

**INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE DIREITO**

NATUREZA JURÍDICA DO MARKETING MULTINÍVEL

RODOLFO NASCIMENTO SCANDIAN

**SÃO MATEUS
2018**

RODOLFO NASCIMENTO SCANDIAN

NATUREZA JURÍDICA DO MARKETING MULTINÍVEL

Monografia apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito, da Faculdade Vale do Cricaré, elaborado sob a orientação do Prof. Carlos Manoel Batista.

SÃO MATEUS

2018

Monografia de autoria de Rodolfo Nascimento Scandian, intitulada “Natureza Jurídica do Marketing Multinível”, apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito, da Faculdade Vale do Cricaré, em ___/___/___, defendida e aprovada pela banca examinadora abaixo assinada:

Prof. Carlos Manoel Batista
Orientador
Curso de Direito

Membro da Banca
Curso de Direito

Membro da Banca
Curso de Direito

São Mateus
2018

Dedico essa presente monografia aos meus querido Pais, que me ensinaram muita coisa de tudo que já aprendi até hoje, e sempre me incentivando e apoiando em tudo.

Agradeço primeiramente a Deus, aos meus pais, a todos os meus professores, amigos, e todos que de alguma forma direta ou indiretamente contribuíram para a realização desse feito e que me apoiaram e acreditaram em meus propósitos e ideais.

O sucesso nada mais é que ir de fracasso em fracasso sem que se perca o entusiasmo.

(Winston Churchill).

RESUMO

Será abordado nessa monografia um tema que atualmente ainda é um pouco polêmico no Brasil, devido ainda não haver leis específicas para tal trabalho, porém que em outros países, como os Estados Unidos, e o Japão que são grandes potências econômicas, movimenta aproximadamente 30% do PIB, que é o Marketing Multinível, conhecido também como Marketing de Relacionamento, Marketing de Rede, aonde será explicado um pouco da sua história, como funciona, porque é considerada uma prática legal, quais as vantagens de começar nesse negócio. Será também explicado como surgiram as Pirâmides Financeiras, como funciona, o porquê tal prática é considerada ilegal e criminosa. Bem como as principais características que diferenciam o Marketing de Rede de Pirâmides Financeiras, que ainda é bem confundido pelas pessoas, também teremos exemplos de algumas empresas de Multinível que funcionam até hoje e alguns casos de Pirâmides no mundo. Frisando assim a importância da criação de legislação própria que defenda esse modelo de negócio, que fará com que melhore as condições de muitos países.

Palavras-chave: Marketing de Rede, Marketing de Relacionamento, Marketing Multinível, Pirâmide Financeira, Vendas Diretas.

SUMÁRIO

Introdução.....	10
1. O que é o Marketing Multinível?.....	12
1.1. Evolução Histórica do Marketing Multinível.....	13
1.2. Marketing Multinível, Prática Legal Ou Ilegal?.....	17
1.3. Como Funciona o Trabalho de Marketing Multinível.....	19
1.4. Motivos para desenvolver o Marketing Multinível.....	22
1.5. Algumas Empresas de Marketing Multinível Que Atuam No Brasil.....	26
2. O que é Pirâmide Financeira.....	29
2.1. Pirâmides Financeiras e Sua Ilegalidade.....	29
2.2. Como Funcionam as Pirâmides Financeiras.....	31
2.3. Consequências de Golpes de Pirâmides Financeiras Para a Economia.....	31
2.4. Principais Casos de Pirâmides Financeiras no Mundo.....	32
3. Diferenças entre Marketing Multinível e Pirâmide Financeira.....	34
3.1. Como Evitar de Cair em uma Pirâmide Financeira por Engano.....	35
4. A Necessidade da Criação de Leis Próprias que Defendam o Marketing Multinível e Condene as Pirâmides Financeiras.....	37

5. Conclusão.....38

Referências Bibliográficas.....40

INTRODUÇÃO

Cada dia que passa, vão surgindo muitas coisas novas, muitos avanços tecnológicos, políticos e culturais acontecem no país, e acaba se tornando difícil de acompanhar tudo, pela velocidade em que as coisas acontecem. Porém existem pessoas que estão sempre buscando novos conhecimentos, principalmente no que diz respeito aos novos avanços, e nesse trabalho será abordado um desses avanços que é o Marketing Multinível, bem como as Pirâmides Financeiras, que se aproveitam desse modelo de negócio para entrar no mercado, se passando por empresas de Multinível, sendo tal prática ilegal e caracterizada como crime contra economia popular.

O Marketing Multinível, conhecido também como Marketing de Relacionamento, Marketing de Rede, *Network Marketing* é um modelo de negócio que já movimentou bilhões de dólares pelo mundo, e já é reconhecido por autoridades competentes como uma forma legal de mercado, conhecido pelo mercado de vendas diretas, chamando atenção de muitas pessoas pelo fato de ser uma grande oportunidade de crescimento pessoal, profissional e financeiro, podendo assim mudar a história de várias gerações de sua família.

Existe também uma grande divergência de opiniões acerca desse assunto no Brasil, pelo motivo de o Marketing Multinível não ser conhecido por grande parte de sua população, e pelo fato de todos os dias surgir uma Pirâmide Financeira se intitulando como empresa de Marketing Multinível, e prejudicando muitas pessoas, que se iludem pela promessa de ganhos fáceis e rápidos.

Assim sendo, será abordado nessa monografia um pouco sobre o que é e como surgiu o Marketing Multinível, para que haja primeiramente um conhecimento sobre tal assunto. O porquê não se pode considerar tal prática ilegal, baseado no nosso ordenamento jurídico, junto a autoridades competentes, o Ministério Público Federal, Governo federal. O que são Pirâmides Financeiras. O que diferencia Marketing Multinível de Pirâmide Financeira. Porque a prática de Pirâmides Financeiras são consideradas ilegais e criminosas. Como identificar uma Pirâmide Financeira.

Este trabalho explicará também a importância de que seja criada leis específicas que defendam essa atividade, para que pessoas de bem tenham

mais liberdade para exercerem seu trabalho de Marketing Multinível, e puna os golpistas de Pirâmides Financeiras, para que não fiquem brechas para abusos que prejudiquem tanto psicologicamente quanto financeiramente pessoas honestas, diminuir ou extinguir a pratica do crime contra economia popular.

1. O QUE É O MARKETING MULTINÍVEL?

O marketing multinível é um mercado no modelo de vendas diretas no qual se tem a movimentação de bens ou serviços, aonde o distribuidor independente obtém seu lucro de três maneiras: através da venda de produtos; do consumo inteligente; do recrutamento de novos revendedores;

Venda de produtos, é quando o distribuidor independente pega o produto diretamente da fábrica, eliminando os intermediários, e passa diretamente ao cliente final, fazendo assim com que se obtenha um lucro muito bom, em muitas empresas chegando a 100% de lucro.

Consumo inteligente é quando o distribuidor independente opta por apenas consumir os produtos da empresa, comprando-os bem mais baratos, devido não haver outros intermediários, em muitas empresas acabam pagando a metade do preço.

Recrutamento de novos revendedores é quando um distribuidor independente convida outras pessoas para fazer parte da empresa, formando uma rede, ganhando assim uma comissão por todos os produtos que essa pessoa movimentar diretamente, seja para uso ou venda, quanto indiretamente, que são produtos movimentados por revendedores de sua rede (que fazem parte de outros níveis). Podendo haver diversos níveis chamando assim de Multinível.

Para Ziglar (2001, p.2):

Marketing de rede é um sistema de distribuição de mercadorias e serviços por meio de redes compostas de milhares de vendedores independentes, ou distribuidores. Os distribuidores ganham dinheiro vendendo mercadorias e serviços, mas também recrutando e patrocinando outros vendedores que passam a fazer parte de sua *downline* (linha descendente), ou organização de vendas. Os distribuidores ganham comissões ou bonificações mensais de acordo com a receita de vendas gerada por sua organização de vendas.

Segundo Paes (2002, p.14), “o marketing de rede ou marketing multinível é um sistema de distribuição, de bens e/ou serviço, através de uma rede de contratantes (ou revendedores)”.

Segundo Meira; Ghisi (2009), o marketing de rede “É um sistema de distribuição direta, que movimenta bens e /ou serviços, do fornecedor para o consumidor, por meio de uma cadeia de contratantes independentes”.

“O marketing multinível é um modelo de remuneração utilizado para manter a força de vendas de produtos e serviços, onde o pagamento de comissões, bônus ou prêmios são destinados não só ao profissional que faz a venda como também a sua linha patrocinadora”. (Edmundo Roveri, 2014, internet).

Para falarmos de Marketing Multinível, deve-se entender a sua diferença entre o modelo tradicional de vendas diretas, onde os produtos passam na mão de intermediários, como as distribuidoras, os atacadistas e os varejistas, para finalmente chegar ao cliente final, que deve procurar lojas físicas para conseguir adquirir tal produto, além de investimentos com promoções, propagandas, e quem pagar por todo esse caminho percorrido é o cliente final.

Já no marketing multinível o único intermediário é o distribuidor independente, que adquire produtos diretos da fábrica e repassa para o cliente final, aonde não existe gasto com publicidade, devido o próprio distribuidor fazer a propagando boca-a-boca, incentivando também outras pessoas a fazerem o mesmo, formando uma grande rede de pessoas divulgando seus produtos e colocando-os nas casas das pessoas.

1.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO MARKETING MULTINÍVEL

Para falarmos de como foi evoluindo o mercado do marketing multinível, devemos primeiramente falar um pouco de sua origem.

Segundo algumas pesquisas de Waldir Benevides, em seus 30 anos de pesquisas sobre o sistema de redes, o que mais chamou sua atenção foi a rede de relacionamento de Moisés, com cerca de três milhões de pessoas.

Descrito na Bíblia Sagrada, no livro de Êxodo, capítulo 18, versículo 21, que diz, “Escolha entre o povo homens capazes e tementes a Deus, que sejam seguros e inimigos do suborno: estabeleça-os como chefes de mil, de cem, de cinquenta e de dez”.

Sendo assim, Moisés escolheu os dez melhores para serem sua primeira linha (chamado de primeiro nível no multinível, por serem ligados direto a ele). Esses dez escolheram mais dez cada um, somando cem pessoas, que se tornam a segunda linha de Moisés (chamado de segundo nível). Esses cem escolherem dez

cada um, somando mil pessoas, que se tornam a terceira linha de Moisés, e assim sucessivamente.

Moisés orientava os seus dez escolhidos na sua primeira linha, quanto a decretos e leis, mostrando o que deveriam fazer, e esses dez passavam todas as informações para sua rede, fazendo com que as informações passadas se multipliquem rapidamente, e assim surgiu o trabalho em níveis, acreditando Waldir Benevides que tal acontecimento influenciou o início do marketing multinível.

Porém o primeiro modelo comercial de marketing multinível foi criado por Carl Rehnborg, médico, químico e industrial norte-americano, que no anos de 1915 a 1917 foi representante de vendas em uma empresa na China, e foi lá que ele percebeu que a alimentação dos chineses não era boa, devido haver muitas pessoas doentes e desnutridas, e resolveu dar um jeito nessa situação.

De acordo com seus conhecimentos em nutrição, resolveu implantar um modelo de desidratar e concentrar os nutrientes que contém as plantas em forma de cápsulas ou tabletes. Em 1934, depois de muito estudo, Carl Rehnborg produz um produto chamado Vita-Six, que em 1937 passa a se chamar Vita Sol, e começa vender em sua casa. Assim criou sua empresa, chamada *California Vitamins Inc*, que em 1939 virou a *Nutrilite*.

A *Nutrilite* começou no mercado de maneira muito intensa, fazendo com que em 1945, Carl, junto com William Casselberg e Lee Mitinger, como seus distribuidores independentes comesçassem oficialmente o plano de vendas como distribuidora exclusiva dos suplementos.

Em 1949 dois jovens muito inteligentes e que já tinham uma amizade, viraram distribuidores da *Nutrilite*, que se chamam Jay Van Andel e Rich De Vos, transformaram a *Nutrilite* em uma empresa milionária, com o grande aumento que trouxeram nas vendas. Depois de muitos anos de aprendizado sobre o negócio, os dois jovens resolveram abrir a sua própria empresa de multinível na garagem de casa, a *American Way Association* em 1959, mais conhecida como a famosa Amway, distribuindo produtos de limpeza para casa. Foram tão bem nos negócios que em 1970 eles compraram a antiga empresa em quem trabalharam a *Nutrilite*.

Houve também uma mulher, que foi top líder em várias empresas de marketing multinível em que fez parte por mais de uma década, e quando estava com quase 60 anos, criou a sua própria empresa que só mulheres podiam fazer parte que dava como prêmios jóias super caras, um carro rosa, que a *General*

Motors produzia apenas para a empresa, que é chamada de Mary Kay, criada em 1963.

Devido o sucesso que não parava de crescer das empresas de multinível nos anos 60 nos Estados Unidos, começaram muitas denúncias acusando falsamente de serem pirâmides financeiras disfarçadas de multinível, na qual eram apoiadas, e muitas vezes iniciadas por empresas dos setores do mercado tradicional, devido terem se assustado, se sentindo ameaçados, pelo novo modelo de distribuição por redes, que da fábrica já passavam para os distribuidores, que já passavam para os clientes, sem que passasse por suas lojas, e sem haver propagandas. Por muitos anos os tribunais receberam muitas denúncias, com justificativas de ser um sistema incoerente e com pouca fundamentação.

A legitimidade do marketing multinível começou em 1975, que foi quando a comissão de comércio americano acusou a *Amway* de ser uma pirâmide, e muitos acreditaram que a *Amway* iria fechar. O que aconteceu foi que ela parou de crescer, mais também não caiu, devido ela se sustentar por produtos, e não por cadastros apenas, então mesmo que aconteça qualquer coisa que interrompa o recrutamento, a empresa sempre vai se manter viva.

Criada em 1978 a *World Federation of Direct Selling Association (WFDSA)*, que tem como objetivo, proteger empresas, profissionais de vendas diretas, consumidores contra ações de má-fé igual as que ocorreram, estabelecendo diretrizes e códigos de conduta, como: critério de recrutamento, informações sobre produtos, respeito à privacidade do consumidor e prazos para devolução dos produtos.

E em 1979, o governo americano reconheceu a legitimidade do negócio. Foi proferida a decisão nº 93.618, chamada de Regulamento da *Amway*, ficando decidido que o negócio *Amway* não era golpe, e sim atividade legítima, podendo ser praticada nos Estados Unidos.

Depois de criado o Regulamento *Amway*, ficou bem esclarecido quais os requisitos para uma empresa ser considerada de multinível, fazendo assim com que entre 1979 e 1982, dois milhões de pessoas entrasse para esse setor de marketing multinível, apenas nos Estados Unidos, que foi deixando o sistema bem sólido, devido muita gente começar a ganhar muito dinheiro.

Devido tanto sucesso, já da para se notar que esse setor de negócio só tende a crescer cada vez mais, ainda mais sendo garantida, pela legitimidade

comprovada. E foi nesse período de 1979 a 1982 que o marketing de rede para muita gente não é mais apenas uma fonte secundária de renda, se tornando fonte primária, para muita gente devido muitas pessoas já terem um auto ganho.

Após o sucesso absurdo da Amway, a primeira empresa a crescer tanto foi a Herbalife, que foi criada em 1980, na Califórnia.

Outra empresa também de grande importância foi a *Nu Skin*, criada em 1984 em Utah, devido ter sido a primeira empresa a reconhecer que é muito difícil encontrar liderança nesse setor, e também pelo fato de ter sido a primeira empresa a pagar em seis níveis (seis gerações) de profundidade.

Após surgirem no cenário mundial muitas empresas de marketing de rede, poucas se mantiveram e conseguiram se fortalecer no mercado. Um importante jornalista da área, chamado Richard Poe, escritor de vários *best sellers* sobre o assunto, separou a evolução do marketing multinível em 5 grandes ondas.

A primeira onda Poe caracteriza como “os tempos difíceis do multinível”, que começou em 1941 que foi quando nasceu o marketing multinível, através de Carl Rehnborg, quando ele implantou o plano de compensação que pagava em diferentes níveis, até 1979, que foi quando saiu a decisão da *Federal Trade Commission* sobre a *Amway* aonde ficou definido que o marketing multinível era um negócio legítimo. Essa onda ficou marcada por ter tido muita competição entre empresas de multinível e pirâmides financeiras que se passavam por multinível, pelo fato de ter feito tanto sucesso.

A segunda onda começou em 1980 e terminou em 1989, que foi a época em que começou a se tornar comum o uso de computadores e o crescimento tecnológico, fazendo com que surgissem muitas empresas de multiníveis, principalmente em suas garagens e sem estrutura nenhuma, e a maioria delas quebravam rápido, deixando os distribuidores frustrado, por muitas vezes não obter lucro.

A terceira onda começa em 1990 e termina em 1999, que fica marcada pelas novas tecnologias, que vão avançando cada vez mais, e mão de obra especializada na administração do multinível. Surgiram novas normas para melhorar o funcionamento das empresas do ramo, os distribuidores trabalharam para melhorar a imagem do multinível que não tinha ficado legal nas primeiras ondas, as empresas investiram mais em tecnologias de comunicação e técnicas sofisticadas de administração, para o negócio ficar ainda mais eficaz. E o que mais

marcou foi a mudança nos planos de carreira, que ficaram ainda mais atrativos aos distribuidores.

Richard Poe (2002, p.18) diz:

Somente a Terceira Onda, que agora desponta (escrito em 1995), finalmente acena às massas com a promessa realista de emancipação financeira. Através de novos sistemas e tecnologias, a Terceira Onda propicia aos homens e mulheres comuns a oportunidade de gozar os frutos do trabalho por conta própria, sem sofrer suas agruras.

A quarta onda acontece nos anos 2000, fica caracterizada pelo momento em que o marketing multinível mais se expandiu no mundo, e a maioria das pessoas começa a ver esse negócio com outros olhos, como uma coisa mais séria, e até multinacionais começam a investir nesse modelo de negócio em suas empresas.

A quinta onda é a que está acontecendo atualmente, aonde pessoas influentes no mundo todo estão indicando o multinível como a melhor oportunidade de negócio, que é o caso de Donald Trump, Robert Kiyosaki. Muitas pessoas usando da internet como uma ferramenta para aumentar sua rede de relacionamento, devido a facilidade que temos hoje, de redes sociais, através de computadores, *smarthphones*, para aumentar sua rede. Empresas sendo obrigadas a adotar esse modelo de negócio para se manter no mercado.

1.2. MARKETING MULTINÍVEL, PRÁTICA LEGAL OU ILEGAL?

Hoje no Brasil, existem muitas pessoas que sem conhecimento sobre tal assunto dizem que o marketing multinível e pirâmide financeira são a mesma coisa. Porém existem diferenças muito grandes entre esses dois modelos de negócio, que tornam o multinível uma prática legal e a pirâmide financeira uma prática ilegal e criminosa.

Como citado acima em sua história, o marketing multinível foi reconhecido legalmente nos Estados Unidos em 1979, quando seu governo compreendeu sua legitimidade, através da decisão 93.618 da *Federal Trade Commission*, que é o chamado regulamento *Amway*. E com o passar dos anos, muitas empresas desse setor, no mundo todo, faturaram e ainda faturam até hoje bilhões de dólares, com

total aval do governo e órgão competentes, pois é considerada uma indústria igual as outras, que pagam seus impostos, e ainda gera oportunidade de trabalho para muitas pessoas.

De acordo com *Direct Selling Association (DSA) e World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) (2015)*:

Já representa 96,7% dos US\$ 32,18 bilhões de faturamento do setor de Vendas Diretas nos Estados Unidos;
 De cada oito lares americanos, pelo menos um desenvolve uma atividade de marketing multinível;
 Universidades americanas já oferecem cursos de marketing multinível em suas grades curriculares;
 27% do PIB americano é proveniente da indústria do marketing multinível;
 24% do PIB japonês é proveniente da indústria do marketing multinível
 20% dos milionários americanos construíram sua fortuna com negócios baseados em marketing multinível;
 Nos Estados Unidos, empresas como Coca-cola, Colgate Palmolive, *Cit Bank*, entre outras, têm suas próprias divisões de marketing multinível ou se utilizam da estrutura de empresas do setor para escoar algumas de suas linhas de produtos, com características pertinentes a esse sistema de vendas;

Temos também afirmações sobre algumas pessoas de sucesso sobre esse modelo de negócio bilionário que já é comprovado que já deu certo.

“(...) hoje em dia aconselho as pessoas a levar em consideração o marketing de rede.” Robert Kiyosaki (1998, p.98)

“Tente o marketing multinível. Você será autônomo, terá o treinamento apropriado e não terá chefes pegando no seu pé. Os resultados serão consequência direta do seu esforço.” Max Gehringer (2007).

“Sugestões para ganhar mais: ter um segundo trabalho, sim, aproveitar os momentos de folga para ter mais renda. (...) sem falar na enorme variedade de produtos a serem vendidos no marketing de rede.” Mauro Halfeld (2006).

“(...) uma ótima opção é entrar para uma empresa de marketing de rede.” T. Harv Eker (2006, p.121).

Ainda tem pouco tempo que esse modelo de negócio começou no Brasil, e quem o regulamenta é a ABEVD, Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, que é o órgão que fiscaliza as empresas de vendas diretas e possui seu código de ética, para que as empresas que façam parte dessa associação tenha maior credibilidade.

. Devido a falta de leis que regulamentam esse setor no Brasil, o Ministério da Justiça, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, a Secretaria Nacional do Consumidor e a Comissão de Valores Mobiliários se juntaram e criaram uma cartilha que informa acerca do assunto marketing multinível e pirâmides financeiras. Que ajudou bastante, pelo fato de serem informações de fontes confiáveis, apesar de não ser o suficiente, pelo fato de muitas pessoas não possuir acesso a tal material.

Temos também alguns projetos de lei na câmara dos deputados, como o 6206/13, projeto esse que muda a lei de crimes contra economia popular que é a lei nº 1.521/1951. Temos também o PL 6775/2013 que complementa o PL 6206/13.

Segundo o deputado Giovani Cherini (2013), “atividades comerciais desenvolvidas por meio de colaboradores, baseado em comissão de venda e remuneração por equipe e organização multinível de divulgação e comercialização de produtos ou serviços, não configura crime contra economia popular”.

1.3. COMO FUNCIONA O TRABALHO DE MARKETING MULTINÍVEL

Depois de entender o que é o marketing multinível, um pouco de sua historia e como esse setor foi evoluindo no tempo, vamos entender agora como funciona esse trabalho.

Para começar a fazer parte de uma empresa de marketing multinível, após ter recebido a proposta, faz-se um cadastro e deve ser decidido qual será o objetivo na empresa, que são três: consumo inteligente, vendas direta, formação de equipe de consumo e/ou vendas, podendo a pessoa ter um dos objetivos apenas ou até mesmo querer fazer os três.

Decidido o objetivo, deve ser adquirido um kit de produtos, escolhido de acordo com seu objetivo na empresa, para ai sim começar um trabalho.

Para quem decidi apenas consumir, basta apenas adquirir produtos na empresa com seu número de identificação (que é cedido no momento do cadastro), e irá adquirir os produtos bem mais baratos, sendo em muitas empresas até pela metade do preço.

Para quem quer trabalhar com vendas diretas, basta seguir os mesmos passos de consumo, porém após a aquisição do produto bem mais em conta, o distribuidor irá vendê-lo a outras pessoas a preço de catálogo.

Já o distribuidor que tem como objetivo construir uma rede de consumo e/ou vendedores, fica com a responsabilidade de promover os produtos da empresa para outras pessoas, fazendo também com que ela se fidelize junto a empresa, para adquirir esses produtos diretamente da empresa, mais baratos também. Já é mais que comprovado que esse método de propaganda boca a boca faz com que os produtos cheguem a um número bem maior de pessoas do que as propagandas feitas nas mídias, e conseqüentemente por quase não gastar com mídia, as empresas desse ramo remuneram muito bem seus distribuidores.

Segundo Eric Worre (2014), existe três tipos de pessoas que fazem marketing de rede, que são os posudos, amadores e profissionais.

Posudos são os que querem de dar bem no negócio fazendo quase nada, apostam muito na sorte, acreditam que se convidarem meia dúzia de pessoas já irá mudar sua vida, quando a maioria percebe que não é assim que o negócio funciona, desiste.

Amador se preocupa com muita coisa que acaba sendo perda de tempo, como o *timing*, que são aquelas dúvidas, pensando se entrou tarde de mais, se já tem muita gente no negócio, se vai conseguir chegar ao topo do plano de carreira da empresa, dentre outros. Também fica pensando se foi posicionado no melhor lugar na rede do seu patrocinador, ficam pensando que se tivesse entrado com outra pessoa estariam melhor no negócio. Ficam pensando em atalhos, como propaganda em rádio, televisão, distribuição de panfletos dentre outros. E acabam esquecendo-se de fazer o que tem que ser feito para crescer no setor.

Profissionais segundo Eric Worre (2014), são pessoas que buscam todo o conhecimento em todas as áreas necessárias, aumentando suas habilidades, para construir uma organização grande e bem sucedida. Focam apenas nas habilidades e esquecem o resto.

De acordo com Eric esse trabalho de construir uma rede consiste em sete passos bem simples:

O primeiro passo é encontrar prospectos, ou seja, encontrar pessoas para que seja apresentadas os produtos e a oportunidade da empresa, que é feito fazendo uma lista com o maior número de pessoas que o novo distribuidor conhecer,

sem prejudicar ninguém, colocando exatamente todos que conhece, e sempre manter essa lista viva, que é acrescentando novas pessoas todos os dias, que são as novas pessoas que o novo distribuidor conhecerá todos os dias.

O segundo passo consiste em convidar os prospectos para conhecerem os produtos e a oportunidade da empresa, porém não é convidar de qualquer jeito, e sim com as técnicas corretas e profissionais, para que as pessoas queiram ouvir o que você tem a dizer.

O terceiro passo é apresentar os produtos ou a oportunidade para os prospectos, que consiste em ser o mensageiro da empresa, aonde você tem nas mãos a responsabilidade de passar o que a empresa oferece e informações sobre os seus produtos, e para isso, deve-se se preparar antes, para se ter os argumentos necessários para não deixar o prospecto com dúvidas.

O quarto passo é fazer o *follow-up* com os prospectos, é nesse passo que muitos distribuidores pecam, muito acabam pulando um passo tão importante, que nada mais é do que acompanhar o prospecto até que ele tenha certeza que quer fazer o negócio ou não, sendo sempre pontual com seus compromissos com o prospecto.

O quinto passo é ajudar os prospectos a se tornarem clientes ou distribuidores, que se baseia em tirar todas as dúvidas do prospecto provando que o que foi dito é realmente a verdade, e que você que realmente ajuda-lo a crescer.

O sexto passo é ajudar o novo distribuidor a começar da maneira correta, ajustando suas expectativas, explicando todas as fases desse trabalho, as dificuldades que ele terá, como ele poderá superar essa dificuldade, começar a fazer o negócio junto com ele, duplicando tudo que já sabe, para que esse prospecto futuramente duplique da mesma maneira as informações recebidas, pois o sucesso nessa profissão depende da duplicação.

O sétimo passo é promover os eventos, pois é de evento em evento que o negócio cresce muitas vezes o distribuidor que está desanimado seja por qualquer motivo na vida, em um evento desses ouve alguma frase que fica dentro da mente e o renova, tirando também o fato de que os grandes líderes estão em todos grandes eventos da empresa, e as pessoas seguem exemplos, ou seja, um líder que não participa, jamais terá sua equipe participando, e automaticamente não vai muito longe.

Portanto, vimos que seguindo todos esses sete passos diariamente, e tenso paciência e perseverança qualquer pessoa pode mudar completamente de vida com o marketing multinível, basta ter na mente que é um negócio de 2 a 5 anos, e não de 2 a 5 meses, afinal, todo negócio grande começa pequeno e demora certo tempo para ficar grande.

1.4. MOTIVOS PARA DESENVOLVER O MARKETING MULTINÍVEL

Existem diversas vantagens já comprovadas de se fazer parte do setor do marketing multinível, e o autor Robert Kiyosaki, em seu livro “O Negócio do Século XXI” destaca oito motivos de se fazer parte desse negócio, em oito capítulos diferentes.

O primeiro motivo, que o novo distribuidor deverá aprender sobre a “Educação empresarial do mundo real”, aonde ele mostra que para desenvolver essa profissão a pessoa tem que aprender hábitos da atividade empresarial, se educando para se tornar um empreendedor e fazer o dinheiro trabalhar para essa pessoa, diferentemente das escolas que educam as pessoas para trabalhar pelo dinheiro, ou seja, para construir riquezas para outras pessoas. A pessoa aprenderá sobre o funcionamento da economia, aprenderá a negociar, a fim de conseguir construir riqueza de maneira consistente e consciente, aprendendo também soluções para lidar em tempo de crise.

Kiyosaki cita também algumas das habilidades críticas que a educação do mundo real do marketing de rede ensina, que são:

- Ter uma atitude de sucesso.
- Vestir-se para o sucesso.
- Superar medos pessoais, dúvidas e falta de confiança.
- Superar o medo de rejeição.
- As habilidades de comunicação.
- Capacidade de lidar com pessoas.
- Competência de administração de tempo
- Habilidades de prestação de contas.
- Estabelecimento de metas.

- Gestão financeira.
- Habilidades de investimento.

O segundo motivo ele dá o nome de “Um caminho lucrativo para o desenvolvimento pessoal”, aonde ele quer dizer que quem escolhe essa profissão terá que enfrentar muitas dificuldades e adversidades que talvez nunca tenha encarado. Portanto para quem se compromete, acaba se desenvolvendo muito pessoalmente, se desenvolvendo direto na prática, o que já vai gerando lucro no momento em quem está aprendendo.

Cita também Robert Kiyosaki (2012, p.61), “O marketing de rede dá a você a oportunidade de enfrentar seus medos, lidar com eles, superá-los e trazer à tona o vencedor que vive dentro de você”.

O terceiro motivo, ele chama de “Um círculo de amigos que compartilham seus sonhos e valores”, aonde nesse capítulo e foca a importância de estar rodeado de pessoas que querem atingir o mesmo objetivo que você, ele diz que as pessoas são a média de cinco pessoas que as rodeiam, e todos que começam esse negócio de multinível, possuem os mesmos objetivos, que é mudar de vida, e dar uma vida melhor para sua família, automaticamente se afastando de pessoas negativas, que vivem a vida apenas para pagar as contas, e ficam te puxando para baixo, pois é completamente impossível uma rede ter sucesso, aonde cada distribuidor tivesse objetivos completamente contrários. E acabam se aproximando de pessoas positivas que tem os mesmos objetivos na vida.

Cita Robert Kiyosaki (2012, p.66) “O marketing de rede não só possibilita uma educação em negócios, como também oferece um mundo totalmente novo de amizades – amigos que estão indo na mesma direção que você e que compartilham os mesmos valores essenciais”.

O quarto motivo, que ele intitula “O poder da sua própria rede”, que é aonde ele explica a importância da criação de rede, dando até o exemplo de Thomas Edison que todos pensam que ficou rico por causa da lâmpada, mais na verdade foi por causa da rede de distribuição elétrica. Ele cita também que as maiores riquezas do mundo, foram construídas por pessoas que aprenderam a fazer redes, e é isso que torna o marketing multinível espetacular, pois as empresas de marketing multinível oferecem essa oportunidade de cada pessoa construir sua rede, em vez de trabalhar a vida inteira para a rede de outras pessoas. Esse modelo de criar redes é que é responsável por transmitir informações para o mundo todo, que o

modelo tradicional jamais conseguiria, exemplo, na rede, uma pessoa passa uma informação apenas a três pessoas, que repassa a outras três pessoas, e que repassam para mais três e assim sucessivamente, e quando vai ver, essa informação já se espalhou no mundo todo.

Cita Robert Kiyosaki (2012, p.68) “O poder não está no produto; o poder está na rede. Se você quiser ficar rico, a melhor estratégia é encontrar um meio de construir uma rede forte, viável, com possibilidade de crescimento”.

O quinto motivo “Um negócio duplicável, totalmente escalável”, ou seja, está em saber duplicar informações de maneira simples, para que todos os membros da sua rede consigam fazer o mesmo, não é necessário ser um expert em vendas, ou em oratória, pelo contrário, se for passado à imagem de expert em vendas, por exemplo, muitas pessoas já não vão querer fazer por não saber tanto sobre vendas, a mesma coisa em oratória, e assim não será possível ter uma rede crescendo, fazendo com que ela acabe. As pessoas mais bem sucedidas hoje nesse modelo de negócio, não são especialistas em vendas, apenas duplicam informações de maneira duplicável, para que qualquer pessoa possa fazer, apenas são os mensageiros, e não a mensagem. Hoje existe diversas ferramentas para desenvolver esse negócio, não sendo necessário decorar tudo sobre seus produtos, ou sobre sua apresentação da empresa, existem muitos materiais excelentes na internet, cds, vídeos, o que basta é saber se comunicar com as pessoas, saber criar relacionamentos, ter vontade de ajudar outras pessoas, para então mostrar a mensagem usando essas ferramentas, são essas pessoas que fazem sucesso no marketing multinível hoje em dia. E conseqüentemente, o novo distribuidor irá aprender tudo o que foi citado acima, através de líderes que já são sucesso no setor.

O sexto motivo “Habilidades incomparáveis de liderança”, que no marketing de rede , o que mantém uma empresa desse setor são os grandes líderes, pois nesse setor não se encontra um distribuidor que bata ponto em relógio, ou que tenha que aparecer para trabalhar, ninguém é contratado ou despedido, todos estão ali porque querem esta, ninguém pode dar ordens, e o que faz funcionar é simplesmente a liderança, que inspira toda a sua rede, dando forças para irem atrás de alcançar seus resultado, superando suas inseguranças e medos.

Cita Robert Kiyosaki (2012, p.82) “A liderança é a força que tudo une. A liderança é o que constrói grandes negócios”.

Fala também que quando conhece empresas que estão passando por problemas financeiros, em muitos dos casos é porque os líderes se esquecem de como contar a história da empresa, e não conseguem comunicar a visão da empresa para seus distribuidores.

Então cita Robert Kiyosaki (2012, p.82) “O dinheiro não flui para as empresas com os melhores produtos ou serviços. O dinheiro flui para as empresas com melhores líderes”.

Fazendo parte de uma empresa o distribuidor terá a oportunidade de se transformar em um grande líder e inspirar muitas pessoas pelo mundo, de acordo com a citação abaixo.

Robert Kiyosaki (2012, p.84) “O marketing de rede tende a desenvolver o tipo de líder que influencia outros a serem grandes professores, ensinando a realizarem os sonhos de sua vida.”

O sétimo motivo é que esse setor é “Um mecanismo para criação de riqueza verdadeira” aonde ele deixa claro que o marketing multinível é uma ferramenta para a pessoa criar sua riqueza.

Para entendermos melhor sobre criar riqueza, devemos entender a diferença entre dinheiro e riqueza, que explica Kiyosaki:

Robert Kiyosaki (2012, p.88) “Riqueza não é a mesma coisa que dinheiro. A riqueza não é medida pelo tamanho da renda; a riqueza é medida em tempo”.

Ele deixa bem claro que dinheiro é o que você tem no momento, e riqueza é quando tempo esse dinheiro pode te sustentar.

Robert Kiyosaki (2012, p.90), cita também, “Muitas pessoas não conseguem atingir uma grande riqueza em qualquer negócio porque não conseguem reinvestir continuamente no negócio”.

Geralmente no mercado tradicional, as pessoas são acostumadas a gastar tudo que ganham, e nunca conseguem criar sua riqueza. No multinível, se aprende que ao começar em uma empresa, é como se tivesse começado a construir um negócio, e que se deve investir nesse negócio, ao invés de gastar todo dinheiro que for ganhando com outras coisas toa. Investir nesse negócio é participar de eventos da empresa, consumir todos os produtos da empresa. E aí em média de 2 a 5 anos, é aonde os ativos começam a render para que gaste com outras coisas que não são extremamente necessárias, sem que prejudique o negócio, isso se chama construir riqueza.

O oitavo e último motivo que Robert cita em seu livro é “Os grandes sonhos e a capacidade de vivenciá-los”, aonde ele mostra que com o marketing multinível, é possível a realização de todos os sonhos, até aqueles que a pessoa nem imagina que conseguiria realizar um dia no mercado tradicional. Até porque no mercado tradicional, para seus chefes não é tão interessante que as pessoas sonhem alto, diferentemente do multinível, que os líderes apoiam esses sonhos, e batalham para ajudar as pessoas a realiza-los, pois são os sonhos que movem as pessoas e que é a motivação necessária para que as pessoas nunca desistam de algo, já sem sonho, a pessoa nunca vai a lugar algum.

1.5. ALGUMAS EMPRESAS DE MARKETING MULTÍNIVEL QUE ATUAM NO BRASIL

O ano de 2018 está sendo um grande momento para as empresas de multinível, pois com o passar do tempo esse modelo de negócio vem sendo cada vez mais conhecido e sofrendo menos pré-conceitos, as empresas estão cada vez com estruturas melhores, oferecendo cada dia mais melhorias, mais produtos, plano de compensação melhorando.

Temos hoje atuando no Brasil, muitas empresas Excelentes, e vem que se destacando cada vez mais, transformando o marketing multinível a nova economia, e serão citadas algumas das grandes empresas que atuam hoje no Brasil.

O “Grupo Hinode” hoje é considerada a maior empresa de marketing multinível do Brasil, que foi criada em 1988, em São Paulo, possuindo atualmente 30 anos, foi criada na garagem de casa do casal Adelaide Rodrigues, ex-costureira, e Francisco Rodrigues, ex-torneiro mecânico, que resolveram largar seus empregos para construir essa grande empresa que hoje é referencia no mercado de marketing multinível.

Começo a ficar mais conhecida no ano de 2012, que foi quando houve a transformação e foi adotado esse modelo de multinível e franquias, que hoje possui uma fábrica de 12 mil metros² em Jandira – São Paulo, são mais de 450 espalhadas pelo Brasil todo, mais de 600 produtos em seu catálogo, produtos de altíssima qualidade, com ótimos preços. Trabalha com as linhas de cosméticos, maquiagens,

fragrâncias, higiene pessoal, infantil, bem-estar e performance. Foi a empresa de multinível que mais cresceu nos últimos anos, com um crescimento absurdo de mais de 32 mil por cento, devido ao grande comprometimento dos fundadores, e diretores, com a mudança de vida de seus distribuidores, sempre se preocupando em oferecer o melhor.

Devido esse crescimento, vem chamando a atenção de pessoas de outros países, e o Grupo Hinode começou em 2016 sua expansão para o mercado tradicional, já estando em cinco países.

É uma empresa que vem se destacando também por ter ganhado muitos prêmios nos últimos anos como:

Prêmio de melhor criação perfumística com o *Empire*, no ano de 2015 pela ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos);

Prêmio profissional do ano de 2016 para o presidente Sandro Rodrigues (24ª edição do Prêmio Atualidade Cosmética);

Prêmio de melhor criação perfumística Latino-Americana feminina para a fragrância *Grace Midnight* (24ª edição do Prêmio Atualidade Cosmética);

Prêmio de empresa do ano de 2016 pela ABIHPEC;

Prêmio empreendedor do ano pela 19º *Ernst Young* em 2016;

Prêmio de empresa do ano de 2017 pela ABIHPEC;

Dentre outros prêmios.

Temos também a “Boulevard Monde”, que é de um grupo suíço, no qual tem Ronaldo Garcia como seu representante. Presente é mais de 20 países, atua no ramo de perfumes, cosméticos e nutrição e possui mais de 14 anos de atuação no setor de vendas diretas. Possui uma fábrica de 8 mil metros² em Bauru, São Paulo.

Temos a “i9life”, que foi criado pelo grupo i9 Business que já esta no mercado há 20 anos, atua no ramo de Perfumaria, Cosméticos e Nutrição, é uma empresa que tem crescido bastante, levando em conta seu pouco tempo de mercado, que são apenas quatro anos que adotou o sistema de multinível.

A i9life possui um centro logístico de oito mil metros², que é usado para produção, expedição, logística, administração, atendimento. Possui 80 centros de distribuição espalhados pelo Brasil.

É uma empresa com mais de 150 produtos no mercado, e que criou o primeiro perfume aerossol, com tecnologia australiana.

Outra empresa bem conhecido no Brasil é a “Polishop”, fundada em 1999, pelo ex piloto de formula 1 Emerson Fittipaldi e o atual presidente da empresa, João Appolinário, trazendo para o Brasil um produto para emagrecer, que seria uma dieta de 7 dias, porem com um método diferente de divulgação, que era uma propaganda mais longa, com aproximadamente 10 minutos, para mostrar todos os seus benefício, que deu muito certo.

Em 2000 a polishop teve a visão de que a internet iria crescer, pois naquela época ainda era a discada, e resolveu investir em loja virtual para vender seus produtos.

Em 2003 a Polishop criou suas primeiras lojas físicas, em shoppings, com um meio diferente de divulgar os produtos, que é deixando os clientes a vontade para utiliza-los dentro da loja, para terem certeza se era o que realmente queriam.

Em 2004 começou na televisão com seu canal, para que pudessem divulgar seus produtos o dia inteiro. E dai para frente grandes empresas começaram a procurar a polishop para fazer parcerias, sendo que antes a polishop é quem procurava parceiros.

Atualmente ela atua em diversos países, em diversos continentes, sendo uma empresa de multicanal, a maior do mundo, que é empresa que vende tanto pela tv, catalogo, internet e call center cobrando o mesmo preço.

2. O QUE É PIRÂMIDE FINANCEIRA?

Pirâmides financeiras consistem em um esquema não sustentável, aonde há promessas de ganhos muito altos e fáceis, baseados apenas no recrutamento de pessoas, aonde o objetivo é apenas recrutar o máximo de pessoas, que entram com quantias altas, que são pagas as pessoas que entraram antes nessa pirâmide, e ela só funciona enquanto tem pessoas sendo recrutadas e colocando dinheiro, o momento que para diminui ou para o recrutamento, a pirâmide acaba, pois não tem dinheiro suficiente para sustentar aquela estrutura acima montada, saindo lesados a base da pirâmide, ou seja, os últimos que entraram. Existem também algumas pirâmides que possuem produtos, que são escolhidos por ter mão de obra barata (podendo ser até produtos virtuais) e que não tem valor relevante de mercado, aonde são comercializados apenas entre os membros da pirâmide, não havendo saída para o consumidor final, esse é um método usado para enganar mais fácil as pessoas, fazendo-as pensar que estão entrando em uma empresa de multinível.

De acordo com Pimenta (2013), “Pirâmide financeira ou esquema piramidal é um modelo comercial que depende basicamente do recrutamento de outras pessoas em níveis insustentáveis”.

Silva (2013) diz que, Pirâmide Financeira “Trata-se de um modelo de negócio onde não há relação de consumo, ou seja, paga-se certa quantia em dinheiro apenas com o intuito de receber mais lucros no futuro”.

Portanto, percebe-se que não existe o foco de relação de consumo, apenas o pensamento de um investimento que trará dinheiro fácil com pouco esforço.

2.1. PIRÂMIDES FINANCEIRAS E SUA ILEGALIDADE

Como dito acima, as pirâmides financeiras, são consideradas completamente ilegais são caracterizadas como prática criminosa.

Segundo o Ministério Público Federal (2016), as pirâmides financeiras se enquadram nas seguintes leis:

Lei nº 7.492/1986, que define os Crimes Contra o Sistema Financeiro Nacional, em seu artigo 16º:

Art. 16. Fazer operar, sem a devida autorização, ou com autorização obtida mediante declaração falsa, instituição financeira, inclusive de distribuição de valores mobiliários ou de câmbio: Pena - Reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa.

Lei nº 1.521/1951, que define Crimes contra a Economia Popular, em seu artigo 2º, IX:

Art. 2º São crimes desta natureza: IX - obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações ou processos fraudulentos (“bola de neve”, “cadeias”, “pichardismo” e quaisquer outros equivalentes).

Lei nº 6.385/1976, que define Crimes contra o Mercado de Capitais, em seu artigo 27-E:

Art. 27-E. Atuar, ainda que a título gratuito, no mercado de valores mobiliários, como instituição integrante do sistema de distribuição, administrador de carteira coletiva ou individual, agente autônomo de investimento, auditor independente, analista de valores mobiliários, agente fiduciário ou exercer qualquer cargo, profissão, atividade ou função, sem estar, para esse fim, autorizado ou registrado junto à autoridade administrativa competente, quando exigido por lei ou regulamento: Pena – detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

Lei nº 8.137/1990, que define Crimes contra a Ordem Econômica, em seu artigo 7º, VII:

Art. 7º. Constitui crime contra as relações de consumo: VII - induzir o consumidor ou usuário a erro, por via de indicação ou afirmação falsa ou enganosa sobre a natureza, qualidade do bem ou serviço, utilizando-se de qualquer meio, inclusive a veiculação ou divulgação publicitária; [...] Pena - detenção, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa.

Código Penal, artigo 171, que define o crime de Estelionato:

Art. 171 - Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento: Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa, de quinhentos mil réis a dez contos de réis.

2.2. COMO FUNCIONAM AS PIRÂMIDES FINANCEIRAS

Geralmente as pirâmides financeiras começam por uma pessoa, que é o dono da mesma, estando no topo, que convida mais alguns amigos para serem seus sócios, que automaticamente investem uma quantidade em dinheiro, que é pago diretamente para o dono que está no topo.

Para recuperar o dinheiro investido, essas pessoas que estão no segundo nível da pirâmide, recrutam mais pessoas, que também irão fazer um investimento que será pago diretamente a quem o recrutou, e ao dono que está no topo. Esse ciclo de recrutamento vai continuando, com todos promovendo fortemente apenas o recrutamento de novos membros, para que sustente esse ciclo.

Cada membro também deve fazer um pagamento mensalmente para sua linha *upline*, sendo a manutenção do negócio, aonde é prometido que receberá mais do que o investido.

Uma vez que o recrutamento diminui ou acaba, o negócio não se sustenta mais, devido não haver a quantidade de dinheiro necessário, para pagar todos que estão acima da pirâmide, e assim percebemos que deve haver um recrutamento infinito para que as pirâmides continuem no mercado.

2.3. CONSEQUÊNCIAS DE GOLPES DE PIRÂMIDES FINANCEIRAS PARA A ECONOMIA

De acordo com o Ministério Público Federal (2016), praticar golpes financeiros, como a prática das pirâmides financeiras, traz danos muito graves tanto para o sistema financeiro nacional, quanto a economia popular, e o patrimônio dos consumidores, que muitas vezes pegam todo dinheiro que tem para investir, vendendo até casas e carros, e no final acaba ficando sem nada. E essa prática, pode se espalhar muito rapidamente, igual um vírus, devido as divulgações feitas na internet, que podem rodar o mundo em muito pouco tempo e pela promessa de um ganho que todos sonham.

2.4. PRINCIPAIS CASOS DE PIRÂMIDES FINANCEIRAS NO MUNDO

Nos tempos de hoje, a cada dia que passa surge novas pirâmides financeiras pelo mundo, dando golpes em milhares de pessoas, no Brasil, temos muitas com seus bens bloqueados e sendo acusadas de pirâmides, estando sob investigação dos Ministérios Públicos Estaduais e Federal, que são os casos das bem conhecidas TelexFree, BBom e muitas outras.

Porem será citado abaixo, alguns casos que ficaram muito conhecidos pelo mundo afora, e que já foram condenados.

Vamos começar pelo “Esquema de *Ponzi*” que prometia em 45 dias uma rentabilidade de 50% do valor investido, o que cresceu os olhos de uma quantidade enorme de pessoas. A promessa era de que seriam comprados cupons postais de outros países mais em conta, e seriam trocados nos Estados Unidos por selos por um valor bem mais alto. O que durou bastante tempo com *Ponzi* pegando o dinheiro dos que iam investindo no negócio, tirando uma parte para ele mesmo, e dividindo o resto para os investidores mais antigos.

Quando começaram a duvidar de tal esquema, foi feita uma investigação e foi descoberto que para esse esquema estar se sustentando, deveria existir 160 milhões de cupons postais no mercado, e viram que tinha apenas 27 mil, acabando assim com esse esquema fraudulento, levando *Ponzi* a prisão.

Tivemos também no Brasil o caso que ficou mais conhecido, chamado de “O Caso Boi Gordo” que trabalhavam com CICs (Contratos de Investimento Coletivo), que prometia dar um lucro de pelo menos 42% em um ano e meio, teoricamente esse valor era para ser pago com a engorda dos bois, e o criadouro de bezerros, mais não era o que acontecia na prática, aonde o dinheiro pago vinha pelo recrutamento de novos investidores.

Esse caso afetou 30 mil investidores que perderam média de 3,9 bilhões de reais, e devido ter tido um aumento muito grande nesse mercado a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), através da Instrução N.º 296 de 18/12/1998 começou a fiscalizar esse setor, e após uma década exigiu que a empresa abrisse seu capital, ou iria parar com as atividades.

Essa empresa chegou a investir em anúncios que passavam nos intervalos da novela Rei do Gado, para que mais gente ainda conhecesse e caísse em tal golpe.

Foi ai que a empresa passou a não ter como pagar mais seus investidores e foi a falência.

Outro esquema de pirâmide que ficou bem conhecido no mundo foi o “Esquema de Pirâmide de *Madoff*”, que chegou a pegar 150 anos de prisão. Esse esquema chegou a durar 16 anos, *Madoff* era considerado um dos gerentes de investimento mais bem sucedidos de Nova York.

A sua promessa era de rendimento de 1% ao mês, durou tanto tempo, pelo fato de ser bem conhecido, então sempre tinha gente querendo investir. Porém uma boa parte do dinheiro que investiam em seu esquema, *Madoff* não investia, e sim pegava para o mesmo, e o resto distribuía para os investidores mais antigos.

Madoff foi condenado, após ter sido denunciado por seus próprios filhos, que viam ele prometendo muito dinheiro aos novos investidores, em um momento em que estava tendo dificuldades até de acertar suas contas junto ao banco.

Mais um esquema que aconteceu no Brasil e ficou muito conhecido foi o “Avestruz Master” que tinha como objetivo a comercialização de avestruzes que nem existiam. A promessa era que teria lucro de 10% sobre a exportação da carne de avestruzes de pelo menos 18 meses de vida. Porém em 7 anos, constava que a empresa já havia comercializado mais de 600 mil avestruzes, sendo que na verdade nunca abateram um avestruz, dos 38 mil avestruzes que possuíam.

Devido terem feito bastante propaganda, conseguiram 40 mil investidores, que sustentaram essa pirâmide até o dia em que fechou. Aonde seus sócios foram para o Paraguai, para evitarem uma condenação, mais mesmo assim a Justiça Federal condenou os filhos e genro da empresa a uma indenização de 100 milhões de reais, recebendo também uma pena de 12 a 13 anos de prisão.

3. DIFERENÇA ENTRE MARKETING MULTINÍVEL E PIRÂMIDE FINANCEIRA

Depois de termos falado bastante sobre o Marketing Multinível e Pirâmides Financeiras e suas legalidades e ilegalidades, devemos também saber as diferenças existentes entre elas, que confundem muitas pessoas que tem a vontade de fazer parte de uma empresa de multinível, mais ficam com sempre com pé atrás, com medo de serem lesadas por um golpe.

Portanto segundo o Boletim de Proteção do Consumidor/Investido CVM/Senacom:

os planos de marketing multinível são estruturados para vender produtos reais, efetivamente utilizados por consumidores, sendo a compensação dos distribuidores ou revendedores decorrentes, principalmente, de efetivas vendas e não do recrutamento de novos membros. Pirâmides financeiras têm por finalidade obter recursos dos novos integrantes e é essa prioridade que acaba influenciando as características da oferta, quando elas assumem a forma de marketing multinível.

Ziglar(2001.p.25), também diz:

No passado, vinte anos atrás, o marketing de rede era visto como sistema fraudulento, que se chamava pirâmides, por causa de algumas pessoas antiéticas e desonestas, que montavam esses esquemas para ganhar dinheiro em cima das pessoas. A diferença entre pirâmides e marketing de rede é: pirâmide tem uma estrutura semelhante ao marketing de rede mas um foco totalmente diferente. A pirâmide recompensa os membros por recrutarem novos distribuidores, e em geral, negligenciam o marketing e a venda da mercadoria. Agora o marketing de rede é uma boa maneira de vender mercadorias ou serviços através de distribuidores, pois o distribuidor recebe comissões sobre vendas dos produtos e serviços vendidos, e pelo recrutamento de outros distribuidores.

Conforme diz Costa (2004):

Pirâmide em um conceito básico, o sistema de pirâmide é um esquema de recrutamento de pessoas, gerando renda somente do recrutamento de novos membros e da cobrança de taxas, sem que nenhum produto ou serviço real seja movimentado. Portanto, a recompensa ocorre apenas com a adição de novos participantes e com os investimentos destes, e não com a revenda ou a distribuição de produtos ou serviços com função comercial legítima. Sem sustento comercial, o número de recrutas disponíveis é finito e, aritmeticamente, recrutas posteriores possuem menor chance de

enriquecer do que os promotores do esquema. Conseqüentemente, este esquema tem vida curta, e os que por último ingressarem praticamente não possuem nenhuma chance de recuperar as suas taxas de inscrição ou de se beneficiarem com o esquema. Na falta de um produto real, tais esquemas tentam coagir as pessoas, garantindo serem empresas legítimas que operam um plano de Marketing de Rede. O Marketing de Rede é um sistema de distribuição ou uma forma de Marketing que movimenta bens e serviços, do fabricante para o consumidor, por meio de uma rede de contratantes independentes.

Infelizmente muitas pessoas acabam não tendo acesso a tais informações, é daí que começa o pré-conceito, que felizmente a cada dia que passa está diminuindo muito aqui no Brasil.

3.1 COMO EVITAR DE CAIR EM UMA PIRÂMIDE FINANCEIRA POR ENGANO

O grande erro da maioria das pessoas que se envolvem nesse setor, não pesquisa, não buscam informações tanto sobre esse modelo de negócio quanto da empresa na qual está pretendendo fazer parte, o que faz muitas vezes a pessoa ser enganada, caindo em uma pirâmide sem saber, ou até mesmo em empresas de multiníveis que não são boas, e no final, se arrependem e saem do negócio.

A primeira coisa que deve ser feita ao querer entrar para esse setor é buscar o máximo de informações possíveis sobre a empresa, como por exemplo, se for brasileira, se está associada a ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), ou se for empresa internacional se está associada a *DAS (Direct Selling Association)*, afinal, esses órgãos possuem vários requisitos para que a empresa consiga se associar, dando mais credibilidade para a empresa, requisitos esses que pirâmides financeiras não conseguem cumprir;

Deve-se atentar se a empresa exige que se paguem valores muito altos para fazer parte de sua empresa, principalmente se for comparado com custo do produto, muitas vezes sem obter nada em troca, como por exemplo, kit com produtos para venda. Pois toda empresa de multinível em sua adesão o novo distribuidor tem no mínimo todo seu investimento de volta em produtos, muitas vezes com lucros já de início, evitando qualquer risco de ser lesado desde o início;

Deve também ficar atento se o trabalho do distribuidor não está focado apenas no recrutamento massivos de pessoas, sem ter produtos para revender ou consumir, ou ter produtos que não fazem sentido para venda e sem valor econômico para o mercado;

Deve-se ficar atento a grandes promessas de ganhos fáceis, sem fazer praticamente nada, em pouco tempo. No marketing multinível só tem ganhos se trabalhar, com movimentação de produtos, não existe ganhos fáceis e rápidos, os ganhos são a médio prazo, isso com bastante trabalho.

Outras dicas também para o distribuidor que realmente deseja trabalhar com as vendas diretas do marketing multinível são:

Verificar se a empresa tem CNPJ e está toda legalizada, se tem sede física, pois geralmente as empresas desse setor fabricam seus próprios produtos;

Se pagam seus impostos corretamente de acordo com o Código Comercial Brasileiro;

Deve se verificar se a empresa possui produtos, e se os mesmos possuem boa qualidade, preços acessíveis e alta rotatividade de preferência.

4. A NECESSIDADE DA CRIAÇÃO DE LEIS PRÓPRIAS QUE DEFENDAM O MARKETING MULTINÍVEL E CONDENE AS PÍRÂMIDES FINANCEIRAS

Na atualidade estamos passando por um tempo aonde o multinível está em seu melhor momento no Brasil, sendo chamado de a nova economia, a prova disso são varias empresas que surgiram nos últimos anos no setor e estão crescendo gigantescamente, algumas ganhando até diversos prêmios, como citado acima nessa monografia, o Grupo Hinode, que ganhou vários prêmios, mais com todo esse crescimento do multinível, também vem o crescimento das pirâmides, aonde todos os dias aparece uma nova, para dar golpes e destruir financeiramente várias famílias.

Portanto para que acabe com essa onda de pilantras surgindo com novas pirâmides todos os dias, e as pessoas não fiquem mais com o pé atrás sobre o mercado de multinível, faz-se necessário a criação de novas leis, que regulamentam o setor de multinível e defendam seus distribuidores, condenando também criminalmente os picaretas que exercem a prática de pirâmides. Ou até mesmo que seja aprovado o projeto de leis já existentes que tramitam na Câmara dos Deputados, o PL 6775/2013, que tem em sua ementa a regulamentação da atividade econômica chamada de marketing multinível, bem como estabelece os requisitos para funcionamento das empresas do segmento no território nacional, criando normas que protegeram os distribuidores do setor, e acrescentam o artigo 2º-A à Lei nº 7492, de 16 de junho de 1986, e o artigo 5º-A à Lei nº 8137, de 27 de dezembro de 1990, aonde tipifica pirâmide financeira nas leis de crime contra a ordem econômica e contra o sistema financeiro, revogando o inciso IX do art. 2º da Lei nº 1.521, de 26 de dezembro de 1951, com o conseqüente agravamento das penas, e dá outras providências.

Só assim acabará ou pelo menos diminuirá muito o número de golpes dado nesse setor, deixando mais seguras todas as famílias que pensam em fazer parte do mesmo, e assegurando uma melhora na economia popular.

5. CONCLUSÃO

Para concluir essa presente monografia, pudemos ver muitas informações acerca do marketing multinível e pirâmides financeiras, aonde podemos tirar algumas conclusões.

O primeiro é um meio completamente legal de trabalho, sendo considerado pelo milionário Robert Kiyosaky “O Negócio do Século XXI”, ou seja, o negócio que pode tirar muito países da crise, sendo a nova economia mundial. Podendo o seu distribuidor ter ganhos ilimitados, através do seu esforço, sem ter chefes, sendo motivados pelos seus sonhos, trazendo grandes aprendizados para a vida toda.

Foi visto também que as maiores riquezas são construídas a base de redes de pessoas, que vão repassando uns para os outros, fazendo a informação rodar o mundo, porém a maioria da população ainda não consegue enxergar isso, devido ser uma coisa invisível, até que realmente aconteça.

Já o segundo, podemos comprovar ser uma prática completamente ilegal e criminosa, podendo se caracterizar crime contra a economia, popular, crime contra a ordem econômica, e crime contra o sistema financeiro, apesar de não descritos especificamente em leis.

Além de prejudicar muitas pessoas financeiramente, e a economia do país, destruir o sonhos das pessoas, ainda prejudica que as pessoas aceitem o marketing de rede, que é uma oportunidade tão boa, que poderia mudar a vida de muitas pessoas que precisam.

Foi possível definir diferenças entre o marketing de rede, que proporciona tantas coisas boas para a economia do país, e a pirâmide financeira, que só prejudica a economia. Na primeira, os seus distribuidores recebem remuneração apenas sobre os produtos que são movimentados por ela ou por sua rede, portanto conseguiria se sustentar mesmo que a empresa fosse proibida de cadastrar novos distribuidores. Já na segunda, a promessa de ganhos é apenas pelo recrutamento, ou seja, quanto mais pessoas recrutar, mais irá ganhar, porém essa remuneração é paga com o dinheiro da nova pessoa que entrou, sendo insustentável no momento em que parar o recrutamento.

Visto essas diferenças e visando uma melhor estruturação econômica do país, e visando evitar que mais pessoas sejam lesadas, e mais pessoas entendam a oportunidade que significa o trabalho de multinível nas famílias, foi concluído que é

extremamente necessária a criação de leis específicas no Brasil, que ainda não existem para esse setor, visto que só existe PL que ainda está em tramitação, e que já deveria ser aprovado, pelo tempo em que o multinível já existe no país e devido até o Ministério Público Federal já ter apoiado como prática legal e ter condenado o esquema de pirâmide.

Para consagrar que o marketing multinível é a melhor opção será citado uma frase do atual presidente dos Estados Unidos, o bilionário Donald Trump:

“Está comprovado que o marketing multinível é uma fonte de receita viável e gratificante... Se eu perdesse tudo e tivesse que recomeçar, me associaria a uma empresa de MMN e começaria a trabalhar”. Donald Trump (2006, p.297).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Diego Augusto Braz - **Marketing de Rede** – 2007 – Disponível em <http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/760/2/20101200.pdf>

ARAGÃO, Paulo de Tarso - **Pequena História do Marketing Multinível** – ed COMUNIGRAF, 2009.

AYRES, Marcela – **6 Golpes Financeiros que Enganaram Milhares de Investidores** – 2014 – Disponível em <https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/6-golpes-financeiros-que-enganaram-milhares-de-investidores/>

BITTENCOURT, Mayko. **A legalidade do Marketing Multinível**, 2015 – Disponível em <https://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/123456789/9614/1/MaykoBastosBittencourtTCCGraduacao2015.pdf>

Câmara dos Deputados – **PL 6775/2013** – 2013 – Disponível em <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=601326>

FLORINDO, Karen - **História do marketing multinível e das pirâmides financeiras** – 2014 - Disponível em <https://florindokaren.jusbrasil.com.br/artigos/152373081/historia-do-markenting-multinivel-e-das-piramides-financeias>

KIYOSAKI, Robert T. – **O Negócio do Século XXI** – Ed Elsevier, 2012

Ministério Público Federal - **O MPF DE OLHO NAS PIRÂMIDES FINANCEIRAS: Saiba como distinguir um investimento financeiro de um golpe** – 2016 - Disponível em <http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/ccr2/publicacoes/cartilhas/guia-pratico-piramides-financeiras>

Multinível Brasil - **Ranking das 5 maiores empresas de multinível em 2017** – Disponível em <https://www.multinivel-brasil.com/5-maiores-empresas-de-multinivel-em-2017/>

POE, Richard - **Tudo Sobre Network Marketing**, Ed. 1, São Paulo: Record, 2002

Portal da Câmara do Deputados - **Projeto altera lei para dirimir dúvidas sobre legalidade do marketing multinível** – 2013 - Disponível em <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/CONSUMIDOR/455889-PROJETO-ALTERA-LEI-PARA-DIRIMIR-DUVIDAS-SOBRE-LEGALIDADE-DO-MARKETING-MULTINIVEL.html>

Redação Sucesso Network – **A história do multinível no mundo** – 2016 - Disponível em <http://www.sucessonetwork.com.br/historia-do-multinivel-no-mundo/>

ROVERI, Edmundo – **O Que é Marketing Multinível** – 2014 – Disponível em <https://meusuccesso.com/artigos/marketing/o-que-e-marketing-multinivel-189/>

Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça; Comissão de Valores Mobiliários - **6ª edição do Boletim de Proteção ao Consumidor/Investidor** – Disponível em <http://www.justica.gov.br/news/boletim-explica-a-diferenca-entre-piramide-financeira-e-marketing-multinivel/boletimconsumidorinvestidor-6.pdf>

SOUZA, José Marques de; CAPDEVILLE, Adrienne – **Marketing Multinível** – 2014 – Disponível em <http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/viewFile/406/363>. Acesso

TRUMP, Donald; KIYOSAKI, Robert - **Nós queremos que você fique rico** - Editora Campus, 2007.

WORRE, Eric – **GoPro 7 Passos Para Ser Um Profissional do Marketing de Rede** – ed. Rumo ao topo, 2014