

A INSUSTENTÁVEL PIRÂMIDE FINANCEIRA E SUA TENTATIVA DE CAMUFLAGEM COMO MARKETING MULTINÍVEL

WATANABE, Kelli Vergara¹; OLIVEIRA, Tatiana Afonso²; NETO, Dary Pretto³

¹Acadêmica do curso de Administração (UFPEl) – kelli.watanabe@hotmail.com

²Acadêmica do curso de Direito (UFPEl) – tatianaafonsooliveira@gmail.com

³Docente da Faculdade de Administração e Turismo (UFPEl) – darypretto@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Mais antiga do que a denominação que tenta passar atualmente, as chamadas “pirâmides financeiras” já tinham ocorrência no início do século XX. Conforme DUDA (2013) essas ocorrências tinham uma diferença significativa comparada com agora, as pirâmides atuais são camufladas em forma de empresa, contando com todos os atributos pertinentes a esta, até mesmo CNPJ.

A pirâmide financeira tem a proposta de “dinheiro fácil”, na qual o novo participante paga uma espécie de investimento inicial e recebe a promessa de retorno do que investiu e ainda lucro sobre isso. Além disso, precisa oferecer o investimento a outras pessoas, que investirão e oferecerão a outras. O lucro dos participantes mais antigos vem dos novos e o dinheiro vai sendo repassado na forma de pirâmide, onde a base são os novos investidores e o topo são os fundadores do “negócio”.

De acordo com o Ministério da Fazenda, essa prática é considerada um crime contra a economia popular, caracterizado no inciso IX, art. 2º da Lei 1521/51: “obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações ou processos fraudulentos”. A pena varia de seis meses a dois anos de prisão e multa, mas muitas vezes acaba sendo convertida em prestação de serviços comunitários ou pagamento de cestas básicas.

O esquema, frequentemente, tenta passar a imagem de alguma forma legalmente aceitável de negócio, como é o caso do Marketing Multinível –MMN - (ou Marketing de Rede/Relacionamento). Porém, diferentemente da Pirâmide Financeira, o Marketing Multinível possui um produto ou serviço real, que vai sendo indicado a outras pessoas e o indicador recebe benefícios por isso (COSTA, 2001).

Recentemente, algumas empresas vêm sendo acusadas e julgadas pelo Ministério Público, por praticarem a Pirâmide Financeira, normalmente elas alegam praticarem o MMN, porém, há algumas diferenças claramente expressivas entre esses dois. Segundo URQUIZA (2013) “O limite entre o lícito e o ilícito é muito estreito e cada caso tem que ser analisado unicamente”.

O objetivo principal do presente artigo é elucidar a Pirâmide Financeira e demonstrar algumas diferenças desta com o MMN. Justifica-se na tentativa de esclarecer e prevenir possíveis “investidores” a tomar cuidado no que tange esse crime.

2. METODOLOGIA

A metodologia adotada na elaboração do presente trabalho foi a análise de materiais advindos de livros, dissertação e, principalmente, sites, pois se tratando de um assunto com muitas notícias atuais, é o meio mais propício e rico de materiais. Classificando-se, assim, no que se trata de procedimento técnico, como pesquisa bibliográfica, que segundo GIL (2002, pg. 44) é quando a pesquisa é elaborada a

partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No final do mês de agosto de 2013, o Ministério Público fechou o mês investigando 80 empresas por suspeita de praticar Pirâmide Financeira – PF- (EXAME, 2013). Muitas delas alegam praticar o MMN. Porém, as diferenças entre essas duas modalidades, apesar de dificilmente observáveis, são grandes.

Inicialmente, o MMN é legal e bonifica seus comerciantes por atrair novos comerciantes, mas não existe só com a entrada de novos integrantes, esse aspecto só fortalece o negócio, não depende dele. Já a PF se mantém enquanto houver pessoas dispostas a entrar nela, mas como a população é finita, quando não há mais investidores a pirâmide quebra.

No que tange a viabilidade do produto, diferentemente da PF, o MMN trabalha com um produto viável, com preço competitivo ou utilidade comercial atraente, a PF nem sempre tem um produto, e quando tem, nunca é viável, geralmente são produtos sem serventia ou com preço muito superior aos da concorrência, pois sua real finalidade não é praticar comércio comum.

A empresa que utiliza o MMN garante a recompra dos produtos que não foram revendidos, isso faz com que não haja acúmulo de estoques de produtos e nem que os revendedores fiquem prejudicados quando não conseguem a venda. Porém, na PF não há nenhuma garantia, então, se o “revendedor” não conseguir a venda, é ele e os demais últimos integrantes que ficam com prejuízo. Vale ressaltar, também, que quem sai mais prejudicado são os últimos integrantes, mas na verdade todos perdem quando o elo vai se rompendo.

Quanto ao consumidor final, na PF não há um consumidor final, o consumo se dá apenas por seus próprios revendedores, já no MMN, o comerciante deve provar que conseguiu revender para o consumidor final, e quando há esta prova, recebe recompensa. Essa recompensa varia conforme o desempenho de venda do revendedor (POMAR, 2012).

Um dos aspectos mais observáveis e identificadores desses dois modelos estão na propaganda e no lucro. No MMN, a empresa faz mais propaganda dos produtos em si, já na PF, a propaganda se dá em cima dos possíveis lucros que o comerciante pode obter ao entrar no programa. Com o uso das redes sociais, é frequente a aparição de propagandas como: “Descubra como ganhar dinheiro com quem já ganha”, “Ganhe dinheiro sem sair de casa”, “Ganhe dinheiro sem trabalhar”, e por aí vai.

Segundo SANIELE (2013), são “promessas de investimento baixo, com retorno alto, sem necessidade de venda de produtos, com lucro proveniente da indicação de pessoas para fazer parte do grupo”. Conforme ARAÚJO JUNIOR, advogado e presidente da Comissão de Direito do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB):

A história do dinheiro fácil em curto espaço de tempo não existe, é o 'negócio da China' que não é real. Toda vez que aparece uma proposta de enriquecimento muito rápido é preciso desconfiar. Eventualmente, haverá uma ruptura desse processo e o prejuízo vai existir. (2013, apud SANIELLE, 2013).

Analisando a opinião de dois educadores financeiros, ambos têm opiniões bem adversas. De acordo com DOMINGOS (2013, apud ORDONES, 2013) “o motivo de tanto esquema de pirâmide financeira é a falta de fiscalização”, para ele, se as práticas ilegais de pirâmides fossem fiscalizadas pelos órgãos responsáveis não teriam tantas empresas praticantes, além disso, ações preventivas também minimizariam o golpe.

Já para MODERNELO (2013, apud ORDONES, 2013) essas práticas são alimentadas pela ganância e ambição dos seres humanos. Para ele, um em cada dez ganha dinheiro com o esquema, e o que ganha é quem vai ter problemas com a polícia. Salienta, também, que em mercado nenhum uma pessoa ganha dinheiro fácil sem que outra perca, e quem perde, normalmente, é o mais ingênuo ou que está desesperado. Há casos que a pessoa se empolga com a propaganda, vende seus bens e acaba perdendo tudo, além de contrair dívidas.

4. CONCLUSÕES

Antes de arriscar-se investindo em negócios que pareçam muito fáceis, é imprescindível procurar o máximo possível de informações sobre a empresa que oferece o serviço, pois quando se entra em um negócio ilegal, mesmo sem intenção, alimenta-se a prática. Se uma empresa oferece dinheiro fácil sem nenhum produto que agregue valor, certamente se trata de pirâmide financeira.

É possível observar que, no Brasil, está havendo uma evolução na fiscalização de empresas suspeitas de cometer esse crime. Certamente, essa evolução se dá devido ao fato de ter tido alguns casos reconhecidos como crime, o que trouxe à tona a investigação de muitas outras empresas.

Paralelamente a isso, fica evidente que ainda falta muita fiscalização perante a pirâmide financeira. Também existe muita confusão entre ela e o marketing multinível, o que complica consideravelmente o julgamento destes dois modelos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Liliana Alves. **O sistema de Marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica**. 2001. Dissertação (Mestrado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

DUDA, Marcos. **Pirâmide Financeira X Marketing Multinível**. Acessado em 28 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://www.marcosduda.com.br/marketing-multinivel-piramide-financeira/>>

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. 4 ed.

POMAR, Beatriz. **Marketing de Rede não é diferente dos outros negócios**. Acessado em: 06 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://omarketingderede.blogspot.com.br/>>

SANIELE, Bruna. **Confira como funciona uma pirâmide financeira e evite o golpe**. Acessado em 09 de setembro de 2013. Disponível em:

<http://economia.terra.com.br/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201307261030_TRR_82378613>

URQUIZA, Sylvia. **Caso Telexfree: marketing multinível não é pirâmide financeira.** Acessado em 29 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/infomoney/2013/07/04/marketing-multinivel-nao-e-piramide-financeira-diz-especialista-entenda.htm>>

ORDONES, Arthur. **Entenda o que é pirâmide financeira e relembre casos famosos.** Acessado em 09 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/onde-investir/fundos-de-investimento/noticia/2702775/entenda-que-piramide-financeira-relembre-casos-famosos>>