



Original

Artículo español

## La estafa piramidal: Un estudio exploratorio de la víctima.

## The Ponzi Scheme: An exploratory study of the victim.

Irene Parejo-Pizarro

Universidad de Sevilla. España

### Resumen

**Objetivo:** El objeto de esta investigación fue realizar un estudio exploratorio del proceso de victimización de la víctima de estafa piramidal; todo ello con la finalidad de analizar los agentes causantes de la inversión y del consecuente perjuicio, y poder observar las diferencias existentes en las formas de actuar de los afectados.

**Método:** La muestra estuvo formada por 14 personas víctimas de estafa piramidal (12 directas y 2 indirectas) de entre 47 y 87 años. Se realizaron entrevistas semiestructuradas en profundidad con un total de 36 preguntas.

**Resultados:** Los factores que influyen en la inversión se dan de manera simultánea y son de tipo económico y de confianza. En relación a la reacción frente a la estafa, el factor de ganancia o pérdida de dinero juega un papel fundamental en la persona que invierte, favoreciendo éste la aparición bien de conductas que legitiman el negocio o, por el contrario, de conductas que reivindicán el mismo.

**Conclusiones:** No se encontraron diferencias significativas entre los factores que influyen para que los entrevistados inviertan y mantengan su inversión en la empresa piramidal. Sin embargo, sí existen diferencias en los factores que influyen a la hora de reaccionar frente a la estafa. Para futuros estudios, sería necesario ampliar la muestra, incrementando el perfil de víctimas de estafa piramidal (tanto de aquellas que han ganado dinero, como de aquellas que han perdido).

### Palabras clave

*Estafa piramidal; víctima; factores victimológicos; vulnerabilidad y resiliencia; causas de inversión; consecuencias de la estafa.*

### Abstract

**Objective:** The general aim of this study was to explore the victimization process of the so-called "pyramid scheme fraud". Specifically the causal agents of this fraud and the consequent damage were analyzed as well as the victims' different responses.

**Method:** The sample comprised 14 victims of the fraud (12 direct victims and 2 indirect victims) aged 47-87 years old. Semi-structured interviews were conducted in depth, comprising a total of 36 questions.

**Results:** The factors involved in the fraud appear simultaneously, these factors being economic and trust elements. Considering the reactions to this type of scam, the bipolar factor of earning vs. losing money seems to play a basic role in those victims who decide to invest. This way two different behaviors may emerge: on the one hand, the legitimation of this "business" and, on the other hand, the rejection of it.

**Conclusions:** There were no significant differences between the factors that influence people to invest and maintain their investment in the pyramid scheme fraud. However, some differences have been observed with respect to the reactions against the scam. Future studies should be based on bigger samples, which could lead to the acquisition of a personality profile of the victims. In addition, two subgroups might be considered: Those who make money and those who lose money.

### KEYWORDS

*Ponzi scheme; victim; victimology factors: vulnerability and resilience; investment causes and consequences of fraud.*

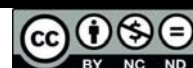
## APORTACIÓN A LA LITERATURA CIENTÍFICA

El presente estudio aporta importantes esbozos en el campo de la victimología, pues en él se analiza el proceso de victimización del perjudicado de la estafa piramidal: desde el momento antes de ser afectado, hasta el momento después de sufrir el delito (algo que, hasta donde sé, no se había realizado). En este sentido, se observan pocas

\* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [irene.parejo@hotmail.com](mailto:irene.parejo@hotmail.com) (Irene Parejo-Pizarro).

Recibido el 30 de noviembre de 2016; aceptado el 9 de diciembre de 2016.



diferencias entre las víctimas a la hora de invertir, por presentar factores victimológicos parecidos; y algunas diferencias a la hora de reaccionar frente al hecho delictivo.

## INTRODUCCIÓN

A menudo, miles de personas caen en las redes de empresas no reguladas que ofrecen altas rentabilidades, superiores a las del mercado, por invertir en un negocio que a simple vista es seguro y que supuestamente cumple con los requisitos de garantía (seria y solvente), rentabilidad y liquidez. Estos negocios, que se camuflan bajo la apariencia de legalidad, constituyen realmente actividades fraudulentas, pues en lugar de mantenerse con los beneficios derivados de la compraventa del producto en cuestión, se sustentan con la captación de nuevos inversores que pagan la rentabilidad prometida a los antiguos. Estas conductas engañosas que llevan a miles de personas a perder grandes sumas de dinero, son consideradas como delitos y se conocen por su estructura como estafas piramidales.

De esta manera, entre algunas de las principales notas que caracterizan a este tipo de negocio se encuentran:

- En la cúspide se sitúa el creador de la compañía, una persona con supuestos conocimientos económicos y financieros que le confiere credibilidad a la organización (crucial para lograr el objetivo principal de la misma, conseguir el mayor número de inversores posibles) <sup>(1,2)</sup>.
- Trabajan al margen de la realidad económica, pues el dinero no se invierte en una actividad económica real sino que la base del negocio es la captación de nuevos ingresos que se traslada de unos a otros, en orden de llegada y según el puesto que ocupen en la pirámide <sup>(3)</sup>. De esta manera, este tipo de negocio no genera ningún valor añadido <sup>(3,4)</sup>.
- Ofrecen rentabilidades muy altas, muy por encima del que ofrece el sistema financiero habitual propio del mercado, situación que resulta un gran atractivo para invertir dinero <sup>(5, 6,7)</sup>.
- Siempre hay inversores que cobran lo prometido, lo que se constituye como prueba de que el negocio funciona para las víctimas potenciales (futuros inversores) y los persuade de que no se trata de una estafa <sup>(1, 5,6)</sup>.
- Ofrecen a priori rentabilidades seguras, pues al principio siempre se entrega el porcentaje prometido en el periodo de tiempo estimado, tras desembolsar grandes cantidades de dinero. Si alguna vez no lo reciben, la organización puede atribuirlo a las fluctuaciones del mercado <sup>(2, 5)</sup>.
- Existe una clara intención de defraudar: es necesario recalcar que la actuación del creador del negocio piramidal siempre deviene dolosa, pues a pesar de que es posible que al principio comience el negocio con la intención de que sea legal, finalmente acaba asumiendo su conversión en una estafa piramidal cuando el negocio inicial no funciona <sup>(4, 8)</sup>.
- Es difícil identificarlas y desmantelarlas, pues se camuflan bajo el aspecto de organizaciones o empresas con actividades económicas totalmente normalizadas y legales. La estafa piramidal posee multitud de similitudes con actividades económicas estándar, como por ejemplo la venta multinivel <sup>(3, 7, 9,10)</sup>.
- Aunque pueden durar años, las estafas piramidales siempre están destinadas al fracaso, ya que los recursos en los que se fundamenta son finitos: personas y dinero <sup>(1, 5, 6,11)</sup>.

Esta modalidad de estafa en masa no es problema nuevo, sino que parece haber existido desde el siglo XX, época en la que se dio en España la primera estafa piramidal registrada en la historia <sup>(12)</sup>, y que sirvió de base para el resto de estafas piramidales que han tenido lugar a lo largo de los siglos XX y XXI (son los casos protagonizados por Carlo Ponzi, Bernard Madoff, TelexFree y Afinsa y Fórum Filatélico, entre otros). Debido a la multitud de afectados y a las grandes cantidades de dinero defraudadas que dejaron muchas de estas actividades, dicho fenómeno se ha convertido en un motivo de alarma social, suscitando el interés de numerosos medios de comunicación que han contribuido a que este tipo de estafa se haga pública.

Aun así, muchas víctimas de estafa piramidal siguen sin tener una solución, y han salido a las calles para manifestarse ante la pasividad de los partidos políticos que se “lavan las manos” en estos temas (así lo manifiestan los afectados de Fórum y Afinsa que, tras 10 años de destaparse el fraude, no han recuperado ni la mitad de su inversión) <sup>(13,14)</sup>. A todo ello se suma que los estudios existentes en esta materia, se han basado en explicar el funcionamiento de la estafa piramidal centrandose su atención especialmente en el autor del ilícito, dejando de esta manera a un lado la figura de la víctima, a pesar de ser ésta una de las principales piezas para comprender el origen y el mantenimiento del fenómeno.

Por este motivo, el objetivo de este proyecto es realizar un estudio exploratorio del proceso de victimización de la víctima de estafa piramidal, atendiendo a dos momentos diferentes del mismo: antes de la consumación del hecho delictivo, la estafa, estudiando los factores que influyen a que una persona invierta en un negocio de este tipo; y después de que tenga lugar la experiencia de victimización, analizando los factores que producen que la persona reaccione de una forma u otra ante el hecho victimizante, la estafa. Todo ello, se realiza con el objetivo final de comprobar si existen diferencias significativas entre los factores que influyen en el modo de actuar de distintas víctimas de estafa piramidal.

## MÉTODO

Para la consecución del objetivo propuesto, en primer lugar se ha optado por realizar una revisión bibliográfica de distintas monografías y artículos (procedentes tanto de revistas científicas como de la prensa), relativas a la estafa piramidal y sus víctimas. Todo ello, con el fin de profundizar en el estudio de una modalidad específica de estafa, la piramidal, y poder analizar con posterioridad, a partir del funcionamiento de este tipo de delito, el proceso de

victimización que sigue a la persona que decide invertir y que le lleva a convertirse en víctima directa del delito de estafa piramidal.

En segundo lugar, para el estudio de los factores influyentes en la inversión, se ha empleado una metodología cualitativa, basada en la realización de entrevistas semiestructuradas a víctimas de estafa piramidal, todas ellas con una duración aproximada de una hora. El guion de las entrevistas, ha tenido como base la información extraída de la revisión de fuentes secundarias y consta de 36 preguntas estructuradas en cuatro secciones: datos personales; datos sobre la empresa y el caso; datos relativos a las características de los inversores; y, datos relativos a la actitud de los inversores frente a la estafa.

### **Participantes**

Debido al difícil acceso a la muestra, para la obtención de la información se ha aplicado el muestreo en bola de nieve o en cadena, mediante el cual se ha logrado identificar los casos de interés, las víctimas de estafa piramidal, gracias a individuos que conocían a personas que podían resultar buenos candidatos para el estudio. De esta manera, se consiguieron un total de 14 víctimas (12 víctimas directas y 2 víctimas indirectas, familiares de víctimas directas) de entre 47 y 87 años, que accedieron voluntariamente y sin ningún tipo de recompensa a la realización de la entrevista, tras la explicación de los objetivos del estudio y de las condiciones de confidencialidad.

### **Procedimiento y Diseño**

Tras encontrar los candidatos que cumplían con los criterios requeridos para participar en el estudio (ser víctima de al menos una estafa piramidal) y después de prestar su consentimiento, se dio paso al estudio de campo y a la realización de las entrevistas, que tuvieron lugar entre el 15 de marzo y el 20 de junio de 2016, en diferentes localidades españolas: Dos Hermanas (Sevilla), La Rinconada (Sevilla), Don Benito (Badajoz) y Villanueva de la Serena (Badajoz). Éstas fueron realizadas sólo en presencia del investigador y del entrevistado, y a pesar de que no se conocía a ninguno de los participantes, se ha conseguido establecer el *rapport* con el total de la muestra.

La información de la entrevista fue recogida con grabadora, que posteriormente fue transcrita para llevar a cabo el análisis y encriptada, modificando los nombres de los participantes, para preservar el derecho a la intimidad de los mismos.

En este estudio cualitativo, se ha analizado todo el proceso de victimización de la víctima de estafa piramidal, centrándose en tres momentos: antes, durante y después de invertir en un negocio piramidal. Se ha tratado de estudiar, por tanto, los factores que influyen en la adopción, mantenimiento y cese de la conducta de invertir en una estafa piramidal.

Entre las variables principales que se han analizado para estudiar el motivo de inversión (antes de ser cliente de la empresa piramidal) se encuentran: características del negocio piramidal (garantía, rentabilidad y liquidez); cómo conocieron la empresa; comprensión del funcionamiento del negocio; adopción de medidas para informarse sobre la seguridad de la inversión; dificultades económicas; y procedencia del dinero invertido.

Para estudiar los factores que contribuyen a que la persona siga en la empresa piramidal, se analizan las variables relacionadas con aquellas características del negocio piramidal que hacen creer a la víctima que se encuentra ante un negocio legal y seguro: trato con la empresa; pago de rentabilidades; y, publicidad que recibe el negocio entre otras.

Por último, tras el hecho victimizante, se miden diferentes variables que estudian la actitud de las víctimas ante la estafa y las consecuencias de la estafa piramidal: inversión en negocios con características parecidas; inversión en negocios regulados; afección de los entrevistados; y, percepción de los participantes sobre la actuación del sistema de justicia entre otras.

## **RESULTADOS**

### **Características de la muestra**

Con el fin de preservar el derecho a la intimidad de los participantes, los nombres de los mismos han sido modificados. En la siguiente tabla se recogen algunas características de las personas entrevistadas:

**TABLA 1: CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA**

ENTREVISTAS	ENTREVISTADOS	EDAD	EMPRESA PIRAMIDAL	PROCEDENCIA DEL DINERO INVERTIDO	GANANCIAS CON LA INVERSIÓN
E1	Emilia y Anaís (Madre e Hija)	23 y 55 años	Fórum Filatélico	Venta de una casa.	No
E2	Pablo y Laura (Padre e Hija)	87 y 50 años	A fins a	Venta de una parcela	No
E3	Pura y Teresa (Hermanas)	55 y 48 años	A fins a	Herencia	No
E4	Miriam y Juan (Matrimonio)	47 y 50 años	A fins a	Ahorros	No
E5	Jaime	67 años	A fins a	Herencia	No
E6	Julio	63 años	A fins a	Herencia	No
E7	Antonia	56 años	A fins a	Venta de una casa	No
E8	Miguel	79 años	A fins a	Venta de un piso	No
E9	Julia	60 años	A fins a	Herencia y ahorros	No
E10	Emilio	47 años	Telexfree	Ahorros	Sí

### **Factores que influyen en la inversión**

Son varias las causas las que hacen que los participantes del estudio entren en un negocio de este tipo. Entre ellas se encuentran: la disponibilidad de un saldo económico que pretenden ahorrar para imprevistos futuros; personas conocidas con experiencias previas positivas en la empresa piramidal que les aconsejan que inviertan en la misma; y las características del negocio, las cuales perciben como una “oportunidad de inversión fantástica”.

La inversión en la empresa, no se produce de manera aislada, sin motivo alguno, sino que las características de la persona que invierte y el momento en el que se encuentra son cruciales para entender un proceso tan complejo. Así, en primer lugar las personas entrevistadas disponen, en el momento previo a la inversión, de un capital (procedente en la mayoría de los entrevistados de herencias y venta de inmuebles) que pretenden ahorrar y guardar para imprevistos futuros, por lo que en ese momento no presentan dificultades económicas.

*“[...] Nos quedaba un dinerito ahí, y ese dinero era el que no queríamos tocar, había que dejarlo en un sitio donde se pudiera dejar a largo tiempo, plazo para una necesidad.”*  
 Antonia, 56 años.

El hecho de que presenten un dinero que pretenden ahorrar y no tocar, coincide con el momento en el que conocen a una persona con experiencias positivas en el negocio piramidal. Así, los entrevistados, que normalmente no han oído hablar del negocio antes, están motivados por un conocido que está dentro del negocio y que cobra lo prometido. De esta manera, les asesora para que también inviertan, confiando en la idea de que a ellos también les va a ir bien.

*“Yo conozco esta empresa por esta persona y coincide en ese momento que tenía ese dinero. Solamente en ese momento. [...] Si no nosotros no buscamos esa opción. Si no lo hubiéramos conocido a través de un familiar cercano, lo vemos en la tele y no nos interesamos.”*  
 Emilia y Anaís, 55 y 23 años.

Es en este momento cuando se ponen en contacto con personas que trabajan para la empresa piramidal, que les convencen de manera sencilla de los tres conceptos que debe tener toda inversión: Garantía (diciendo que la empresa es serie y solvente), rentabilidad (alto beneficio), y liquidez (disponibilidad del dinero en el caso de que lo necesiten).

*“Lo que si nos dijo, es que esta empresa, era una empresa muy sólida. [...] Ella me dijo que tenía la posibilidad de sacarlo en cualquier momento que lo necesitase, pero que como mínimo un mes antes tenía que saberlo, pero nunca me dijo que no pudiera sacarlo y esto te da confianza.”*  
 Julia, 60 años.

### **Factores que contribuyen a que la persona siga en la empresa piramidal**

Si bien es cierto que en algunos de ellos pueden quedar atisbos de desconfianza hacia la empresa una vez que han invertido el dinero, éstos van desapareciendo a medida que pasa el tiempo, ya que se van produciendo acontecimientos que hacen que aumente la credibilidad en la empresa. Ejemplo de ellos son el hecho de tener que

declarar el 20% de los intereses que ganaban a Hacienda, que hubiese sedes con trabajadores que ofrecían un trato formal y cercano, que no tuviesen problemas para cobrar los intereses que les ofrecía la empresa y para retirar el dinero cuando lo necesitasen, así como que los creadores de la empresa fuesen personas conocidas.

*“Ahora tenía sus retenciones de hacienda, que eso es curioso.”*  
Laura, 50 años.

*“Me daban cada tres meses doscientos y pico de euros, esto me da para mis gastos. [...] De hecho yo le enseñé una revista en la que salía los de Afinsa en una regata con el Rey.”*  
Miguel, 79 años.

### **Actitud frente a la estafa y consecuencias de la Estafa Piramidal**

La actitud frente a la estafa varía en función de la víctima. En este sentido, es necesario distinguir dos tipos de entrevistados: aquellos que han perdido dinero con el negocio, y aquellos que han ganado y no han perdido nada. Diferenciar esto es importante para comprender las conductas posteriores de los sujetos: las personas que han ganado dinero no se sienten estafadas, ni engañadas, y consideran que este tipo de negocios son fiables, por lo que son más proclives a invertir en otros parecidos.

*“Yo no veo que haya sido una estafa. Ahora me he metido en un negocio parecido, se llama “for a pay”, y es lo mismo, publicidad a través de internet.”*  
Emilio, 47 años.

Por el contrario, aquellas personas entrevistadas que han perdido dinero se sienten engañadas y estafadas, lo que produce que adopten una actitud mucho más activa y resiliente frente al delito, sirviéndole de esta manera el hecho victimizante como aprendizaje para no caer en futuros casos. Asimismo, la experiencia victimizante favorece la aparición de pensamientos y conductas basadas en la desconfianza, que se observan en algunos participantes tanto a nivel de relaciones personales, como a nivel de relaciones con la sociedad en general.

En relación a la primera, la pérdida de confianza en el ámbito de relaciones personales, puede observarse en cuatro de los entrevistados, que toman más medidas a la hora de relacionarse y de confiar en los demás, máxime cuando a temas económicos se refiere.

*“No, no, no ya para nada, ya confianza en nadie, absolutamente en nadie. No ya confianza nada, y tratándose de dinero menos. Yo ya mira me pueden enseñar el maletín aquí con dinero, pero le digo que se lo lleve que yo me apaño con lo que tengo, porque es que la verdad que fue un palo duro.”*  
Pura, 55 años.

Atendiendo a la segunda, las relaciones con la sociedad en general se ven afectadas de dos formas: por un lado, económicamente ya que la mayoría de los participantes no vuelven a invertir en empresas reguladas por miedo a que les engañen de nuevo. Por otro, en relación al Estado y al sistema de justicia, pues el hecho de que no hayan previsto la estafa, la demora del proceso y la falta de respuesta frente a ésta, provoca que todos los entrevistados que han perdido parte de su capital valoren negativamente a la Administración por considerarla incapaz de gestionar la seguridad de los ciudadanos.

*“Es lo que yo te estoy diciendo, que yo a la hora de hacer negocios como con bancos como con cualquier otro ese que se ponga, pues es que yo ya desconfío muchísimo.”*  
Teresa, 48 años.

*“Lo que más me duele es que el gobierno no haya puesto medios para esto, y que este tipo de cosas lleven años para que se solucionen, porque la gente el dinero lo ha perdido ahora.”*  
Juan, 50 años.

## **DISCUSIÓN**

Como resultado de la investigación podemos afirmar que, a pesar de que los entrevistados invierten su capital en distintas empresas piramidales y de que parten de situaciones personales dispares, no existen diferencias significativas en los factores que influyen a la hora de invertir en un negocio de este tipo. De esta manera, los motivos de inversión se deben a factores económicos (disponen de un capital que pretenden ahorrar y no tocar) y a factores de confianza (debido a las características del negocio, y a personas con experiencias positivas en el mismo, confían en la idea de que es una inversión segura y rentable).

De la misma manera, no existen diferencias significativas entre los factores que favorecen que los entrevistados sigan invirtiendo en la empresa piramidal, estando éstos relacionados con la creencia previa de que el negocio es seguro.

Sin embargo, si analizamos la reacción de los entrevistados frente a la estafa se puede afirmar que sí existen diferencias entre los mismos, distinguiendo dos tipos de afectados: aquellos que han ganado dinero y aquellos que han perdido. Llegados a este punto pueden verse diferencias en la afección psicológica de los entrevistados, pues mientras que los que han ganado dinero adoptan una actitud defensiva justificando la legalidad de la inversión, los afectados que han perdido parte de su capital adoptan una actitud activa reclamando y denunciando su postura. Esto es importante para estudiar y valorar la probabilidad de re-victimización, dado que las personas que han ganado dinero son más proclives a invertir de nuevo en negocios de la misma índole por no considerarse estafados.

No obstante, a pesar de que el presente estudio aporta importantes esbozos sobre las víctimas de la estafa piramidal, para poder obtener unos resultados más fiables y poder extrapolarlos a la población, sería necesario ampliar la muestra y abarcar en la misma un grupo más amplio de personas que hayan ganado dinero con el negocio, para poder comprobar de esta manera si los factores que influyen en la reacción frente a la estafa coinciden.

Asimismo, y una vez estudiadas las diferencias entre los distintos tipos de víctimas de este delito, se propone como línea de investigación futura realizar un estudio comparativo entre sujetos que hayan invertido en una empresa piramidal y sujetos que no hayan invertido en un negocio parecido, todo ello con el fin de investigar qué variables psicológicas interfieren en la conducta de los mismos.

## FINANCIACIÓN

Sin financiación.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos los participantes en el estudio, que accedieron voluntariamente a contar sus experiencias y facilitaron los medios para la realización de este trabajo, así como, a Ignacio Jáuregui-Lobera por su apoyo y orientación en la publicación.

## CONFLICTOS DE INTERÉS

Sin conflicto de interés.

## Referencias

1. Ferro JM. Introducción a las conductas criminales de fraude seguro, incendios provocados, falsedades instrumentales o contables y cibercriminalidad. Reseña especial a las nuevas modalidades delictivas empresariales. San Vicente (Alicante): Club Universitario; 2015.
2. Montero-Vilar JA, Pedrosa-Leis C. El microcrédito como medio de financiación de las empresas de economía social [monografía en Internet]. Santiago de Compostela: Centro de estudios cooperativos (CECOOP); 2014 [citado 22 Marzo 2016]. Disponible en: [http://www.ciriecportugal.org/uploads/9/6/4/3/9643491/ciriec2015\\_0390\\_paper.pdf](http://www.ciriecportugal.org/uploads/9/6/4/3/9643491/ciriec2015_0390_paper.pdf)
3. Alvaro-Benítez C, Andrés-Rodríguez S, López-Caner E, Piñol-Mediano A. La seguridad vista como un esquema piramidal [Base de datos en Internet]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. c2012 [citado 24 Marzo 2016]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10230/16182>
4. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. Estafas Piramidales: Lecciones aprendidas. Primera edición. La paz: ASFI; 2009
5. Hernández-Jiménez G. Invertir en Bolsa.info [página web en Internet]. España: IB; c2007 [citado 24 Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.invertiren bolsa.info/Inversiones-alternativas/articulo-como-funcionan-estafas-piramidales.html>
6. Salazar-Trujillo B, Franco-Escobar AM. El juego de las pirámides. Sociedad y Economía. 2009; (16): 87-1005.
7. Del Real- Castrillo C. Estafas piramidales: apuntes criminológicos para identificarlas y prevenirlas. Criminología y justicia [revista en Internet]. 2015 Ago [citado 22 Marzo 2016]; [aprox. 6 p.]. Disponible en: <http://cj-worldnews.com/spain/index.php/es/criminologia-30/item/2903-estafas-piramidales>
8. Redondo-Hermida A. La estafa piramidal en inversiones filatélicas. La ley Penal. 2006; (30): 86-92.
9. Mir J, Descals AM. Venta domiciliaria, multinivel y piramidal. Distribución y consumo. 1993; (10): 64-75.
10. Oncallo C. El libro de la venta directa. Primera edición. España: ediciones Díaz de Santos; 2007.
11. Córdoba-Barahona AM. Las Pirámides Financieras: soporte de una economía atípica. Tendencias. 2008; IX (2): 87-107.
12. Torres R. El arte de la estafa [monografía en Internet]. España: Ediciones EL PAIS; 2009 [citado 20 Abril 2016]. Disponible en: [http://elpais.com/diario/2009/03/22/domingo/1237697554\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2009/03/22/domingo/1237697554_850215.html)
13. EFE. Miles de afectados de Fórum y Afinsa exigen una solución [monografía en Internet]. Madrid: Ediciones EL PAIS; 2016 [citado 1 Septiembre 2016]. Disponible en: [http://economia.elpais.com/economia/2016/05/07/actualidad/1462633588\\_665788.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/05/07/actualidad/1462633588_665788.html)

14. Marín G. Las reivindicaciones de los afectados de Fórum Filatélico y Afinsa 10 años después [monografía en Internet]. Madrid: Cadena Ser; 2016 [citado 1 Septiembre 2016]. Disponible en: [http://cadenaser.com/ser/2016/05/06/economia/1462546550\\_846065.html](http://cadenaser.com/ser/2016/05/06/economia/1462546550_846065.html)