

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

PROYECTO DE LEY

LEY DE VENTA DIRECTA Y MERCADEO MULTINIVEL

**LAURA GUIDO PÉREZ
DIPUTADA**

EXPEDIENTE N.º 22.851

**DEPARTAMENTO DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS
UNIDAD DE PROYECTOS, EXPEDIENTES Y LEYES**

PROYECTO DE LEY

LEY DE VENTA DIRECTA Y MERCADEO MULTINIVEL

Expediente N.º 22.851

ASAMBLEA LEGISLATIVA:

El presente proyecto tiene como propósito regular el sistema de venta directa multinivel, con la finalidad de garantizar su seguridad jurídica y reputacional. En venta directa existen dos modelos de comercialización: la venta directa plana y mercadeo multinivel.

La venta directa plana es la comercialización de productos o servicios en donde el distribuidor independiente compra los productos a una empresa proveedora y los vende por su cuenta y riesgo generando su propia ganancia. Esta ganancia es la diferencia entre el precio de venta sugerido al público y el precio descontado al que lo adquiere el Distribuidor o Distribuidora Independiente.

En la venta directa multinivel, en adición al descuento obtenido en la compra de los productos el mercadeo multinivel permite recomendar a otras personas para que de igual forma comercialicen los productos de la empresa proveedora. En este caso la persona distribuidora que haya recomendado a otras personas distribuidoras adquiere una compensación adicional por las compras de productos que hagan las personas recomendadas.

La característica esencial de la Industria de la venta directa está dada porque las empresas venden sus productos a personas que los adquieren para revender al público consumidor final y lo hacen mayormente fuera de un establecimiento comercial y conforme la organización que dispongan para sus propios negocios.

Las personas revendedoras hacen de esta actividad un negocio propio que puede ocuparles el tiempo y dedicación que solo ellos determinan, conforme la disposición y organización que ellos decidan. Así, pueden revender fijando los días, horarios, zonas, condiciones de precio, medios de pago, financiación y demás aspectos que estimen como los más convenientes para sus negocios.

Por lo anterior, la venta directa multinivel es una alternativa a los métodos tradicionales de mercadeo, por ser libre de burocracia, jerarquías rígidas y muchos de los costos asociados a la comercialización común. Su éxito está limitado únicamente por el esfuerzo y deseo de emprendimiento que las personas distribuidoras inviertan en ella.

Los sistemas de mercadeo multinivel según Clothier, son un “*método para vender mercancías directamente a los consumidores por medio de una red desarrollada por distribuidores independientes que introducen más distribuidores, generándose los ingresos por los beneficios minoristas y mayoristas suplementados por bonificaciones basadas en las ventas totales del grupo formado por el distribuidor*”¹. Adicionalmente, Marks define el mercadeo multinivel como “*un sistema de distribución, o una forma de marketing, que mueve bienes y/o servicios del fabricante hacia el consumidor por medio de una red de contratistas independientes. Es un sistema que elimina a los intermediarios*”².

Por su parte la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América ha indicado que: “*El mercadeo multinivel distribuye productos o servicios a través de una red de vendedores que no son empleados de la compañía y que no reciben un salario o pago. En su lugar, los miembros de la red de la compañía son tratados como contratistas independientes, que pueden obtener un ingreso dependiente de sus propias ganancias y gastos. Típicamente la compañía no recluta directamente sino que depende de su red para incorporar vendedores adicionales, los cuales conforman múltiples niveles de “distribuidores” o “participantes” organizados en “líneas descendentes”. La “línea descendente” es la red de sus reclutas y los reclutas de esos reclutas y así sucesivamente*”.³

Como se desprende de lo anterior, los sistemas de venta directa multinivel crean redes de consumo por medio de la inscripción de personas físicas, quienes a su vez realizan el contacto de forma directa entre el fabricante y el consumidor, sin necesidad de contar con intermediarios. Las personas inscritas se convierten entonces en distribuidores independientes del producto o servicio y las mismas lo promocionan “*boca a boca*” en sus círculos familiares, sociales y profesionales, eliminando de esta forma la inversión en locales comerciales, publicidad y patrocinios. Esto es en esencia la venta directa.

Las personas distribuidoras independientes perciben ganancias por medio de una comisión sobre el porcentaje de sus compras, o bien, de las compras que haya realizado su propia red de personas distribuidoras. Adicionalmente, la empresa de venta directa generalmente brinda un descuento previamente pactado sobre el precio de venta al público con el fin de que este sea el margen de utilidad de la persona distribuidora. También, se tienen incentivos según la cantidad de producto comprado, generalmente por medio de descuentos adicionales sobre el precio del producto.

¹ Clothier P. “Marketing Multinivel, guía práctica para el éxito en el networking”, Valencia España: Promociones Jumerca, 1991.

² Will, Marks, Marketing de rede: O guia definitivo do MLM (multi-level marketing). São Paulo, Brasil.: Books, 1995.

³ Comisión Federal de Comercio “Business Guidance Concerning Multi-Level Marketing”, publicado enero, 2018, [ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/business-guidance-concerning-multi-level-marketing](https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/business-guidance-concerning-multi-level-marketing)

Como se puede ver, la inexistencia de costos de publicidad, promoción y marketing operacional, aunado a la ausencia de burocracias corporativas y jerarquías rígidas para los distribuidores independientes, permiten que exista una amplia libertad de parte de las personas distribuidoras para alcanzar sus objetivos, permitiéndole a estas beneficiarse “*tan rápido como su empeño y habilidad les permitan*”.⁴

Más allá de sus prácticas comerciales, otro elemento que distingue a las empresas de venta directa multinivel es la calidad del producto y las garantías ofrecidas, tanto a las redes de venta como al consumidor final. En este término, las empresas de multinivel ofrecen amplias garantías sobre la calidad y satisfacción del producto que ofrecen. Al respecto, la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA por sus siglas en inglés), considera que “*Los consumidores se benefician de la venta directa debido a la comodidad y el servicio que proporciona, incluida la demostración y explicación personal de los productos, la entrega a domicilio, y las generosas garantías de satisfacción*”.⁵ Lo anterior es una consecuencia natural del esquema de mercadeo “*boca a boca*”, donde la confianza en el producto vendido es crucial para la sostenibilidad de la red de ventas.

A pesar de su importancia en la economía moderna, pocos países han promulgado leyes específicas en esta materia. En el mundo anglosajón la mayoría de las regulaciones en esta materia son el resultado de litigios en materia de mercado y defensa del consumidor, sin embargo, para Costa Rica los ejemplos más cercanos son España y Colombia.

En España, el mercadeo multinivel fue regulado por medio de la Ley 7 de 1996, la cual lo define como “*una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios (...)*”.⁶

En latinoamérica, Colombia es el país precursor de normativa específica en esta materia, ya que con la Ley 1700 de 2013 promulgó la “*Reglamentación de las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia*”, la cual definió esta actividad como la confluencia de tres elementos:

⁴ Carmichael A. Network & Multilevel Marketing. Texas, Estados Unidos, Cox & Wyman, 1991.

⁵ “Los beneficios de la venta directa” tomado de la página web de la WFDSA el 20 de febrero de 2020; <https://wfdsa.org/los-beneficios-de-la-venta-directa/?lang=es>

⁶ “Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista” tomado del Boletín Oficial del Estado, Reino de España el 20 de febrero de 2020; <https://www.boe.es/eli/es/l/1996/01/15/7/con>

- a) La incorporación de personas a una red de distribución para que estas a su vez incorporen a otras a la red.
- b) El pago por la venta de bienes y servicios distribuidos a través de la red.
- c) La coordinación estratégica con las personas incorporadas en la red para propiciar las ventas de los bienes o servicios ofrecidos.⁷

El impulso en estos países de normativa que delimita claramente la actividad de mercadeo multinivel permite que tanto autoridades públicas como la población en general tengan elementos para diferenciarla de aquellos esquemas fraudulentos de captación de recursos como pirámides o esquemas Ponzi.

En Costa Rica, el peso de las actividades de venta directa no debe ser menospreciado, ya que existen, hasta la fecha, más de veinte empresas de venta directa que según datos la Asociación de Empresas de Venta Directa, le brindan una forma de subsistir a más de 230 mil personas,⁸ muchas de las cuales son personas jóvenes y mujeres madres de familia. No obstante, nuestro país no tiene regulación específica que proteja negocios legítimos y beneficiosos para la economía nacional como las empresas de mercadeo multinivel y que los distinga de aquellas estructuras piramidales fraudulentas que buscan aprovecharse de las condiciones de vulnerabilidad y escasa educación financiera de la población con el fin de enajenar a personas emprendedoras de su patrimonio.

Al respecto se coincide con Reyes Jiménez que plantea en cuanto a los esquemas de mercadeo multinivel que: *“Se debe eliminar el tabú sobre la legalidad de estos, en lugar de encasillar todos estos sistemas como legales o ilegales en una sola vertiente, es necesario realizar su diferenciación y establecer claramente los requisitos que los van a encasillar en un marco legal. Lo anterior con el fin de garantizar a los ciudadanos el calificar estos supuestos y crear un marco de protección ante las muchas estafas que se pueden llegar a presentar”*.⁹

Queda claro entonces que resulta de vital importancia consagrar en nuestra legislación parámetros de distinción clara y concreta que le faciliten la identificación de las empresas de mercadeo multinivel, tanto a las entidades reguladoras y supervisoras del mercado como al consumidor, sea este final o bien a la persona interesada en incursionar como vendedora independiente.

⁷ Secretaría del Senado, República de Colombia, “Ley 1700 de 2013”, publicado el 31 de diciembre de 2019, http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1700_2013.html

⁸ Asociación de Empresas de Venta Directa (Aceved), “Quiénes Somos”, extraído el 15 de diciembre de 2021, <http://www.aceved.com/aceved.cfm>

⁹ Daniela Reyes Jiménez, “Sistemas de contrato comercial multinivel y sistemas piramidales de defraudación. Contrastes.” (Tesis para optar por el grado de licenciatura en derecho, Universidad de Costa Rica, 2019), <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/xmlui/handle/123456789/8983>

Por las razones expuestas, se presenta a consideración de las señoras diputadas y los señores diputados el siguiente proyecto de ley para su discusión y aprobación.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

LEY DE VENTA DIRECTA Y MERCADEO MULTINIVEL

ARTÍCULO 1- Objeto. La presente ley tiene por objeto regular el desarrollo y el ejercicio de las actividades de mercadeo denominadas de venta directa, incluyendo el mercadeo multinivel o mercadeo en red en cualquiera de sus formas.

ARTÍCULO 2- De la actividad de mercadeo multinivel. Se entenderá que constituye actividad multinivel, toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas, en la que confluyan los siguientes elementos:

- a) La búsqueda o la incorporación de personas físicas o jurídicas, para que estas a su vez incorporen a otras personas físicas o jurídicas, con el fin último de vender determinados bienes o servicios.
- b) El pago, o la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, por la venta de bienes y servicios a través de las personas incorporadas, o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta.
- c) La coordinación, dentro de una misma red comercial, de las personas incorporadas para la respectiva actividad multinivel.

ARTÍCULO 3- Constitución y domicilio físico de las compañías de mercadeo multinivel. Las sociedades que ofrezcan bienes o servicios en Costa Rica a través del mercadeo multinivel deberán hacer constar en su carta constitutiva que ejercerán actividades denominadas multinivel o de mercadeo en red. Adicionalmente, deberán tener como mínimo una oficina abierta al público de manera permanente. En los casos en que esta actividad se realice a través de un representante comercial, este último deberá tener también, como mínimo, una oficina abierta al público de manera permanente y será el responsable del cumplimiento de las normas establecidas en la normativa costarricense para las actividades, productos y servicios ofrecidos. No se aceptarán direcciones web o virtuales o apartados postales como domicilio de la compañía multinivel.

ARTÍCULO 4- Ofertas bajo sistemas multinivel. Las compañías que realicen actividades multinivel estarán obligadas a cumplir con todos los requisitos legales, las obligaciones y las sanciones de la legislación vigente, y en especial de las

contempladas en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor N.º 7472, de 20 de diciembre de 1994.

ARTÍCULO 5- Distribuidor independiente de venta directa multinivel. Se entenderá por distribuidor independiente de venta directa multinivel la persona física o persona jurídica que ejerce actividades mercantiles, y que tiene relaciones exclusivamente comerciales con las compañías de venta directa multinivel descritas en el artículo 2 de la presente ley. No se considerará en ninguna circunstancia empleado de la empresa de venta directa multinivel al distribuidor independiente, siendo que existe una relación mercantil entre las partes.

ARTÍCULO 6- Derechos de los distribuidores independientes. Además de los derechos que les confieran sus contratos y la ley, los distribuidores independientes tendrán derecho a:

- a) Suscribirse como distribuidor independiente de una o más compañías de mercadeo multinivel.
- b) Conocer, desde antes de su vinculación, los términos del contrato que regirá su relación con la respectiva compañía multinivel, independientemente de la denominación que el mismo tenga.
- c) Recibir una explicación clara y precisa sobre los beneficios a que tiene derecho por la inscripción a una compañía multinivel.
- d) Ser informado con precisión por parte de la compañía multinivel, de las características de los bienes y servicios promocionados, y del alcance de las garantías que correspondan a dichos bienes y servicios.
- e) Recibir de la respectiva compañía multinivel, información suficiente y satisfactoria sobre las condiciones y la naturaleza jurídica del negocio al que se vincula como distribuidor independiente, y sobre las obligaciones que el distribuidor independiente adquiere al vincularse al negocio; al igual que sobre la forma operativa del negocio, sedes y oficinas de apoyo a las que puede acceder en desarrollo del mismo, en términos semejantes a los referidos en el inciso f) del presente artículo.
- f) Formular preguntas, consultas y solicitudes de aclaración a las compañías multinivel, quienes deberán contestarlas de manera precisa, antes, durante y después de su vinculación con el respectivo distribuidor independiente. Estas consultas y solicitudes de información podrán versar sobre los productos o servicios vendidos, o sobre el contenido, alcance y sentido de cualquiera de las cláusulas de los contratos que los vinculen con ellas, incluyendo toda información relevante relacionada al plan de compensación, plazos y fechas de pago o de entrega, cuando se trate de compensaciones en especie. Las respuestas brindadas por las empresas de mercadeo multinivel deberán darse en un tiempo razonable.

- g) Recibir de manera oportuna e integral en cantidad y calidad, los bienes y servicios ofrecidos por la compañía multinivel.
- h) Percibir oportuna e inequívocamente de las compañías multinivel las compensaciones, o bonificaciones a las que tengan derecho en razón a su actividad, incluyendo las que hayan quedado pendientes de pago una vez terminado el contrato entre las partes.
- i) Terminar en cualquier momento el vínculo contractual de forma unilateral sin perjuicio de los saldos pendientes de percibir o adeudados a la compañía de mercadeo multinivel.

ARTÍCULO 7- De la irrenunciabilidad a los derechos de los vendedores independientes. Son nulas y no producirán efecto alguno las cláusulas o estipulaciones del contrato de las empresas de venta directa multinivel con el distribuidor independiente en las cuales se prevea la renuncia a alguno de los derechos de los distribuidores independientes referidos en la presente ley o que impida su ejercicio.

ARTÍCULO 8- De la naturaleza no lucrativa de la orientación inicial. Dentro del costo inicial de participación, las compañías de mercadeo multinivel deberán incluir materiales de capacitación, así como referencias y guías de información en relación con cómo hacer el negocio, sobre una base no lucrativa.

ARTÍCULO 9- Planes de compensación. Para efectos de la presente ley se denominarán planes de compensación aquellos términos y condiciones que se refieran al pago, recompensas que sean ofrecidas a los vendedores independientes por parte de las compañías multinivel, la regulación sobre rangos, niveles o situación de los vendedores independientes dentro de la respectiva red comercial.

En los planes de compensación deberán expresarse con claridad los porcentajes de recompensa, pagos ofrecidos o comisiones; los hitos, metas, condiciones, o logros que darán lugar a las dádivas, obsequios, premios, recompensas, o cualquier otro emolumento, honorario, estipendio, beneficio o bono económico que se ofrezca a los distribuidores independientes, así como trofeos, objetos físicos y privilegios a ganar por los distribuidores independientes dentro del esquema de ascensos establecidos en el plan; los requisitos en volumen, de productos o dinero, de vinculación de nuevos distribuidores independientes y logro de descendencia, tenida como tal la cadena a través de la cual un nuevo distribuidor vincula a otro, este a otro y así sucesivamente, para acceder a los rangos, premios y reconocimientos.

El monto de la compensación o beneficio económico que la empresa de mercadeo multinivel le pague al distribuidor independiente deberá guardar una relación de causalidad directa con la compra de los bienes y servicios que sean objeto de la actividad de la empresa multinivel. El solo hecho de vincular nuevas personas a la

red comercial de la actividad multinivel no podrá dar lugar a beneficio económico o compensación de ninguna naturaleza.

ARTÍCULO 10- Sobre la restricción en compensaciones. Ningún plan de compensación podrá consistir en el disfrute de créditos en puntos, o derechos de reconsumo de los productos o servicios promovidos, en más allá del cincuenta por ciento (50%) de su valor, y cuando las compensaciones previstas en el respectivo plan consistan total o parcialmente en estos, el vendedor independiente es libre de rechazarlos.

ARTÍCULO 11- Requisitos mínimos contractuales. Las compañías multinivel deberán consignar su relación comercial con los vendedores independientes en un contrato que deberá constar por escrito y contener como mínimo:

- a) Objeto del contrato.
- b) Derechos y obligaciones de cada una de las partes.
- c) Tipo de plan de compensación que regirá la relación entre las partes.
- d) Requisitos de pago.
- e) Forma y periodicidad de pago.
- f) Datos generales de las partes.
- g) Causales y formas de terminación.
- h) Mecanismos de solución de controversias.
- i) Dirección de la oficina u oficinas abiertas al público de la compañía multinivel.

ARTÍCULO 12- Prohibiciones contractuales. Las compañías multinivel no podrán incluir en sus contratos cláusulas de permanencia, exclusividad, o de obligación a los vendedores independientes sobre la compra o adquisición de un inventario mínimo, superior al pactado y aceptado previamente.

ARTÍCULO 13- Actividades prohibidas. Queda prohibido desarrollar actividades comerciales en la modalidad de mercadeo multinivel con los siguientes bienes y servicios:

- a) Aquellos cuya prestación constituya directa o indirectamente la actividad principal de cualquiera de las entidades sujetas a supervisión de la Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef).
- b) Venta o colocación de valores contemplados por medio de la Ley Reguladora del Mercado de Valores N.º 7732. En todo caso, se entenderá que primará la

realidad económica sobre la forma jurídica al determinar si cualquier instrumento, contrato, bien o servicio que se ofrezca mediante actividades multinivel es, o no, un valor de naturaleza negociable.

c) Servicios relacionados directa o indirectamente con la promoción y la negociación de valores, participación en mercados bursátiles, intercambio de divisas y criptomonedas o monedas alternativas.

d) Productos altamente perecederos, u otros que deban ser sometidos a cuidados especiales para su conservación por razones de salud pública.

e) Bienes o servicios que requieran para su uso, aplicación o consumo, prescripción por parte de un profesional de la salud.

ARTÍCULO 14- Inspección, vigilancia y control. La facultad de inspección, vigilancia y control de las empresas de mercadeo multinivel corresponderá al Ministerio de Economía, Industria y Comercio con el fin de prevenir y, si es del caso sancionar, el ejercicio irregular o indebido de dicha actividad, y de asegurar el cumplimiento de la presente ley. Lo anterior sin perjuicio de las funciones que correspondan a otras entidades del Estado respecto de las compañías de mercadeo multinivel.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio podrá solicitar conceptos técnicos relacionados con bienes y servicios comercializados promovidos bajo el esquema multinivel, con el fin de establecer si estos corresponden a los bienes o servicios respecto de los cuales está prohibido ejercer actividades multinivel y determinará si una actividad o conjunto de actividades comerciales específicas constituyen actividades multinivel, y la verdadera naturaleza de los distintos bienes o servicios que se promocionen mediante dichas actividades.

ARTÍCULO 15- Facultades del ministerio de economía, industria y comercio. En virtud de la presente ley, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio tendrá las siguientes facultades, sin perjuicio de las demás que contemple la ley:

a) Realizar, de oficio o a solicitud de parte, visitas de inspección a las compañías de mercadeo multinivel.

b) Adelantar los procedimientos administrativos y sancionatorios existentes y propios de su resorte con respecto a las compañías multinivel y sus actividades.

c) Emitir órdenes de suspensión preventiva de todas o algunas de las actividades a determinada compañía multinivel, cuando cuente con evidencia que permita suponer razonablemente que esta está ejerciendo actividades multinivel en sectores o negocios sin dar cumplimiento a los requisitos o exigencias legales, o contra expresa prohibición legal, o no está dando cumplimiento a cualquiera de las previsiones y requisitos establecidos dentro de esta ley, o en las normas que la modifiquen, complementen o desarrollen.

TRANSITORIO I- Del registro como empresa multinivel. Toda compañía multinivel que actualmente desempeñe sus actividades en la República de Costa Rica deberá hacer constar en el Registro de Personas Jurídicas del Registro Nacional que ejerce actividades denominadas multinivel o de mercadeo en red en un plazo de doce (12) meses a partir de la entrada en vigencia de la presente ley.

TRANSITORIO II- De la reglamentación a la presente ley. El Poder Ejecutivo reglamentará lo aquí dispuesto en un plazo de doce (12) meses a partir de la entrada en vigencia de la presente ley. Al ejercer su potestad reglamentaria respecto de la presente ley, el Poder Ejecutivo buscará preservar los siguientes objetivos: la transparencia en las actividades multinivel; la buena fe; la defensa de los derechos de las personas que participen en la venta y distribución de los bienes o servicios que se comercializan bajo este método y de los consumidores que los adquieran; la protección del ahorro del público y, en general, la defensa del interés público.

El mismo plazo de doce (12) meses a partir de la reglamentación de la presente ley se dispondrá para que las relaciones contractuales vigentes entre la persona vendedora independiente y la empresa multinivel acaten lo dispuesto en la presente ley.

Rige a partir de su publicación.

Laura Guido Pérez
Diputada

22 de diciembre de 2021

NOTAS: Este proyecto aún no tiene comisión asignada.

El Departamento de Servicios Parlamentarios ajustó el texto de este proyecto a los requerimientos de estructura.