

NETWORK MARKETING: ¿PIRÁMIDE ILEGAL O MODELO DE NEGOCIO LEGÍTIMO?

Alejandro Morales Cáceres

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la industria del Network Marketing (las redes de mercadeo) factura aproximadamente 90 billones de dólares anuales en el mundo. Hoy en día, son 420,000 peruanos quienes forman parte de esta industria que sigue creciendo a un ritmo de 10% anual⁽¹⁾. Es por esta razón que resulta necesario comenzar a definir conceptos jurídicos en torno a esta nueva industria.

Muchas personas señalan que el Network Marketing es una forma encajetada de una pirámide ilegal. Entonces, es de suma importancia definir los conceptos jurídicos que involucran a esta nueva institución del Derecho a fin de diferenciarla de una pirámide ilegal.

II. ¿QUÉ ES UNA PIRÁMIDE ILEGAL?

El esquema Ponzi es una operación fraudulenta de inversión que implica el pago de intereses a los inversionistas con el dinero de otros inversionistas. Es decir, esta operación consiste en un proceso en el que las ganancias que obtienen los primeros inversionistas son generadas gracias al dinero aportado por ellos mismos o por otros nuevos inversores que caen engañados por las promesas de obtener, en algunos casos, grandes beneficios.

Por ejemplo, durante la última crisis económica, salió a la luz una serie de escándalos financieros en EE.UU. El más flagrante fue el caso de Bernard Madoff cuyo fraude alcan-

(1) ARENAS, Diana. "El Boom de las Redes de Mercadeo". EN: Revista Económica suplemento del Diario Oficial El Peruano. Lima, junio, 2013, p.8.

zó el récord de 65 mil millones de dólares y fue condenado a un total a 150 años. Bernie Madoff no fue el único. De forma parecida se enriquecía Allen Stanford, dueño del banco de inversiones *Stanford International Bank*, que según la Comisión Americana de Valores, defraudó más de 9 mil millones de dólares. Ambos atraían a los inversores por medio de grandes intereses. El problema consistía en que el dinero no se utilizaba para invertir, sino que se repartía. Si alguien quería extraer su dinero, lo podía hacer y obtenía el dinero invertido más los intereses. El dinero para pagar los intereses, era dinero de otro inversionista. Este sistema está destinado a colapsar puesto que requiere siempre de nuevos clientes y si es que estos no se consiguen, la empresa no puede financiar el pago de intereses generados.

De acuerdo a la Comisión Americana de Valores, que es la agencia federal encargada de la supervisión de los mercados financieros en EE.UU., señala que las pirámides ilegales cuentan con las siguientes características:

1. Altos rendimientos de inversión con poco o ningún riesgo.- Se genera un ingreso residual que no depende de ningún tipo de esfuerzo.
2. Retornos fijos en un largo periodo de tiempo.- Las inversiones tienden a subir y bajar con el tiempo, especialmente aquellos que buscan una alta rentabilidad. Uno debe sospechar de inversiones que siguen generando rendimientos positivos, regulares, independientemente de las condiciones del mercado en general.
3. Problemas al momento de retirar tu dinero.- Si es que la empresa da excusas al momento de pagar y no cuenta con un buen sustento que explique la razón por la cual el inversionista no pueda cobrar el dinero generado, éste debe empezar a preocuparse.

Si no cuenta con información acerca de las inversiones realizadas.- El inversionista debe saber qué tipos de activos han sido adquiridos o qué tipos de bienes han sido comercializados para saber de dónde provienen los intereses generados. En otros términos, si es un sistema de plata por plata, quiere decir que el inversionista se encuentra en un esquema piramidal ilegal.

III. ¿QUÉ ES EL NETWORK MARKETING?

A efectos de comprender el significado de Network Marketing, debemos de comprender el significado de marketing. De acuerdo a Don Failla⁽²⁾, el marketing es la

(2) FAILLA, Don. "La presentación de 45 segundos que cambiará tu vida". Editorial Sound Concepts, Estados Unidos, 2010, pp. 6-8.

repartición de bienes o servicios del fabricante o proveedor al consumidor y este tiene por finalidad crear valor para los clientes y establecer relaciones sólidas con ellos, obteniendo a cambio el valor de los clientes.

En este orden de ideas, cabe señalar que existen tres métodos de distribución de mercancías:

- » Comercio al Por Menor: Es la actividad de compraventa de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía. El comerciante minorista compra productos en grandes cantidades a fabricantes o importadores, directamente o a través de un mayorista. Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda. Por ejemplo, Wong, Saga Fallabella, Ripley, las farmacias, etc.
- » Ventas Directas: Es la comercialización fuera de un establecimiento comercial de bienes y servicios directamente al consumidor, mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora. Por ejemplo: Unique o Avon.
- » Network Marketing: El Network Marketing es un sistema que permite que los vendedores independientes trabajen desde su hogar, asocien a otros representantes y obtengan comisiones por las ventas o consumos de sus asociados (y por las ventas o consumos de los asociados de sus asociados y así sucesivamente).

En ese sentido, se puede definir al Network Marketing como un sistema de distribución no tradicional, mediante el cual una empresa puede vender, distribuir, proveer bienes o prestar servicios a través de ejecutivos independientes o consumidores (en adelante, “ejecutivo independiente”), en donde estos pueden a su vez patrocinar a otras personas mediante el marketing de boca a boca con la finalidad de crear una red de vendedores o de consumidores.

Cabe señalar que el número total de personas que un ejecutivo independiente incorpora a su organización se denomina su “línea de distribuidores” (downline). Si construye una línea descendente lo suficientemente extensa, teóricamente podrá cobrar comisiones de cientos e incluso miles de distribuidores. Esto significa que dicho ejecutivo ganará dinero no sólo por su propio esfuerzo, sino además por el esfuerzo de otros. De esta manera, es teóricamente posible crear una fuente constante de ingreso residual mayor a lo que podría ganar solo con su esfuerzo. En tal sentido, cada uno de los ejecutivos independientes podrá cobrar comisiones en virtud del volumen de ventas de la empresa.

Cabe resaltar que en un sistema de distribución tradicional, el 80% del costo de un producto se encuentra entre el fabricante y el consumidor, en lo que se denominan los intermediarios. Por ejemplo, en Coca Cola, la fábrica celebra múltiples contratos con transportistas, supermercados, hipermercados, restaurantes, bodegas, cines, entre otros. Asimismo, gasta millones de dólares en publicidad, todo con la finalidad de que el consumidor final adquiera el producto.

A diferencia del sistema de distribución tradicional, en el Network Marketing no hay intermediarios. El fabricante interactúa directamente con el consumidor. Por consiguiente, la empresa se ahorra un 80% del costo del producto. En ese sentido, los ejecutivos independientes son las personas que forman una red a través del marketing de boca a boca y reciben el dinero que las empresas de publicidad recibirían. Por tanto, las comisiones que los ejecutivos independientes reciban deben provenir de las ventas que la empresa de Network Marketing realice.

IV. DIFERENCIA ENTRE UNA EMPRESA DE NETWORK MARKETING Y UNA PIRÁMIDE ILEGAL

Cabe aclarar que la figura geométrica de la pirámide no es ilegal, puesto que todas las estructuras corporativas o estatales o eclesiásticas son piramidales. Es más, muchas empresas de Network Marketing que cuentan con una estructura binaria, están exclusivamente diseñadas para llevar a sus inversionistas a la cima. En una pirámide corporativa, el Gerente General (es decir, la persona que está arriba) es la persona que más dinero percibe. Sin embargo, en una empresa de Network Marketing una persona que entra después que otra podría ganar más dinero que aquella persona que entró antes al negocio. Un negocio de redes de mercadeo auténtico no tiene éxito si no lleva a su gente a la cima. En otras palabras, si una persona, que está debajo de otra, puede ganar más plata que aquella que se encuentra arriba, significa que el esquema no es piramidal.

Ahora bien, a continuación presentaremos las diferencias principales entre una empresa de Network Marketing legítima y una pirámide ilegal:

1. Las empresas de Network Marketing generan valor, las pirámides ilegales no. En el Network Marketing genuino siempre hay un producto sobre el cual gira el sistema. A mayor cantidad de afiliados, mayor producción del producto y mayor creación de valor. El dinero fluctúa de abajo para arriba, pero todas y cada una de las personas que interviene en el negocio recibe a cambio un valor que es el producto. En cambio, la pirámide se desploma puesto que, no habiendo producto, no se crea valor. El dinero fluctúa de abajo para arriba pero no existe valor a cambio.

De acuerdo a Randy Gage⁽³⁾, la jurisprudencia americana destaca dos factores fundamentales para detectar una verdadera red de mercadeo:

- » Ventas de productos o servicios a usuarios finales.- Cuando el producto llega al consumidor final, incluso si un gran porcentaje de estos consumidores son distribuidores, esto cumple con el espíritu y los requisitos literales de la ley. Casos como *Webster VS. Omnitrition International, Inc.* en 1996 sustentan lo antes mencionado.
 - » Comisiones pagadas sobre el uso del producto.- Sus ingresos deben provenir de bonificaciones y comisiones de ventas basadas en el volumen producido por su organización. Si al inversionista se le paga simplemente por inscribir a alguien o vender materiales de formación, se encuentra en una pirámide en forma legal de empresa de Network Marketing. Cabe señalar que en 1979, la Comisión Federal de Comercio de los EE.UU. declaró que *Amway Corporation Inc.* no poseía un esquema piramidal ilegal, ya que el objetivo de la empresa era la venta de un producto y el dinero se pagaba de acuerdo al volumen del negocio personal y grupal.
2. En una empresa de Network Marketing una persona puede percibir mayores ingresos que las personas que lo anteceden pese a que su incorporación como ejecutivo independiente fue posterior. En cambio, en un esquema piramidal siempre la persona que invierta primero percibirá más dinero que el que lo sigue.

V. CONCLUSIÓN

En mi opinión, así como en la Era Industrial las empresas redujeron costos a través de la tecnología, reemplazando a sus trabajadores y reduciendo procesos, actualmente, en la Era de la Información, las empresas deberán reducir costos disminuyendo la cadena de distribución. Es por ello que educadores financieros como Robert Kiyosaki, Donald Trump, David Bach, T. Harv Eker apoyan esta industria puesto que consideran que es una forma legal y democrática de adquirir riqueza, denominándola el negocio del siglo XXI.

En efecto, mientras haya un producto de valor que se distribuya y llegue al consumidor final, las empresas de Network Marketing no podrán asemejarse a una pirámide ilegal, puesto que sostener eso nos llevaría a concluir que una empresa no puede reducir su cadena de distribución para aminorar sus costos.

(3) GAGE, Randy. "Como construir una máquina de dinero multinivel. La ciencia del marketing de redes". Editorial Prime Concepts Group. Kansas. 2010. p. 51.

Por último, las empresas ya no pueden cuantificar la cantidad de clientes que ganan por publicidad tradicional. En ese escenario, qué mejor que los mismos consumidores sean los llamados a realizar dicha publicidad en base a la calidad del producto y además recibir dinero por recomendaciones boca a boca.