

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

REQUERIMENTO Nº , DE 2013 (Do Sr. Sandro Alex)

Requer a realização de reunião de Audiência Pública para discutir a necessidade de regulação do marketing multinível.

Senhor Presidente,

Nos termos do Art. 255 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados requeremos ao Senhor Presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI, que realize reunião de Audiência Pública destinada a discutir **marketing multinível (MMN)**, também conhecido como *marketing de rede*, forma de marketing que movimenta bens ou serviços do fabricante para o consumidor por meio de uma “rede” de contratantes independentes. No entanto, suspeita-se que, atualmente, esse modelo comercial de distribuição de bens ou serviços em que os ganhos podem advir da venda efetiva dos produtos ou do recrutamento de novos vendedores, venha se confundindo com o chamado “esquema em pirâmide”, causando frustração e prejuízo a milhares de brasileiros.

Para tanto, propomos sejam ouvidos os seguintes convidados:

- Senhor **LEANDRO DAIELLO COIMBRA**, Diretor da Polícia Federal;
- Senhor **VIRGÍLIO AUGUSTO FERNANDES ALMEIDA**, Coordenador do Comitê-Gestor da Internet no Brasil – CGI;
- Senhor **RENATO ÓPICE BLUM**, advogado especializado em direito eletrônico e digital;
- Senhor **ANTÔNIO CARLOS FONSECA DA SILVA**, coordenador da 3^a Câmara de Coordenação e Revisão (Consumidor e Ordem Econômica) do Ministério Público Federal;
- Senhora **LUCILENE SILVA PRADO**, Diretora Presidente da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas – ABEVD.

JUSTIFICAÇÃO

O **marketing multinível (MMN)** é geralmente usado por uma empresa (fabricante, importadora, distribuidora) de produtos ou serviços que utiliza a Internet para vendas no mercado. Nesse sistema, o crescimento da base de clientes é limitado pela quantidade do pessoal de vendas e, para aumentar a

sua presença no mercado, a empresa solicita aos seus vendedores que recomendem pessoas interessadas também em trabalhar em vendas. É oferecido, como incentivo, um prêmio para cada recomendação sob a forma de uma comissão sobre as vendas de cada um dos indicados, de forma a incentivar a busca por bons profissionais. Se os indicados também recomendarem outros, é iniciado o processo de formação da rede de vendedores. Os vendedores assumem uma postura empreendedora e independente, controlando suas próprias redes e negócios, mas ainda vendendo os produtos do fabricante original.

No entanto, o sistema de **marketing multinível** está sujeito a muitos questionamentos sob o fundamento de que muitas empresas, na verdade, atuam como verdadeiras “pirâmides”. São empresas de caráter duvidoso que se aproveitam da ingenuidade de parte da população e constroem discursos de lucros altos com pouco trabalho e retorno rápido. Assim que se comprova que as afirmações de dinheiro fácil são enganosas, os “distribuidores” que aderiram ao sistema percebem que o negócio não funciona como prometido. Em alguns casos, o investimento de grandes quantias de dinheiro e tempo naquele negócio traz enormes prejuízos.

Um esquema em pirâmide é um modelo comercial não sustentável que envolve basicamente a permuta de dinheiro pelo recrutamento de outras pessoas para o esquema, sem que qualquer produto ou serviço seja entregue. No sistema de **marketing multinível**, a maior parte dos rendimentos é oriunda da venda dos produtos, enquanto que no sistema de pirâmide, os lucros vêm, apenas, do recrutamento de novos vendedores.

Assim, considerando as inúmeras denúncias recentes de abusos praticados no âmbito do **marketing multinível**, entre os quais o mais emblemático foi o prejuízo causado aos incautos pela Telexfree, cuja razão social é Ympactus Comercial, solicito o apoio dos ilustres pares na aprovação deste requerimento.

Sala da Comissão, em 11 de agosto de 2013.

Deputado Sandro Alex
PPS/PR