

Caracterización sobre las Sociedades que realizan la actividad

MULTINIVEL



Delegatura de Intervención y Asuntos Financieros Especiales



Billy Escobar Pérez
Superintendente de Sociedades

Ruby Ruth Ramírez Medina
Delegada de Intervención y Asuntos
Financieros Especiales

Edgar Alberto Bernal Castillo
Director de Investigaciones Administrativas
por Captación y Asuntos Financieros Especiales

Superintendencia de Sociedades
Delegatura de Intervención y Asuntos
Financieros Especiales

Bogotá D.C.
Diciembre 2024

EXPLICACIÓN PRELIMINAR

El objetivo de caracterizar a las Entidades Multinivel en Colombia es fortalecer el conocimiento del modelo de negocio y el papel que desempeñan como sociedades de intermediación financiera no bancaria (SIFNB), así como su rol en la inclusión financiera. En este sentido, existen ciertos conceptos que deberán tenerse en cuenta para entender el presente informe en su totalidad.

A continuación, se presentan las definiciones relacionadas con la actividad multinivel, conforme a lo establecido en el Capítulo IX y el Título I de esta circular. Estas definiciones delimitan los conceptos fundamentales que rigen el desarrollo y la operación de las compañías multinivel en Colombia. Su propósito es garantizar una comprensión uniforme de los términos empleados, promoviendo la transparencia, el cumplimiento normativo y la adecuada protección de los derechos de los actores involucrados en este modelo de negocio.

Concepto	Definición
Actividad Multinivel¹	<p>Es toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas, desarrollada por sociedades mercantiles, incluyendo a las sucursales de sociedades extranjeras, en la que confluyan los siguientes elementos:</p> <p>a. La búsqueda o la incorporación de personas naturales o jurídicas, para que éstas a su vez incorporen a otras personas naturales o jurídicas, con el fin último de vender determinados bienes o servicios.</p> <p>b. El pago, la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, y/o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta, como contraprestación directa por la venta de bienes y servicios realizada por las personas incorporadas.</p> <p>c. La coordinación, dentro de una</p>

¹ Superintendencia de Sociedades. (n.d.). *Circular básica jurídica interactiva.*, de <https://www.supersociedades.gov.co/web/nuestra-entidad/circular-basica-juridica-interactiva>

Concepto	Definición
	misma red comercial, de las personas incorporadas al desarrollo de la respectiva Actividad Multinivel.
Vendedor Independiente¹	<p>Persona natural comerciante o persona jurídica que ejerce actividades mercantiles, que tiene relaciones exclusivamente comerciales con las compañías que ejercen la actividad multinivel y que recibe por ello un pago, compensación o beneficio.</p> <p>El pago, la compensación o beneficio que recibe el vendedor surge por las ventas que éste hace directamente o por la comisión que generan las ventas que hacen los otros vendedores que incorporó a su red comercial, sin que la sola incorporación de nuevos vendedores genere algún tipo de compensación o beneficio económico, así se realice por medio de reembolso.</p> <p>En consecuencia, siempre debe mediar una relación de causalidad directa entre la venta de bienes y servicios con el pago, compensación o beneficio y esto deberá constar en las relaciones contractuales y los hechos económicos reflejados en la contabilidad de la empresa.</p>
Contrato de Vinculación¹	<p>Es aquel contrato de adhesión mediante el cual se materializa la relación comercial entre la sociedad multinivel y sus vendedores independientes. Deberá constar por escrito y contener como mínimo las siguientes estipulaciones previstas en la ley 1700 de 2013:</p> <p>a. Objeto del contrato.</p>

Concepto	Definición
	<p>b. Derechos y obligaciones de cada una de las partes.</p> <p>c. Tipo de plan de compensación.</p> <p>d. Requisitos de pago.</p> <p>e. Forma y periodicidad de pago.</p> <p>f. Datos generales de las partes.</p> <p>g. Causales y formas de terminación.</p> <p>h. Mecanismos de solución de controversias.</p> <p>i. Dirección de la oficina u oficinas de la sociedad multinivel abiertas al público.</p> <p>No se podrán incluir en los contratos de vinculación, cláusulas expresamente prohibidas por la Ley como:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) De permanencia y/o exclusividad; (ii) Abusivas que generen desigualdad contractual y; (iii) Que obliguen a los vendedores independientes a realizar la compra o adquisición de un inventario mínimo, superior al pactado y aceptado previamente.

Concepto	Definición
<p>Planes de Compensación¹</p>	<p>Es la forma de retribución que tienen los vendedores independientes por las ventas que ellos hacen o las que hacen los otros vendedores que ha integrado a su red comercial. En el contrato deberá indicarse de manera clara, lo siguiente:</p> <p>a. El pago, recompensas o beneficios que se ofrecen a los vendedores independientes en razón a la venta de bienes y/o servicios y deben tener relación de causalidad directa.</p> <p>b. Regulación de rangos o cambios en la situación de los vendedores independientes dentro de la respectiva red comercial, valga mencionar, premios, reconocimientos, bonos económicos, requisitos en volumen de productos o dinero, vinculación de nuevos vendedores independientes, logros de descendencia, entre otros.</p>
<p>Prueba Ácida</p>	<p>La prueba ácida evalúa la capacidad de una empresa para cubrir sus pasivos corrientes con sus activos más líquidos, excluyendo los inventarios.</p> <p>Esta ratio indica la rapidez con la que la empresa puede cumplir con sus obligaciones a corto plazo sin depender de la venta de inventarios.</p> <p>Prueba Ácida: $\frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Corriente}}$</p>
<p>Razón Corriente</p>	<p>La razón corriente mide la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo utilizando todos sus activos corrientes. Este ratio muestra si una empresa tiene suficientes recursos a corto plazo para pagar sus deudas inmediatas.</p>

Concepto	Definición
	Razón Corriente: $\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$
Solvencia	<p>El ratio de solvencia mide la capacidad de una empresa para cumplir con todas sus obligaciones (a corto y largo plazo) utilizando sus activos totales.</p> <p>Es un indicador clave de la estabilidad financiera a largo plazo de la empresa.</p> <p>Solvencia: $\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Pasivos Totales}}$</p>
ROS (Retorno sobre Ventas)	<p>Mide la eficiencia operativa, indicando qué porcentaje de las ventas se convierte en utilidad operativa.</p> <p>ROS: $\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}} * 100$</p>
Margen Bruto	<p>Indica la rentabilidad del negocio antes de considerar gastos operativos, financieros y otros costos.</p> <p>Margen bruto: $\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$</p>
ROE (Retorno sobre el Patrimonio)	<p>Indicador financiero que indica la rentabilidad que una empresa genera con respecto al capital aportado por sus accionistas.</p> <p>ROE: $\frac{\text{Resultado del Periodo}}{\text{Patrimonio Neto}} * 100$</p>
ROA (Retorno sobre Activos)	<p>Indicador financiero que se utiliza para evaluar la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ganancias</p> <p>ROA: $\frac{\text{Resultado del Periodo}}{\text{Activo Total}} * 100$</p>

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	13
2. MARCO LEGAL	13
3. METODOLOGÍA	15
4. ORIGEN DE LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL EN COLOMBIA.....	16
4.1 Antecedentes normativos	18
4.2 Obligaciones legales de las compañías multinivel	18
4.3 Ejercicio de supervisión de la Superintendencia de Sociedades sobre las compañías multinivel	20
5. COMPAÑÍAS MULTINIVEL EN LATINOAMERICA.....	21
6. ENTORNO ECONÓMICO COLOMBIANO DE LOS AÑOS 2021 AL 2023 PARA LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL.....	26
7. ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA PARA LOS AÑOS 2021, 2022 Y 2023 DE LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL.....	27
7.1. Activos	28
7.2. Ingresos	29
7.3. Utilidad Neta	30
7.4. Indicadores Financieros	32
A. ROA (Retorno sobre Activos).....	32
B. ROE (Retorno sobre el Patrimonio)	33
C. ROS (Retorno sobre Ventas).....	33
D. Margen Bruto	34
E. Prueba Ácida	34
F. Razón Corriente	35
G. Solvencia	36
8. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ENVIADO A LAS SOCIEDADES	36
8.1. ¿Número de vendedores independientes activos?.....	37
8.2. ¿Valor total pagado en comisiones a los vendedores?	38
8.3. ¿Cuál es el total de ingresos por venta?	40
8.4. ¿Cuáles son los tipos de productos comercializados?	42
8.5. ¿Valor de las ventas por productos comercializados?	43
8.6. ¿Categorías de ingreso o afiliación y valor de la cuota por categoría?.....	43

8.7.	¿Está vinculado solamente con esta empresa Multinivel?.....	44
8.8.	¿Está vinculado para más de una empresa Multinivel?	45
8.9.	¿Quién le presentó esta compañía de Multinivel?	46
8.10.	¿Cuál de los siguientes motivos describe de la mejor forma su vinculación a la empresa Multinivel?	46
8.11.	¿Qué edad tiene actualmente?.....	47
8.12.	¿Cuál de las siguientes situaciones describe de la mejor forma su actividad laboral actual?	48
8.13.	¿Cuánto tiempo lleva vinculado como vendedor independiente para la empresa Multinivel?.....	48
8.14.	¿Previo a unirse a la empresa Multinivel, cuánto consideraba eran sus ingresos mensuales?	50
8.15.	¿Con la venta de los productos de la empresa Multinivel, en cuánto considera son sus ingresos mensuales actualmente?	50
8.16.	¿Previo a unirse a la empresa Multinivel, que tanta experiencia tenía en ventas donde su ingreso dependía de comisiones?.....	52
8.17.	¿Durante el último mes, cuántas horas semanales usted ha dedicado a vender productos o servicios, expandiendo su red de ventas y atendiendo reuniones de entrenamiento?	52
8.18.	Pensando en la cantidad de tiempo y dinero que usted ha invertido vendiendo productos o servicios de la sociedad Multinivel, financieramente ¿Cómo es su estado?	54
8.19.	Dadas las condiciones del mercado, ¿Usted ha pensado dejar la actividad de venta Multinivel por alguno de los siguientes motivos?	55
9.	CONCLUSIONES	55
	Bibliografía.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Segmentación por tipo de producto para el año 2022.....	16
Gráfica 2. Representación del indicador ROA de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023.....	32
Gráfica 3. Representación del indicador ROE de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023	33
Gráfica 4. Representación del indicador ROS de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023.....	33
Gráfica 5. Representación del margen bruto de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023.....	34
Gráfica 6. Representación de la prueba ácida de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023.....	34
Gráfica 7. Razón Corriente de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023.....	35
Gráfica 8. Razón Corriente de las sociedades multinivel	36
Gráfica 9. Representación del número de vendedores independientes por tipo de producto comercializado.....	37
Gráfica 10. Representación de la distribución del total de las comisiones durante los años 2021 y 2022	38
Gráfica 11.Representación del total de ingresos por venta para los años 2021 y 2022	40
Gráfica 12.Representación del total de ingresos por venta para el año 2021 en relación con el producto ofrecidoCifra en miles de pesos colombianos	40
<i>Gráfica 13. Representación del total de ingresos por venta para el año 2022 en relación con el producto ofrecido</i>	<i>41</i>
Gráfica 14.Representación del margen de ingresos por venta para los años 2021 y 2022	42
Gráfica 15. Representación del número de productos comercializados por las sociedades.....	42
Gráfica 16. Representación de los tipos de productos comercializados por las sociedades.....	42
Gráfica 17. Representación de las ventas en relación con los productos comercializados	43
Gráfica 18. Representación gráfica de la vinculación a una o más sociedades multinivel por parte de los vendedores independientes.....	44
<i>Gráfica 19. Representación de la vinculación a una o más sociedades multinivel por parte de los vendedores independientes</i>	<i>44</i>
Gráfica 20.Vinculación vendedores independientes	45
Gráfica 21. Representación de la distribución de la vinculación de los vendedores independientes por tipo de producto que comercializa la sociedad multinivel. 45	45
Gráfica 22. Representación sobre como los vendedores independientes conocieron a la sociedad multinivel	46

Gráfica 23. Representación sobre los motivos que llevaron a los vendedores independientes a afiliarse a una sociedad multinivel.....	46
Gráfica 24. Representación sobre las edades que manejan los vendedores independientes	47
<i>Gráfica 25. Representación sobre la situación laboral de los vendedores independientes</i>	<i>48</i>
Gráfica 26. Representación sobre el tiempo de vinculación de los vendedores independientes	48
Gráfica 27. Representación sobre el tiempo de vinculación de los vendedores independientes en relación con el producto o servicio ofrecido por la sociedad multinivel	49
Gráfica 28. Representación sobre el valor de los ingresos de los vendedores independientes previo a la vinculación de las sociedades multinivel	50
Gráfica 29. Representación sobre el valor de los ingresos de los vendedores independientes posterior a la vinculación de las sociedades multinivel	50
Gráfica 30. Representación gráfica sobre la comparación entre los ingresos previos y posteriores al ingreso a las sociedades multinivel	51
Gráfica 31. Representación sobre la experiencia en ventas de los vendedores independientes al momento del ingreso a la sociedad multinivel	52
Gráfica 32. Representación sobre las horas dedicadas a la venta de productos y servicios por parte de los vendedores independientes	52
Gráfica 33. Representación sobre el porcentaje de horas dedicadas a la venta de productos y servicios por parte de los vendedores independientes por tipo de producto ofrecido por la sociedad multinivel	53
Gráfica 34. Representación del estado de la situación financiera por el tiempo y dinero invertido en la actividad multinivel	54
Gráfica 35. Representación sobre los motivos que llevan a los vendedores independientes a dejar la actividad multinivel	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación de activos respecto del tipo de producto comercializado.....	28
Tabla 2. Relación de ingresos respecto del tipo de producto comercializado entre los años 2021 y 2023	29
Tabla 3. Relación de la utilidad neta respecto del tipo de producto comercializado entre los años 2021 y 2023	30
Tabla 4. Ponderación de los indicadores ROA, ROE, ROS, margen bruto, prueba ácida, razón corriente y Solvencia entre los años 2021 al 2023	32
Tabla 5. Distribución de las comisiones entre personas naturales y jurídicas..	38
Tabla 6. Comisiones entregadas por las sociedades de conformidad con el producto o servicio ofrecido y el número de vendedores independientes.....	39

1. INTRODUCCIÓN

La Superintendencia de Sociedades dentro de sus objetivos estratégicos tiene como finalidad promover la adopción de prácticas empresariales, responsables y sostenibles que contribuyan al desarrollo social, ambiental y económico en las empresas y los diferentes grupos de interés.

Es por lo que la Delegatura de Intervención de Asuntos Financieros Especiales tiene dentro de sus proyectos estratégicos, la realización de la caracterización de las Sociedades de Intermediación Financiera No Bancaria (SIFNB), como lo son las compañías Multinivel. Lo anterior, con el fin de fortalecer el conocimiento del modelo de negocio y poder ejercer una supervisión efectiva.

Así las cosas, la caracterización tiene como propósito obtener una visión integral de este sector en Colombia, la cual radica en tres aspectos principales:

- a. **Funcionamiento:** La caracterización permite comprender cómo operan las redes de distribuidores, esto implica analizar su estructura, el rol de cada uno de los participantes y los flujos de ingresos relacionados con las actividades desempeñadas por quienes participan en este modelo de negocio. Al conocer sus mecanismos internos, es posible evaluar su viabilidad y sostenibilidad.
- b. **Impacto económico:** Las sociedades multinivel tienen un impacto significativo en la economía colombiana, ya que contribuyen al empleo, la producción y el consumo.
- c. **Regulación y supervisión:** La caracterización permite establecer las normativas, para contar con una política de fortalecimiento empresarial dirigida a las sociedades que apuntan a la inclusión financiera, a través de la creación de mecanismos regulatorios para las sociedades de intermediación financiera no bancaria.

Por su parte, la supervisión permite prevenir el desarrollo de prácticas fraudulentas, para así garantizar el correcto funcionamiento de este modelo de negocio.

2. MARCO LEGAL

De conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la Ley 1700 de 2013, se entiende que constituye actividad multinivel toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas para el efecto, la norma señalada ha determinado los siguientes elementos:

1. búsqueda o incorporación de personas naturales o jurídicas, para que éstas a su vez incorporen otras personas naturales o jurídicas con el fin de vender determinados bienes o servicios.
2. El pago, o la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, como contraprestación por la venta de bienes y servicios a través de las personas incorporadas, y/o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta.
3. La coordinación, dentro de una misma red comercial, de las personas incorporadas para la actividad multinivel.

Ahora bien, un aspecto a destacar de la ley antes citada es el relacionado con la facultad reglamentaria de la misma, que siempre se enfocará, entre otros aspectos, a la protección del ahorro del público y, en general a la defensa del interés público, de esta forma, para cumplir dicho propósito, la Superintendencia de Sociedades tiene la facultad de emitir orden de suspensión preventiva² al suponer razonablemente que los bienes o servicios comercializados o promovidos sean de aquellos prohibidos por la misma ley o que estén incursos en captación no autorizada de dineros del público en los términos del Decreto Ley 4334 de 2008.

Las personas que participan en esta actividad se deben vincular a la sociedad multinivel mediante la firma de un contrato comercial y se denominan vendedores independientes, estos no cuentan con un vínculo laboral ni exclusividad con la sociedad, y sus ingresos corresponden a las comisiones, bonos o premios obtenidos por las ventas realizadas por ellos o por su red comercial.³

Ahora bien, de acuerdo con lo previsto en la ley antes señalada y en el artículo 2.2.2.50.6 del Capítulo 50 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, la Superintendencia de Sociedades ejerce la vigilancia de las sociedades comerciales, así como de las sucursales de sociedades extranjeras que lleven a cabo la comercialización en red de sus productos o a través de los sistemas de mercadeo multinivel y de sus actividades de conformidad con lo establecido en los artículos 7 y 8 de la Ley 1700 de 2013 y 82 a 87 de Ley 222 de 1995.

Para cumplir las anteriores disposiciones, el título I del capítulo IX en el numeral 9.9 de la Circular Básica Jurídica de esta Superintendencia, dispone que las

² Art. 2.2.2.50.4. DUR 1074 de 2015

³ -Numerales 9.1.3 y 9.3 Capítulo 9 Título 1 de la Circular Básica Jurídica 100-000008 del 12 julio de 2022.

compañías que inician la comercialización de bienes o servicios por el sistema multinivel deben informarlo a la Superintendencia de Sociedades para que ésta verifique que la actividad se realiza cumpliendo con los requisitos legales. Sólo a partir de esta validación, se incluyen en la lista pública de sociedades vigiladas por la Superintendencia de Sociedades, para que puedan anunciar en su publicidad, que se encuentran vigiladas por esta Entidad.

De igual modo, las sociedades que están desarrollando la actividad multinivel, deberán informar los cambios o modificaciones que realicen a su modelo de negocio.

3. METODOLOGÍA

Para la realización de la caracterización de las compañías multinivel, se obtuvo información de dos fuentes, la primera frente a la información requerida por la Superintendencia de Sociedades mediante los numerales 1.3.1 y 1.3.2 de la Circular Externa 100-000006 del 3 de mayo de 2021, *Reportes de Información - Instrucciones de carácter general* y los estados financieros enviados por las sociedades con corte de 31 de diciembre de los años 2021, 2022 y 2023.

En cuanto a la segunda, se realizó una encuesta en el año 2023, la cual, a través de preguntas estratégicas, buscaba analizar las dinámicas y motivaciones de los vendedores independientes que participan en esta actividad, incluyendo su relación exclusiva con la sociedad multinivel, la fuente de su introducción, los factores que los llevaron a unirse, su edad, situación laboral y experiencia en ventas. A su vez se pretendía capturar datos financieros, como el número de vendedores independientes activos, comisiones pagadas, ingresos por ventas y métricas financieras.

La finalidad de este enfoque estuvo encaminada en lograr un mejor entendimiento de la actividad realizada por estas sociedades proporcionando información para el análisis y comprensión del panorama empresarial y financiero en este sector.

Es así, como a través de la encuesta se requirió información general y específica a 51 sociedades multinivel vigiladas por esta Superintendencia, compuesta por 19 preguntas relacionadas principalmente con la sociedad, la red de vendedores independientes y su respectivo plan de compensación.

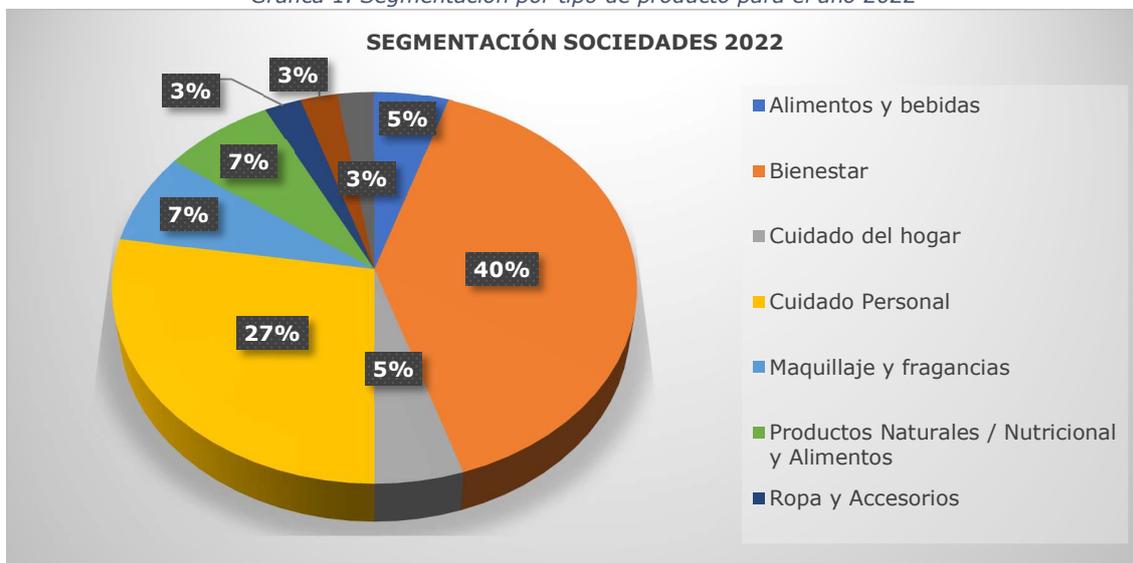
De las 51 sociedades multinivel requeridas, 38 proporcionaron la totalidad de la información solicitada, 4 lo hicieron de manera parcial, 4 informaron que no se

encuentran operando o no realizaron actividad multinivel durante los periodos solicitados y 5 de ellas no respondieron al requerimiento.

Es de mencionar que del total de la muestra se excluyeron dos sociedades, que, aunque reportaron información de manera parcial, se verificó que no se encuentran operativas. Es decir, la caracterización está basada en información de 42 sociedades multinivel.

Adicionalmente, para facilitar el análisis de las actividades desarrolladas por las sociedades, se realizó una segmentación de las empresas por el tipo de producto comercializado de la siguiente manera:

Gráfica 1. Segmentación por tipo de producto para el año 2022



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

De la segmentación se destaca que el 40% de las sociedades se dedican a la comercialización de productos relacionados con el Bienestar, mientras que el 27% se enfoca en mercancías de Cuidado Personal, seguido por Maquillaje y Fragancias (7%) y Productos Naturales (7%), entre los más representativos.

4. ORIGEN DE LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL EN COLOMBIA

La historia de las sociedades Multinivel en Colombia tiene su origen, cuando los modelos de venta directa y mercadeo en red comenzaron a expandirse en la segunda mitad del siglo XX, (Maisterrena, 2014).

Con la llegada de empresas extranjeras como Amway, (Amway, 2025), Herbalife y otras que fueron incursionando, se introdujo un sistema de ventas basado en

la recomendación de productos y la creación de redes de distribuidores independientes, (ACOVEDI, 2024). A partir de ello, surgieron también compañías nacionales operando bajo estructuras similares, que no solo obtenían compensación por las ventas directas realizadas por el vendedor, sino también por las ventas generadas por las nuevas personas incorporadas, (W. Stanton, 2007).

Se puede observar que, la actividad multinivel tiene una infraestructura que se encamina hacia el crecimiento del mercadeo en red. No obstante, la misma en muchas ocasiones se ha asociado a prácticas que son cuestionables y que se apartan del ordenamiento jurídico para el que fue creado. (Muncy, 2004).

Un ejemplo de estas prácticas inapropiadas se refiere al caso mediático presentado en el país, donde se realizó captación masiva y habitual de dineros no autorizada, a través de un esquema piramidal, sociedad creada por David Murcia Guzmán, Grupo DMG S.A.

Este sistema logró captar dineros de miles de personas a través de la venta de tarjetas prepago, mediante las cuales se podían adquirir el suministro de bienes, servicios y/o la devolución de dineros con rendimientos. Este modelo de negocio de venta de tarjetas prepago disfrazo lo que en realidad consistió en una actividad de captación masiva y habitual de dineros del público⁴.

Es así como, está estructura afecto a la sociedad colombiana en general e incluso trascendió las fronteras llegando hasta Panamá. Mediante Decreto Ley 4334 de 2008, el Gobierno Nacional declaró Emergencia Social y Económica, permitiendo realizar la intervención y liquidación de esta sociedad, en esta coyuntura, fue indiscutible la necesidad de establecer un marco legal claro que diferenciara entre actividades legítimas de compañías multinivel y las prácticas fraudulentas de captación no autorizada.

Por lo anterior, mediante la Ley 1700 de 2013, impulsada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se reglamentó la actividad Multinivel en Colombia y se reguló sus principales aspectos, donde se destaca que, si bien no se impone la obligación a las empresas multinivel de constituirse bajo un tipo societario específico, sí establece que dichas sociedades deben contar como mínimo con un establecimiento de comercio abierto al público. De igual manera, su actividad debe constar en el registro mercantil, con el fin de brindar mayor transparencia y seguridad tanto a vendedores como a consumidores.

⁴ Superintendencia Financiera de Colombia, Resolución 1634 del 12 de septiembre de 2007.

El mercado Multinivel en Colombia ha transitado por un camino de crecimiento y regulación que ha evolucionado para adaptarse a las necesidades actuales del mercado. A pesar de estos logros, este modelo de negocio hace fundamental mantener una vigilancia efectiva para asegurar la estabilidad y transparencia del sistema.

4.1 Antecedentes normativos

Conforme con lo dispuesto en el numeral 9.6 del título I, capítulo IX de la Circular Externa 100-000008 de 12 de julio de 2022 a las compañías que ejercen actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia, incluyendo las sucursales de sociedades extranjeras, les aplica la Ley 1700 de 2013, el Decreto 1074 de 2015 y las circulares e instrucciones que imparta la Superintendencia de Sociedades.

Igualmente, están obligadas a cumplir lo dispuesto en el Código de Comercio, las leyes que lo adicionan y modifican, sus estatutos, la Ley 1480 de 2011 “Estatuto del Consumidor” y su reglamentación, así como dar cumplimiento a lo dispuesto por la Superintendencia de Sociedades para el autocontrol y gestión del riesgo integral de LA/FT/FPADM, incluyendo el deber de reporte de operaciones sospechosas a la UIAF.⁵

Con el propósito de reglamentar la Ley 1700 de 2013, sobre las actividades de comercialización en red o mercadeo Multinivel en Colombia, expidió el Decreto 024 de 2016 el cual adicionó un capítulo al título 2 de la parte 2 del libro 2 del DUR 1074 de 2015 señalando que, para el reconocimiento del plan de compensación al vendedor independiente, el objeto de la actividad de la compañía debe guardar una relación de causalidad directa con la venta de sus bienes y servicios, es decir, el hecho de vincular nuevas personas a la red comercial de la actividad multinivel no puede ser el origen del beneficio económico o compensación.

4.2 Obligaciones legales de las compañías multinivel

En el numeral 9.2. de la Circular Básica Jurídica 100-000008 de 2022, se establecen los requisitos para el ejercicio de la actividad, a quienes ofrezcan sus bienes y servicios en Colombia a través de compañías multinivel de la siguiente manera:

"(...)

⁵ Superintendencia de Sociedades. (2022). Circular Básica Jurídica-100-000008

9.2.1. *Ser sociedades mercantiles constituidas y establecidas con el lleno de los requisitos legales vigentes en la legislación colombiana. Las sociedades extranjeras, que pretendan desarrollar directamente en Colombia la actividad de mercadeo Multinivel, deben establecer una sucursal en el territorio colombiano. En consecuencia, las personas naturales y las entidades sin ánimo de lucro, no podrán desarrollar directamente actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia, ni ser representantes comerciales de sociedades extranjeras que realicen dichas actividades en el país.*

9.2.2. *Hacer constar en el registro mercantil que realizan la comercialización de sus productos o servicios en red o a través del sistema de mercadeo multinivel. Igualmente, deberá inscribir en dicho registro los establecimientos de comercio que tenga.*

9.2.3. *Tener como mínimo una oficina física abierta al público de manera permanente, ello, independientemente de si utiliza publicidad en redes sociales y sitios web (...)*”.

De igual manera, la compañía debe cumplir con los requisitos contractuales estipulados en el artículo 9 de la Ley 1700 de 2013, así:

"Artículo 9º. Requisitos mínimos contractuales. *Las compañías multinivel, deberán ceñir su relación comercial con los vendedores independientes a un contrato que deberá constar por escrito y contener como mínimo:*

1. Objeto del contrato.
2. Derechos y obligaciones de cada una de las partes.
3. Tipo de plan de compensación que regirá la relación entre las partes.
4. Requisitos de pago.
5. Forma y periodicidad de pago.
6. Datos generales de las partes.
7. Causales y formas de terminación.
8. Mecanismos de solución de controversias.
9. Dirección de la oficina u oficinas abiertas al público de la compañía multinivel.”

Así mismo, dentro de las obligaciones legales de este tipo de sociedades, referente a la compensación o beneficio económico que se pague al vendedor independiente, esta deberá guardar una relación de causalidad directa con la venta de los bienes y servicios que sean objeto de la actividad de la sociedad, de conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.2.50.1. del Decreto 024 del 2016, el cual adiciona un capítulo al título 2 de la parte 2 del libro 2 del DUR 1074 de 2015.

4.3 Ejercicio de supervisión de la Superintendencia de Sociedades sobre las compañías multinivel

El artículo 7 de la ley 1700 de 2013, determinó que las compañías multinivel serán objeto de supervisión por parte de la Superintendencia de Sociedades, por tal razón, la inspección, vigilancia y control por parte de esta Entidad, se llevará a cabo con el fin de prevenir y, si es del caso sancionar, el ejercicio irregular o indebido de dicha actividad.

Mediante la Circular Básica Jurídica 100-000008 de 12 de julio de 2022, la Superintendencia de Sociedades impartió instrucciones para facilitar el cumplimiento de la Ley 1700 de 2013 con la cual se fijaron lineamientos generales que contribuyen a la adecuada supervisión de las compañías multinivel.

En el numeral 9.8. de la mencionada circular, se consagran las actividades relacionadas con la facultad de supervisión de la entidad, así:

- 1) Realizar, de oficio o a solicitud de parte, visitas de inspección a las compañías y a sus puntos de acopio, bodegas y oficinas registradas, ejerciendo, de ser procedente, el principio de coordinación administrativa con otras autoridades para este fin.
- 2) Revisar los libros de contabilidad y exigirles aclaraciones sobre su información contable y su política de contabilización, incluidos los soportes, según sea necesario para el cumplimiento de sus funciones.
- 3) Adelantar los procedimientos administrativos y sancionatorios respecto de quienes ejerzan irregular o indebidamente la actividad de comercialización en red o mercadeo Multinivel.
- 4) Impartir órdenes para que se ajusten a las disposiciones legales, en su formación, funcionamiento y desarrollo de su objeto social.
- 5) Imponer sanciones o multas, sucesivas o no, a quienes incumplan sus órdenes, la ley o los estatutos.
- 6) Emitir órdenes de suspensión preventiva de todas o algunas de las actividades a determinada compañía multinivel, cuando cuente con evidencia que permita suponer que la misma está ejerciendo actividades multinivel sin dar cumplimiento a los requisitos o exigencias legales, o contra expresa prohibición legal. Las órdenes de suspensión se harán efectivas sin perjuicio de que se

interpongan recursos contra la decisión, tal como lo señala el Decreto 1074 de 2015. Además, podrá interponerse la medida como mecanismo transitorio, mientras se obtiene concepto técnico sobre los bienes y servicios.

7) Ejercer las facultades de intervención otorgadas por el Decreto Legislativo 4334 de 2008, cuando advierta que a través de la actividad de comercialización en red o mercadeo multinivel se realizan operaciones de captación o recaudo de dinero del público, sin la debida autorización estatal.

Ahora bien, el artículo 2.2.2.50.6 del Decreto 024 de 2016 el cual adiciona un capítulo al título 2 de la parte 2 del libro 2 del DUR 1074 de 2015, estableció que *“la Superintendencia de Sociedades ejercerá la vigilancia de las sociedades comerciales y las sucursales de sociedades extranjeras que lleven a cabo la comercialización en red de sus productos o a través de los sistemas de mercadeo multinivel y de sus actividades, de conformidad con lo establecido en los artículos 7º y 8º de la Ley 1700 de 2013 y 82 a 87 de la Ley 222 de 1995.”*

5. COMPAÑÍAS MULTINIVEL EN LATINOAMERICA

El mercadeo multinivel o de venta directa ha tenido un crecimiento significativo en América Latina, (NETWORKING, 2023). El conocimiento de las particularidades culturales de Latinoamérica ha sido clave para entender el crecimiento del mercado en esta parte del mundo.

De igual forma, las similitudes de la región, sus necesidades, la tasa de desempleo, la informalidad laboral y su espíritu emprendedor, son elementos que han promovido el crecimiento de la actividad multinivel.

De acuerdo con el conversatorio *“La venta directa como catalizadora del emprendimiento en América Latina:*

retos y tendencias”, realizado por Jeffreygroup y con participación de las asociaciones de venta directa de Brasil y Colombia, los países latinoamericanos con mayor potencial de crecimiento actualmente son México, Colombia, Brasil, Perú, Ecuador y República Dominicana, (ACENTO, 2023).

De igual forma, Paulo Moledo CEO de Hy Cite, compañía de venta directa con operaciones en Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú y República Dominicana, señaló que las personas en América Latina encuentran en la actividad multinivel la oportunidad para prosperar económicamente y alcanzar metas, lo anterior como respuesta a la tasa de desempleo para la región, (revistafactordeexito, 2023).

Por otra parte, las empresas más grandes del mundo han tenido

presencia en esta región por años, lo que ha permitido que el mercado de venta directa se encuentre en crecimiento y sea estable, (ACOVEDI, 2024).

A continuación, se presenta un análisis comparativo de este sector entre algunas de las principales economías de la región, como Brasil, México y Perú, frente a Colombia:

A) **México:** En la segunda mitad del siglo XX se dio origen a la actividad multinivel en México, para ese momento el país experimento un desarrollo económico importante que atrajo diversas compañías dedicadas a la actividad multinivel y provenientes de Estados Unidos, la influencia con el arribo de estas compañías favoreció el desarrollo y expansión de este modelo, (AMDV, 2024).

En 1966 Avon, Stanhome y Tupperware empresas pioneras en este sistema decidieron unirse para constituir la Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C, (AMDV, 2024), esta organización sin ánimo de lucro tiene el objetivo de agrupar las empresas del sector y de este modo representar, apoyar, promover, orientar, tanto a las empresas como a los consumidores, sobre los temas que atañen este modelo de negocio.

México, se posiciona como la segunda economía en ventas para Latinoamérica y la octava a nivel mundial, de acuerdo con la

Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa para 2023, (WFDSA, 2024), lo anterior, refleja la importancia económica de esta actividad para el país y la región. No obstante, a pesar de su relevancia, en el marco legal actualmente no existe una legislación específica que regule este sistema de ventas.

Por lo anterior, debemos remitirnos a normas generales como la Ley Federal de Protección al Consumidor que es utilizada para el amparo y las garantías entre la relación de proveedores y consumidores, o la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, sobre "*Prácticas comerciales y Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio*", la cual en sus artículos 2.19 y 3 mencionan el sistema de venta directa como uno de los modelos para la venta a domicilio, (AMVD, 2003).

Adicional, la AMVD en su Código de Ética da lineamientos a sus asociados para desarrollar la actividad multinivel.

Comparativo con Colombia

La implementación del sistema multinivel para ambos países comparte varias características, entre ellas la rápida evolución y desarrollo que los ubica entre los 15 países con más ventas por este modelo de negocio, de acuerdo con las estadísticas de la Federación

Mundial de Asociaciones de Ventas Directas, (WFDSA, 2024).

Por otro lado, la flexibilidad y oportunidad laboral convierten a este modelo de negocio en una herramienta de empleo que de acuerdo con los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), para México y Colombia representan el 53,1% y 55,8% respectivamente, de trabajadores informales a corte de 2023, (Statista, 2024).

En cuanto a los vendedores independientes dedicados a esta actividad para 2023 según AMDV y ACOVEDI, se refleja que México cuenta con una proporción de 27% de hombres y 73% de mujeres, a diferencia de Colombia que representa el 19.50% para hombres y 80.50% para mujeres, (ACOVEDI, 2024).

Así mismo, en 2023 las principales categorías de ventas en estos países corresponden a cuidado personal y belleza, sin embargo, Colombia viene mostrando un crecimiento en cuanto a la categoría de Nutrición que se refiere también a suplementos alimenticios y bebidas, (ACOVEDI, 2024).

Por otra parte, a diferencia de México, la regulación colombiana para esta materia es específica y se desarrolló mediante la ley 1700 de 2013 y otras disposiciones que se encuentran en el marco legal del

presente documento, allí podemos encontrar la definición del Mercadeo Multinivel, sus principales características, sus prohibiciones, indica quien tiene a cargo la supervisión, cuáles son los requisitos mínimos para desarrollar la actividad, entre otros.

B) Brasil: El origen y desarrollo de la actividad multinivel tuvo lugar a mediados del siglo XX, este país presenta un mercado de gran importancia debido a la extensión que tiene su territorio y a la cantidad de consumidores y asociados; cabe mencionar que el estado de São Paulo es el principal motor económico del país y fue allí donde en 1969 se fundó Natura&Co multinacional brasileña de cosméticos, productos de higiene y belleza, esta compañía actualmente es líder en el sector de ventas en Brasil, es una compañía nacional con presencia en la región, (Natura&Co, 2024).

De igual forma y a raíz del aumento de las compañías multinivel, en 1979 en Brasil se crea la Asociación Brasileña de Empresas de Venta de Bienes a Revendedores a Domicilio, en São Paulo, apoyada por empresas como Avon, Natura, Vogue, Christian Gray, Jafra, Yakult, Tupperware y Stanley Home, (ABEVD, 2024), actualmente nombrada *Asociación Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD)*. Esta asociación agrupa las empresas de venta directa y mercadeo multinivel de

Brasil, cuenta con un código de ética para los asociados con el objetivo de proteger los derechos y velar por los intereses de los empresarios y consumidores, (ABEVD, 2023).

De hecho, Brasil es la economía más grande de la región y fue el país más fuerte en término de ventas para 2023, ubicándose en el séptimo puesto a nivel mundial, siendo superada por países como Estados Unidos, Japón, China, Malasia, Corea del Sur y Alemania, destacándose como un referente mundial, (WFDSA, 2024).

Ahora bien, en cuanto a la regulación en Brasil, no hay ley específica para la actividad multinivel por lo cual hay que remitirse a los principios generales y leyes sectoriales como el Código de Protección al Consumidor, también cabe mencionar la participación de ABEVD, mediante el Código de Ética en el cual establece parámetros que orientan esta actividad, así como sus iniciativas en cuanto a promover e incentivar proyectos de ley relacionados a la actividad multinivel.

Comparativo con Colombia

Brasil de acuerdo con los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para 2023, presenta informalidad del 37,2% que contrasta con el 55,8% que presenta Colombia, (Statista, 2024), razón por la cual parte de los vendedores independientes en Brasil ven este

mercado como una oportunidad de ganar dinero adicional a su trabajo, (ABEVD, 2023).

De igual forma los vendedores independientes que se dedican a esta actividad para 2023, representan una proporción de 40% de hombres y un 60% de mujeres cerrando la brecha de género, (ABEVD, 2023), a diferencia de la situación en Colombia dominada por la fuerza comercial femenina.

En cuanto a la regulación, Colombia tiene ley especial para desarrollar la actividad multinivel, sin embargo, una cosa que comparte con Brasil es que ambos países se encaminaron en el desarrollo del Código de Ética que las asociaciones de venta directa contemplan, que establece parámetros, condiciones, normas, guía y entendimiento, tanto para los asociados como para los consumidores.

C) **Perú:** La actividad multinivel en Perú tuvo sus inicios en la segunda mitad del siglo XX, a través de compañías pioneras como Avon en 1969 o Yanbal compañía peruana fundada en 1967, que iniciaron bajo un modelo de venta directa y fueron creando redes de distribución, ambas compañías dedicadas al sector de cosméticos, (CAPEVEDI, 2022).

Posteriormente con el aumento de las compañías que desarrollan esta actividad, para 2001 se crea la

Cámara Peruana de Venta Directa (CAPEVEDI), institución sin fines de lucro que agrupa a las principales empresas que emplean el sistema de venta directa para comercializar sus productos.

Así mismo, Perú refleja un espíritu emprendedor, motivo por el cual algunas de sus empresas, como Belcorp y Yanbal, son líderes en la región, de igual forma destaca la participación de empresas internacionales como 4Life, Azzorti, Essen, Fesdy, Forever Living, Fuller Pinto, Herbalife Nutrition, Jeunese, Leonisa, Morinda, Natura, Nikken, Omnilife, entre otras, que han permitido un crecimiento y el desarrollo de la actividad multinivel, (CAPEVEDI, 2022).

Un reflejo de lo anterior es la posición que Perú mantiene entre los 20 países de venta directa que más facturan, así como en América Latina ocupa el cuarto puesto, de acuerdo con el ranking mundial 2023 de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa, (WFDSA, 2024).

En cuanto a la regulación Perú no tiene una legislación que se ocupe de los temas del mercadeo multinivel de forma específica, por lo cual, para comprender los requisitos de constitución o temas de protección, es necesario remitirse a normas generales como el Código de comercio, la Ley 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor

o la Ley N° 26887 denominada Nueva Ley General de Sociedades – NLGS.

Comparativo con Colombia

Perú presenta una situación similar a la de Colombia en termino de ventas que los ubican para el 2023 en el puesto decimosexto y decimocuarto respectivamente y se posicionan como mercados atractivos y de crecimiento en la región, (WFDSA, 2024).

Para ambos países, el mercado multinivel representa una posibilidad frente a la falta de oportunidades laborales, la alternativa en la economía del siglo XXI que busca emprender, a baja inversión, a bajo riesgo y con el apalancamiento de una asociación, (Peñaranda, 2017); cabe mencionar que de acuerdo con los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para 2023, el porcentaje de informalidad en Perú representa el 73,6%, convirtiéndola en una de las más alta para América latina, (Statista, 2024).

Ahora bien, Perú con una proporción de vendedores independientes que se dedican a la actividad multinivel para 2023, repartida entre hombres con un 18% y mujeres con 82%, según (CAPEVEDI, 2022), presenta una situación similar a la de Colombia donde la fuerza comercial femenina es predominante.

En cuanto a la regulación, a diferencia de Colombia esta asociación no tiene una ley que regule de forma específica la actividad multinivel, por lo cual en Perú se coordina mediante las disposiciones contenidas en el marco legal de las actividades comerciales del país.

Existen diversos estudios, análisis del sector y tal como se pudo evidenciar Colombia presenta la regulación en actividad multinivel más desarrollada en Latinoamérica, cabe mencionar que las asociaciones nacionales y la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA), representan un papel fundamental en el avance, la documentación, comparación y registro de este mercado, con el fin de establecer estándares y apoyo a las compañías multinivel en el mundo.

6. ENTORNO ECONÓMICO COLOMBIANO DE LOS AÑOS 2021 AL 2023 PARA LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL

Entre 2021 y 2023, el mercado multinivel en Colombia ha enfrentado desafíos económicos, influenciados por factores como la volatilidad de la tasa de cambio, el comportamiento inflacionario y los efectos residuales de la pandemia COVID-19. Estos elementos han impactado directamente la

operatividad de las empresas multinivel.

La tasa de cambio del peso colombiano frente al dólar estadounidense ha sido uno de los factores más relevantes durante este período. Según el Banco de la República, en diciembre de 2021, la Tasa Representativa del Mercado (TRM) cerró en \$3.981,16 COP/USD, reflejando una depreciación del 16% con respecto al cierre de 2020, cuando la TRM ascendía a \$3.432 COP/USD.

Esta tendencia continuó en 2022 cerrando en \$4.810,20, antes de una recuperación parcial en 2023, cerrando el año en \$3.822,05 COP/USD.

Este comportamiento ha incrementado los costos de importación para las empresas multinivel que dependen de bienes fabricados en el exterior, afectando sus márgenes de ganancia (Banco de la República, s.f.). Por otro lado, la inflación ha sido un factor relevante en la dinámica económica del país, afectando significativamente la capacidad adquisitiva de los colombianos entre 2021 y 2023.

Según el DANE, en diciembre de 2021, la inflación anual se situó en 5,62%, superando ampliamente la meta del Banco de la República del 3%. Durante 2022, esta tendencia al alza continuó, cerrando el año con una inflación acumulada del 13,12%,

el nivel más alto en más de dos décadas. En 2023, gracias a las políticas monetarias restrictivas implementadas por el Banco de la República, la inflación comenzó a moderarse, cerrando en diciembre en 9,28%. A pesar de esta reducción, los niveles inflacionarios elevados durante estos años afectaron el poder adquisitivo de los consumidores, disminuyendo la demanda de productos no esenciales, como los ofrecidos por los modelos de negocio multinivel (DANE, DANE, 2024).

En 2008, Colombia enfrentó una crisis financiera debido a esquemas piramidales fraudulentos como D.M.G. Grupo Holding S.A. y Proyecciones D.R.F.E. Estos modelos de captación masiva y habitual de dinero afectaron a miles de personas y generaron un fuerte impacto en la economía, tal como se menciona en el punto 4 de este documento.

Para 2022, el crecimiento se moderó al 7,3%, y en 2023 tuvo un crecimiento de 0,6%, señalando una estabilización de la actividad económica. Sin embargo, los cambios en el comportamiento del consumidor, junto con el incremento en los costos operativos, continúan afectando a las empresas multinivel (DANE, 2024).

En resumen, entre 2021 y 2023, el mercado multinivel en Colombia ha enfrentado un entorno económico complejo marcado por la volatilidad

cambiaría, la alta inflación y los efectos post-pandemia. A esto se suman riesgos reputacionales derivados de la existencia de esquemas fraudulentos, lo que ha impactado de manera significativa la confianza y el crecimiento de este sector.

De acuerdo con información suministrada por ACOVEDI, para el año 2024 se estiman ventas del sector multinivel en Colombia por un total de \$8,03 billones de pesos. Este valor incluye \$7,14 billones correspondientes a sociedades afiliadas a ACOVEDI y \$884 mil millones generados por compañías no afiliadas. Esta cifra reafirma la relevancia económica del sector en el país y su contribución al mercado nacional.

7. ANÁLISIS SITUACIÓN FINANCIERA PARA LOS AÑOS 2021, 2022 Y 2023 DE LAS COMPAÑÍAS MULTINIVEL

A continuación, se presentan los resultados del análisis financiero de las 42 sociedades multinivel con información de los años 2021, 2022 y 2023, abordando aspectos como activos, ingresos y utilidad neta.

Asimismo, se evalúa la evolución de los indicadores ROA (Retorno sobre los Activos), ROE (Retorno sobre el Patrimonio), ROS (Retorno sobre Ventas), margen bruto, prueba ácida, razón corriente y solvencia.

7.1. Activos

Se realizó una relación de los activos respecto al tipo de producto con el siguiente resultado:

Tabla 1. Relación de activos respecto del tipo de producto comercializado

Productos	2021	2022	Var %	2023	Var %
Alimentos y bebidas	49.708.012	56.362.289	13%	51.036.600	-9%
Bienestar	189.757.442	210.613.742	11%	195.979.065	-7%
Cuidado del hogar	48.898.342	57.837.770	18%	53.871.665	-7%
Cuidado Personal	383.018.051	469.533.145	23%	468.617.249	0%
Maquillaje y fragancias	1.287.362.430	1.495.697.736	16%	1.345.314.258	-10%
Productos Naturales / Nutricional y Alimentos	10.300.541	11.899.100	16%	8.564.751	-28%
Ropa y Accesorios	362.506	432.117	19%	317.492	-27%
Servicios	-	-	0%	-	0%
Servicios (Otras actividades de telecomunicación)	20.224.748	22.759.802	13%	4.157.569	-82%
Utensilios de cocina y para el hogar	222.977.043	337.183.218	51%	352.189.450	4%
Totales	2.212.609.115	2.662.318.919	20%	2.480.048.099	-7%

Cifras en Miles de pesos colombianos.

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El análisis de los Activos en las sociedades multinivel en Colombia evidencia una tendencia de crecimiento en 2022, seguida de una contracción en 2023.

En 2022, el total de activos por productos registró un incremento del 20% respecto al año anterior, alcanzando un aumento de 449.709.804.

Sin embargo, en 2023 se presentó una reducción del 7%, lo que representa una disminución de 182.270.820 miles de pesos en activos totales. La contracción afectó

especialmente a categorías como servicios en otras actividades de telecomunicación, que registró la mayor caída al pasar de 22.759.802 en 2022 a 4.157.579 en 2023, con una disminución del 82%.

De igual manera, los productos naturales, nutricionales y alimentos presentaron una reducción del 28%, lo que equivale a 3.334.349 menos en activos, mientras que la categoría de ropa y accesorios cayó en un 27%, con una pérdida de 114.625.

La comercialización de maquillaje y fragancias, que había mostrado un

crecimiento significativo en 2022, también se vio afectada, con una reducción del 10%, equivalente a 150.383.478. A pesar de la tendencia general a la baja, algunas categorías lograron mantener su estabilidad. El segmento de cuidado personal mostró una variación mínima en sus activos, con una reducción de apenas 915.896, lo que representa un comportamiento estable en términos porcentuales.

Por su parte, los utensilios de cocina y para el hogar fueron la única categoría con crecimiento en 2023, registrando un aumento del 4% y

sumando 15.006.232 adicionales en ventas. Este comportamiento sugiere que los productos de uso cotidiano y aquellos con una función práctica dentro del hogar han logrado sostener su demanda en un contexto de desaceleración del consumo en otros segmentos.

7.2. Ingresos

Se realizó una relación de los ingresos respecto al tipo de producto comercializado para los años comprendidos entre el 2021 al 2023 con el siguiente resultado:

Tabla 2. Relación de ingresos respecto del tipo de producto comercializado entre los años 2021 y 2023

Productos	2021	2022	Var %	2023	Var %
Alimentos y bebidas	184.385.124	185.595.583	1%	186.748.844	1%
Bienestar	422.991.773	421.387.784	0%	456.601.719	8%
Cuidado del hogar	56.854.808	65.916.984	16%	63.761.502	-3%
Cuidado Personal	729.242.944	809.341.866	11%	909.691.683	12%
Maquillaje y fragancias	1.801.551.409	2.136.634.632	19%	2.458.920.152	15%
Productos Naturales / Nutricional y Alimentos	17.278.338	16.883.007	-2%	18.031.323	7%
Ropa y Accesorios	456.153	566.905	24%	483.839	-15%
Servicios	9.149	7.407	-19%	-	-100%
Servicios (Otras actividades de telecomunicación)	1.296.055	783.638	-40%	4.462.885	470%
Utensilios de cocina y para el hogar	141.047.980	208.421.088	48%	212.869.911	2%
Totales	3.355.113.733	3.845.538.894	15%	4.311.571.858	12%

Cifras en Miles de pesos colombianos.

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El análisis de los ingresos en las sociedades multinivel en Colombia muestra una tendencia de crecimiento sostenido en los últimos tres años.

En 2022, los ingresos totales alcanzaron los 3.845.538.894, lo que representó un crecimiento del 15% respecto a 2021. Para 2023, el aumento continuó con una variación

positiva del 12%, alcanzando los 4.3111.571.858.

Entre las categorías con mayor crecimiento en 2023, maquillaje y fragancias se consolidó como el segmento con mayores ingresos, con un incremento del 15% respecto al año anterior, alcanzando los 2.458.920.152. De igual manera, cuidado personal creció un 12%, pasando de 809.341.866 en 2022 a 909.691.683 en 2023.

Bienestar también mostró un aumento del 8%, llegando a 456.601.719. Productos naturales, nutricionales y alimentos experimentó una recuperación del 7% después de haber registrado una leve caída en 2022.

Por otro lado, algunos segmentos reflejaron disminuciones en sus ingresos. Ropa y accesorios presentó una reducción del 15%, pasando de 566,905 miles de pesos en 2022 a 483.839 miles de pesos en 2023.

Cuidado del hogar disminuyó un 3%, mientras que el segmento de servicios se contrajo completamente, con una caída del 100%. No obstante, la categoría de servicios en otras actividades de telecomunicación mostró un crecimiento significativo, pasando de 783.638 en 2022 a 4.462.885 en 2023, con un aumento del 470%.

Los utensilios de cocina y para el hogar, que en 2022 habían registrado un crecimiento del 48%, mantuvieron una tendencia positiva en 2023 con un incremento del 2%, consolidando su posición en el mercado.

El comportamiento general de los ingresos en las sociedades multinivel indica un crecimiento en la mayoría de las categorías, con un desempeño destacado en productos de consumo recurrente como maquillaje, cuidado personal y bienestar.

No obstante, algunos segmentos han mostrado señales de desaceleración o cambios en la demanda.

7.3. Utilidad Neta

Se realizó una relación de la utilidad neta respecto al tipo de producto comercializado entre los años 2021 y 2022 con el siguiente resultado:

Tabla 3. Relación de la utilidad neta respecto del tipo de producto comercializado entre los años 2021 y 2023

Productos	2021	2022	Var %	2023	Var %	
Alimentos y bebidas	3.321.016	1.085.453	-67%	2.155.127	-299%	
Bienestar	17.618.697	-	1.276.822	107%	5.862.688	-559%

Productos	2021	2022	Var %	2023	Var %
Cuidado del hogar	2.382.144	2.660.744	12%	3.211.579	-221%
Cuidado Personal	20.764.165	33.263.123	60%	31.633.929	-195%
Maquillaje y fragancias	831.245	25.289.564	2942%	77.602.574	207%
Productos Naturales / Nutricional y Alimentos	- 159.019	- 876.540	451%	478.663	-155%
Ropa y Accesorios	- 17.295	- 33.415	93%	54.924	64%
Servicios	-	-	0%	-	0%
Servicios (Otras actividades de telecomunicación)	- 1.139.163	- 4.220.954	271%	3.467.052	-182%
Utensilios de cocina y para el hogar	6.727.955	- 1.736.802	126%	3.890.403	-324%
Totales	50.329.745	54.154.351	8%	54.245.821	0%

Cifras en Miles de pesos colombianos

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El análisis de la utilidad o pérdida en las sociedades multinivel en Colombia muestra una estabilidad en el total consolidado entre 2022 y 2023, con una variación del 0% tras un crecimiento del 8% en el año anterior (2021). No obstante, el comportamiento de las diferentes categorías refleja contrastes significativos en términos de rentabilidad.

El segmento de maquillaje y fragancias destacó con un incremento del 207% en 2023, alcanzando una utilidad de 77,602.574, después de haber registrado un crecimiento del 2942% en 2022. Por otro lado, cuidado personal, que había mostrado un crecimiento del 60% en 2022, registró una pérdida de 31.633.929 en 2023, reflejando una caída del 195%. De manera similar, el segmento de cuidado del hogar presentó una pérdida de 3.211.579, lo que representa una disminución del 221% respecto al año anterior.

En la categoría de productos naturales, nutricionales y alimentos, la pérdida observada en 2022 se redujo en 2023, pasando de -876.540 a 478.633, mientras que ropa y accesorios continuó mostrando cifras negativas, con una pérdida de 54.924 en 2023. Por su parte, servicios en otras actividades de telecomunicación, que había registrado una pérdida de 4.220.954 miles en 2022, mostró una reducción en sus pérdidas, cerrando 2023 con 3.467.052.

El comportamiento general indica que, aunque el total consolidado de utilidad o pérdida se mantuvo estable, existen diferencias significativas entre categorías.

Mientras que maquillaje y fragancias mantuvo una tendencia positiva, otros segmentos experimentaron caídas pronunciadas, reflejando variaciones importantes en la rentabilidad dentro del esquema multinivel.

7.4. Indicadores Financieros

Se realizó la ponderación de los indicadores financieros ROA, ROE, ROS, margen bruto, prueba ácida, razón corriente y solvencia, con el fin de evidenciar la tendencia de estos en el sector de las sociedades multinivel, con los siguientes resultados:

Tabla 4. Ponderación de los indicadores ROA, ROE, ROS, margen bruto, prueba ácida, razón corriente y Solvencia entre los años 2021 al 2023

ROA			ROE			ROS			Margen Bruto		
2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
-8%	-15%	-11%	-18%	56%	24%	-18%	-26%	-2%	53%	52%	56%

Prueba Ácida			Razón Corriente			Solvencia		
2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
3,56	1,61	1,61	2,21	2,35	2,83	1,54	1,37	1,37

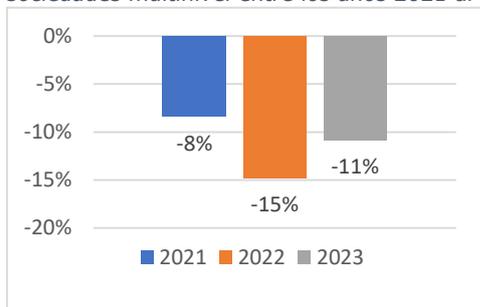
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

A continuación, se presentan los indicadores de las sociedades multinivel.

A. ROA (Retorno sobre Activos)

El ROA mide la capacidad de una sociedad para generar ganancias a partir de sus inversiones en activos.

Gráfica 2. Representación del indicador ROA de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El Retorno sobre Activos (ROA) en las sociedades multinivel en Colombia ha registrado valores negativos a lo largo de los últimos tres años, reflejando dificultades en la rentabilidad del sector. En 2021, el indicador fue de -8%, lo que ya evidenciaba una baja eficiencia en la generación de utilidades a partir de los activos.

En 2022, el ROA descendió aún más hasta -15%, indicando un deterioro en la capacidad de las sociedades para obtener rendimientos sobre sus activos. Para 2023, el indicador se ubicó en -11%, con una caída menor en comparación con el año anterior, lo que evidencia una estabilización en las pérdidas operativas.

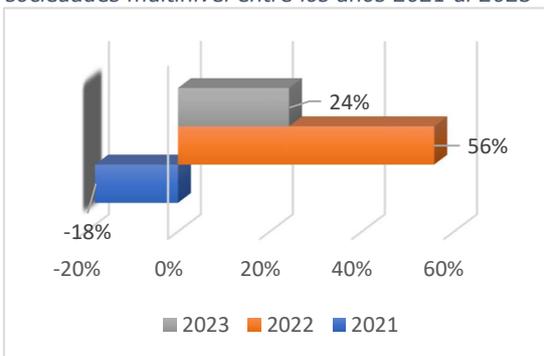
Sin embargo, a pesar de esta menor disminución, el ROA sigue en terreno

negativo, lo que indica que las sociedades multinivel continúan enfrentando dificultades para alcanzar niveles de rentabilidad sobre sus activos.

B. ROE (Retorno sobre el Patrimonio)

El ROE evalúa la rentabilidad que tienen los fondos aportados por los accionistas.

Gráfica 3. Representación del indicador ROE de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El Retorno sobre el Patrimonio (ROE) en las sociedades multinivel en Colombia ha mostrado variaciones significativas en los últimos tres años.

En 2021, el indicador se ubicó en -18%, reflejando pérdidas en relación con los recursos propios de las sociedades. Para 2022, el ROE experimentó un incremento considerable hasta 56%, lo que indica una mayor rentabilidad para los accionistas en ese periodo. Sin embargo, en 2023 el ROE descendió a 24%, lo que, si bien sigue siendo

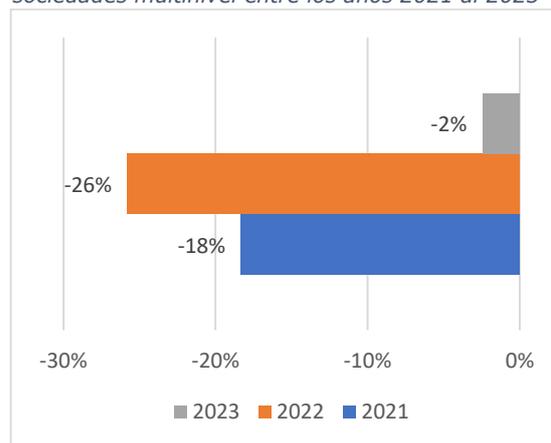
un valor positivo, representa una reducción respecto al año anterior.

Este comportamiento muestra que, aunque en 2022 las sociedades multinivel lograron una rentabilidad elevada en términos de su patrimonio, en 2023 se presentó un ajuste que redujo el retorno para los inversionistas. A pesar de la disminución, el ROE se mantiene positivo, lo que indica que las sociedades continúan generando rendimientos sobre su capital, aunque en menor proporción que en el año previo.

C. ROS (Retorno sobre Ventas)

Evalúa la eficiencia operativa al mostrar qué porcentaje de las ventas se transforma en utilidad operativa

Gráfica 4. Representación del indicador ROS de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El Retorno sobre Ventas (ROS) en las sociedades multinivel en Colombia ha mostrado un desempeño negativo

en los últimos tres años, aunque con una reducción en las pérdidas.

En 2021, el indicador fue de -18%, reflejando la dificultad de las sociedades para generar ganancias a partir de sus ingresos. En 2022, la situación empeoró con un -26%, lo que indica un mayor deterioro en la rentabilidad operativa.

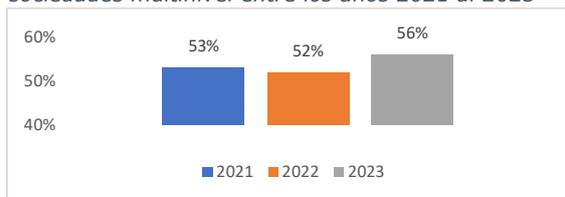
Para 2023, el ROS se ubicó en -2%, lo que representa una menor presión sobre los márgenes de rentabilidad en comparación con los años anteriores.

A pesar de que el ROS aún es negativo, la reducción en la pérdida indica una mejor relación entre ingresos y costos. Sin embargo, el indicador sigue sin alcanzar niveles positivos, lo que refleja que persisten desafíos en la optimización de costos y en la eficiencia operativa dentro del sector.

D. Margen Bruto

Muestra la rentabilidad del negocio antes de descontar los gastos operativos, financieros y otros costos.

Gráfica 5. Representación del margen bruto de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

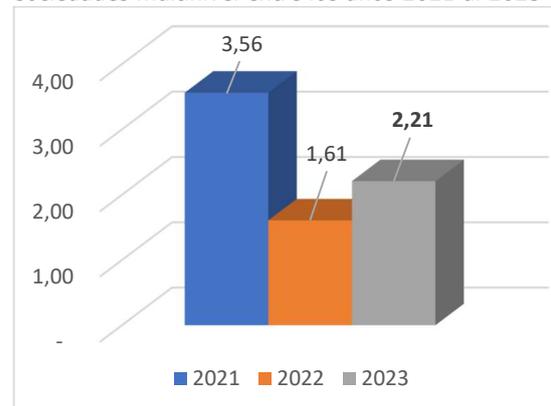
El Margen Bruto en las sociedades multinivel en Colombia ha mostrado estabilidad en los últimos tres años, con una leve variación positiva en 2023.

En 2021, el margen se ubicó en 53%, manteniéndose prácticamente en el mismo nivel en 2022 con 52%. Para 2023, el indicador alcanzó 56%, reflejando un incremento en la proporción de ingresos que las sociedades logran retener después de cubrir los costos de los productos vendidos.

El aumento en el margen bruto en 2023 indica una mayor eficiencia en la gestión de costos directos o un ajuste en las estrategias de precios. A pesar de la mejora en este indicador, otros márgenes financieros aún presentan retos para la rentabilidad general del sector.

E. Prueba Ácida

Gráfica 6. Representación de la prueba ácida de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El indicador de Prueba Ácida en las sociedades multinivel en Colombia ha mostrado variaciones significativas en los últimos tres años.

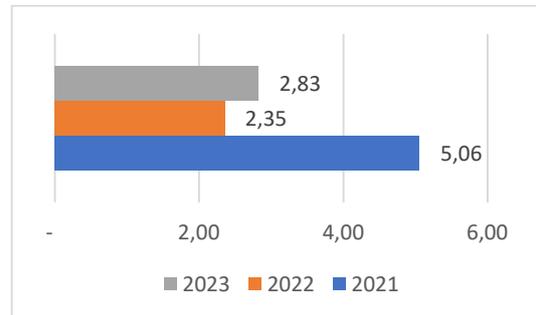
En 2021, el valor se ubicó en 3,56, reflejando una alta capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo sin depender de la venta de inventarios. Sin embargo, en 2022 el indicador descendió a 1,61, lo que indica una menor disponibilidad de activos líquidos en relación con los pasivos corrientes. Para 2023, la Prueba Ácida aumentó a 2,21, reflejando una mejora en la liquidez y una mayor capacidad para hacer frente a compromisos financieros inmediatos.

A pesar del incremento en 2023, el nivel de liquidez sigue por debajo del registrado en 2021, lo que indica que las sociedades han fortalecido su capacidad de pago en el corto plazo, aunque sin alcanzar los niveles previos.

Este resultado positivo brinda confianza sobre la estabilidad financiera a corto plazo de las sociedades multinivel, al tiempo que demuestra un manejo adecuado de la liquidez durante el periodo analizado.

F. Razón Corriente

Gráfica 7. Razón Corriente de las sociedades multinivel entre los años 2021 al 2023



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

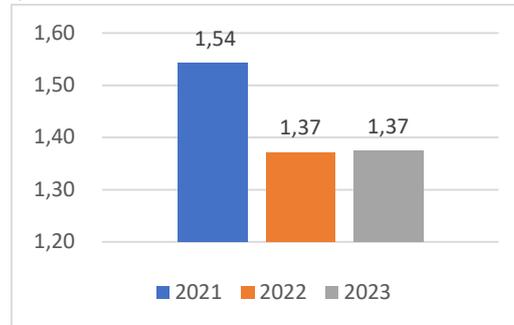
El indicador presentó una disminución significativa entre 2021 y 2022, seguida de un leve incremento en 2023. En 2021, el valor fue de 5,06, reflejando una alta capacidad para cumplir con las obligaciones financieras.

En 2022, descendió a 2,35, lo que evidencia una reducción en la solidez financiera y en la disponibilidad de recursos para afrontar compromisos a corto plazo. En 2023, el valor aumentó a 2,83, lo que representa una mejora frente al año anterior, aunque sin alcanzar los niveles previos.

La razón corriente mide la relación entre los activos y los pasivos corrientes, permitiendo evaluar la liquidez de la empresa. Un valor superior a 1 indica que la empresa cuenta con suficientes activos corrientes para cubrir sus pasivos de corto plazo, lo que reduce el riesgo de incumplimiento en sus obligaciones inmediatas.

G. Solvencia

Gráfica 8. Razón Corriente de las sociedades multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El análisis del indicador de solvencia en las sociedades multinivel muestra una reducción en 2022 respecto a 2021, seguida de una estabilidad en 2023.

En 2021, el índice de solvencia fue de 1,54, lo que reflejaba una mayor capacidad para cumplir con obligaciones a largo plazo. Sin embargo, en 2022 el indicador descendió a 1,37, nivel que se mantuvo sin variación en 2023.

La solvencia mide la relación entre los activos y los pasivos totales, permitiendo evaluar si una empresa cuenta con suficientes recursos para cubrir sus deudas a largo plazo. Un valor superior a 1 indica que los activos superan a los pasivos, lo que implica una estructura financiera menos dependiente del endeudamiento.

La disminución observada en 2022 y su permanencia en 2023 reflejan un menor margen de respaldo patrimonial en comparación con

2021, lo que indica que las sociedades han mantenido una estructura financiera más ajustada sin mejorar su capacidad de pago a largo plazo.

8. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ENVIADO A LAS SOCIEDADES

Tal como se había indicado en el numeral 3 de este documento respecto a la metodología utilizada, se realizó una encuesta la cual, a través de preguntas estratégicas, buscaba analizar las dinámicas y motivaciones de los vendedores independientes que participan en esta actividad, incluyendo su relación exclusiva con la sociedad multinivel, la fuente de su introducción, los factores que los llevaron a unirse, su edad, situación laboral y experiencia en ventas, entre otros.

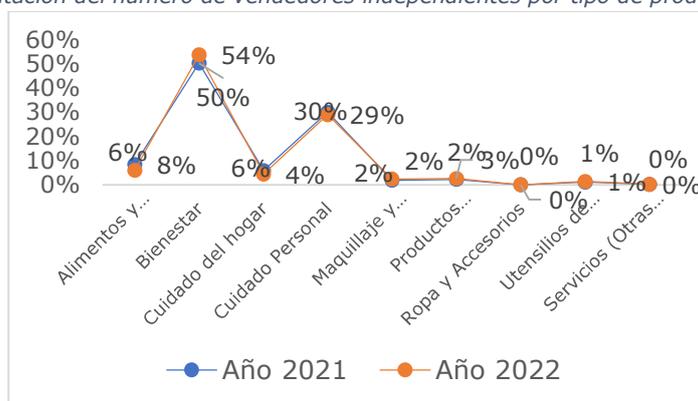
La finalidad de este enfoque estuvo encaminada en lograr un mejor entendimiento de la actividad

realizada por estas sociedades proporcionando información para el análisis y comprensión del panorama empresarial y financiero en este sector.

A continuación, se presenta un análisis de cada una de las 19 preguntas realizadas a las compañías multinivel.

8.1. ¿Número de vendedores independientes activos?

Gráfica 9. Representación del número de vendedores independientes por tipo de producto comercializado.



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

En el año 2021 el total de vendedores independientes fue de 607.325, de los cuales el 0.5% son personas jurídicas, para el año 2022 se presentó un aumento de 4 puntos porcentuales con una cifra de 630.526.

De igual manera, el porcentaje de vendedores independientes personas jurídicas aumentó en un 7%. Para el año 2021 las sociedades que se dedican a las ventas de productos de Bienestar cuentan con un 50% de afiliados que figuran como vendedores independientes, en el año 2022 este porcentaje se incrementó en 4 puntos, llegando así

a un 54% del total de los vendedores independientes.

Otra de las sociedades que tienen un porcentaje representativo de vendedores independientes, son las que se dedican a la comercialización de productos relacionados con el Cuidado Personal, que para el año 2021 contaba con un 30% de afiliados que figuraban como vendedores independientes, las cuales para el año 2022 disminuyó en un punto porcentual el número de afiliados, situándose en el año 2022 en el 29% de participación.

8.2. ¿Valor total pagado en comisiones a los vendedores?

Durante los años 2021 y 2022 las comisiones se distribuyeron entre vendedores independientes personas naturales y jurídicas⁶ de la siguiente forma:

Tabla 5. Distribución de las comisiones entre personas naturales y jurídicas

	AÑO 2021	AÑO 2022	% Var
Persona Natural	\$ 380.785.269.303	\$ 418.269.765.379	10%
Persona Jurídica	\$ 101.910.971.456	\$ 111.117.309.296	9%
Totales	\$ 482.696.240.759	\$ 529.387.074.675	19%

Cifra en miles de pesos colombianos

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Gráfica 10. Representación de la distribución del total de las comisiones durante los años 2021 y 2022



Cifra en pesos colombianos

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Para el año 2021 el total de pagos de comisiones a vendedores independientes por parte de las sociedades multinivel fue de COP \$482.696.240.759, para el año 2022, aumentaron a COP \$529.387.074.675, con un incremento de 19 puntos porcentuales.

A continuación, se muestra una distribución de comisiones por tipo de producto o servicio ofrecido y el número de vendedores independientes.

⁶ Artículo 2 numeral 1 de la Ley 1700 de 2013 el cual establece "La búsqueda o la incorporación de personas naturales, para que estas a su vez incorporen a otras personas naturales, con el fin último de vender determinados bienes o servicios", únicamente se hace mención a que la incorporación pueda tratarse de personas naturales, sin embargo, el artículo 4 de la misma norma establece: "VENDEDOR INDEPENDIENTE. Se entenderá por vendedor independiente la persona natural comerciante o persona jurídica que ejerce actividades mercantiles, y que tiene relaciones exclusivamente comerciales con las compañías descritas en el artículo 2o de la presente ley." Por lo que se entiende que los vendedores independientes pueden ser tanto personas naturales como jurídicas

Tabla 6. Comisiones entregadas por las sociedades de conformidad con el producto o servicio ofrecido y el número de vendedores independientes.

Productos	AÑO 2021			AÑO 2022		
	Comisiones	# Vendedores Independientes	Promedio de comisiones	Comisiones	# Vendedores Independientes	Promedio de comisiones
Alimentos y Bebidas	69.031.914.395	51.169	1.349.096	64.963.479.472	37.917	1.713.307
Bienestar	166.063.246.885	305.483	543.609	163.293.745.032	339.129	481.509
Cuidado del hogar	13.372.600.685	35.207	379.828	17.037.312.940	28.048	607.434
Cuidado Personal	99.299.519.595	182.312	544.668	100.921.148.070	182.654	552.526
Maquillaje y fragancias	90.544.783.656	11.420	7.928.615	123.431.678.631	15.260	8.088.577
Productos Naturales / Nutricional y Alimentos	5.946.821.488	13.830	429.994	5.408.313.007	16.985	318.417
Ropa y Accesorios	24.377.985	125	195.024	37.938.175	120	316.151
Utensilios de cocina y para el hogar	38.294.595.261	6.813	5.620.812	54.180.335.478	8.901	6.086.994
Servicios (Otras actividades de telecomunicación)	117.537.759	871	134.946	112.772.869	1.509	74.734
Total	482.695.397.709	607.230	17.126.593	529.386.723.675	630.523	18.239.650

Cifra en miles de pesos colombianos

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

En el año 2021 las sociedades dedicadas a la venta de productos de Bienestar pagaron comisiones por valor de COP \$166.063.246.885, en segundo lugar, se encuentran las sociedades dedicadas a la venta de productos de Cuidado Personal que pagaron por el mismo concepto un valor de COP \$99.299.519.595.

La tendencia continua en el año 2022, en el cual las sociedades multinivel dedicadas a la venta de productos de Bienestar lideraron los pagos de comisiones, alcanzando un total de COP \$ 163.293.745.032.

No obstante, las compañías dedicadas a la comercialización de Maquillaje y Fragancias ocuparon el segundo lugar, con un desembolso de COP \$ 123.431.678.631 en comisiones.

Se evidencia que el producto que pagó más comisiones en promedio a

los vendedores independientes durante el año 2021 fue Maquillaje y Fragancias por COP \$7.928.715, seguido por Utensilios de Cocina y para el Hogar que pagó COP \$5.620.812.

A pesar de que el producto de Bienestar cuenta con un mayor número de vendedores, el promedio de comisiones pagado por cada vendedor durante el año 2021 fue de COP \$543.609.

De otra parte, el producto que pagó más comisiones en promedio a los vendedores independientes durante el año 2022 fue el de Maquillaje y Fragancias, con un monto de COP \$8.088.577 por el número de vendedores independientes reportados por las sociedades, seguido por los Utensilios de Cocina y para el Hogar, los cuales pagaron comisiones en promedio de COP \$6.086.994.

Finalmente, el producto Bienestar que cuenta con el mayor número de vendedores independientes, en promedio pagó por comisiones durante el año 2022 COP \$481.509 por vendedor.

8.3. ¿Cuál es el total de ingresos por venta?

Gráfica 11. Representación del total de ingresos por venta para los años 2021 y 2022



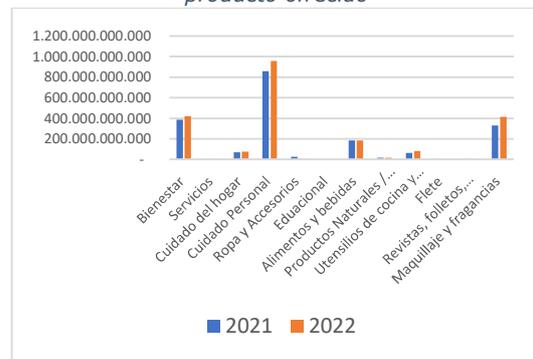
Cifra en miles pesos colombianos
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Superintendencia de Sociedades

Los ingresos por ventas de las sociedades multinivel, durante el año 2021 fueron de COP \$2.071.165.334.673 para el año 2022 hubo un incremento de 13 puntos porcentuales ascendiendo a COP \$ 2.347.366.951.590.

Los ingresos por ventas realizados por personas naturales en el año 2021 fueron de COP\$1.911.286.105.469, mientras que para el año 2022 ascendieron a la suma de COP \$2.101.964.945.317, teniendo un incremento de 10 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Las ventas realizadas por personas jurídicas afiliadas a las sociedades multinivel, durante el año 2021 fueron de COP \$159.879.929.204 y de COP \$245.402.006.273 para el año 2022, teniendo un incremento de 53 puntos porcentuales, este incremento tuvo mayor impacto en las ventas de productos de Cuidado Personal, y Utensilios de Cocina y para el Hogar.

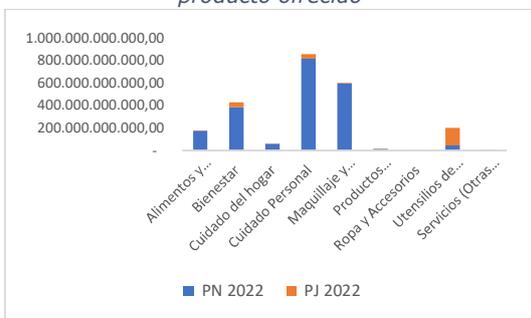
Gráfica 12. Representación del total de ingresos por venta para el año 2021 en relación con el producto ofrecido



Cifra en miles de pesos colombianos
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Durante el año 2021 los ingresos por ventas ascendieron a la suma de COP \$2.071.165.334.673, donde el producto que más ingresos obtuvo durante ese año fue Cuidado Personal con un valor de COP \$765.819.135.604, que representa un 37% de participación, seguido por Maquillaje y Fragancias con el 23% de participación y ventas durante el año de COP \$487.425.604.666.

Gráfica 13. Representación del total de ingresos por venta para el año 2022 en relación con el producto ofrecido



Cifra en miles de pesos colombianos
Fuente: Gestor Documental POSTAL-Superintendencia de Sociedades

Para el año 2022 los ingresos por ventas de las sociedades multinivel que reportaron la información fueron de COP \$ 2.347.366.951.590, donde el producto que más ingresos generó durante el año fue Cuidado Personal el cual ascendió a la suma de COP \$853.938.792.704, con el 36% participación, seguido por Maquillaje y Fragancias con el 25% de participación y ventas durante el año de COP \$601.025.685.503.

En conclusión, durante el año 2021, los ingresos promedio anual que generaron los vendedores independientes personas naturales ascendió a la suma de COP \$63.000.000. El producto que generó mayores ingresos en promedio fue Maquillaje y Fragancias, con un valor de COP \$42.000.000.

En cuanto a los vendedores independientes personas jurídicas, el promedio anual generado por las ventas durante el año 2021,

ascendió a la suma de COP \$496.000.000. El producto que lideró en ingresos durante el año fue Utensilios de Cocina y para el Hogar, con un ingreso de COP \$119.000.000.

Es importante mencionar, que, aunque el mayor número de vendedores independientes se dedica a la distribución de productos de Bienestar, el ingreso promedio por ventas no se encuentra entre los principales generadores de ingresos.

Para el año 2022, los vendedores independientes como personas naturales generaron ingresos en promedio por valor de COP \$65.000.000. El producto que destacó en ingresos promedio fue al igual que en el año 2021 Maquillaje y Fragancias, con un valor de \$39.000.000.

Por otro lado, los vendedores independientes como personas jurídicas en el año 2022 obtuvieron un promedio de ingresos por ventas por valor de COP \$428.000.000. El producto que lideró en ingresos durante ese período fue Utensilios de Cocina y para el Hogar, con ingresos promedio de COP \$166.000.000.

Es relevante mencionar que, al igual que en el año 2021, aunque el mayor número de vendedores independientes se dedica a la comercialización de productos de Bienestar, el ingreso promedio por

ventas no se encuentra entre los principales generadores de ingresos.

Gráfica 14. Representación del margen de ingresos por venta para los años 2021 y 2022

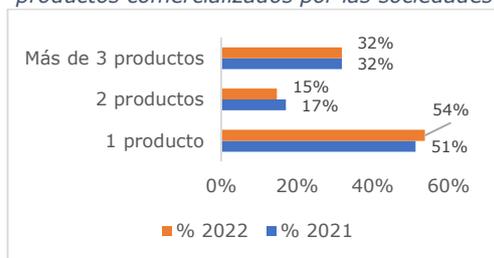


Fuente: Gestor Documental POSTAL-
Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Para los años (2021-2022), las comisiones representan el 24% de los ingresos obtenidos por ventas.

8.4. ¿Cuáles son los tipos de productos comercializados?

Gráfica 15. Representación del número de productos comercializados por las sociedades

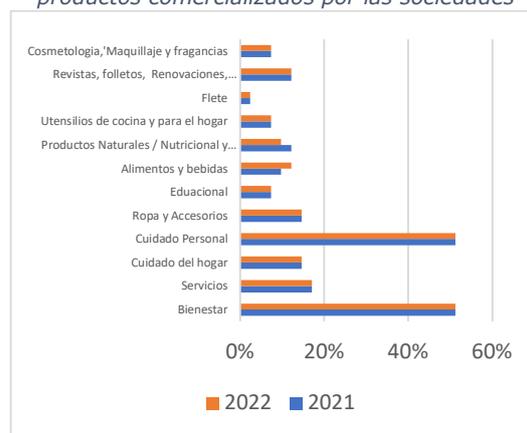


Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

De las 42 sociedades que respondieron la encuesta, en el año 2021, el 51% se dedica a la comercialización de un solo tipo de producto, el 17% comercializa dos tipos de productos y el 32% comercializa tres o más tipos de productos.

Para el 2022, el 54% de las sociedades comercializó un solo tipo de producto, el 15% lo hacía con dos tipos de productos y el 32% con tres o más tipos de productos.

Gráfica 16. Representación de los tipos de productos comercializados por las sociedades

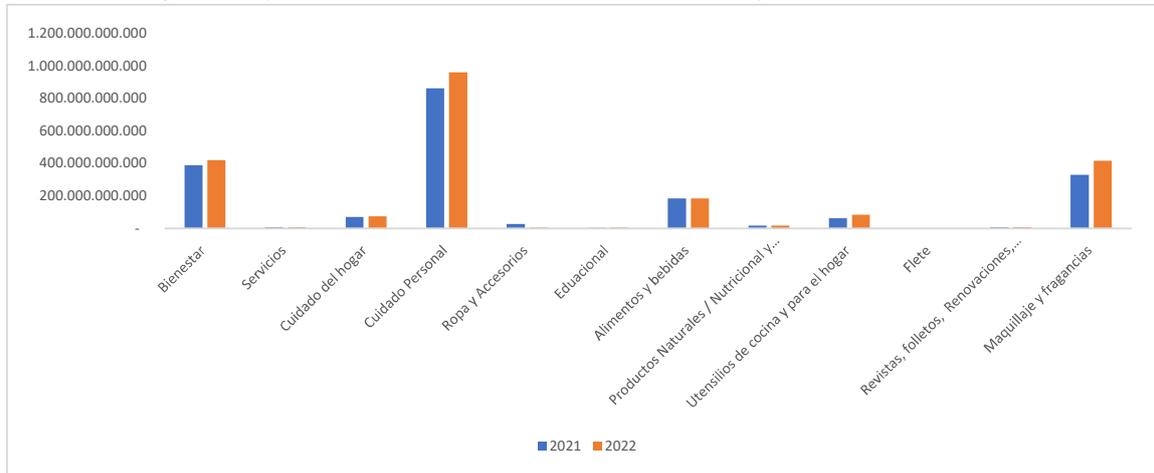


Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 51% de las sociedades se enfoca en la comercialización de productos relacionados con el Bienestar y el Cuidado Personal, el 17% se dedica a la comercialización de Servicios, y el 15% se especializa en la Venta de Ropa y Accesorios.

8.5. ¿Valor de las ventas por productos comercializados?

Gráfica 17. Representación de las ventas en relación con los productos comercializados



Cifras en miles de pesos colombianos

Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Según lo reportado en el año 2021, el producto con mayores ventas fue el Cuidado Personal, alcanzando COP \$859.489.962.948, lo que representa el 44% del total de las ventas de las compañías multinivel.

En segundo lugar, se encuentran las ventas de productos relacionados con el Bienestar, que ascendieron a un total de COP \$387.838.095.244. En tercer lugar, se ubica la venta de productos de Maquillaje y Fragancias, con ventas por COP \$328.748.158.066.

Para el año 2022, el comportamiento fue similar. En primer lugar, las ventas de Cuidado Personal alcanzaron un valor de COP \$959.052.420.982, seguidas por los productos de Bienestar con un valor de COP \$418.376.881.433. Por último, las ventas de productos

relacionados con Maquillaje y Fragancias sumaron COP \$414.477.854.670.

De conformidad con el estudio de ACOVEDI (Asociación Colombiana de Venta Directa) para el sector de venta directa, fue posible evidenciar los mismos resultados arrojados por la muestra del presente análisis, en donde se reflejó que para los años 2021 y 2022, la categoría de venta por tipo de producto que más ventas realizó fue el Cuidado Personal.

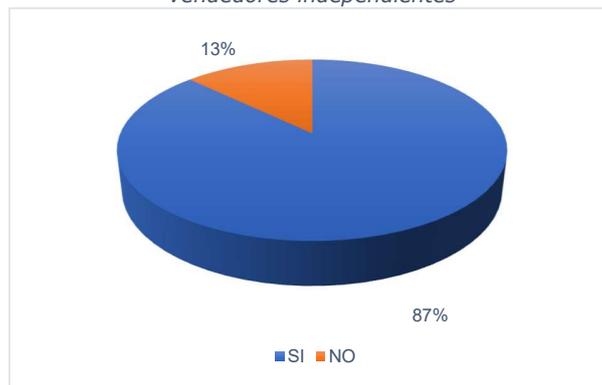
8.6. ¿Categorías de ingreso o afiliación y valor de la cuota por categoría?

Las sociedades de multinivel muchas veces requieren de una inversión inicial por parte de los vendedores independientes, de las 42 sociedades que respondieron, para el año 2021 el 68% de éstas

cobran una cuota por ingreso, afiliación o cuota por otros conceptos, para el año 2022 las empresas que cobran una cuota se incrementaron en tres puntos porcentuales situándose en 71%.

8.7. ¿Está vinculado solamente con esta empresa Multinivel?

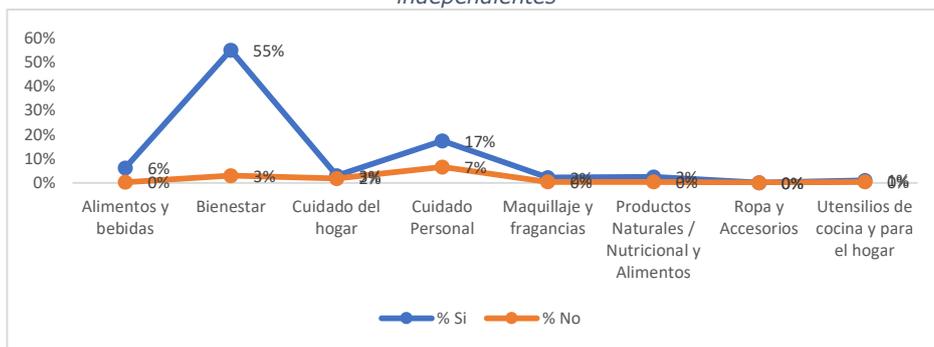
Gráfica 18. Representación gráfica de la vinculación a una o más sociedades multinivel por parte de los vendedores independientes



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 87% de los vendedores se encuentran exclusivamente vinculados a una compañía multinivel, en contraste con el 13% que establece conexiones con más de una compañía multinivel, buscando obtener ingresos de diversas fuentes.

Gráfica 19. Representación de la vinculación a una o más sociedades multinivel por parte de los vendedores independientes



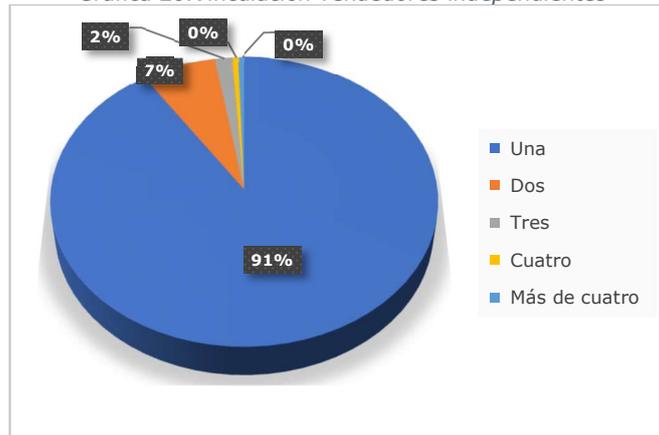
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 55% de los vendedores independientes que se encuentran exclusivamente vinculados a una empresa multinivel, se dedica a la comercialización de productos relacionados con el Bienestar, el 17% se enfoca en productos de Cuidado Personal, y el 6% se dedica a la comercialización de productos relacionados con Alimentos y Bebidas. Por otro lado, el 7% indicó que están vinculados con más de una empresa multinivel, y estos vendedores se especializan en productos de Cuidado Personal.

8.8. ¿Está vinculado para más de una empresa Multinivel?

Representación de la vinculación a una o más sociedades multinivel por parte de los vendedores independientes.

Gráfica 20. Vinculación vendedores independientes

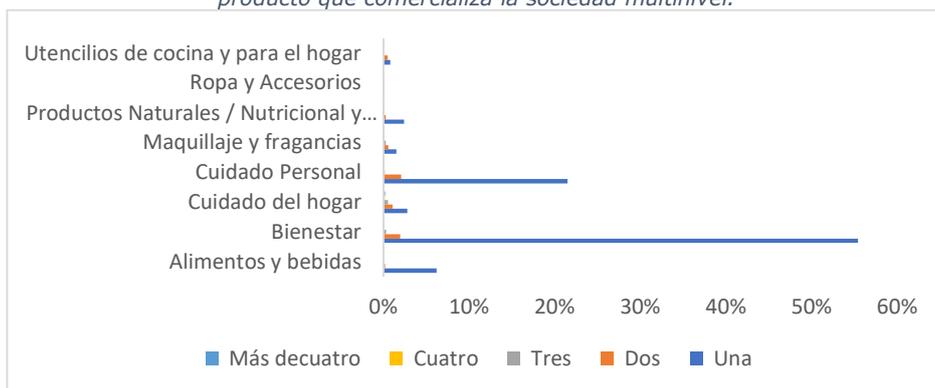


Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 91% de los vendedores independientes fueron miembros de una sociedad multinivel, el 7% en dos, el 2% en tres y el 1% entre 4 y más de cuatro.

La siguiente gráfica muestra la distribución de la vinculación de los vendedores independientes, según el tipo de producto que comercializa la sociedad multinivel.

Gráfica 21. Representación de la distribución de la vinculación de los vendedores independientes por tipo de producto que comercializa la sociedad multinivel.

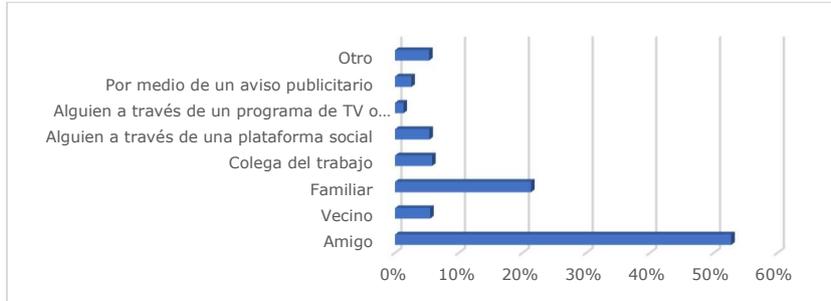


Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Se destaca que el 55% de los vendedores independientes relacionados con la categoría de Bienestar y el 22% relacionados con la categoría Cuidado Personal, se encuentran afiliados exclusivamente a una sociedad multinivel.

8.9. ¿Quién le presentó esta compañía de Multinivel?

Gráfica 22. Representación sobre como los vendedores independientes conocieron a la sociedad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 53% de los vendedores independientes respondieron que conocieron sobre este tipo de

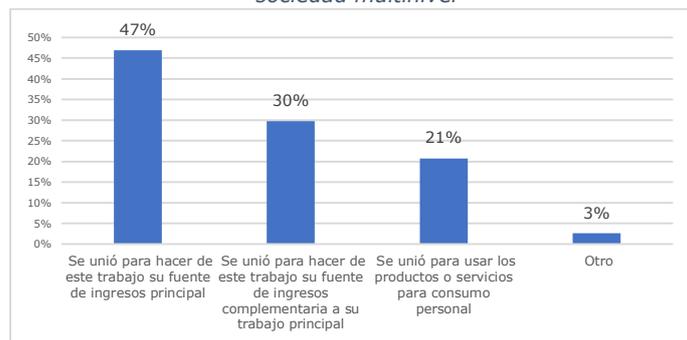
sociedades por un amigo seguido de un familiar con el 21%.

En relación con otros medios para conocer de las compañías multinivel, el 6% de los vendedores independientes manifestaron que lo descubrieron mediante un vecino o un colega de trabajo. Por otra parte,

un 5% respondió que fue a través de una plataforma social y un 5% mencionó a otro medio diferente a los que se hace referencia en la pregunta.

8.10. ¿Cuál de los siguientes motivos describe de la mejor forma su vinculación a la empresa Multinivel?

Gráfica 23. Representación sobre los motivos que llevaron a los vendedores independientes a afiliarse a una sociedad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

En respuesta a esta pregunta, el 47% de los vendedores independientes indicaron que se unieron a estas empresas con el

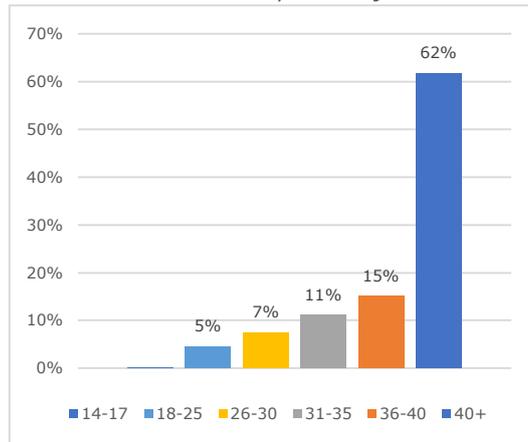
objetivo de convertir estas actividades en su fuente de ingresos principal. Por otro lado, el 30% respondió que se unió para hacer de

esta actividad su fuente de ingresos complementaria a su trabajo principal, el 21% mencionó que se unió para usar los productos o

servicios para consumo personal, mientras que un 3% señaló otro motivo no especificado en la pregunta.

8.11. ¿Qué edad tiene actualmente?

Gráfica 24. Representación sobre las edades que manejan los vendedores independientes



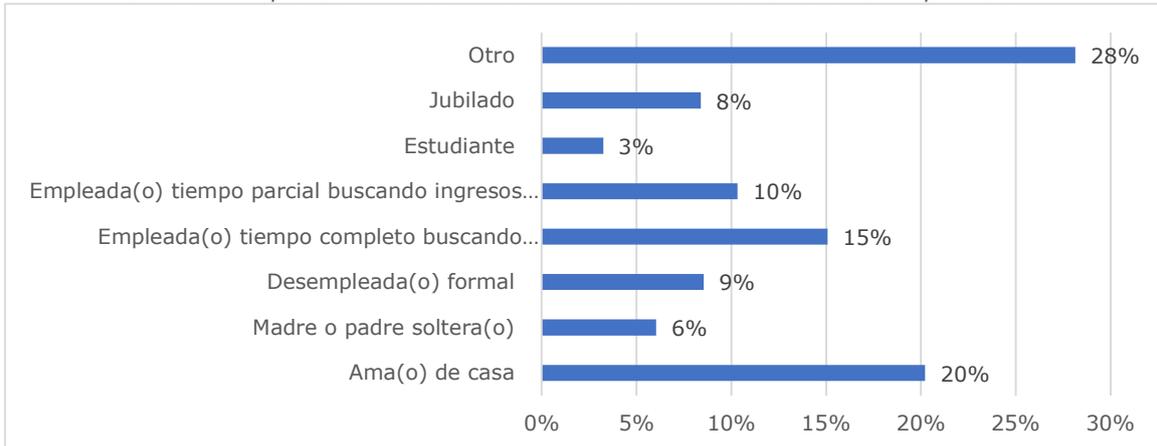
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Los datos presentados en la gráfica anterior se encuentran alineados con el estudio del sector realizado por ACOVEDI (Asociación Colombiana de Venta Directa) para el sector de venta directa, en el año 2022, en donde las personas que más realizaban la actividad de multinivel se encontraban en un rango de edad entre los 35 y 44 años.



8.12. ¿Cuál de las siguientes situaciones describe de la mejor forma su actividad laboral actual?

Gráfica 25. Representación sobre la situación laboral de los vendedores independientes



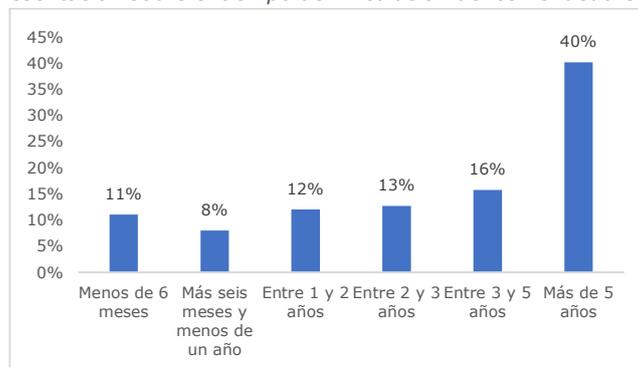
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Respecto a la situación laboral actual de los vendedores independientes, el 28% indicaron dedicarse a otra actividad no expuesta dentro de las opciones dadas en la pregunta, el 20% mencionó que se dedica a ser ama (o) de casa, el 15% son empleados de tiempo completo

buscando ingresos extras, el 10% son empleados de tiempo parcial buscando ingresos extras, el 9% están desempleados o formal, el 8% son jubilados, el 6% de los vendedores independientes son madres o padres solteros y el 3% son estudiantes.

8.13. ¿Cuánto tiempo lleva vinculado como vendedor independiente para la empresa Multinivel?

Gráfica 26. Representación sobre el tiempo de vinculación de los vendedores independientes



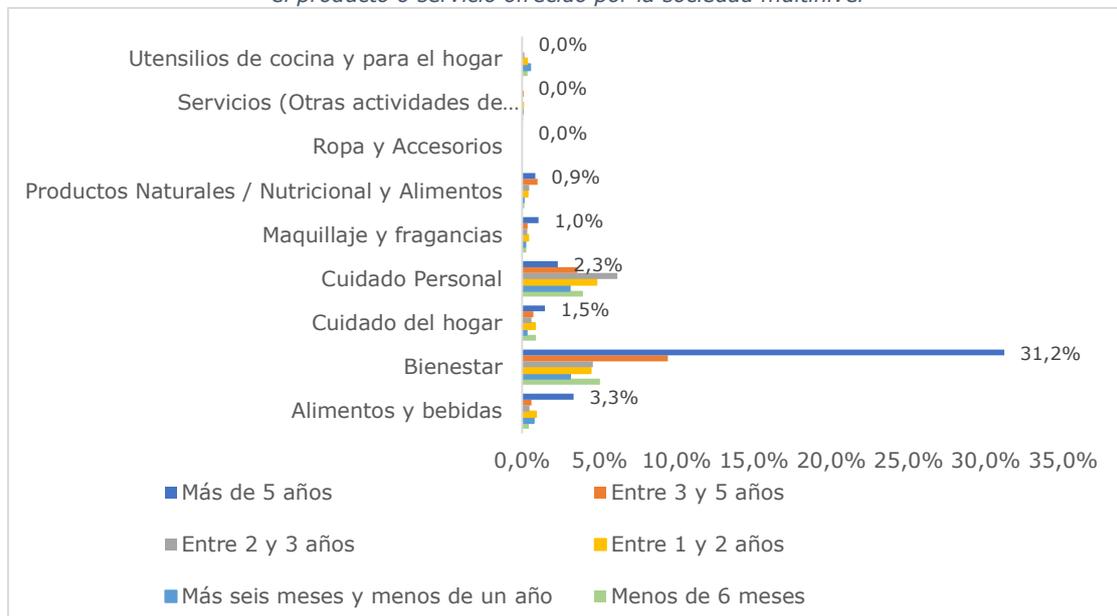
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

En cuanto al tiempo de vinculación como vendedor independiente, el 40% respondió que llevan más de 5 años en la empresa multinivel, el 16% entre 3 y 5 años, el 13% entre 2 y 3 años, entre 1 y 2 años, el 12% con más de 6 meses y menos de un

año el 8% y el 11% indicó llevar menos de 6 meses.

El 56% de los vendedores independientes, indicó que llevan alrededor de 3 años en la sociedad multinivel, lo que evidencia la estabilidad y permanencia de estos.

Gráfica 27. Representación sobre el tiempo de vinculación de los vendedores independientes en relación con el producto o servicio ofrecido por la sociedad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Las empresas multinivel dedicadas a la comercialización de productos de Bienestar presentan la mayor estabilidad en sus vendedores independientes con más de 5 años, representado en un 31,2%, seguido de Alimentos y Bebidas con un 3,3%.

Accesorios, Servicios (Otras actividades de Telecomunicación) y Utensilios de Cocina y para el Hogar, los que representan un 0% en tiempo de vinculación de más de 5 años.

Así mismo, se identificó que los de menor estabilidad son los vendedores independientes de las sociedades que comercializan Ropa y

8.14. ¿Previo a unirse a la empresa Multinivel, cuánto consideraba eran sus ingresos mensuales?

Gráfica 28. Representación sobre el valor de los ingresos de los vendedores independientes previo a la vinculación de las sociedades multinivel



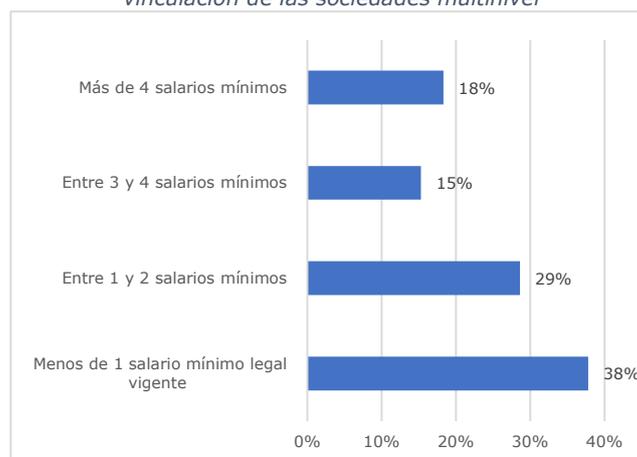
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 36% de los vendedores independientes respondieron que sus ingresos eran menores a un salario mínimo legal vigente antes de unirse a la sociedad multinivel, el 41% respondieron que tenían

ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos legales vigentes, el 14% manifestaron que sus ingresos eran entre 3 y 4 salarios mínimos y el 10% respondieron que sus ingresos eran más de 4 salarios mínimos.

8.15. ¿Con la venta de los productos de la empresa Multinivel, en cuánto considera son sus ingresos mensuales actualmente?

Gráfica 29. Representación sobre el valor de los ingresos de los vendedores independientes posterior a la vinculación de las sociedades multinivel

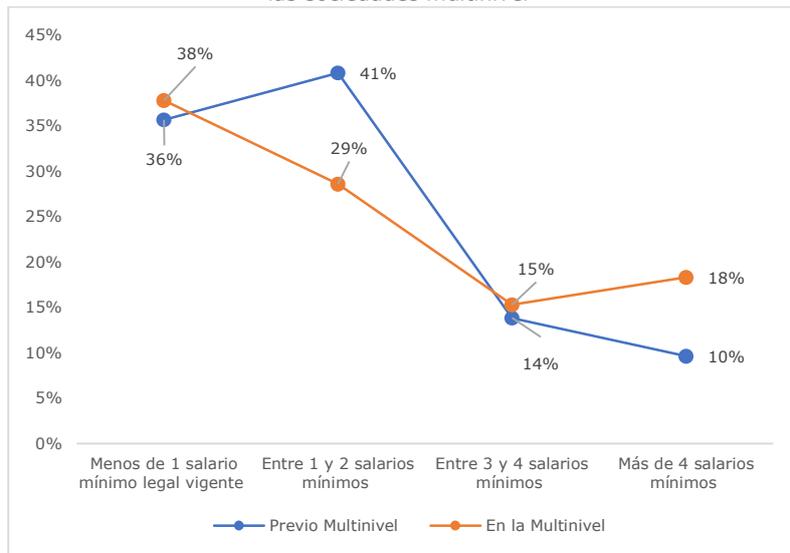


Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 38% de los vendedores independientes después de vincularse a la sociedad multinivel, ganan menos de un salario mínimo

legal vigente al mes, el 29% ganan entre 1 y 2 salarios, entre 3 y 4 salarios mensuales el 15% y más de 4 salarios mínimos el 18%.

Gráfica 30. Representación gráfica sobre la comparación entre los ingresos previos y posteriores al ingreso a las sociedades multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Se realizó una comparación de los ingresos que percibían los vendedores independientes antes de pertenecer a una sociedad multinivel y los que perciben siendo parte de esta actividad, donde se observa un incremento del 36% al 38% en los vendedores independientes que perciben menos de un salario mínimo legal vigente, entre 3 y 4 salarios

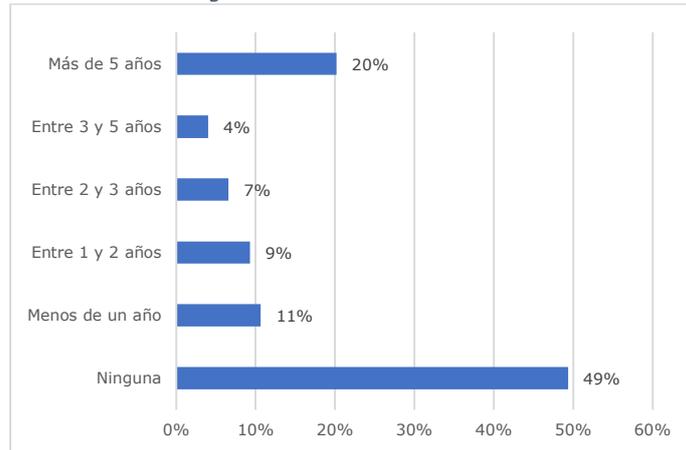
mínimos aumentó de un 14% al 15%, más de 4 salarios mínimos aumentó del 10% al 18%.

Sin embargo, los vendedores que percibían ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos disminuyeron del 41% al 29% al momento de ser parte de la multinivel.



8.16. ¿Previo a unirse a la empresa Multinivel, que tanta experiencia tenía en ventas donde su ingreso dependía de comisiones?

Gráfica 31. Representación sobre la experiencia en ventas de los vendedores independientes al momento del ingreso a la sociedad multinivel



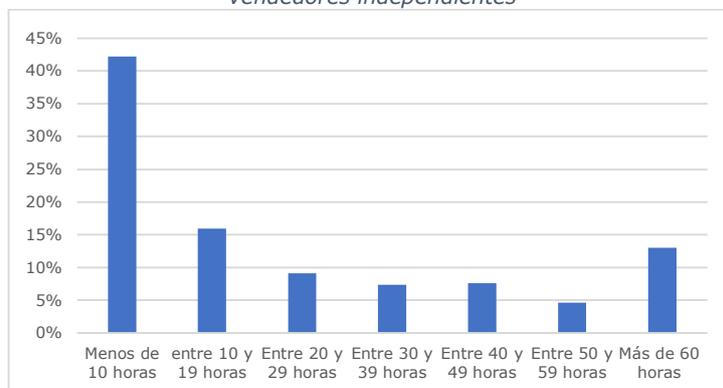
Fuente: Gestor Documental POSTAL-Superintendencia de Sociedades

El 49% de los vendedores independientes respondieron que no tenían experiencia previa antes de vincularse a la actividad multinivel, el 11% contestaron que tenían menos de un año de experiencia, el

9% respondió que tenía entre 1 y 2 años, el 7% entre 2 y 3 años de experiencia, entre 3 y 5 años respondieron el 4% y con más de 5 años de experiencia previa en ventas respondieron el 20%.

8.17. ¿Durante el último mes, cuántas horas semanales usted ha dedicado a vender productos o servicios, expandiendo su red de ventas y atendiendo reuniones de entrenamiento?

Gráfica 32. Representación sobre las horas dedicadas a la venta de productos y servicios por parte de los vendedores independientes



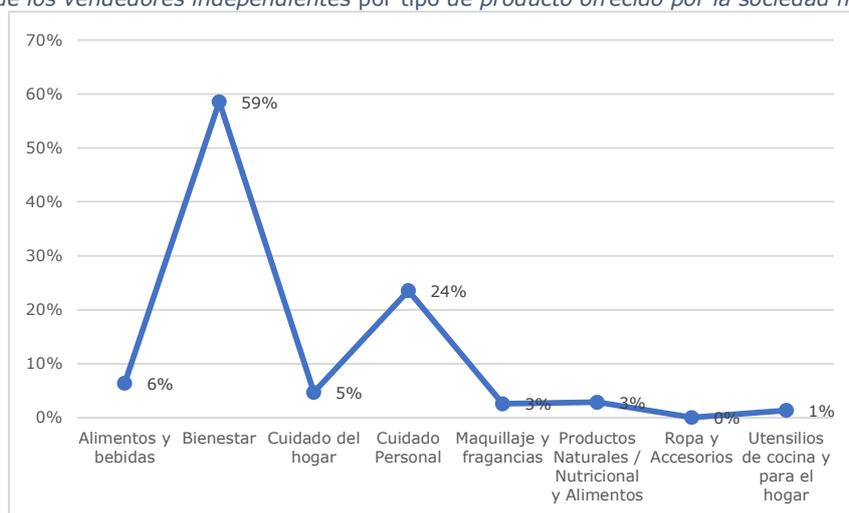
Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Los vendedores independientes deben invertir su tiempo en vender los productos y/o servicios de la sociedad multinivel, al mismo tiempo deben expandir su red de ventas y atender reuniones de entrenamiento.

Durante el último mes del año 2022, el 42% de los vendedores

respondieron que invertían menos de 10 horas a la semana, el 16% entre 10 y 19 horas, entre 20 y 29 horas respondieron el 9%, el 7% respondió entre 30 y 39 horas, entre 40 y 49 horas respondió el 8%, entre 50 y 59 horas el 5% y más de 60 horas invertidas en el mes respondió el 13%.

Gráfica 33. Representación sobre el porcentaje de horas dedicadas a la venta de productos y servicios por parte de los vendedores independientes por tipo de producto ofrecido por la sociedad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Las sociedades multinivel en las cuales los vendedores independientes invierten más tiempo en las actividades de venta de productos y/o servicios expandir su red de ventas y atender reuniones, son las que comercializan productos relacionados con el Bienestar con el 59%, seguido por Cuidado Personal con el 24%. No obstante, los que

menos tiempo invierten son los vendedores de productos como el Maquillaje y Fragancias, y los Productos Naturales, Nutricional y Alimentos cada uno con el 3%.

8.18. Pensando en la cantidad de tiempo y dinero que usted ha invertido vendiendo productos o servicios de la sociedad Multinivel, financieramente ¿Cómo es su estado?

Gráfica 34. Representación del estado de la situación financiera por el tiempo y dinero invertido en la actividad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

Las sociedades multinivel afirman que el 63% de los vendedores independientes han logrado mejorar su situación financiera desde que iniciaron sus actividades en el mercado en red, mientras que el 31% señala que su situación económica se ha mantenido sin cambios y el 6% indica que ha experimentado un deterioro en sus finanzas.

En la mayoría de los casos la situación financiera ha mejorado, lo que implica el correcto funcionamiento de la actividad multinivel.



8.19. Dadas las condiciones del mercado, ¿Usted ha pensado dejar la actividad de venta Multinivel por alguno de los siguientes motivos?

Gráfica 35. Representación sobre los motivos que llevan a los vendedores independientes a dejar la actividad multinivel



Fuente: Gestor Documental POSTAL- Elaboración: Superintendencia de Sociedades

El 10% de los vendedores independientes manifiesta que el mercado está saturado con otros productos o servicios, mientras que un 5% considera que la estructura del plan de compensación beneficia principalmente a otros y no a ellos.

Un 7% menciona que la actividad consume demasiado tiempo, un 8% expresa manifiesta que el inventario de productos es limitado. Así mismo, un 8% se siente incómodo presentando productos o servicios a amigos y familiares, un 8% no percibe rentabilidad suficiente en la actividad multinivel, un 6% no disfruta dedicarse a la venta y otro 6% esperaba algo diferente de la actividad.

Resulta importante destacar que un 33% menciona razones no especificadas bajo la categoría "Otro" motivo por los que ha pensado en dejar la actividad multinivel.

9. CONCLUSIONES

Podemos expresar que el mercadeo multinivel es una estrategia de marketing o modelo de negocio genuino. Lo anterior, puesto que se basa en una estructura de distribución y ventas sobre productos reales que comercializa una empresa. Por esa razón, una persona únicamente puede obtener un beneficio si logra aumentar su nivel de ventas personal o el nivel de

venta colectivo de todas las personas que forman su red de distribuidores.

Las compañías multinivel son un canal alternativo al acostumbrado dentro de la venta directa. Eso supone evitar los canales habituales de tiendas e intermediarios, reduciendo la cadena que une al productor con el consumidor. Las empresas multinivel no son iguales y dentro de estas las hay de muchos tipos como lo afirmamos en el presente escrito. Esta industria suele tener dos características principales: no suelen hacer publicidad y evitan costos de comercialización.

Según información proporcionada por ACOVEDI correspondiente al año 2024, el sector multinivel en Colombia cuenta con 2.270.934 vendedores independientes. El 83% de ellos son mujeres y el 17% hombres. En cuanto a la distribución por edades, el 48% se encuentra entre los 25 y 44 años, seguido por el grupo de 45 a 54 años con un 18%, lo que refleja una participación mayoritaria de personas en edad económicamente activa.

Las sociedades multinivel constituidas y que operan con apego a los requisitos legales contribuyen al crecimiento económico del país, para el efecto, debemos tener presente que para operar deben contar con una oficina abierta al público, no se

aceptarán direcciones web o virtuales⁷.

La historia en el país ha demostrado que el deseo y la ambición de dinero rápido y fácil, las habilidades intelectuales y financieras mal utilizadas fueron los ingredientes para que los esquemas de captación evolucionaran. En oportunidades mostrándose como sociedades multinivel, no obstante, se trata de negocios que no cumplen con las disposiciones legales sobre la materia y terminan siendo defraudatorios, esa la razón por la cual este tipo de sociedades o personas que se promocionan como multinivel, son de especial interés por parte de esta Superintendencia, entre otros aspectos, por la protección del ahorro del público y, en general, la defensa del interés público⁸.

Como resultado, los captadores han sido capaces de ocultar el ejercicio no autorizado de sus actividades de captación detrás de empresas legítimas como los negocios multinivel.

De hecho, algunas empresas multinivel han sido utilizadas para la captación masiva y habitual de recursos del público en Colombia, prometiendo “grandes beneficios y rendimientos”, cuando realmente los inversionistas terminan perdiendo el dinero invertido. Esto se debe a que

⁷ Art. 9 ley 1700 de 2013.

⁸ Inciso 2, art. 1 de la Ley 1700 de 2013.

estas empresas no solo no están autorizadas para captar dinero del público, sino que algunas de ellas también pueden ser esquemas piramidales que en realidad no ofrecen productos o servicios, sino que intentan reclutar a personas, por lo común prometiendo una forma rápida de obtener dinero.

De acuerdo con los informes de gestión presentados por la Superintendencia de Sociedades para los años 2021 y 2022 y conforme a lo publicado en la página web, se tiene que los principales hallazgos evidenciados en la práctica de la vigilancia que la Superintendencia de Sociedades ejerce sobre este modelo de negocio, prueba que las principales causales que se encontraron para suspender mediante acto administrativo el desarrollo irregular de su actividad fueron las siguientes:

- a. A pesar de no tener el estado de vigilada por la Superintendencia de Sociedades, la sociedad se publicita bajo su supervisión,
- b. No presentar la información que permita conocer integralmente las actividades comerciales de la empresa, que permita comprobar si se ajusta a las normas legales establecidas la Ley 1700 de 2013.
- c. Promover la comercialización de activos digitales, criptomonedas o

criptoactivos respaldados en oro, a través del sistema multinivel a pesar de la reiterada postura de la Entidad de que la comercialización de criptoactivos no está regulada en Colombia y, en consecuencia, no se puede utilizar o no están autorizadas este tipo de sociedades a comercializar criptoactivos, de manera que no se cumpliría con lo dispuesto en la Ley 1700 de 2013 cuando se utiliza en una actividad multinivel. Para el efecto, debemos tener presente que está prohibido desarrollar actividades comerciales en la modalidad de multinivel en la venta o colocación de valores⁹.

- d. No haber renovado la matrícula mercantil para el momento de la investigación.
- e. No haber remitido ni la información financiera de fin de ejercicio, ni los 14 informes de prácticas empresariales, ni el Informe 07 de Propósito Especial para cada corte por lo cual se desconoce su situación económica y financiera.
- f. No evidenciar la existencia de una oficina abierta al público, incumplimiento de un requisito legal imprescindible para el desarrollo de la actividad multinivel en Colombia.
- g. Estar operando como empresa multinivel sin acreditar o cumplir con

⁹ Art. 11 Ley 1700 de 2013.

los requisitos legales para operar en Colombia.¹⁰

De todo lo expuesto se puede concluir que uno de los factores que determina que tantas personas confíen en este modelo de negocio que promete ganancias rápidamente es la desinformación, al no existir una cultura que fomente la investigación de estos temas y el autocuidado de las personas sobre su dinero. El Gobierno a través de la Superintendencia de Sociedades se ha enfocado en una campaña de prevención, así, llevar a las

diferentes ciudades campañas como “ME INFORMO Y CUIDO MI DINERO” que intentan concientizar a la población y prevenir la captación no autorizada de dineros del público.

De otra parte, de las cifras analizadas por la Entidad a lo largo del documento, se revisará la Política de supervisión que ejerce sobre las compañías multinivel, así como la Circular Básica Jurídica 100-000008 del 12 julio de 2022 y demás documentos expedidos para el efectivo control y seguimiento a este modelo de negocio.

¹⁰ Superintendencia de Sociedades, Informe de Rendición de Cuentas, 2021-2022.

Bibliografía

- ABEVD. (2023). *Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas*. Obtenido de <https://www.abevd.org.br/dados-e-informacoes/>
- ACENTO. (2023). *República Dominicana entre los países con mayor potencial para emprendedores en el negocio de ventas directas en América Latina*. Obtenido de <https://acento.com.do/economia/república-dominicana-entre-los-paises-con-mayor-potencial-para-emprendedores-en-el-negocio-de-ventas-directas-en-america-latina-9279568.html>
- ACOVEDI. (2024). Obtenido de <https://acovedi.org.co/comercializacion-en-red-o-mercadeo-multinivel/>
- ACOVEDI. (2024). Obtenido de <https://acovedi.org.co/empresas-de-venta-directa-reportan-ventas-en-el-ultimo-ano-por-167-mil-millones-de-dolares-a-nivel-mundial-colombia-ocupa-el-ranking-14-con-2-312-millones-de-usd/>
- ACOVEDI. (2024). *ACOVEDI*. Obtenido de *ACOVEDI*: <https://acovedi.org.co/empresas-de-venta-directa-reportan-ventas-en-el-ultimo-ano-por-167-mil-millones-de-dolares-a-nivel-mundial-colombia-ocupa-el-ranking-14-con-2-312-millones-de-usd/>
- AMDV. (2024). *Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C.* Obtenido de <https://amvd.org.mx/index.php/nosotros/historia/>
- AMVD. (2003). Obtenido de <https://amvd.org.mx/index.php/venta-directa/marco-regulatorio-en-la-venta-directa/>
- Amway. (2025). *Historia de Amway, línea de tiempo*. Obtenido de https://www.amway.com.co/Content/page_Content.aspx?Dest=/Main/Menu_2.0/AboutAmway/Acerca%20de%20Amway/historia-amway
- Banco de la República. (s.f.). *Banco de la República*. Obtenido de Banco de la República: <https://www.banrep.gov.co/es/listado-niveles/11647>
- Betarcourth, L. (Noviembre de 2022). *ACOVEDI*. Obtenido de *ACOVEDI*: <https://queondaonline.com/2022/11/02/a-nivel-mundial-el-sector-de-venta-directa-reporta-ingresos-por-186-mil-millones-de-dolares/>
- CAPEVEDI. (2022). Obtenido de <https://www.capevedi.com/pais-destacado-peru/>
- DANE. (2024). *DANE*. Obtenido de *DANE*: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>
- DANE. (2024). *DANE*. Obtenido de *DANE*: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>

- Díaz, L. (2014). *El caso DMG: responsabilidad del Estado susceptible de indemnización por acción de grupo*. Obtenido de <https://doi.org/10.19053/16923926.v2.n24.2014.4522>.
- García Sánchez, M. (2004). *Marketing multinivel*.
- Heraldo, E. (2024). *Colombia ocupa el ranking 14 a nivel mundial con mayores ventas por catálogo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/economia/2024/10/10/colombia-ocupa-el-ranking-14-a-nivel-mundial-con-mayores-ventas-por-catalogo/>
- Maisterrena, M. (2014). *Las empresas multinivel como modelo distópico: estudio de representaciones sociales*.
- Muncy, J. (2004). *Ethical issues in multilevel marketing: Is it a legitimate business or just another pyramid scheme?*
- Natura&Co. (2024). Obtenido de <https://www.natura.com.br/a-natura-nossa-historia>
- NETWORKING, V. E. (OCTUBRE de 2023). *VIVA EL NETWORKING*. Obtenido de VIA EL NETWORKING: <https://vivaelnetworking.com/destacados/la-venta-directa-genero-ingresos-de-mas-de-usd-65-2-mil-millones-en-las-americas-en-2022/>
- Peñaranda, V. (2017). *Network marketing La economía colaborativa del futuro*. revistafactordeexito. (2023). Obtenido de <https://www.revistafactordeexito.com/posts/30164/la-venta-directa-como-catalizadora-del-emprendimiento-en-america-latina>
- Semana. (2013). *Semana*. Obtenido de La historia de cómo cayó DRFE: <https://web.archive.org/web/20130430045710/http://m.semana.com/nacion/problemas-sociales/articulo/la-historia-como-cayo-drfe-primera-ficha-del-domino/97431-3>
- Statista. (2024). *¿A cuánto asciende el empleo informal en América Latina?* Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/24764/nivel-de-informalidad-laboral-en-latinoamerica/>
- Superintendencia de Sociedades. (2017). *Superintendencia de Sociedades*. Obtenido de Supersociedades alerta sobre aumento de pirámides por internet y falsas multinivel.: https://www.supersociedades.gov.co/noticias/-/asset_publisher/atwl/content/supersociedades-alerta-sobre-aumento-de-pir%C3%A1mides-por-internet-y-falsas-multinivel
- Transparencia por Colombia. (s.f.). *Transparencia por Colombia*. Obtenido de Transparencia por Colombia: <https://transparenciacolombia.org.co/negocios-fantasma/dmg-piramide-fraude-y-fachada/>
- W. Stanton, M. E. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.
- WFDSA. (2024). *World Federation of Direct Selling Associations*. Obtenido de <https://www.wfdsa.org/global-statistics/>

