

Análise comparativa entre marketing multinível e pirâmide financeira - Oportunidade ou golpe?

Marina Martins HISS; Gerson PRANDO; José Carlos MORILLA
Unisantia – Universidade Santa Cecília – Programa de Pós-Graduação - Especialização
em Engenharia de Produção
Rua Oswaldo Cruz, 266- Santos-SP, Brasil

e-mail: marinahiss@gmail.com

RESUMO: O marketing multinível é uma estratégia de negócios legal e muitas empresas vêm adotando. Ele tem por base a venda direta de produtos e serviços, sem atravessadores (centros de distribuição, por exemplo), ou seja, os produtos chegam ao consumidor final pelo revendedor. Este modelo de negócio é comumente confundido com pirâmide financeira, que é um sistema ilegal e insustentável, e que está baseado apenas no recrutamento de novos integrantes, com a falsa promessa de dinheiro fácil. No Brasil, com a atual recessão econômica, muitas pessoas buscam novas fontes de renda, sendo o marketing multinível uma forma de empreender com baixo investimento inicial. O objetivo deste artigo é apresentar as principais diferenças entre marketing multinível e pirâmide financeira, para que pessoas que buscam uma nova oportunidade de negócio não caiam em um golpe. Foram usadas informações efetuadas em pesquisa bibliográfica e documental. O resultado deste artigo é demonstrar que a escolha do marketing multinível é uma alternativa viável de renda extra.

Palavras chaves: Marketing multinível. Pirâmide financeira. Legalização. Vendas diretas.

ABSTRACT: *Multilevel marketing or network marketing is a legal business strategy that many companies are adopting, and that is based on the direct sale of products and services. There is no need intermediaries (distribution centers, for example), so that the products reach the final consumer, the only need is the reseller. This business model is commonly confused with financial pyramid, which is an illegal and unsustainable system and is based only on recruiting new members with the false promise of easy money. In Brazil, with the current economic recession, many people are looking for new sources of income. Multilevel marketing is being a way of undertaking with low initial investment. The purpose of this article is to show through the main differences between multilevel marketing and financial pyramid. So that people who are looking for a new business opportunity do not enter in a fraudulent system. It was used information from bibliographical and documentary research. The result of this article is to demonstrate that multilevel marketing is a viable alternative to extra income.*

Keywords: *Multilevel marketing. Financial pyramid. Legitimation. Direct selling.*

1. INTRODUÇÃO

O *marketing* multinível é considerado algo novo no Brasil e é um negócio em expansão, uma vez que aumentam os números de novas empresas nesse ramo e empresas antigas aderem a esse modelo de comercialização. Acredita-se que muito desse crescimento se deu pela crise econômica pelo qual o país vinha passando, que fez aumentar o índice de desemprego. Dados de maio de 2018 indicam que 13,7 milhões de pessoas estão desocupadas no Brasil (IBGE, 2018), com isso, as vendas diretas surgiram como alternativa ao emprego formal e uma oportunidade de gerar ou complementar a renda dos brasileiros.

Ao mesmo tempo em que há o crescimento desse setor, existe uma grande dúvida das pessoas se o *marketing* multinível é legal, pois ele é, muitas vezes, confundido com pirâmide financeira, que possuem a mesma estrutura (recrutamento de novos participantes). Com a promessa de dinheiro fácil e a necessidade de prover as condições básicas de vida, muitas pessoas caem no golpe fraudulento da pirâmide financeira. Atualmente, casos de pirâmides financeiras envolvendo “criptomoeda” (ou moeda virtual) têm crescido, assim como as de investimentos financeiros, tecnologia, apostas em jogos e nas mais diversas áreas.

O objetivo deste artigo é explicar o *marketing* multinível, a pirâmide financeira e como elas se diferenciam, pois a pirâmide financeira quase sempre está disfarçada de *marketing* multinível. Além de demonstrar que o *marketing* multinível é uma alternativa viável de renda. Para isso, será feita uma pesquisa bibliográfica e documental para esclarecer as diferenças entre ambos e reduzir as chances de as pessoas caírem no golpe da pirâmide financeira. Visto que a pirâmide financeira gera prejuízo financeiro tanto para as pessoas que entram no esquema, quanto para a economia do país.

2. REFERÊNCIAL TEÓRICO

O *marketing* multinível é uma forma de compensação dos empreendedores em empresas de vendas diretas (ABEVD, 2018e). Primeiramente faz-se necessário entender o que é venda direta, para poder entender o *marketing* multinível. De acordo com a ABEVD (2018b), a venda direta é uma das atividades mais antigas do mundo, tendo seu início no fim do século 18, na Inglaterra, com a venda porta a porta da Enciclopédia Britânica.

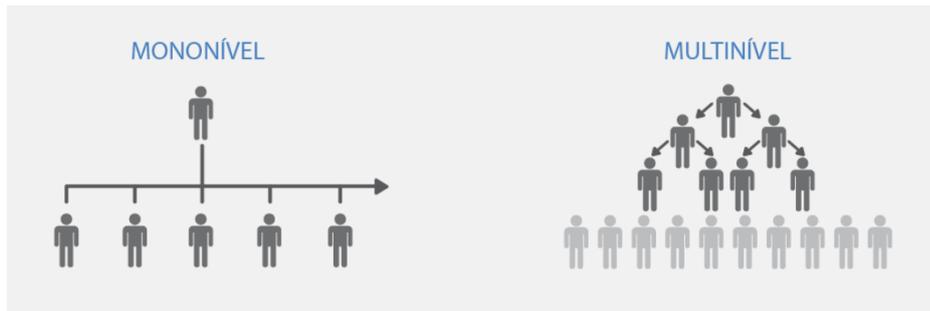
Vendas diretas é um modelo de negócios utilizado por todos os tipos de empresas, tanto grandes quanto pequenas, para vender seus produtos e serviços diretamente para o consumidor final, sem precisar de um estabelecimento comercial fixo, reduzindo assim, intermediários e custos (ABEVD, 2018d). Para a *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA, 2017), a venda direta difere das vendas a varejo pois além de distribuir bons produtos e serviços nas mãos dos consumidores, a venda direta é também uma forma de pessoas empreendedoras poderem trabalhar de forma independente, construindo um negócio com baixos custos iniciais e de manutenção.

Atualmente, a venda direta é uma alternativa para o emprego convencional, podendo ser fonte de renda principal para pessoas que não conseguem recolocação no mercado de trabalho ou ainda uma complementação de renda, pois neste tipo de trabalho, os horários são flexíveis. Mas quanto maior o esforço, maior a probabilidade de alcançar os resultados (MELO, 2017).

Existem algumas modalidades de venda direta. As principais são a “*door to door*” (porta a porta), catálogo, “*party plan*” (evento social) e internet/redes sociais. A primeira é a mais tradicional, onde o revendedor vai a casa ou local de trabalho do cliente demonstrar seus produtos ou serviços, com o objetivo de realizar a venda de tais. A segunda, o revendedor deixa um catálogo de seus produtos com potenciais clientes para que estes tenham maior tempo de analisar e selecionar os produtos e serviços que mais lhe interessam e assim realizar o pedido direto com o revendedor. Na terceira modalidade, o revendedor promove a demonstração de seu produto ou serviço para várias pessoas ao mesmo tempo na casa de um consumidor em potencial. A última modalidade é a que mais tem crescido e permitido atingir um maior número de clientes. Através de redes sociais e aplicativos é possível distribuir catálogos eletrônicos, sanar dúvidas, compartilhar experiências e ainda realizar a venda (ABEVD, 2018c).

Nas vendas diretas, existem duas formas de o revendedor lucrar. O multinível, que é a comercialização de bens, produtos, serviços e pela troca de informações. Seus distribuidores são independentes e podem consumir os produtos, revende-los e ainda recrutar novos consultores independentes ganhando bonificações por todos esses métodos, que é diferente do mononível, onde seus consultores ganham comissões apenas com a venda de produtos com uma margem de lucro de média de 30% (SOUZA, 2017).

Figura 1: Diferença entre marketing mononível e multinível



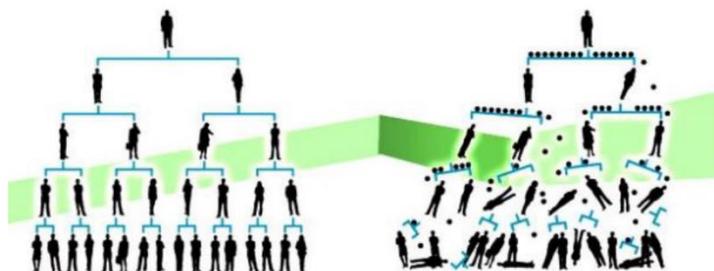
Fonte: ABEVD (2018)

O marketing multinível, também conhecido como *network marketing* está relacionado com vendas diretas pois os produtos saem direto da fábrica para o consumidor final e com isso elimina-se os intermediários, como atacadistas e varejistas, reduzindo os custos operacionais, melhorando os produtos, reduzindo preços e remunerando melhor seus distribuidores (SOUZA e CAPDEVILLE, 2014).

Já as pirâmides financeiras são ilegais e o retorno financeiro depende basicamente do recrutamento de novas pessoas para o esquema (OLIVEIRA, 2016). Prometem retorno rápido do investimento, com o mínimo de esforço e na maioria dos casos não há comercialização de produtos ou quando existe não é uma comercialização viável (MELO, 2017).

O método mais comum de formação de uma pirâmide começa com um recrutador, que está no topo da pirâmide. Essa pessoa recruta mais uma, que deve “investir” no esquema, pagando ao primeiro recrutador um montante. A fim de ter seu dinheiro de volta, a segunda pessoa recruta outras pessoas, que também deverão investir, obtendo, assim, lucro, com pequeno investimento. O esquema continua até que não se consiga mais recrutas e se torna insustentável (BITTENCOURT, 2015).

Figura 2: Pirâmide Financeira



Fonte: FREITAS, 2017 apud BERGO, 2015

3. MARKETING MULTINÍVEL X PIRÂMIDE FINANCEIRA

Por serem estruturadas de forma piramidal, o marketing multinível e a pirâmide financeira são comumente confundidos. Essa confusão também se dá, pois, a pirâmide financeira se “disfarça” de marketing multinível utilizando o sistema de recrutamento de novos membros para o negócio.

O sistema de marketing multinível são estruturados para vender produtos que realmente poderão ser usados pelo consumidor, e a compensação dos revendedores é feita, principalmente, pela venda efetiva dos produtos e serviços e não apenas do recrutamento de novos integrantes. As pirâmides financeiras, tem por finalidade apenas o recrutamento de novos participantes (CVM, 2013).

Para que a pessoa que esteja interessada em ingressar ou consumir produtos de uma empresa que se apresenta como de marketing multinível e queira diferenciar de pirâmide financeira, existem alguns pontos a serem analisados (CVM, 2013):

- Verificar se a empresa se encontra associada a Associação Brasileira de Vendas Diretas (ABEVD) ou em caso de empresas internacionais, na *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA);
- Exigência de um alto valor para adesão, especialmente se comparado com o custo do produto, sem ter, por exemplo, um kit de produtos de revenda para se ter retorno do investimento inicial, reduzindo risco de prejuízo financeiro (BITTENCOURT, 2015);
- O trabalho do revendedor não está ligado ao seu esforço de vendas de produtos. Suas atividades não fazem muito sentido para venda, não tem valor econômico ou poderia ser substituída por programas de computador;
- Há promessa de ganhos altos, com retorno de investimento rápido e sem esforço de vendas do participante. Em empresas de marketing multinível, a remuneração é baseada basicamente na venda de produtos (BITTENCOURT, 2015);
- Empresas sérias de marketing multinível possuem CNPJ, sede física e normalmente possuem fábrica própria para a produção de seus produtos (BITTENCOURT, 2015).

Então, para aqueles que tem interesse em trabalhar em vendas diretas, é recomendável buscar por empresas que distribuam produtos e serviços reais e que sejam demandados pelo mercado, e que a remuneração seja baseada principalmente em vendas (CVM, 2013). E para os que

desejam comprar um produto ou serviço de um revendedor direto, é importante verificar se o revendedor está credenciado pela empresa que representa (ABEVD, 2018f).

Além dos pontos analisados acima, a *Direct Selling News* ou DSN Global 100 é responsável por anunciar o ranking com as 100 maiores empresas de vendas diretas no mundo. O quadro abaixo estão as 10 empresas escolhidas em 2017.

Quadro 1: Ranking das 10 empresas com maior representatividade nas vendas em 2016

Ranking	Empresa	Receita no último ano
1	Amway	\$8.80 bilhões
2	Avon	\$5.70 bilhões
3	Herbalife	\$4.50 bilhões
4	Vorwerk	\$4.20 bilhões
5	Mary Kay	\$3.50 bilhões
6	Infinitus	\$3.41 bilhões
7	Perfect	\$3.06 bilhões
8	Quanjian	\$2.89 bilhões
9	Natura	\$2.26 bilhões
10	Tupperware	\$2.21 bilhões

Fonte: Adaptado de ABEVD (2017)

Pelo 5º ano consecutivo, a *Amway* é listada como a maior empresa do mundo. Dentre as top 10, além da *Amway*, destaca-se as empresas *Avon*, *Herbalife*, *Vorwerk (Jafra)*, *Mary Kay*, a brasileira *Natura* e *Tupperware* – todas com operação no Brasil.

O setor de vendas diretas, de acordo com a WFDSA (2017) obteve um faturamento real de US\$ 182,6 bilhões de dólares em 2016. Já no Brasil, a ABEVD (2018a), divulgou em seu relatório anual que em 2017 foram comercializados mais de 1,9 milhões de itens por venda direta no Brasil, que geraram um volume de negócios de R\$ 45,2 bilhões, valor que representa 8% do PIB da indústria de transformações. 4,1 milhões de empreendedores atuam como revendedores diretos das empresas, seja em modelo de marketing multinível ou mononível. Com números impressionantes, este setor tem atraído novas empresas para o seguimento chamando atenção também de oportunistas, que veem nesse crescimento a chance de “disfarçar” seu negócio de pirâmide financeira, lesando pessoas que buscam uma oportunidade de empreender.

Resumidamente, o quadro abaixo apresenta as principais diferenças entre marketing multinível e pirâmide financeira de acordo com a ABEVD.

Quadro 2: Marketing multinível x Pirâmide financeira



MARKETING MULTINÍVEL

- Vende produtos e serviços
- Ganho proporcional ao esforço
- Continuidade (e hereditariedade)
- Gera e recolhe impostos
- Tem garantia de devolução ou de desistência do negócio
- Forte investimento em treinamento
- São associadas à ABEVD e à WFDSA ([World Federation of Direct Selling Associations](#)) e cumprem o Código de Ética
- Presente em mais de 100 países



PIRÂMIDE

- Não vende nada ou mascara a inexistência de produtos ou serviços cobrando por eles valores muito acima daqueles praticados no mercado
- O primeiro a entrar é o que mais ganha
- Não há continuidade
- Nem sempre há pagamento de impostos e emissão de notas fiscais
- Nem sempre há garantia de devolução ou possibilidade de desistir do negócio
- Foco no desconhecido e apenas no enriquecimento rápido e fácil (não há treinamento)
- Esquema ilegal que não cumpre o Código de Ética de associações do setor
- Podem ser enquadrados em crimes de estelionato, crime contra a economia popular, evasão de divisas entre outros

Fonte: ABEVD (2018)

Legalização do marketing multinível

A história da regularização do marketing multinível começa em 1975, nos Estados Unidos, quando a *Amway*, foi acusada pela *Federal Trade Commission* (Comissão de Comércio Americano) de operar uma pirâmide financeira.

Após 4 anos de discussão, foi homologada a decisão de número 93.618 também conhecida como Regulamento da Amway, que reconhecia o marketing multinível como uma atividade legal. Para que esse processo não se repetisse, foi criada a *World Federation of Direct Selling Association* (WFDSA – Federação Mundial das Associações de Venda Direta) em 1978, visando estabelecer diretrizes e códigos de conduta para legitimar as vendas diretas através do marketing multinível e proteger consumidores e profissionais de venda direta (MELO, 2017). Em 1980, empresas brasileiras que atuavam no setor de vendas diretas deram origem a Associação Brasileira de Vendas Diretas (ABEVD), que passou a adotar os padrões de legitimidade e códigos de éticas da WFDSA, tornando-se membro desta.

Não existem leis específicas que regulamentem o modelo de vendas diretas no Brasil, há apenas o código de ética da ABEVD, porém existem projetos de lei que tramitam na Câmara dos deputados e que visam regulamentar o marketing multinível no Brasil. Um deles é o projeto de lei 6667/2013 de autoria do Deputado Federal Acelino de Freitas (Popó), que além de regulamentar o marketing de rede, estabelece normas de proteção aos empreendedores deste sistema e traz segurança jurídica para as empresas que atuam neste seguimento (SOUZA; CAPDEVILLE, 2014).

No Brasil a pirâmide financeira é proibida. De acordo com a lei 1.521 de 1951 aponta que é crime com punição de 6 meses a 2 anos de detenção para qualquer pessoa que “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)” (BRASIL, 2016).

Um dos casos mais famosos de pirâmide financeira no Brasil foi o do “Boi Gordo”, que era um investimento em bovinos e prometia retorno deste investimento mais o lucro no período de 18 meses (PEREIRA; MAIA, 2014). Outro famoso caso foi o da TelexFree, que prometia alto retorno financeiro para quem publicasse anúncios e trouxesse novos clientes. Operou inclusive no Brasil, e vendia ligações telefônicas via internet.

Existe ainda o “Esquema de Ponzi” que também é um esquema fraudulento e se assemelha à pirâmide. Este esquema envolve recrutamento contínuo, mas os organizadores do esquema arrecadam investimentos de novos participantes (com a promessa de retorno rápido e sem risco), e utilizam para pagar os investidores mais antigos (BITTENCOURT, 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a lenta recuperação da economia do país, muitas pessoas têm procurado outras fontes de renda para conseguir se sustentar. Vender produtos na rua ou internet, trabalho freelancer são algumas opções para isso. Mas uma forma de conseguir renda extra que vêm ganhando força no país é o marketing multinível. Com baixo investimento inicial, o marketing multinível depende basicamente da dedicação do empreendedor. Destaca-se por diversificar a fonte de renda das pessoas, ser um trabalho formal e pode se tornar a principal ocupação do empreendedor.

No Brasil, não existem leis específicas para o marketing multinível, mas isso não quer dizer que seja um negócio ilegal. A ABEVD foi criada para regulamentar esta prática e é membro da WFDSA, organização internacional que reúne as associações internacionais de venda direta no mundo. Todas as empresas associadas a ABEVD seguem seu Código de Ética em relação a conduta dos vendedores, empresas e consumidores. A ABEVD dispõe em seu site uma lista com todas as empresas de vendas diretas associadas no Brasil, além de seu Código de Ética.

De acordo com o relatório anual da WFDSA (2017), o Brasil ocupa a 6ª colocação no ranking mundial de vendas diretas em 2016, atrás de Japão, Alemanha, Coreia do Sul, China e Estados Unidos. É um mercado que têm crescido ao longo dos anos e com isso também têm crescido as promessas de ganho dinheiro e fácil através das pirâmides financeiras. Por isso é muito importante pesquisar sobre a empresa para saber se o negócio é viável e legal, antes de se associar.

BIBLIOGRAFIA

ABEVD – Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **Dados e informações.** Disponível em: < <http://abevd.org.br/noticias-e-informacoes/dados-e-informacoes/>>. Acesso em: 26 jun. 2018a

_____. Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **História da venda direta.** Disponível em: <<http://abevd.org.br/vendas-diretas/historia-da-venda-direta/>>. Acesso em: 27 ago. 2018b

_____. Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **Modalidades de venda direta.** Disponível em: < <http://abevd.org.br/vendas-diretas/modalidades/>>. Acesso em: 19 jun. 2018c

_____. Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **O que é venda direta?** Disponível em: <<http://abevd.org.br/vendas-diretas/o-que-e/>>. Acesso em: 19 jun. 2018d

_____. Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **O que é o marketing multinível?** Disponível em: < <http://abevd.org.br/vendas-diretas/marketing-multinivel/>>. Acesso em: 25 jun. 2018e

_____. Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta. **Quem somos.** Disponível em: < <http://abevd.org.br/sobre-abevd/quem-somos/>>. Acesso em: 28 jun. 2018f

BITTENCOURT, M. B.. **Marketing Multinível e sua legalidade.** 2015. 37f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Direito). Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2015.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº. 1.521, de 26 de dezembro de 1951. Altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular.** Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l1521.htm>. Acesso em: 03 jun. 2018

CVM – Comissão de valores imobiliários. Boletim de Proteção do Consumidor Investidor. **Marketing Multinível e Pirâmides Financeiras**. 17 set. 2013. Disponível em: <<http://www.justica.gov.br/news/boletim-explica-a-diferenca-entre-piramide-financeira-e-marketing-multinivel/boletimconsumidorinvestidor-6.pdf>>. Acesso em: 19 jun. 2018

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 27 abril 2018. **Desemprego volta a crescer no primeiro trimestre de 2018**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20995-desemprego-volta-a-crescer-no-primeiro-trimestre-de-2018.html>>. Acesso em: 02 ago. 2018

MELO, C. R. R. de. **Network Marketing no Brasil – Definição e Impactos na Economia entre 2013 e 2016**. 2017. 58f. Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas. Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal, 2017.

OLIVEIRA, L. F. V. **Marketing de rede no Brasil: aspectos positivos e negativos**, 2016. 37 f. Trabalho de Curso (TC) em Administração. Centro Universitário de Brasília – UNICEUB, Brasília, 2016.

PEREIRA, A.; MAIA, V. H. L. **Marketing multinível versus pirâmide financeira: um estudo de caso no Brasil**. 2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/31318/marketing-multinivel-versus-piramide-financeira-um-estudo-de-caso-no-brasil>>. Acesso em: 15 jun. 2018

SOUZA, J. M. de, CAPDEVILLE, A. **Marketing Multinível**. 2014. Disponível em: <<http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/view/406>> Acesso em: 03 jun. 2018

SOUZA, M. C. da S. **Marketing de Rede: Uma oportunidade de negócio**. 2017. 62f. Monografia em Comunicação Social. Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

WFDSA – World Federation of Direct Selling Associations. **Annual Report**. 2017. Disponível em: <https://wfdsa.org/download/advocacy/annual_report/WFDSA-Annual-Report-2017.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2018