiento: Explicativa, Teoría Fundamentada. Fenomenológica.</p> <p>Tipo de diseño metodológico: No experimental.</p>
POBLACIÓN Y MUESTRA	<p>Población: 24 fiscales del Ministerio Publico de la Molina y Cieneguilla.</p> <p>Muestra: 5 fiscales y 5 Asistente de fiscal</p>
CATEGORIAS	<p>Según su naturaleza: Cualitativas</p> <p>Consecuencias Jurídicos</p> <p>El mercadeo multinivel</p> <p>Según su Función:</p> <p>Delitos contra el patrimonio y contra la vida, el cuerpo y la salud, por parte del mercadeo multinivel.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Ley del mercadeo multinivel derecho comparado b) Infracción contra normas de área penal c) Rol del Estado <p>Indicadores:</p> <p>Ley 1700 de Colombia, ley de mercadeo multinivel</p> <p>El código penal del Perú</p> <p>Vulneración a sus derechos de los consumidores del producto y distribuidores independientes</p>
Métodos de análisis de datos	Instrumento de recolección es guía de entrevista y análisis documental

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2:

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017”

Entrevistado:	
Cargo/Profesión:	
Institución:	
Lugar:	
Fecha:	

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 1

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

.....
.....
.....
.....

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

.....
.....
.....
.....
.....

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 2

Analizar qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

.....
.....
.....
.....
.....

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

.....
.....
.....
.....
.....

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

.....
.....
.....
.....
.....

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodriguez Carrasco David DNI: 42740246	

Anexo 3: Ficha de validación de Guía de entrevista



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

I.1. Apellidos y Nombres: CHAVEZ RODRIGUEZ, EUDY
 I.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: GUIA DE ENTREVISTA
 I.4. Autor(A) de Instrumento: RODRIGUEZ CARLOS, DAVID

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.													X
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.													X
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.													X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.													X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

95 %

Lima, 22- NOV del 2017

[Firma manuscrita]

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

43304596
 DNI No. Telf:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres: SANTISTEBAN LLONTOP PEDRO
 1.2. Cargo e institución donde labora: FISCAL MILITAR FUERZO MILITAR POLICIAL
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												✓	
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												✓	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												✓	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												✓	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												✓	
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías												✓	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												✓	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos.												✓	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												✓	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

90 %

Lima, del 2017

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE


 PEDRO SANTISTEBAN LLONTOP
 ABOGADO
 CAL 17951
 DOCTOR EN DERECHO

DNI No. Telf.: 958025433
09802911

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:..... VARGAS HUAMAN, ESAU
 1.2. Cargo e institución donde labora:..... ASESOR DE TESTS
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:..... GUIA DE ENTREVISTA
 1.4. Autor(A) de Instrumento:.....

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.													✓
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												✓	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													✓
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												✓	
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías													✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												✓	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos.													✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													✓
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												✓	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

Si
93

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

93 %

Lima, 15 DE NOVIEMBRE del 2017

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No 31042328 Telf.: 969415453

Anexo 4: Guía de Instrumentos de entrevistados

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Gabriel Alberto Tupiza Flores
Cargo/Profesión:	
:	A.F.F.
Institución:	Ministerio Público
Lugar:	Lima - Este
Fecha:	

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

Es la venta con garantía segura, sin encajear el valor del producto que lo realiza el Estado sin ningún tipo de valor agregado, se ofrece todo tipo de productos y servicios.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Este sistema aplicado a un país que no está preparado o capacitado para la utilización de la tecnología, merced a meros regalías, impuestos y otros. Toda vez que fácilmente son realizados hechos jurídicos y el Estado no se da por enterado.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Si, ya que existen empresas multinacionales que se aprovechan de la situación de desconocimiento e realizan operaciones de comercio sin pagar impuestos.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Aún no existe protección por ello la cantidad de investigaciones sin hallar al responsable y el caso de los taxistas en la competencia por el servicios con aplicaciones al celular.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Aún no existe criterios, para el ordenamiento jurídico respecto a este tema, y las medidas son tomadas por el particular.

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Mediante Campañas Jurídicas directas a la Población, a fin de cultivar a las personas ya sean Comerciantes ó Consumidores, a fin de evitar carga procesal que quite tiempo al aparato de Justicia.

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

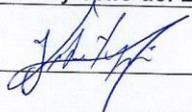
La Pirámide es un negocio ilegal, donde las personas que ingresaron primero ganan más dinero.
En el Multinivel las ganancias no dependen del nivel en que entró la persona sino la cantidad de bienes y servicios que genera.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

Si, según la especialización que tienen capacitándose y actualizando los nuevos delitos que surgen en el derecho.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Si, crear un software que capte todas las transacciones hechas que se los pueda obligar al pago de los impuestos y individualizar a los que se dedican a estafar por un Internet Mundial.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	

GABRIEL ALBERTO TUPINO FLORES
Asistente en Función Fiscal
2º Fiscalía Provincial Penal de
La Molina - Cieneguilla

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Angella Adelina Soto Grados
Cargo/Profesión:	Asistente en Función Fiscal - Abogada
Institución:	Ministerio Público - Sede La Molina
Lugar:	Sede La Molina
Fecha:	11-05-18

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

La red de mercadeo es el conjunto de distribuidores independientes, que se reúnen con el fin de poder vender determinado producto, siendo que a más gente mayor ganancia, el que va arriba gana por el que está abajo.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Desde mi punto de vista la persona que va entrando con el fin de vender productos, si bien va generando ingresos por su venta, también lo va haciendo a través de las ganancias que los nuevos que ingresan van adquiriendo, al final no se tiene conocimiento quien es la persona que se está beneficiando económicamente de nuestro trabajo, por lo que, incluso podríamos llegar a ser víctimas de esta también.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Sí, para saber y tener conocimiento de esta red, y saber quienes son las personas que conforman este mercadeo multinivel.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

No está regulado la red de mercadeo y tampoco se tiene mucha información acerca de tipo de negocios que incluye ganar dinero a través de otras personas mediante red.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Pienso que respecto a la red de mercadeo no existe una protección a los comercializadores puesto que este trabajo es por decirlo de alguna manera un trabajo informal, aunque no sea un trabajo ilícito.

.....
.....
.....
.....
6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

= Primero identificar a la primera persona capta a otras, esto con el fin de saber con que personas se está trabajando, cual es el monto del dinero que manejan este tipo de redes. (piramidal).

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

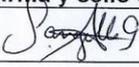
El mercadeo nivel de alguna manera es un trabajo informal pero no ilícito, en cambio el piramidal solo busca que uno invierta una parte suma suma de dinero con la incertidumbre de saber si realmente saldará el negocio o no, haciéndose de alguna manera un negocio fraudulento.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

A pesar de no ser lo mismo, muchas personas pueden confundir el mercadeo multinivel con el mercadeo piramidal, incluso los operadores de justicia.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Si, ya que cada vez este tipo de negocios va creciendo, lo cual hace que gente invierta su dinero en venta de producto el cual debe estar regulado con el fin de evitar algún tipo de estafa.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	 Angella Adelfa Soto Grados ASISTENTE EN FUNCION FISCAL 2º Fiscalía Provincial Penal de La Molina - Cercosilla 72721858

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Lily Rosaldo Jaque
Cargo/Profesión:	Fiscal Adjunto Provincial Penal
Institución:	Fiscalía de La Molina y Cieneguilla 2da
Lugar:	LA MOLINA
Fecha:	18 DE MAYO DEL 2018

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

El mercadeo multinivel es la forma de realizar ventas asociándose a una empresa pero sin ser parte de ella, y busca recomendar a otras personas, teniendo un beneficio económico por recomendar.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Evasión de impuestos, toda vez q' las ventas se realizan de forma interpersonal - de boca en boca - se publicita los productos, los vendedores no pagan impuestos, y es más fácil para la empresa no declarar las ventas.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Resulta necesario la regulación a efectos de evitar la posible evasión de impuestos y de otorgar un buen producto al comprador y ver satisfecho su adquisición, así como para evitar las empresas Piramidales.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

En el país se tiene la entidad de INDECOP.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

No existe una adecuada protección al consumidor regulado.

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Tomando regulado este tipo de negocio se podría tomar los criterios más adecuados para responsabilizar al infractor de un delito.

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

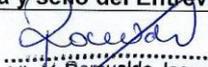
Que en el mercadeo multinivel buscan socios
vendedores, y en el piramidal buscan inver-
sionistas,

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

NO, porque a la fecha no se ha difundido
este tipo de negocios

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Si, lo que se debería hacer es darle mayores competencias
a Indecopi, a efectos de poder supervisar este tipo
de comercialización y de encontrar indicios de delito
remitido al M. Público.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodriguez Carrasco David DNI: 42740246	 Lily V. Romualdo Jaque FISCAL AJUNTO PROVINCIAL (P) DISTRITO FISCAL LIMA ESTE

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Julio César Cáceres Najarro
Cargo/Profesión:	Fiscal Adjunto Provincial
Institución:	Ministerio Público
Lugar:	LIMA-ESTE
Fecha:	21-05-2018

*entrevista
MMP
Cáceres 21/5/18
explicar
Haber, con los comités*

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

Actualmente es una oportunidad de negocio para las personas, y que se ha vuelto más conocido por la publicidad que aparece en internet, y que incluso el negocio se puede ejercer online, para lo cual uno tiene que asociarse a una empresa, generalmente transnacional, en la cual uno no tiene horario de trabajo fijo y sirve para recurrirse para algunos, o también para vivir de este trabajo.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

La imposición a base de engaños en forma de publicidad hacia la población en general como la estafa y afectación a la salud de las personas, así como, detrimento patrimonial del agraviado de sin beneficios ofrecidos por el vendedor del producto.

J. Cáceres
JULIO CÉSAR CÁCERES NAJARRO
Fiscal Adjunto Provincial (T)
Fiscalía Provincial Corporativa Transitoria
Especializada en Delitos de Corrupción de Funcionarios de Lima Este

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Si, para que la sanción sea más efectiva, como delito, para en muchos casos la sanción administrativa que existe el Indecop, es insuficiente para la lucha frontal, pero este tipo de Indecop.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

La protección es mínima y insuficiente, porque no existe una sanción efectiva por no estar penalizada y no está regulada en nuestro ordenamiento en forma clara y expresa, por lo que los consumidores se ven afectados sin que el estado, pese a los años que tiene este negocio, haya hecho algo concreto.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

No existe ninguna protección, al no estar regulado, así como porque cada uno de los vendedores asumen la venta de los productos.


JULIO CÉSAR CÁCERES NAJARRO
Fiscal Adjunto Provincial (T)
Fiscalía Provincial Corporativa Transitoria
Especializada en Delitos de Corrupción de
Funcionarios de Lima Este

... Sin siquiera estar informados de las bondades que o frecuencia de lo dañino que pueden ser para la Salud.

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

... Tomar en cuenta la publicidad engañosa que realiza la empresa para vender el producto
... el perjuicio ocasionado a la población en general, debiendo hacerse estudios en personas consumidoras del producto.

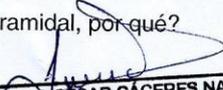
Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

... En el multinivel debe existir un producto o servicios de por medio y puede ser comercializable sin problemas fuera de lo ted de mercadeo Piramidal es una estructura corporativa o jerárquica donde la compensación y pago se deriva fundamentalmente del ingreso de otras personas al negocio y no de la venta o suministro de productos o servicios.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?


JULIO CÉSAR CÁCERES NAJARRO
Fiscal Adjunto Provincial (T)
Fiscalía Provincial Corporativa Transitoria
Especializada en Delitos de Corrupción de
Funcionarios de Lima Este

No, porque estas leyes generalmente se
están viendo como delitos de estafa
en vía penal y publicidad engañosa
en Indecopi que impone sanciones administrativas,
pero que estas son insuficientes.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada
que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y
servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Podría ser el Indicopi, en adición a sus
funciones, creando un área especializada en
el mercadeo multinivel y piramidal, pero no
crear más instituciones, que lo busca y hacer es gene-
rar más gastos al Estado.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodriguez Carrasco David DNI: 42740246	


JULIO CÉSAR CÁCERES NAJARRO
Fiscal Adjunto Provincial (T)
Fiscalía Provincial Corporativa Transitoria
Especializada en Delitos de Corrupción de
Funcionarios de Lima Este

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Ronald Franco Alcántara Lino
Cargo/Profesión:	Abogado - Fiscal Adjunto.
Institución:	Ministerio Público
Lugar:	La Oroya
Fecha:	04 de Mayo de 2018.

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

Es un sistema por el cual una persona se afilia a una compañía para vender sus productos y a la vez esta ofrece a ciertas otras personas para que se unan a la empresa con el único fin de vender sus productos, así como beneficiar al fundador y a los miembros captados.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Se podría configurar el delito de estafa, a momento de captar a los miembros nuevos donde le den una figura distinta a la realidad, pero en muchas cosas hacen o exigen que inviertan dinero para tener según ellos en un futuro próximo ganancias, que en muchas cosas no se da.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Si, para tenerlo controlados.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

No existe una protección absoluta, pues muchos de esos productos que ofrecen no cuentan con registro sanitario o en todo caso no pasan los controles de calidad exigidos por las leyes Peruanas.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

No existe una regulación, o no tengo conocimiento de ella.

.....
.....
.....
.....

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

En mi opinión, a tenerse como delito e cometer al Jc Estopa se debe cumplir con los presupuestos exigidos del tipo penal, y

.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

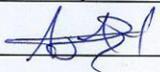
Desde mi punto de vista, ambas figuras se consideran que ambas captan personas con el objetivo de que inviertan o adquieran productos para venderlos y a los productos más ganancias, pero los primeros productos son pagados por los que comercian; o también otro forma de ganar es reclutando personas.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

En mi opinion, no existen capacidades en los
que se refiere a estos sistemas de comercio,
solo se tiene conocimientos empiricos.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada
que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y
servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

No, estas entidades que existen regulan como
INDSCOP, MINISTERIO DE SAUD, etc. regular los
normas de cada actividad o aspectos de controlar
dicho sistema.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodriguez Carrasco David DNI: 42740246	

DNI N° 41384217.


RONALD FRANCO ALCANTARA LINO
Fiscal Adjunto Provincial (P)
2da Fiscalía Provincial Penal
de la Molina - Cieneguilla

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Juan Pablo Mamani Arapa
Cargo/Profesión:	fiscal Provincial
Institución:	Ministerio Público
Lugar:	2 ^a fiscalía Provincial Penal La Molina y Ciéneguillo
Fecha:	11 de Mayo 2018

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

No podía definir claramente pero tengo entendido que es la comercialización de productos de persona a persona.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Estaría ocasionando el delito de Estafas contra la Salud pública de las personas que están en este negocio, pero es muy difícil de demostrar porque existe un contrato de por medio. Contra actual de por medio y estaría por otra vía el procedimiento.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Si, para poder resguardar a las personas que participan en este negocio.

Objetivo específico 1

Establecer Cuál es la eficacia de la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

No, existe en nuestro código penal que proteja a estas personas que consumen estos productos, pero debería hacer sobre los productos de indicap.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

No existe en nuestro código penal, donde se pueda proteger a estas personas que venden este producto.

6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Para poder formalizar una denuncia penal primero debería existir una ley especial para poder regular como en otros casos que tienen sus propias leyes especiales que regulan. → debería actualizarse el código penal y leyes especiales que contemplan nuevas modalidades delictivas que conlleva la globalización.

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el territorio Peruano, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

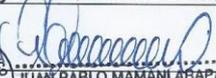
No podría decir las diferencias porque desconozco estas formas de mercadeo

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

No, las autoridades desde mi punto de vista no estamos capacitadas para poder diferenciar es un negocio que desconocemos en la mayor parte.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Si, porque es muy amplia este sistema y delictuosa la forma de negocio y además deberían participar otros órganos que protegen a las personas. debería fiscalía especialidad en esta modalidad porque nosotros como fiscales penal conocemos delitos comunes.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodriguez Carrasco David DNI: 42740246	 JUAN PABLO MAMANI ARAPA Fiscal Provincial Titular 2da. Fiscalía Provincial Penal de La Molina - Cieneguilla



GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Susan Lesly Ordóñez Recuay
Cargo/Profesión:	Asistente / Abogado
Institución:	Ministerio Público
Lugar:	La Molina - Segunda Fiscalía Penal
Fecha:	03/07/18

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

Es la venta que se realiza de persona a persona, de grandes productos en el mercado.

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Las consecuencias que este sistema de negocio ocasiona es la estafa y es muy difícil de probar el delito contra la vida, el cuerpo y la salud.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

SUSAN LESLY ORDÓÑEZ RECUAY
Asistente Administrativo
2da. Fiscalía Provincial Penal
de la Molina - Cieneguilla

Si es necesario regular este sistema de venta en nuestro país, para poder resguardar sus derechos de las personas que participan en la venta:

Objetivo específico 1

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Se tiene una protección por parte del estado mediante el Indecopi

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Los vendedores de los diferentes productos que se comercializan por este medio no tienen siendo protegidos por parte del estado

SUSAN LESLY ORDÓÑEZ RECUP
Asistente Administrativo
20a. Fiscalía Provincial
de la Molina - Cienega

.....
.....
6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

..... primero deberían de regular para poder dar
..... los criterios adecuados al momento de plantear
..... como delito
.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

..... la diferencia está en lo venta de producto
..... que se comercializa
.....
.....
.....
.....
.....

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

.....
.....
..... LESLY ORDÓÑEZ RECUA
..... Asistente Administrativo
..... Fiscalía Provincial Penal
..... Lima - Cieneguilla

Las autoridades no están capacitadas para poder de fiscalización, porque no se encuentran regulados en nuestro país

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Que no debería haber otra entidad que regule este sistema de venta, sino que debe abirse en la fiscalía un área especializada para que pueda ser efectiva la sanción al infractor.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	

SUSAN LESLY ORDÓÑEZ RECÜAY
Asistente Administrativo
2da. Fiscalía Provincial Penal
de la Molina - Cieneguilla
42836678

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Javier Ipanaque Sánchez
Cargo/Profesión:	Abogado - Asistente de fiscal
Institución:	2ª Fiscalía Provincial Penal de La Molina
Lugar:	La Molina
Fecha:	

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

son aquellas redes de personas que están formadas en forma piramidal que venden productos

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

podríamos estar hablando de que están incurriendo en el delito de estafa, pero no es muy difícil de probar

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?


JAVIER IPANAQUE SANCHEZ
Asistente en Función Fiscal
2ª Fiscalía Provincial Penal de
La Molina Cieneguilla

Si es necesario regular el Mercadeo multinivel para poder detener las posibles infracciones de la ley.

Objetivo específico 1

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Toda infracción mediante un producto no puede realizar sus reclamos al Indecopi.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

El estado no tiene una norma que resguarde sus derechos a las personas que realizan el mercadeo multinivel.


JAVIER IPANAQUE SANCHEZ
Asistente en Función Fiscal
2º Fiscalía Provincial Penal de
La Molina Cieneguilla

.....
.....
6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Desp. primero debemos conocer de fondo el sistema de venta que se realiza para poder tipificar como delito.

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

La diferencia está en la venta de productos en el piramidal no hay un producto.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

J. Sánchez
JAVIER IPANAQUE SANCHEZ
Asistente en Función Fiscal
2º Fiscalía Provincial Penal de
La Molina Cieneguilla

Las autoridades responsable de resguardar a los
ciudadanos no están capacitadas para poder
sancionar de modo adecuado a los infractores.

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Si, el estado quiere que la sanción sea efectiva
debería abrirse en la fiscalía y en el poder judicial
a una especializada en este sistema de venta.

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	 JAVIER IPANAQUE SANCHEZ Asistente en Función Fiscal 2º Fiscalía Provincial Penal de La Molina - Huancavelica

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	JONATHAN LEWIS SILVA MALCA
Cargo/Profesión:	ASISTENTE EN FUNCIÓN FISCAL DE LA FISCALÍA DE LIMA ESTE / ABOGADO
Institución:	MINISTERIO PÚBLICO
Lugar:	LA MOLINA - LIMA ESTE
Fecha:	05/07/2018

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

son aquellas ventas de productos que se realizan por medio de redes sociales

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

Desde la forma de captar nuevos integrantes al grupo de vendedores se está ocasionando el delito de estafa.

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Que es necesario tener regulado el mercado
Multinivel en nuestro país, para tener controlado
a estas empresas como también a sus vendedores

Objetivo específico 1

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Que en la parte penal es muy difícil de probar
como delito, por ser sistema desconocido de negocio
en este medio

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Que si, vienen siendo protegidos por parte del
Ministerio Público, desde vienen calificándose
como delitos de estafa en las informaciones que
vienen realizando

.....
.....
6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

Podría calificarse con los mismos criterios del delito de estafa

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

Que, no hay diferencial porque están estructuradas de forma piramidal y ambas buscan inducir más personal a su red de vendedores para poder tener ingresos económicos.

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

... Que, nuestra autoridad no cuenta siendo
capacidad para poder diferenciar estos no haber
de venta

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

... No, si incorporamos en área penal computarizada
con los delitos comunes de concurrencia, se
incorporara la carga en el Ministerio público
y Poder Judicial ocasionando

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	

JONATHAN LUIS SILVA MALCA
Asistente en Función Fiscal
FISCALIA PROVINCIAL CORPORATIVA TRANSITORIA
ESPECIALIZADA EN DELITOS DE CORRUPCIÓN
DE FUNCIONARIOS DE LIMA ESTE



GUÍA DE ENTREVISTA

Título: "Consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el Distrito de Pachacamac, año 2017"

Entrevistado:	Oscar Palamco Casillo
Cargo/Profesión:	fiscal Adjunto Provincial
Institución:	fiscalía Provincial Corporativa - Anticorrupción
Lugar:	La Alhambra
Fecha:	

Objetivo General

Determinar cuáles son las consecuencias jurídicas del mercadeo multinivel en el distrito de Pachacamac, año 2017.

1.- Para usted, ¿Qué es el mercadeo multinivel o redes de mercadeo?

... Se son aquellas ventas que se realizan por
... medios de comunicación social
.....
.....
.....
.....

2.- De acuerdo a su conocimiento ¿cuáles serían las consecuencias jurídicas que ocasiona el mercadeo multinivel en nuestro país?

... podría calificarse como el delito de estafa
... por la pérdida de sus patrimonios del
... sueldo integrante a la red de vendedores
.....
.....
.....

3.- ¿Considera usted, que es necesario regular el mercadeo multinivel en nuestro país, por qué?

Por falta de una regulación, el estado le ocasiona más gastos en recordar a la población sobre los diferentes tipos de delitos que pueda ocasionar el mercadeo Multinivel.

Objetivo específico 1

Determinar cómo, es la sanción penal al infractor de una norma, ocasionado a causa del mercadeo multinivel, en el distrito de Pachacamac, en el año 2017.

4.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los consumidores de los productos que se ofertan mediante el mercadeo multinivel?

Las infracciones que se cometen a su persona de los consumidores del producto. Las sanciones son minimal y muy difícil de probar.

5.- Desde su punto de vista, ¿en qué medida el ordenamiento jurídico peruano protege a los comercializadores de los productos que ofertan en el mercadeo multinivel?

Que por tener una contrato de por medio tienen una protección por parte del estado.

.....
.....
6.- De acuerdo a su experiencia, ¿cuáles serían los criterios que deberían utilizarse a futuro por parte del ministerio público para disponer la formalización de la denuncia penal ante la comisión de un delito, generado por el mercadeo multinivel o piramidal?

*Que, no es posible dar un adecuado criterio para
como poder dar los criterios de calificación al
desconocer el Tema de manera clara*

.....
.....
.....
.....

Objetivo específico 2

Analizar Qué diferencia existe entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal en el desarrollo comercial, en el Distrito de Pachacamac, en el año 2017

7.- según su conocimiento ¿cuáles serían las diferencias entre el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal?

*no, existe una diferencia porque ambos tienen
una forma de estructura en sus redes de forma
piramidal*

.....
.....
.....
.....

8.- Desde su punto de vista, los efectivos policiales, fiscales y jueces de nuestro país; ¿están capacitados para poder diferenciar, de modo efectivo el mercadeo multinivel y el mercadeo piramidal, por qué?

En nuestro país estamos acostumbrados a
capacitar a las autoridades ya cuando ya
tienen cometido delitos o infracciones en la sociedad
por esta misma razón no tienen capacidad para
poder diferenciar entre los formas de venta

9.- ¿Considera usted que debería haber una entidad autónoma y especializada que debería supervisar este sistema de comercialización de productos y servicios del mercadeo multinivel por parte del estado, por qué?

Que si, debería existir una entidad que pueda
regular administrativamente luego utilizar como
última instancia en parte penal

Entrevistador	Firma y sello del Entrevistado
Rodríguez Carrasco David DNI: 42740246	

Oscar Polanco Casilla
Fiscal Adjunto Provincial
Provincial Corporativa Transitoria
Especializada en Delitos de Corrupción
Funcionarios de Lima Este

Anexo 5: ficha de validación de análisis documental



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *FLORES MEDINA, ELEAZAR ARRANDO*
 1.2. Cargo e institución donde labora: *DOCENTE UCV*
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 1.4. Autor(A) de Instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.													X
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.													X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.													X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos													X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.													X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.													X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

57

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Lima, *4 de julio* del 2018

[Firma]
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No. *09884149* Telf. *989179766*

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: CAMACHO VALLEJOS, ELMÉR ALBERTO
 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ANÁLISIS DOCUMENTAL
 1.4. Autor(A) de Instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los Requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

Si

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

Lima, 4 JULIO del 2018

 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No. 09039132 Telf.: 980206412

VALIDACION DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: Bilberto García Mónica Sae
 1.2. Cargo e institución donde Labora: Docente
 1.3. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: _____
 1.4. Autor (A) de Instrumento: _____

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.											X		
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.												X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.													X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.													X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con Los Requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con Los Requisitos para su aplicación

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Lima, 26 de Junio de 3 Del 2018.

DNI N° 0283551 - Telef. _____

Anexo 6: Informes de medios de comunicación escrita sobre Estafa, por mercadeo piramidal.

Documento 6.1:

[Inicio](#) / [Nuestros Talentos](#) // Denuncias a ZRII en Colombia, Panamá y Perú por captación ilegal de dinero (pirámide)

Denuncias a ZRII en Colombia, Panamá y Perú por captación ilegal de dinero (pirámide)

29 febrero 2016



Cada vez que se reportan noticias de investigación por fraude a una compañía multinivel, se crea un daño reputacional a toda la industria en su conjunto. Es por ello que como Networkers profesionales tenemos la obligación ética de instruir a las personas sobre qué características deben analizar a la hora de vincularse a una red de mercadeo.

Es noticia desde el año pasado que el ruido de fraude procedente de la compañía ZRII viene en aumento. En el artículo publicado por el diario colombiano El Espectador, con fecha del 22 de febrero y que adjunto al final de este artículo como bibliografía se lee:

-Investigan operaciones de Zrii por captación ilegal de dinero. La Súper Sociedades le solicitó al representante legal en Colombia entregar los contratos de vinculación de ejecutivos independientes-

En dicho artículo, tres conceptos claves son desarrollados por los cuales la Súper Sociedades (órgano de control para las empresas de multinivel en Colombia) procede a investigar a dicha compañía. Estos son:

1. Posible captación ilegal de dineros de nuevos clientes: Esto se explica por altísimo costo de membresía que obliga inmediatamente al nuevo socio a quedarse con un paquete de productos como inventario.
2. Fraude piramidal: Al enfocarse en patrocinar gente mientras que el producto es una disculpa o excusa para la realización del negocio.
3. Inconsistencias en sus productos: Exige a la compañía Zrii a demostrar que cuenta con registro Invima para su bebida energética.

De otra parte, la firma Gev Proyecta SAS, (empresa de servicios especializados en Investigación & desarrollo) realizó un estudio de mercado sobre la compañía ZRII dado que uno de sus clientes les solicitara su concepto para participar o no de la opción propuesta.

En dicho informe, las conclusiones finales señalan cómo la captación de los recursos impacta negativamente a la base de la pirámide del mercado, pues éstos se redireccionan mayoritariamente a la casa matriz. Por ello sus recomendaciones son:

1. No aceptar la oferta hecha, con base a la conciencia de que esta producirá un efecto masivo en forma negativa en el mercado por la poca competitividad del producto y el alto costo. Que atenta directamente sobre la sociedad Colombiana.
2. Hacer públicos los resultados del presente análisis para ofrecer un panorama DOFA a los potenciales consumidores y que exista un elemento de comunicación diferente a la oferta de mercado con la cual se incita la colocación del producto.”

Adicional a ello es importante notar que en Colombia se considera delito participar de esquemas de captación de dinero. Reseña el diario El Tiempo en su edición del 8 de marzo de 2015, Colombia aún no aprende la lección de las pirámides. Lo siguiente:

-Cárcel para ingenuos....Lo que quizás muchos no tienen presente es que participar en cualquier modalidad de captación ilegal de dinero, por ejemplo invitando a otros a invertir, es un delito que contempla penas de entre 10 y 20 años de cárcel, las cuales se pueden aumentar en dos años cuando no hay devolución de dinero a las víctimas-.

Pero Colombia no es el único país en donde la compañía Zrii enfrenta serias denuncias. Ya en Panamá el diario La Prensa reseña en artículo con fecha del 22 de noviembre de 2015: Zrii, el nuevo negocio piramidal en Panamá... Un modelo de negocios con presencia en 18 países promete ingresos mensuales y bonos millonarios. En Panamá suma 2 mil miembros.

En dicho artículo se habla de cómo la compañía ha desarrollado su mercado en la farándula local “con campañas de reclutamiento... donde no se acepta un no por respuesta... a través de invitaciones insistentes a almuerzos y cenas, chats personales y el envío de experiencias de “éxito” en las redes sociales.”

Señala también el altísimo costo de inscripción que va desde los \$580 USD a los \$1.100, este último el cual consta de 2 batidos, de chocolate y vainilla, 2 sobres de Omega 3, 10 paquetes de café, 2 suplementos nutricionales y 2 cajas de bebida energética...

Por último advierte que también en Perú ha generado serios cuestionamientos ya que “El 23 de febrero de 2015, en Lima, Perú, la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones advirtió que Zrii no tenía autorización para captar dinero del público, bajo ninguna modalidad”.

Se concluye entonces que vincularse a Zrii es por lo menos, altamente riesgoso, no sólo por el alto costo de capital de inversión sino también por las consecuencias reputacionales que pueden tener las personas que desarrollen dicho modelo.

Por tanto y a manera de orientación tanto al networker como al posible empresario que quiera vincularse a una red de mercadeo les invito a tener en cuenta los siguientes criterios básicos cuando se elige la compañía con quien vamos a trabajar:

1. El costo de la membresía no puede ser alto, si lo es, inmediatamente sepan que parte de ese costo será para pagar las comisiones de bonos de ingreso, lo cual en Colombia está expresamente prohibido por el decreto 24 del 12 de enero de 2016 y la ley 1700 de 2013.
2. Los productos NUNCA pueden ser una excusa para desarrollar el negocio, ya que son parte integral de tu actividad como Networker, escoge una compañía que tenga una muy alta reputación en la comercialización de los mismos por su rendimiento, concentración y calidad. De lo contrario se tiene una inflación del precio del producto que no garantizará un consumo regular del mismo.
3. Revisa las investigaciones legales en contra de la compañía, sospecha y mucho si la misma no tiene sede en tu país pues puede fugarse con capitales captados como ha sucedido antes en los mercados.
4. Ten presente la trayectoria e historial de la compañía y sus socios fundadores, qué posicionamiento tiene en la industria y qué futuro proyecta. No querrás que tu carrera se vea estancada porque la compañía cambió radicalmente su modelo de negocios o incluso abandonó el país para hacer negocios en otros mercados menos regulados.
5. Es muy deseable que tu compañía esté afiliada a la asociación de ventas directas en tu país, en el caso de Colombia. ACOVEDI.

Espero este artículo te sea de utilidad en el momento de vincularte a una compañía de la industria MLM, asesorar a tus prospectos a hacer negocios legales y tener un futuro sólido en tu crecimiento profesional como Networker.

Documento 6.2:

David Murcia, cerebro de DMG, regresa a Colombia para cumplir condena de 22 años

Noviembre 07, 2017 - 11:21 a.m. Por:
Redacción de El País



David Murcia Guzmán, el creador de la pirámide DMG.
Archivo de El País

NOTICIA [RELACIONADA](#)



Alerta por el aumento de pirámides ilegales y empresas multinivel en internet

Después de estar preso en Estados Unidos por poco más de siete años, el creador de la pirámide DMG, David Murcia Guzmán, deberá volver a Colombia a pagar una nueva condena.

Según informó su abogado, saldrá de custodia del buró de prisiones norteamericano el próximo 11 de noviembre.

Posteriormente pasaría unas dos semanas en custodia del Departamento de Inmigración donde se realizarían los trámites de su deportación a Colombia donde deberá cumplir su condena: 22 años de cárcel.

Como parte de la negociación con la justicia en Estados Unidos en 2010, Murcia reconoció la posesión de siete millones de dólares en bienes que fueron entregados al Gobierno Norteamericano, en poder de la Fiscalía de Nueva York, para reparar a las personas que habrían sido estafadas en Colombia.

El abogado Robert Abreu fue contratado por condenado antes de que se iniciara el proceso de investigación y desde hace siete años finalizó su contrato con la captadora de dineros, pero fue quien estuvo a cargo del proceso penal en contra de su creador.

[Lea también: La 'fiebre' del dinero fácil se multiplica en Internet](#)

“El Gobierno Colombiano no quiso acceder a que le redujeran el tiempo pagado en Estados Unidos de su condena. Tengo entendido que no afectaría en su pena en Colombia y quiere decir que pagaría 22 años de cárcel adicionales”, explicó.

La empresa DMG, creada en Putumayo durante el 2003, fue intervenida en Colombia por el delito de captación masiva e ilegal de dinero y llegó a tener sucursales en Panamá, Venezuela y Ecuador. En el país alcanzó a tener 62 sedes y fue disuelta por las autoridades nacionales en 2008.

Documento 6.3:

- [Portada](#)
- [Economía](#)

Estas son las estafas "pirámide" que se expandieron por el Perú

Se espera que 30 mil estafados por CLAE reciban parte de su dinero este año.

Redacción

09 de enero del 2017 - 3:00 PM



Estas son las recientes estafas pirámide en el país. | Fuente: ANDINA

La Comisión Liquidadora de CLAE, la estafa "pirámide" más conocida de la historia del Perú, [empezará a devolver el dinero a 30 mil de sus víctimas](#). Te recordamos otros fraudulentos esquemas de inversión que se expandieron por el país.

1. CLAE. La estafa más recordada por ser el fraude económico más grande que ha ocurrido en el Perú, es la realizada por Carlos Manrique Carreño fundador del Centro Latinoamericano de Asesoramiento Empresarial (CLAE), que engañó a más de 200 000 personas, y movió hasta más de US\$ 640 millones sin rendir cuentas al Estado.

Sin embargo luego de un cambio en el marco legal la SBS decidió formalizar a la institución en 1992 y como Manrique no pudo demostrar el estado real de las finanzas de su entidad ni cumplir con los requisitos que se le pedía, un año después el Gobierno intervino CLAE y ordenó su disolución el 16 de mayo de 1994, logrando recuperar alrededor de US\$ 36 millones.

Finalmente tras huir a Estados Unidos, Carlos Manrique fue capturado por la justicia peruana y condenado a 8 años de prisión efectiva por defraudación y apropiación ilícita.

2. World Capital Market 777. La SBS informó el 2013 que esta empresa no contaba con su autorización para captar dinero del público.

“Se recuerda que, conforme al artículo 11° de la Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS, la persona natural o jurídica que pretenda captar o recibir dinero de terceros, en depósito, mutuo o cualquier otra forma, requiere de la autorización previa de esta superintendencia”, señalaba la institución en un comunicado.

En el 2014 la Superintendencia decidió clausurar el local de World Capital Market 777, ubicado en la Avenida España en Cercado de Lima, porque realizaba operaciones de intermediación financiera ilegal y sus representantes legales fueron denunciados penalmente.

3. TelexFREE. La SBS también señaló el 2013 que esta empresa no contaba con su autorización para captar dinero del público. Era una empresa brasilera e investigada por estafa, que logró captar a más de un millón de adeptos en ese país, muchos de ellos integrantes de iglesias evangélicas.

La compañía que operaba también en el Perú no tenía representantes legales, y solo contaba con las oficinas de sus promotores, que no eran personas autorizadas. En Juliaca, Puno se denunció una serie de estafas que involucraba a más de 1,000 afectados.

El interesado en ganar dinero rápido tenía que hacer publicidad digital y ofrecer un software que permite realizar llamadas telefónicas mediante Internet y a reducidos costos, para ello debía pagar entre US\$ 339 para ganar después hasta US\$ 100 semanales.

El año pasado, la entidad supervisora alertó que las empresas Emgoldex, Ju Ding, Wake Up Now Perú, Unetenet, Libertagia, Zrii, Wings Network y Bisxatone Prosefi Perú no están autorizadas a captar dinero del público.

4. Tejedoras de sueños. Es investigada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) a las redes denominadas "[tejedoras o telares de sueños](#)". Lo particular de esta aparente estafa es que se extendía entre las mujeres de clase alta.

Penas. [La funcionaria de la SBS, Consuelo Gózar, señaló a RPP](#) que de tratarse efectivamente de un delito, los responsables podrían ser condenados hasta a 8 años de cárcel.

"Este delito está previsto en el Código Penal, en el artículo 246 que se llama Intermediación Financiera Ilegal o Captación ilegal de fondos", dijo.

¿Por qué preocupa? Según la SBS en una "pirámide" las cabezas del grupo siempre ganan comisiones por cada integrante que entra, pero cuando los nuevos integrantes, quienes son la base de esta, ya no pueden captar más afiliados la red sin dinero colapsa.

Documento 6.4:

Las redes sociales son el nuevo paraíso de las 'pirámides' en Colombia

Cada 48 horas se detecta una captadora ilegal en el país, según la Superfinanciera.



Las 'pirámides' ya no están en garajes ni locales clandestinos, migraron a las redes sociales, donde son más difíciles de detectar.

Foto:

Rochy López Vélez / EL TIEMPO

RELACIONADOS:

[REDES SOCIALES](#)

[PIRAMIDES EN COLOMBIA](#)

[CAPTACIÓN ILEGAL DE DINERO](#)

Por: CARLOS ARTURO GARCÍA M.

03 de marzo 2017 , 10:26 p.m.

No se sorprenda si por estos días un familiar, un conocido o un amigo le hace llegar una invitación por Whatsapp para que invierta en un jugoso negocio que promete sacarlo de pobre en cuestión de pocas semanas. Las únicas condiciones: mantener la propuesta bajo estricta confidencialidad y, por supuesto, hacer una pequeña inversión de entre 20.000 y 250.000 pesos, en principio.

Aunque la lucrativa propuesta no es para nada novedosa, lo que sí resulta llamativo para las autoridades de control es que quienes están detrás de estas ya no distribuyen volantes a las salidas de TransMilenio, en la calle o los centros comerciales, ni mucho menos utilizan el voz a voz, sino que su estrategia se trasladó a las redes sociales (Facebook, Twitter, Whatsapp, correos electrónicos), **donde son más difíciles de rastrear, pero también donde pueden atraer a más personas sin el riesgo de ser identificados con facilidad.**

(Además: [Así funcionan las nuevas 'pirámides' en redes sociales](#))

Los altos rendimientos, que pueden ir desde un 5 por ciento diario, ya no son suficiente carnada para atrapar incautos. Hoy en día, los estafadores ofrecen metales preciosos (oro, platino), diamantes, ganancias en dólares, otras divisas o monedas virtuales, vehículos y viajes alrededor del mundo, utilizando para ello modelos de negocios autorizados, aunque ellos operen en la ilegalidad y la clandestinidad.

Solo el año pasado se detectaron cerca de 150 nuevas captadoras ilegales y esquemas piramidales en el país, lo que se traduce en poco más de 12 nuevas trampas de estas cada mes o una cada 48 horas, y lo preocupante es el ritmo con el que aparecen, según las superintendencias Financiera y de Sociedades.

Mientras la primera ordenó a 40 de esas firmas suspender sus actividades de captación, en la segunda esa misma orden cobijó a 109 personas entre naturales y jurídicas.

(Además: [Alerta por pirámides que van tras incautos por canales como 'WhatsApp'](#))

El año pasado fue récord, pues hubo un aumento de 445 por ciento en la detección de falsas captadoras, si se tiene en cuenta que en el 2015 las intervenciones ordenadas fueron 20, señaló Francisco Reyes Villamizar, superintendente de Sociedades.

“Las pirámides están operando mediante el uso de mecanismos que no permiten identificar a la persona ante la cual pueden reclamar o contra quien formular las denuncias, toda vez que emplean sitios virtuales para el envío de las invitaciones, de los datos de las personas a las que deben entregar el dinero y la forma como deben hacerlo”, advierte la Superfinanciera.

Algunos de los esquemas que usan plataformas tecnológicas y redes sociales operan bajo nombres como PC7, Cosecha 8.1, Multinivel Amigos en Línea, Club Ganamos Todos, Bienvenido A Nuestro Club, Cadena e Inversiones Las Acacias o, el más reciente, Emprededores.

(Además: [Denuncian dos nuevas firmas que funcionan con esquema piramidal](#))

Pero no es el único camuflaje usado para embaucar. En su accionar también se mimetizan como empresas multinivel, firmas de factoring, de libranzas, financieras vigiladas, comisionistas, aseguradoras y cooperativas.

De estas últimas hay siete en liquidación, dos más están pendientes de que se les defina su suerte y a otras 10 se les hace vigilancia estrecha para determinar si son objeto de intervención por realizar operaciones ilícitas de libranzas, según Andrés Felipe Uribe Medina, superintendente de la Economía Solidaria (e).

Los seguros también se utilizan con esos fines. **En reciente oportunidad se invitó por redes sociales a las personas a consignar 40.000 pesos como contribución a los gastos para recuperar los dineros pagados por el Soat, ante su inminente desaparición.** El hecho cobró tal dimensión que la Superfinanciera salió a desmentir ese rumor.

“Es importante que la ciudadanía haga caso omiso a la información que ha venido

circulando por distintas redes sociales sobre una supuesta erradicación de esta exigencia legal (Soat) a partir de la última semana de febrero del presente año”, advirtió el ente.

La tecnología les facilita el camuflaje a estos delincuentes, para quienes, además, no existen fronteras, dice Reyes Villamizar, pues han detectado que utilizan domicilios fuera del país, como el Medio Oriente, paraísos fiscales y naciones con difícil acceso y bajas probabilidades de recuperar los recursos.

“Se crean en cualquier sitio, no hay fronteras, ya no están en un garaje o en locales clandestinos; hoy migraron al medio virtual, lo que las hace difícil de ubicar e identificar”, sostiene el funcionario.

Aunque los entes de vigilancia dicen que la normativa actual es suficiente, se requiere con urgencia que en el tema de libranzas se modifique la ley porque esta dejó vacíos.

(Lea también: ['Gota a gota' y pirámides siguen abusando de los colombianos](#))

Gerardo Hernández, superintendente financiero, dice que la salida es la cooperación interinstitucional, sobre todo en momentos en los que los medios electrónicos se convierten en el canal de operación de los captadores ilegales.

[Cómo saber si es una captadora ilegal](#)

Las superintendencias Financiera y de Sociedades vienen enviando señales claras a la ciudadanía para que no se dejen tentar por esos negocios que prometen esta vida y la otra en materia de ganancias. Estas son algunas alertas para saber si se enfrenta a una pirámide o una captadora ilegal:

1. Desconfíe de quienes le ofrecen rendimientos exorbitantes y en corto tiempo por su dinero.
2. No invierta su dinero sin conocer y entender bien la realidad del negocio, así como el alcance y contenido de cada uno de los documentos que recibe y firma.

3. Desconfíe de las estructuras de negocios poco claras y de firmas que no tienen un domicilio físico y ofrecen poca información de su sitio de operaciones.

4. Si no le informan con claridad de dónde salen los recursos que le prometen, si esas ganancias no tienen una justificación válida, absténgase de entregar su dinero.

5. Rechace cualquier invitación a participar en cadenas, inversiones, donaciones y ese tipo de propuestas que llegan por internet, las redes sociales y aplicativos móviles, exigiéndole dinero o vinculación de amigos y familiares.

6. Evite las firmas que ofrecen créditos sin mayores requisitos. **Recuerde que estas se presentan como vigiladas por la Superfinanciera, o en ocasiones utilizan nombres similares a las entidades supervisadas para generar confianza y que las personas entreguen sus recursos para cubrir gastos relacionados con el otorgamiento del préstamo.** Esos dineros se pierden y los créditos nunca se aprueban.

7. Descarte esas inversiones complejas que ofrecen opciones y productos exóticos en países donde los entes de control colombianos no tienen campo de acción jurídica posible.

CARLOS ARTURO GARCÍA M.
Redacción Economía y Negocios
En Twitter: @CarlosGarciaM66