



Tudo novo com plano generoso. Página 2



Novo MMN feminino by Nadir Barreto. Página 6

# LOUCOS POR MARKETING 17 ANOS

INFORMATIVO DE MARKETING MULTINÍVEL – ANO XVII – Nº 121 – FEVEREIRO/MARÇO/2026

Acesse nosso site: [www.jornalloucospormarketing.com.br](http://www.jornalloucospormarketing.com.br)

“ATÉ AQUI NOS AJUDOU O SENHOR”

## Como foi 2025

Convidamos o consultor de marketing e executivo de sucesso Nilson Lima para fazer uma análise do MMN no ano que passou. Com seu olhar apurado, ele selecionou os fatos mais relevantes apontando tendências.



Páginas 10 a 12

### ESPECIAL

#### O BEIJO DA MORTE NO MULTINÍVEL



Publicado originalmente no site Business For Home, este artigo impactante do Coach e Treinador Todd Falcone girou o mundo traduzido em muitos idiomas. Pela primeira vez em português, leitura obrigatória para líderes de rede.

Páginas 13 e 14

### MUNDO OZONTECK

Página 4



Diamante Emmanuel Amoêdo



Jaspe Marcos Calheiros



Jaspe Rogério André

### PANORAMA MULTINÍVEL



Rodolfo Gasparian, em Multinível Digital. Página 8



Prife compra cobertura em SP. Página 9



Stanley Ferreira retorna com Nutriteev. Página 5

Chinesa Tiens retornará ao Brasil. Página 5



Zyone entra na ABEVD. Página 5

Ganoexcel conquista Márcio Estrela. Página 7



## Conheça a TIMOL 2026

Com o plano de marketing mais generoso do mercado.

O único que oferece Ganhos Fixos e pagando Binário até o infinito



# A

Timol é uma indústria consolidada com mais de 20 anos, com o famoso Sylocimol, um poderoso magnetizador de água, e grande mix de outros produtos (veja box abaixo).

### UNILEVEL E BINÁRIO TURBINADOS

Unico com Unilevel e Binário sobre produtos

\* Único binário que paga até o infinito

\* Único binário de produtos, inédito no Brasil

### MIX DE PRODUTOS NA TIMOL 2026

Saúde, cuidados pessoais e o filtro HiPer Miner, que fornece água sem agrotóxicos



### CONHEÇA A TIMOL 2026

Fale com o Diretor Gustavo Brandão através do whatsapp (11) 9.6077-6010

# Índice

HALL DA FAMA	PÁGINA 3	EMPRESÁRIOS DE DESTAQUE EM JANEIRO	CAPA	PÁGINAS 10 a 12	2025 — COMO FOI? O Marketing Multinível (MMN) no Brasil Por Nilson Lima
MUNDO MLM	PÁGINAS 3, 5, 7, 9, 14		MULTINÍVEL DIGITAL	PÁGINA 8	Quem não usar IA no multinível vai desaparecer (e mais rápido do que imagina) Rodolfo Gasparian
LPM EMPRESAS	PÁGINAS 2, 6	 	ARTIGO	PÁGINAS 13/14	O Beijo da Morte no Marketing de Rede Por Todd Falcone
MUNDO OZONTECK	PÁGINA 4	Diamante Emmanuel Amoêdo Jaspe Marcos Calheiros Jaspe Rogério André	FATOS & FOTOS	PÁGINAS 15/16	Turnê do Coach-Investidor Nilson Bonfim Palestra "A Fórmula Milionária" – Parte 2

# Hall da Fama

## EMPRESÁRIOS DE DESTAQUE EM JANEIRO

### Empresas em fase de lançamento



ADILTON ARAÚJO  
Café Braço Forte



MARCELO SERAKIDES  
Orayon



NADIR BARRETO  
Woman Changing Lives



STANLEY FERREIRA  
Nutriteev

## Mundo MLM em Notícias

# Conhecendo a Glowy, by Júlio Guerrero

## Empresa está completando 2 anos



O Pres. da Glowy Life Júlio Guerrero (à direita na foto maior) fez em janeiro um Road Tour no Nordeste, promovendo seus produtos Premium para saúde, com excelente receptividade junto às lideranças.

Ele conta o que mais impressionou as lideranças: os depoimentos, como forte prova social.

Guerrero os chama de super-produtos por três fatores:

- 1 - Mais ativos
- 2 - Mais quantidade dos ativos,
- 3 - Mais efeitos.



### Gentil

Gentilmente Guerrero convidou o editor para almoço em restaurante italiano chic de Recife, o Cecília. À mesa também os top-líderes da Glowy Life no Nordeste Clay Azevedo e Joelma Bezerra (foto).

**Júlio Guerrero atende para mais informações sobre a Glowy Life através do whatsapp (16)9.8233-0003.**



## O Cruzeiro Corporativo 2025 O Diamante Emmanuel Amoêdo foi nosso “repórter a bordo” do cruzeiro 2025 e conta:



Em 08/12/2025 a Ozontek realizou um cruzeiro corporativo de 4 dias e 3 noites pela costa brasileira, reunindo 332 pessoas em uma experiência que simboliza mais do que uma viagem: um modelo de cres-

cimento estruturado, organizado, sustentável e consolidado.

O encontro no mar representou um momento de alinhamento estratégico, integração e celebração de resultados, reforçando a capa-

cidade da empresa em transformar metas empresariais em experiências concretas para sua rede.

Cada detalhe refletiu planejamento, escala e visão de longo prazo – pilares essenciais de uma organização que ocupa hoje posição de destaque no cenário nacional e internacional.

Mais do que um marco pontual, o cruzeiro consolidou uma trajetória de expansão contínua. Prova disso é que o próximo cruzeiro de 2026 já conta com mais de 600 pessoas garantidas, evidenciando a confiança, o engajamento e a solidez do projeto



empresarial que a Ozontek vem construindo.

O que foi vivido em 2025 não encerra um ciclo. Estabelece um novo padrão de crescimento.

## Novo Jaspe Marcos Calheiros

O ano terminou com mais um novo graduado a Jaspe (equivalente a Duplo Diamante) Marcos Calheiros, de Aracaju. Ele sempre foi liderança destacada no Nordeste nas

empresas por onde passou.

Calheiros é líder pioneiro da Ozontek no estado de Sergipe e disse em depoimento: “Transformar metas em resultados é nosso lema na Ozontek.”

O Jaspe é uma conquista surreal. Obrigado a toda a nossa rede, ao nosso corporativo e ao nosso Presidente Max Brazuka.

Obrigado a todos que fazem parte dessa história.”



## Recife agora tem Distribuidora-Master Com o Jaspe Rogério André

A primeira novidade de 2026 no mundo Ozontek é a Distribuidora-Master em Recife, para abastecer os CD's de Pernambuco e estados vizinhos. O administrador é o Jaspe Rogério André, pin equivalente a Duplo Diamante, que já tinha um CD na cidade. Ele integra a linha de frente da nº1 Dream Red Neide Morini.

### Expandindo

Estivemos na nova Mas-

ter Ozontek (foto) e o Jaspe Rogério André nos contou em depoimento:

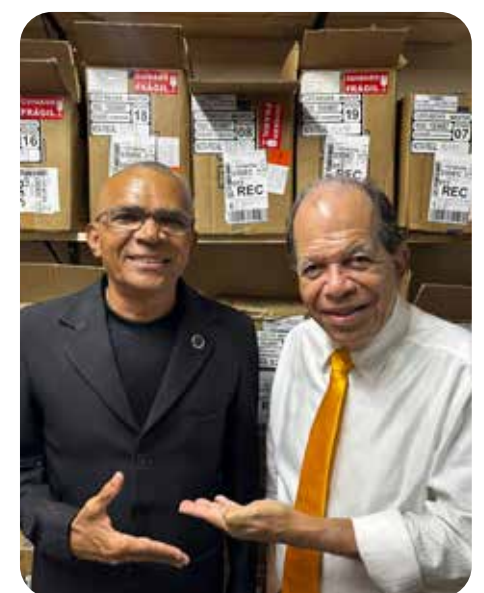
“A Master é uma filial direta da fábrica, um projeto estratégico que nasce com um investimento superior a R\$1 milhão. Como gestor meu compromisso é apoiar, capacitar e impulsionar os empreendedores locais, criando um ambiente onde sonhos se tornam negócios e negócios se transformam em histórias de sucesso.”

### Experiente

E continuou Rogério André:

“Tenho mais de 25 anos no MMN e minha carreira foi construída com trabalho, resiliência e convicção de que o multinível transforma vidas.

Ser Jaspe na Ozontek, pin equivalente a Duplo Diamante, para mim representa muito mais do que um título: é o reconhecimento de uma história construída com



propósito, ética e liderança”-concluiu ele.

# Mundo MLM em Notícias

## LANÇAMENTO

### Stanley Ferreira de volta ao Brasil Empresa americana com produtos israelenses



A saudade apertou e o famoso top-líder Stanley Ferreira (fotos) está de volta

depois de bem sucedida carreira em países como EUA, Canadá e ultimamente Portugal.

Stanley está trazendo ao Brasil a Nutriteev, sediada em Miami, com suplementos Premium fabricados em Israel unindo Saúde, Inovação e Oportunidade de Negócio.

#### Novidade

Os produtos de saúde Nutriteev inovam a partir da apresentação. Nada de potes nem bisnagas, os produtos vêm no formato de gomas mastigáveis, uma novidade no MMN brasileiro.

#### Pioneiros

Para líderes que reconhecem oportunidades antes do mercado, o site da Nutriteev já está no ar:

<https://www.mynutriteev.com>.



Stanley Ferreira atende para mais informações através do whatsapp (15) 9.9704-2026.

### Zyone agora está na ABEVD Mentoria do Diretor Raul Oliveira



A Zyone - aquela pioneira dos perfumes árabes - começou 2026 com uma conquista histórica: sua afilia-

ção oficial à ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas). A entidade representa as principais empresas do setor no país e tem um rígido protocolo para o ingresso de novas empresas associadas, tendo a Zyone cumprido plenamente todos os requisitos exigidos.

#### Mentoria

Todo o processo de afiliação foi conduzido pelo Diretor de Operações Raul Oliveira (na foto com corpo jurídico), que disse:

“Estar na ABEVD é também um presente para nossa base. Eles merecem caminhar com uma marca reconhecida, validada e pronta para crescer ainda mais com integridade e visão de futuro.”



#### Fala Presidente

Conversamos com o Pres. da Zyone Sidney Schimidt que disse: “Fazer parte da ABEVD é um marco na história da Zyone. Isso comprova que estamos no caminho certo: construindo um modelo de negócio sólido, humano e responsável, que respeita as pessoas e entrega oportunidades reais” -concluiu Schimidt.

### Chinesa Tiens retorna ao Brasil



Quem diria, a chinesa Tiens anunciou seu retorno ao Brasil, reabrindo também na Argentina e Panamá. Quem está divulgando a nova operação tripla é a Tiens Equador em suas redes sociais. No início dos anos 2000 a Tiens foi forte no Brasil em especial no Rio de Janeiro e nas re-

giões Norte e Nordeste, mas posteriormente decidiu encerrar as atividades no país.

Curiosamente, na esteira do sucesso da Tiens veio a também chinesa Winalite com seus absorventes femininos, pois os donos das duas empresas são primos na China.

# LPMEMPRESAS

## ATENÇÃO MULHERES! **EM MARÇO, O PRIMEIRO MULTINÍVEL FEMININO BRASILEIRO.** Criado pela empresária Nadir Barreto

### **Sucesso no mundo capilar, WCL agora migrando para o MMN**



**E**m março vai chegar um MMN diferente, voltado exclusivamente ao público feminino, criando uma nova geração de mulheres empoderadas e bem sucedidas.

A empresária Nadir Barreto, de Barueri, SP, está lançando o seu tradicional WCL-Women Changing Lives no modelo multinível, inicialmente com linha de tratamento e cronograma capilar e gradativamente com tudo que se refere a saúde e beleza da mulher.

### **Origem**

**A**ntes de ser uma empresa, a WCL-Women Changing Lives é um movimento idealizado por Nadir Barreto que desperta mulheres a governarem a própria história.

Disse Nadir: **“Atuamos na expansão e renovação da mentalidade do empreendedorismo feminino, ativando identidade, fé e liderança.”**

### **Premiada**

**P**elo conjunto da obra, Nadir Barreto recebeu dois prêmios na ALESP – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, (foto) em reconhecimento à sua atuação no empreendedorismo cristão e no empoderamento feminino, ajudando mulheres a transformar suas vidas por meio da identidade, propósito e independência financeira.



**SEJA PIONEIRA!**  
**CONTATE A FUNDADORA NADIR BARRETO E SE POSICIONE NESTE PROJETO DE SUCESSO.**  
**Para as mulheres pioneiras, Nadir Barreto atende para mais informações**  
**através do whatsapp  (11)94727-1163.**

## Mundo MLM em Notícias

# Nunca houve fusão Like Brasil+Atlântica Descoberto autor do boato

Desde o final do ano passado circula nas redes sociais o boato de que a Like Brasil estaria sendo vendida à Atlântica Natural. Este boato ganhou força depois que uma líder desta última gravou áudio comentando como seria a tal fusão e a coisa viralizou.

### Fake news

Conversamos com o Diretor Nilson Lima (foto) da Like Brasil que negou o boato e fez uma revelação bombástica.

Contou que descobriu o autor do bo-

ato, um conhecido líder do eixo Rio-SP que deixou sua empresa e foi para a outra. Na tentativa de levar líderes da Like criou esta fake news e divulgou o texto para líderes da empresa.

Nilson Lima conta ainda que recebeu estes textos enviados a líderes e o jurídico da Like já foi acionado para serem tomadas as providências cabíveis

### Batata

Ou, em linguagem da gastronomia, a batata do autor da fake news já está assando.



# Super-Márcio Estrela na Ganoexcel Café com cogumelo ganoderma

O conhecido top-líder Márcio Estrela esteve em Bogotá, na Colômbia, com os maiores Diamantes da Ganoexcel na América Latina (foto maior). É de lá que está chegando ao Brasil a gigante da Malásia, presente em mais de 80 países, com seu famoso, nutritivo e delicioso Café com Ganoderma.

### Pioneiro

Márcio Estrela, de Salvador, está puxando a rede da Ganoexcel, como um dos mais fortes da operação brasileira. Disse ele: "Te convido a fazer parte da maior rede das Américas. Nossa linha ascendente está no topo dos negócios com pins de Royal e Corona, que são o penúltimo e o último nível. Fale conosco através do whatsapp (71)9.8744-5656.

### Estrela

Márcio Estrela tem bagagem. Está no MMN desde 2008 e sempre brilhou por



onde passou, em empresas como UP Essência, Bortoletto, You e Hinode, atingindo altos ganhos de seis dígitos.

Nas fotos menores, com placa da You e com o fundador Rex Maughan na revista da Forever Living em 2010.



## HISTÓRIA

# Quem Lembra da Polishop Multinível? Era o Polishop.com.vc

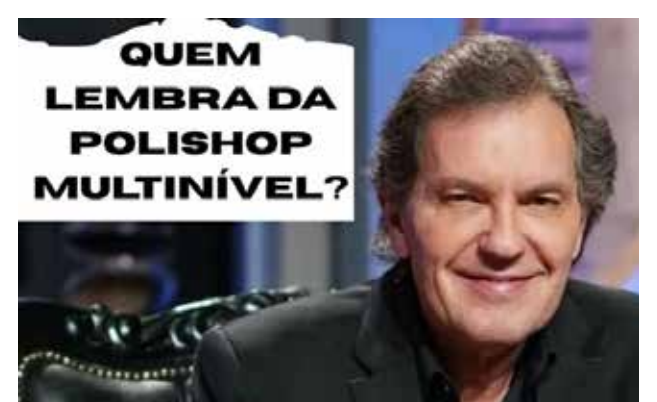
### História

O fundador da Polishop - que já teve um braço multinível - João Appolinário voltou às manchetes em janeiro com desdobramentos da situação do grupo, atualmente em recuperação judicial.

Ele teve penhorados dois imóveis e também o passaporte apreendido. Appolinário tinha viagem marcada para Miami, onde iria participar de uma feira.

O braço multinível tinha o nome de Polishop.com.vc e começou em 2011, quando Appolinário decidiu expandir os canais de venda.

Durante seu auge o Polishop.com.vc teve uma constelação de líderes famosos mas nunca ultrapassou 5% do faturamento total do Grupo Polishop.





# Quem não usar IA no multinível vai desaparecer (e mais rápido do que imagina)

## A IA não é tendência. É filtro natural de sobrevivência.

Durante anos, o marketing multinível sobreviveu apoiado em três pilares: relacionamento, discurso motivacional e repetição de processos manuais. Isso funcionou enquanto o mercado era menos competitivo, o consumidor mais paciente e a informação mais escassa.

## Esse cenário acabou.

A inteligência artificial não chegou para “inovar” o multinível. Ela chegou para **separar quem tem estrutura de quem vive no improviso**. E essa separação está acontecendo agora – silenciosamente.

## A IA deixou de ser inovação e virou fator de sobrevivência

Existe um erro comum no mercado: tratar a IA como algo opcional, sofisticado ou distante da realidade da venda direta. Isso é um equívoco perigoso.

A IA hoje ocupa o mesmo papel que o WhatsApp ocupou há alguns anos. Quem resistiu, ficou invisível. Quem adotou cedo, escalou.

Não se trata mais de “ganhar vantagem competitiva”. Trata-se de **continuar relevante**.

O distribuidor que depende exclusivamente de:

- atendimento manual,
  - respostas repetitivas,
  - prospecção aleatória,
  - e acompanhamento inconsistente,
- está competindo em clara desvantagem com quem já opera com sistemas inteligentes.

## O que já mudou silenciosamente no marketing multinível

A maior transformação não foi

anunciada em palco nem em convenção. Ela aconteceu nos bastidores.

### Hoje:

- o lead responde quando quer, não quando o líder está disponível;
- a atenção do prospecto dura segundos;
- a concorrência está a um clique;
- e a paciência do consumidor é mínima.

Enquanto isso, **a IA passou a assumir tarefas invisíveis**, mas decisivas:

- responder dúvidas iniciais,
- qualificar interessados,
- filtrar curiosos de compradores,
- nutrir relacionamento automaticamente,
- e manter o contato ativo sem pressão.

Quem não percebeu essa mudança já está sentindo os efeitos: mais esforço, menos resultado.

## Exemplos práticos: onde a IA já está decidindo quem cresce e quem trava

Não estamos falando de teoria. Estamos falando de aplicação real no dia a dia do multinível.

### Atendimento:

IA responde 24 horas por dia, sem cansaço, sem mau humor e com padrão profissional.

### Prospecção:

Mensagens mais inteligentes, personalizadas e no timing correto, em vez de disparos genéricos.

### Follow-up:

Acompanhamento automático que não depende da memória ou disciplina do distribuidor.

### Retenção:

Relacionamento contínuo com a base, reduzindo abandono, dúvidas e desmotivação.

Enquanto muitos ainda “se viram como dá”, outros já operam com um verdadeiro **time invisível trabalhando todos os dias**.

## O erro fatal: esperar a empresa decidir

Esse talvez seja o ponto mais crítico.

Muitos líderes acreditam que só podem usar IA quando a empresa “autorizar”, “implantar” ou “oficializar”. Enquanto isso, o mercado anda.

A história mostra que **quem espera decisões corporativas chega atrasado**. A empresa cuida do produto e do plano. O distribuidor profissional cuida do marketing, do atendimento e da estrutura.

A IA não é uma mudança de produto. É uma mudança de postura.

Quem entende isso constrói vantagem. Quem espera, corre atrás.

## O novo perfil do líder: menos discurso, mais sistema

O líder do futuro (que já atua no presente) não é o que fala mais alto nem o que motiva melhor no palco.

É o que entrega:

- processo,
- previsibilidade,
- duplicação simples,
- e estrutura que funciona mesmo sem ele presente.

A IA não elimina o humano. Ela **liberta o humano do operacional** para focar no que realmente importa: estratégia, relacionamento real e liderança.

No novo multinível, **carisma sem sistema não sustenta crescimento**.

## Conclusão

A inteligência artificial não vai acabar com o marketing multinível. Ela vai acabar com a improvisação, com o amadorismo e com a dependência do esforço excessivo.

Quem entende isso agora constrói futuro.

Quem ignora, desaparece – e mais rápido do que imagina.

O mercado não espera.

O algoritmo também não.

# Mundo MLM em Notícias

## MULTINÍVEL

### Prife compra sede por R\$ 4 milhões Thiago Damasceno é top-cadastro



**A** Prife International chegou da Malásia no meio do ano passado iniciando pré-marketing. Visionária, a matriz em Kuala Lumpur investiu R\$ 4 milhões na compra de cobertura no prédio mais alto de São Paulo, no Tatuapé. E investiu mais R\$ 1,2 milhão na reforma e adequação do espaço para sediar a Prife Brasil.

#### Campeão

Na Prife Brasil o terapeuta Thiago Damasceno (fotos) é o top-cadastro nacional, com 55% de toda a rede no país. Em

janeiro mais uma vez ele foi o top-cadastro do mês. Como prêmio recebeu o poderoso ITERACARE PRO, que futuramente chegará por aqui.

Disse Thiago em depoimento:

“Em minha longa carreira como terapeuta eu nunca tinha visto nada parecido com o fantástico ITERACARE. Graças às suas ondas Terahertz os efeitos da aplicação contra dores são muito rápidos funcionando em 99% dos casos.

Para mais informações fale comigo através do whatsapp: (44) 9.9107-4677.”

#### Sucesso

No pré-marketing a Prife Brasil ultrapassou faturamento de US\$1,5 milhão de dólares com mais de 3.000 unidades do dispositivo iTeraCare vendidas.

A inauguração da sede própria no Tatuapé, até junho próximo, marca uma nova fase para a Prife, que projeta números ainda mais agressivos para o fechamento do semestre, consolidando o Brasil como um de seus principais polos globais.

## Lucas Battistoni deixa Hinode

**N**as redes sociais no início de fevereiro o assunto foi a saída da Hinode do líder internacional Lucas Battistoni (foto).

Ele era qualificado ao alto pin de Imperial Five Stars e formou mais de 400 Diamantes, com atuação em oito países.

#### Gratidão

Sua nota de despedida do Grupo Hinode ele a chamou de nota de gratidão. Leia na íntegra em seu Instagram: @lucasbattistone. Selecionamos alguns trechos da nota de gratidão de Lucas Battistone, que você vai ler abaixo.



### Nota de Gratidão – melhores momentos

“Foi uma jornada de 11 anos que me formou como homem, líder e empreendedor.

Para mim Hinode não foi só um negócio. Foi uma escola. Foi vida. Foi transformação.

Formei mais de 400 Diamantes em 8 países da América Latina ajudando a estruturar uma rede com mais de 55.150 pessoas ativas.

Estou profundamente agradecido à Hinode, à minha equipe, à família Rodrigues, a Eduardo Fraya e a todas as

pessoas, tanto da minha equipe como fora dela, que me acompanharam estes anos.

Foi uma decisão bem pensada, meditada e respeitosa.

Decidi empreender um projeto incrível, que não compete com a Hinode. Sempre acreditei que poderiam ser complementares e trabalhar juntos. Mas entendi que, neste momento e no meu caso, isso não seria possível.”

(Lucas Battistone)

# 2025 — COMO FOI? O Marketing Multinível (MMN) no Brasil

Por Nilson Lima — Consultor de Marketing

**P**ós-pandemia, digitalização e a chegada de players globais redesenharam o mapa: perfumaria segue dominante, suplementos, bem-estar e serviços escalam, pirâmides se tornaram escassas e a “dança das cadeiras” dos líderes em busca da melhor empresa expôs o novo desafio de profissionalizar o setor.



## O Tempo

Já passei muitos verões na longa estrada das Vendas Diretas e do Marketing Multinível. Na minha trajetória conheci os dois lados da moeda: fui Líder de Rede e também vivi o lado corporativo, inclusive como dono de empresa. Por isso conheço bem os desafios da liderança e as exigências da gestão empresarial.”

“Ao longo dessas décadas presenciei bons e maus tempos que marcaram o setor. En-

tre altos e baixos, líderes que ficaram ricos e ficaram pobres, empresas que apareceram e desapareceram, lembro-me da rápida ascensão e queda da Maravilhas da Terra (MDT) e da epidemia das pirâmides, quando em 2019 foram contabilizadas 215 pirâmides. Depois de tudo isso, posso dizer que 2025 foi um ano de ajuste fino: um período em que digitalização, entrada de players e a competição por liderança re-

desenham o setor — nem cataclísmico, nem homogêneo, mas decisivo para quem pretende construir um legado.”

**Resumo:** 2025 consolidou tendências essenciais — perfumaria manteve a força; suplementos e serviços ganharam espaço; a digitalização e o uso de IA transformaram processos; e a ‘dança das cadeiras’ entre líderes deixou claro que profissionalização e governança são urgentes.

## A Realidade

Vamos agora aos acontecimentos e tendências do ano que passou.

### Cenário 2025

**O** Marketing Multinível (MMN) no Brasil fechou 2025 em mutação — não por um único choque, mas pela soma de recuperação econômica pós-pandemia, aceleração digital, en-

trada de novos players e uma competição feroz por liderança.

Neste texto eu reúno o panorama factual do ano (números e tendências) e uma leitura direta sobre o que tudo isso significa para quem vive o dia a dia das

redes: consultores, líderes e gestores.

**O mapa econômico:  
quanto vale o MMN (e onde o  
Brasil está)**

Em termos globais, o canal de ven-



das diretas registrou vendas próximas a US\$ 164 bilhões em 2024 — um mercado amplo e estabilizado que deu base à dinâmica de 2025.

No Brasil, os números mostram a importância do setor: estudos e levantamentos setoriais apontavam movimentação na casa dos R\$ 45 bilhões e uma base de cerca de 3,5 milhões de empreendedores, o que manteve o país entre os Top 10 mercados mundiais — tradicionalmente entre os sete maiores mercados globais. Esses dados explicam por que grandes players continuam investindo pesado por aqui.

Como sempre falo, “o faturamento das empresas de vendas diretas no Brasil ainda é muito maior do que a soma de todas as empresa de MMN juntas”, percebemos que em países de primeiro mundo o poder de compra é maior e a necessidade de renda extra é menor, tornando predominante a rede de consumo, diferente do que acontece por aqui onde as vendas diretas ainda dominam o mercado, ou seja, estamos em um oceano azul onde a oportunidade de crescimento e expansão para o MMN é gigantesca.

### Desempenho em 2025: crescimento seletivo e polarizado

2025 não foi um ano de crescimento uniforme: o setor teve crescimento heterogêneo — metade das empresas mostrou ao menos crescimento moderado, uma fração relevante (mais de 20%)

reportou ganhos acima de 20% no ano e outro grupo enfrentou retração.

Em suma: oportunidades existem, mas execução e modelo importam mais do que nunca. Vimos empresas antigas voltarem a crescer, também presenciamos a queda e até fusão de algumas.

### O triângulo que ditou vitórias no ano: produto, plataforma e pagamento

Três vetores definiram quem “venceu” em 2025:



- 1 Produto com apelo claro** — perfumaria manteve-se como carro-chefe, especialmente o famoso perfume de bolso de 15mL que embarcou com força nas lojinhas dos veículos dos motoristas de aplicativo (recompra e forte prova social); suplementos surfaram a forte onda do bem-estar pós-pandemia, cosméticos com ozônio foram a bola da vez.
- 2 Plataforma e digitalização** — quem automatizou CRM, funis digitais e uso de IA escalaram muito mais rápido.
- 3 Remuneração sustentável + governança** — pagar bem chama atenção; estruturar bem retém. A combinação dos três gerou vantagem competitiva real. (Dados e tendências do setor confirmam que empresas com esse mix performaram melhor em 2025).



### Produto vs. Serviço — a nova composição do mercado

- **Perfumaria:** continua sendo o “cartão postal” do MMN no Brasil — emocional, viral e com forte giro de vendas, os perfumes de bolso são o carro-chefe dos motoristas de aplicativo.
- **Suplementos / Bem-Estar:** cresceram fortemente com a busca por saúde preventiva no pós-pandemia especialmente ozonizados.



- **Serviços (energia, tech-service, assinaturas):** surgiram como uma onda que trouxe previsibilidade (recorrência) e necessidade de atendimento/contrato — modelos que exigem outro tipo de operação e que, por isso, passaram a disputar espaço com produtos físicos.

Empresas que aprenderam a combinar produto + serviço (oferta emocional + receita recorrente) registraram maior resiliência.

### Nacionais x Internacionais — aumento da competição

Em 2025 vimos o mercado dominado por empresas brasileiras que se for-

taleceram em governança e portfólio, mas também a expansão/entrada de players internacionais (caso notório: Empresa da Turquia; movimentações e interesse de empresas da Malásia e dos EUA entrando no Brasil foram noticiados em vários eventos do setor).

A consequência foi um mercado mais competitivo e diversificado — multinacionais trazem músculo e processos; marcas nacionais respondem com mais força no pagamento, agilidade e adaptação cultural.

### A transformação definitiva: do porta-a-porta ao digital

O conceito do Marketing de Rede continua o mesmo, ganhar por indicar e duplicar novos clientes (consumidores/vendedores), porém a forma de se comunicar mudou.

O MMN tradicional — prancheta, visita em domicílio, reunião caseira, apresentação face-a-face como regra — deixou de ser o centro. Hoje o PDV é digital: WhatsApp, Call, Videochamada, Reels, TikTok, lives e comunidades. Vivemos a era da velocidade da informação e ferramentas de I.A., automatizando copy, segmentações e atendimento, mudando profundamente as estratégias e rotina de recrutamento. Quem não investir em plataforma corre o risco de depender somente do esforço manual da rede.



### TERMÔMETRO: Presença na Mídia, Cruzeiro, Convenção e Quantidade de Diamantes — o tamanho importa (e movimenta reputação)

No MMN o sucesso deixou de ser medido apenas pelo faturamento, prova social se tornou relevante: quantidade



de Diamantes qualificados (liderança), presença nos eventos, cruzeiro marítimo e o porte das Convenções passaram a ser termômetros públicos de força e saúde de uma rede. Em 2025 algumas empresas surpreenderam com forte presença na mídia e grandes números a bordo de cruzeiros e em convenções massivas — por exemplo, uma das grandes viagens-premiação do setor registrou mais de 700 empreendedores elegíveis para embarcar, transformando o evento em ilha de visibilidade e prova social para a marca.



Além dos cruzeiros, Convenções gigantescas (com milhares de participantes) viralizaram nas redes, reforçando a narrativa de força de determinadas redes.

**Nota:** Convenção grande não substitui governança, mas é um ativo estratégico: motiva equipes, gera conteúdo e atrai mídia — por isso sempre foi uma métrica relevante.

Mesmo assim sabemos que só tamanho não é documento, pois a força de uma empresa não é medida apenas pelo sucesso momentâneo, deve-se considerar critérios importantes como, tempo de fundação, governança, estrutura e sustentabilidade financeira, portfólio,

valor da marca, capacidade de expansão nacional e internacional, suporte e liderança.

### Provocações que 2025 escancarou — dança das cadeiras x cabo de guerra

- “Quem paga mais, eu vou?": a rotatividade de líderes por “passe” virou prática comum — e traz resultado curto, fragilidade longa.
- **Vale comprar o passe do top-líder?:** comprar influência dá tração, mas não escala sem estrutura que suporte o novo fluxo.
- **O ciclo de liderança:** o modelo que só captura líderes prontos cria ecossistema de dependência; a formação interna é mais lenta, porém sustentável.
- **Quando vamos formar novos líderes?:** essa é a pergunta que define sobrevivência — pois sem base formada, nenhuma transferência de topo se sustenta.

Essas perguntas deixaram de ser retóricas: em 2025 tornaram-se pauta estratégica para empresas e conselhos.

## 2026 — Quem será a bola da vez e quem será a bola do jogo?

### O recado prático para empresários e líderes (fechamento)

O MMN que saiu de 2025 é maior, mais digital e mais exigente. A aposta de curto prazo em “pagar mais” pode atrair manchetes; a aposta de médio/longo prazo em formação, tecnologia e governança constrói patrimônio. “O tripé vencedor é claro: produto ou serviço relevante + plataforma que escala e capacita + remuneração sustentável”.

Quem dominar esse tripé terá melhores chances de continuar dominando a história nas próximas temporadas.

# O Beijo da Morte no Marketing de Rede

Publicado originalmente no site Business For Home

*Todd Falcone*

**Espero que esse termo te assuste até a morte... porque deveria.**

**É por isso que não usei uma frase mais agradável para isso.**

**Entrar no modo de gerenciamento é absolutamente o “beijo da morte no marketing de rede”.**

**É o começo do fim para você. Não faça isso!**



**E**u poderia facilmente ter diminuído ou suavizado a frase para torná-la mais gentil e doce, mas é absolutamente uma das piores coisas que você pode fazer como profissional de marketing de rede. É um dos maiores e mais caros erros que as pessoas cometem nesta profissão. E... infelizmente, isso acontece o tempo todo.

O que exatamente é o modo de gerenciamento? É o momento em que você parte pessoalmente recrutando novos representantes e conquistando clientes para só trabalhar com pessoas de sua equipe. Aquele momento em que você passa da produção pessoal para supervisionar o que está acontecendo dentro de sua equipe é absolutamente mortal para o seu negócio.

Não estou dizendo que você não trabalhe com sua equipe. É crucial que você faça isso. Faz parte da sua responsabilidade como líder. Uma de suas principais funções como patrocinador é fornecer apoio, orientação, mentoria e assistência às pessoas que fazem parte de sua equipe. Na verdade... se você reservar um tempo para ler suas políticas e procedimentos, você descobrirá que fornecer suporte às pessoas que você patrocina em seu negócio é uma parte escrita do Contrato de Distribuidor Independente que você tem entre você e sua empresa.

**O Marketing de Rede é bastante simples. Não... não é fácil. É um trabalho árduo, requer paciência, disposição para superar seus medos, capacidade de ser resiliente e se recuperar de contratempos... e uma perspectiva de longo prazo. Em uma escala técnica, é muito simples. Na verdade, só fazemos duas coisas:**

#### **Nº 1: Atrair pessoas.**

Seu papel nesta profissão é conquistar clientes... encontrar pessoas que tenham interesse sincero em consumir ou usar os produtos e serviços que você comercializa. Você adquire clientes reais, pessoas que são usuários finais dos produtos que sua empresa comercializa. E... você encontra distribuidores, pessoas como você que desejam construir o negócio. Em outras palavras... você recruta pessoas que desejam ganhar dinheiro comercializando os produtos que sua empresa disponibiliza ao mercado.

#### **Nº 2: Mantenha-os presentes.**

Você faz tudo ao seu alcance para ajudar esses clientes a terem experiências positivas com o produto, para que continuem a querer comprar de você mês após mês, independentemente de estarem ou não em seu plano de remuneração.

Você fica conectado a eles, os ajuda a entender como aproveitar ao máximo seus produtos e faz tudo o que pode para ajudá-los a ter uma experiência favorável com o produto. E... quando se trata de pessoas que você recruta, você trabalha com elas para ajudá-las a ter sucesso.

É uma combinação de aquisição e retenção. Não apenas inscrevemos clientes e cruzamos os dedos. Não recrutamos pessoas e atiramos-las contra a parede como se fossem um pedaço de massa e esperamos que comecem a trabalhar. Nós não os mandamos embora e dizemos “vá trabalhar e me conte mais tarde”. Você precisa TRABA-

LHAR com seu pessoal. Investir tempo em seus novos representantes e em outras pessoas de sua equipe é uma responsabilidade fundamental que temos como líderes.

Vamos examinar um cenário muito comum. Você entra em um negócio de marketing de rede e começa a recrutar pessoas e adquirir clientes. Sua equipe começa a crescer com o tempo e você começa a ganhar cada vez mais dinheiro. As demandas de tempo de sua organização em crescimento são naturalmente puxando você no sentido de fornecer suporte. Isso é normal.

As pessoas estão ligando para você com perguntas, usando você para ligações a três e apresentando você a novas pessoas. Você provavelmente está hospedando chamadas, zooms, vidas no Facebook e trabalhando para apoiar essa equipe. Isso é o que você deveria estar fazendo. Mas...

...muitas pessoas se afastam completamente da produção pessoal e acabam só trabalhando com sua equipe. **Eles param de patrocinar. Eles param de recrutar. Eles param de encontrar seus próprios clientes.** Acabam gastando todo o tempo trabalhando com o grupo e se afastando completamente da produção pessoal. Esse é o “Beijo da Morte no Marketing de Rede”.

- **Não importa o tamanho do seu grupo, nunca pare de recrutar.**
- **Não importa quanto você ganhe, sempre encontre novas pessoas.**
- **Não importa o quão sólido você acha que seu negócio é, continue expandindo-o de cima para baixo.**

Mesmo nas empresas mais bem-sucedidas, as pessoas vão embora. Aquela pessoa que você acha que estará lá para o resto da vida, ela pode partir amanhã. Sua irmã que você patrocinou (seu sangue) e que está com você agora... ela pode perder o interesse e parar de trabalhar. Aquela equipe que está ganhando US\$ 40,000 por mês agora e na qual você depende para seu sustento,

eles podem desaparecer em um instante.

**Nunca pare de recrutar.**

**Nunca pare de adquirir clientes.**

**É o seu trabalho.**

**O que mais está lá?**

Como você pode esperar que sua equipe esteja em produção pessoal... recrutando novos distribuidores e conquistando clientes se o líder deles não estiver fazendo isso sozinho?

Todo mundo está te observando. Os olhos de toda a sua equipe estão em você o tempo todo. Eles vão fazer exatamente o que vejam você fazendo. As pessoas farão parte do que você diz, mas farão mais do que você faz. Se você deseja exibir liderança REAL, você define o ritmo. Você demonstra através de suas ações o que você quer que eles façam.

- **Se eu quiser que minha equipe recrute mais, preciso recrutar mais.**

- **Se eu quiser que minha equipe consiga clientes, preciso conseguir clientes.**
- **Se eu quiser que meu time esteja na tabela de classificação, preciso estar na tabela de classificação.**
- **Se eu quiser que minha equipe compareça aos eventos, preciso estar presente nesses eventos.**

Não sei dizer quantas pessoas que conheço e com quem trabalhei ao longo dos anos que caíram no modo de gestão e tiveram toda a organização desmoronada. Alguém chega a um nível de sucesso e pensa: "Eu consegui! É hora de jogar e deixar o time fazer tudo!"

Você pode brincar e aproveitar os frutos do seu trabalho, mas não cometa o erro monstruoso de parar exatamente aquilo que o ajudará a continuar a expandir o seu negócio.

A melhor coisa que você pode fazer é SEMPRE permanecer na produção pessoal... e ao mesmo tempo apoiar sua equipe.

Independentemente de quais sejam as demandas de seu tempo para a equipe, você sempre reserve tempo para sua produção pessoal. Nunca permita que sua equipe controle totalmente seu tempo. Eles vão descobrir. Você não precisa microgerenciar ou supervisionar cada pequena coisa que eles fazem.

Vou terminar com isso. Se você não prestar atenção a esse aviso e entrar no modo de gerenciamento, seu negócio será prejudicado. É muito provável que você veja a tendência de queda do seu cheque e a dissipação do volume. E... se você não voltar à produção pessoal com rapidez suficiente, todo o grupo poderá desmoronar.

É simples. Continue conquistando novos clientes e ajude-os a ter uma experiência de produto favorável. Continue recrutando novos representantes e desenvolvendo pessoas. Se você fizer questão de ficar sempre na produção pessoal, você provavelmente terá uma renda confiável e muito bem-sucedida no marketing de rede.

## Sobre Todd Falcone

Todd Falcone é um treinador independente de Marketing de Rede altamente respeitado, com mais de 30 anos de profissão. Ele é o autor de Rede Destemida, que já vendeu mais de 400,000 cópias em todo o mundo em três idiomas diferentes.

Seu mais novo lançamento, Evolução da Liderança... é um programa abrangente de desenvolvimento

de liderança que ensina as pessoas como se tornarem e desenvolverem líderes em suas organizações. Você pode aprender mais sobre Evolução da Liderança bem aqui: <https://ToddFalcone.com/leadership>

Para obter mais informações sobre Todd e como ele pode ajudá-lo a se tornar um profissional de marketing de rede melhor, visite: <https://ToddFalcone.com>

# Mundo MLM em Notícias

## MUITO CAFÉ EM 2026 Ganoexcel – DXN – Braço Forte

Três empresas de MMN de café iniciaram o pré-marketing em 2025 e preparam o lançamento oficial nos próximos meses.

São elas a Ganoexcel e a DXN, ambas vindas da Malásia, e a Braço Forte, de Minas Gerais. Conversamos com lideranças pioneiras das três empresas e abaixo as primeiras informações.

### Ganoexcel

Em novembro último a Ganoexcel inaugurou seu escritório em São Paulo, com a presença de cinco Diamantes internacionais vindos da Colômbia, Peru e Equador.

A empresa tem mais de 30 anos, atua em mais de 75 países e começa no Brasil com quatro produtos. O carro-chefe é o Café com Trufa Negra, alimento que contém mais de 200 vitaminas e minerais e 150 aminoácidos.



Mais informações com o líder pioneiro de São Paulo Levino de Vargas, whatsapp (11)9.2000-9724.

### DXN

A DXN foi ousada e em novembro último comprou grande área em Ibiá, MG, para plantação de café e construção da fábrica brasileira. São R\$215 milhões em investimento inicial com geração de 300 empregos diretos. O fundador Datuk Lim Siow Jin veio ao Brasil para a assinatura dos contratos. Ele é pesquisador especialista nos benefícios dos cogumelos para a

saúde humana.

A DXN tem fábrica no Peru e está implantando fábrica também na Bolívia. Um dos líderes pioneiros no Brasil é o Diamante Superior peruano Michel Trinidad (que fala português), contato 51 927 893-260.

### Braço Forte

O fundador da Fazenda Braço Forte e Pres. Elio Pereira é produtor tradicional em Minas Gerais e em 2025 decidiu ingressar no mercado do multinível. O Diretor de Expansão Adilton Araújo explicou que o diferencial do produto é ser o Braço Forte um café gourmet, com grãos selecionados e com qualidade ímpar. Ele informou que o corporativo deste novo MMN está montado e que está selecionando líderes pioneiros que queiram ter um PA-Ponto de Apoio na sua cidade. Fale com o Adilton Araújo através do whatsapp (33)9.9874-2532.



OZONTECK

# Turnê do Coach-Investidor Nilson Bonfim

## Com treinamento A Fórmula Milionária

Estive em 20/1 na abertura da Turnê 2026 do Coach-Investidor Nilson Bonfim, que tem oito franquias-master da Ozonteck espalhadas pelo Brasil. A Master é uma plataforma que abastece os CD's da região.

A palestra de abertura da Turnê 2026 - que terminou em São Paulo - foi em Recife, tendo como anfitrião o Jaspe (Duplo Diamante) Rogério André (na foto maior com Nilson), que é o administrador da nova Master Recife

e tem também um CD na cidade.

### Lideranças

As lideranças Ozonteck da região disseram presente, como o casal Jaspe Ricardo Wanderley e Rosângela (na próxima página) e o top-líder Miguel Cavalcanti, além dos proprietários de CD's da região, como a Líder Diamante Negro Elaine Gomes, gestora do CD Ozonteck em Camaragibe-PE.

### Milionário

Na sua palestra A Fórmula Milionária Nilson Bonfim ensinou os pilares para a construção de riquezas. Estes serão apresentados na próxima página do Loucos por Marketing em pdf.

Nilson contou sua história emocionante desde a infância pobre no Amazonas, as primeiras estratégias, e as estratégias seguintes que o tornaram multimilionário.



Rogério André e palestrante Nilson Bonfim



Rogério André e líder Miguel Cavalcanti



No final do evento, fotos e vídeos com o palestrante, de camisa preta, Nilson Bonfim para as redes sociais



## OZONTECK

# Palestra "A Fórmula Milionária" – Parte 2

Com o coach Nilson Bonfim

Nesta segunda parte sobre a palestra do coach-investidor Nilson Bonfim em Recife registramos as maiores lideranças presentes.

Anotamos a presença dos três maiores qualificados, a Jaspe (Duplo Diamante) Rogério André, que foi o anfitrião do evento, e o casal Ricardo Wanderley e Rosângela (foto maior). Também presente a Diamante Negro Elaine Gomes (na foto com o palestrante), gestora do CD Ozonteck em Camaragibe.

O top-líder nacional Miguel Cavalcanti é recém-chegado na Ozonteck e contou que veio para fazer história (na foto comigo).

### Master

A palestra "A Fórmula Milionária" com Nilson Bonfim fez parte das come-



morações de abertura da Master de Recife, uma plataforma que vai abastecer todos os CD's da Ozonteck em Pernambuco e estados vizinhos.



## — — — — ANOTAÇÕES SOBRE A FÓRMULA MILIONÁRIA — — — —

O empresário Nilson Bonfim, num belo gesto, está levando este treinamento *A Fórmula Milionária* a plateias em todo o Brasil.

Na apresentação de Recife anotamos os oito pontos apresentados pelo Mestre para a formação de alguém que deseja se tornar um milionário ou milionária.

### 1 – Tenha Boa Autoestima

Autoestima é a avaliação que uma pessoa faz de si mesma.

– Você acredita que você pode?

– Você acredita que pode ajudar outras pessoas?

Você não é uma árvore, então se movimente. Entre em comunicação com outras pessoas.

### 2 – Cuidado com o que ouve

Tome cuidado com o que você está ouvindo no seu dia-a-dia. Cuidado com os seus conselheiros.

Está comprovado que você é a média das cinco pessoas com quem você convive.

### 3 – Comunique-se

Comunicação é o processo de troca de informações. O empresário precisa se expressar com clareza, autoridade e firmeza.

Diga "sim" ao seu cliente. E não diga "não" a ele.

Um negócio para dar certo tem que trazer benefício para o outro. Independente do tipo de negócio que ele vai fazer.

Você precisa estar no lugar certo, na hora certa e com as pessoas certas.

### 4 – Saber o que se quer

A prosperidade financeira começa quando você decide dar os primeiros passos.

### 5 – Estipular Metas

Defina prazos, objetivos, metas claras.

Tenha foco e direção.

### 6 – Ação Solidária

Solidariedade é como cada um de nós pode contribuir de forma positiva na vida do próximo.

### 7 – Ambição Saudável

A ambição saudável nos impulsiona a grandes conquistas.

Seu merecimento começa na sua mente.

Mas não se deve querer mostrar o que ainda não é.

### 8 – Dedicção

A dedicação nos impulsiona a superar desafios e realizar sonhos.

(Nilson Bonfim)

# ATENÇÃO

## LOUCOS E LOUCAS POR MARKEING

NOVOS VÍDEOS DE TREINAMENTO

*Os 15 erros no Multinível*



Assista no Instagram e Youtube  
ao primeiro dos sete novos  
vídeos de treinamento da série

*Os 15 erros  
no  
Multinível*

O conteúdo é baseado no  
e-book de mesmo nome, do escritor  
*Paulo de Tarso Aragão*

Assista no Instagram ou no Youtube.

 @PauloTarsoAragão

 Paulo15Erros