

LOUCOS POR MARKETING

80 ANOS

INFORMATIVO DE MARKETING MULTINÍVEL – Ano XVIII – Nº 123 – JULHO/2026

Acesse nosso site: www.jornaloucospormarketing.com.br

Até aqui nos ajudou o Senhor

MULTINÍVEL EM ALTA NO RANKING MUNDIAL

No ranking mundial 2026 das empresas de venda direta com os resultados de 2025, das 11 maiores 9 delas utilizam o modelo multinível.

Para analisar esta esmagadora maioria convidamos três experientes consultores de marketing para compartilharem

suas análises, que são Cláudio Campos, Edmundo Roveri e Nilson Lima.

Páginas 16 a 18



Cláudio Campos



Edmundo Roveri



Nilson Lima



Goiânia e Maceió com a Medplant



Nosso editor foi à sede da Medplant, em Goiânia, para entrevistar o seu CEO Dr. Lucas Clementino.

Estivemos também em Maceió no lançamento lá da Medplant.

Páginas 11 e 12



Jaspes na Argentina e OzonHair
Rogério André, Rosângela Batista
e Ricardo Wanderley.

Página 13

..... Colunistas nesta edição

Valéria Rossi



Com o artigo de estreia
O Futuro das Revendedoras
Págs. 14 e 15

Rodolfo Gasparian



Com o artigo
Entre a Tecnologia e a Indicação.
Págs. 9 e 10

Paulo de Tarso Aragão



Na coluna
Fatos e Fotos
com giro entre Goiânia, Maceió e Recife.
Págs. 19 e 20

Índice

| | | | | | |
|---------------------|------------------------|---|-----------------------------|----------------------|--|
| HALL DA FAMA | PÁGINA 2 | Poderosas do Multinível em maio/junho | LPM EMPRESAS | PÁGINAS 3, 6 | LPG LIFE PRIME GLOBAL ZYONE FOR ALL |
| MUNDO MLM | PÁGINAS | 4, 5, 8 | VIAJANDO PELO BRASIL | PÁGINAS 8 e 9 | Goiânia e Maceió com a Medplant |
| CAPA | PÁGINAS 16 a 18 | Multinível é sucesso no ranking mundial com os consultores de marketing Cláudio Campos, Edmundo Roveri e Nilson Lima | MULTINÍVEL DIGITAL | PÁGINAS 9, 10 | Entre a tecnologia e a indicação: o futuro será híbrido Rodolfo Gasparian |
| | | | FATOS & FOTOS | PÁGINAS 19/20 | Um Giro entre Goiânia, Maceió e Recife |

**Poderosas do Multinível em maio/junho**

Mais notícias sobre essas mulheres poderosas na página 15 em Mundo MLM.



ERICA MACEDO
Lançou-se pré-candidata a Deputada Estadual por São Paulo



KELLY DIAS
A famosa Master Técnica lançou linha própria capilar



ROSÂNGELA BATISTA
Jaspe (Duplo Diamante) na Ozontek abriu segundo CD em Recife



WALESKA DE LIMA
Nova Diretora Comercial na Akmos está reposicionando a marca no MMN

BluAnt
Conectando Vidas

VENHA CONHECER A BLU ANT

Gran Seminário 12/7 em São Paulo

O novo MNN de saúde BluAnt já é um sucesso, com mais de 5000 cadastros e 108 P.A-Pontos de Apoio. Os dois produtos de lançamento já geraram mais de R\$3 milhões em vendas:

- * Nutri Bluwe: para saúde masculina, mais energia
- * Nutri ANT: efeito rápido contra dores crônicas.

NATUROPATAS COM MAIS DE 30 ANOS DE EXPERIÊNCIA



CEO Claudinei Ritter



Dr. Lourival Gonçalves
Presidente



Dr. Edson Morbach
Proprietário Fábrica Morbach Nutri

BluAnt
LANÇAMENTO
BLUANT SÃO PAULO
SÃO PAULO

TURMA 1 CHECK-IN 13:30
TURMA 2 CHECK-IN 15:30
DOMINGO, 12 DE JULHO

DOIS HORÁRIOS | ESCOLHA O SEU

DR. LOURIVAL GONÇALVES FUNDADOR
CLAUDINEI RITTER CEO

COM A PRESENÇA DOS FUNDADORES

SORTEIOS & PRÊMIOS | AMOSTRAS DE PRODUTOS | EXPERIÊNCIA BLUANT

ENTRADA GRATUITA

LOCAL: RUA BELA CINTRA, 672, CEP: 01415-000 | BAIRRO: CONSOLAÇÃO, SÃO PAULO/SP.

FALE CONOSCO: (48) 9.7606-6989

LPM EMPRESAS

Sua empresa merece a marca Life Prime Global

Inovação, tecnologia bioquântica e soluções exclusivas para impulsionar o seu negócio.

O mercado de bem-estar e saúde integrativa vive uma das maiores transformações da história.

Consumidores buscam cada vez mais produtos que combinem ciência, inovação e experiências de valor agregado.

A Life Prime Global nasceu para conectar marcas e empresas às mais avançadas tecnologias bioquânticas, desenvolvendo soluções exclusivas que unem

design, pesquisa e diferenciação competitiva.

Com um portfólio inovador de produtos desenvolvidos com componentes como infravermelho longo, neodímio, turmalina negra, grafeno e outras tecnologias avançadas, a Life Prime Global oferece oportunidades estratégicas para empresas que desejam expandir sua atuação em um mercado em plena ascensão.

O que a Life Prime Global oferece:

- ✓ Desenvolvimento de produtos com marca própria;
- ✓ Soluções personalizadas para empresas e distribuidores;
- ✓ Tecnologia bioquântica aplicada ao bem-estar;
- ✓ Portfólio exclusivo e altamente inovador;
- ✓ Suporte estratégico para lançamento e expansão comercial;
- ✓ Produtos alinhados às principais tendências globais de saúde integrativa.

Mais do que produtos, a Life Prime Global entrega inovação, propósito e diferenciação para empresas que desejam liderar o futuro.

CEO Marcelo Silva

Sua próxima grande oportunidade começa agora.

Conheça o catálogo completo de soluções bioquânticas e descubra como criar ou expandir sua marca com o apoio de especialistas em

desenvolvimento de produtos e negócios.

Oportunidade exclusiva para empresas, distribuidores e marcas próprias.



Acesse agora: [*\[www.lifeprimeglobal.com.br\]\(http://www.lifeprimeglobal.com.br\)*](http://www.lifeprimeglobal.com.br)

WhatsApp: 61 993706262

LIFE PRIME GLOBAL *Life Prime Global — Tecnologia que conecta ciência, inovação e bem-estar.*

TECNOLOGIA BIOQUÂNTICA

A SINERGIA ENTRE MINERAIS, ENERGIA E CIÊNCIA PARA O EQUILÍBRIO DO CORPO E DA MENTE

ATIVOS E BENEFICOS COMPROVADOS PELA CIÊNCIA E EXPERIENCIADOS NO DIA A DIA

| | | |
|--|--|--|
| <p>NEODÍMIO ÍMÃ DE NEODÍMIO</p> <p>Estimula a circulação sanguínea Melhora e equilibra a digestão Aumenta a força física e muscular Reduzir inflamações e desconfortos</p> <p>Quando combinado com Ferro e Boro forma um potente campo magnético.</p> | <p>INFRAVERMELHO LONGO (I.V.) PASTILHA DE INFRAVERMELHO LONGO</p> <p>Recupera células danificadas Alivia dores musculares e articulares Melhora a circulação sanguínea e relaxa os músculos Reduz o risco de AVC e infarto Alivia dores musculares e articulares Limpam os vasos e melhoram a circulação</p> <p>Perfura de 4 a 5 cm no corpo, gerando calor terapêutico que aumenta a circulação e promove recuperação celular.</p> | <p>TURMALINA NEGRA PÓ DE PEDRA TURMALINA NEGRA</p> <p>Promove energia positiva Melhora a absorção de nutrientes Aumenta a circulação sanguínea e relaxa os músculos Ajuda a eliminar toxinas e a prevenir doenças Trabalha em nível energético</p> <p>Promove proteção energética, equilíbrio emocional e bem-estar geral.</p> |
| <p>HOLOGRAMA FRANCÊS FREQÜÊNCIAS DE ALTA TECNOLOGIA</p> <p>Melhora a circulação sanguínea Equilíbrio, estabilidade e concentração energética Amplifica a comunicação entre células do organismo Liberam o sistema imunológico</p> <p>Frequências que interagem positivamente com o campo energético do corpo, promovendo harmonia e disposição.</p> | <p>COBRE O MINERAL ESSENCIAL</p> <p>Produção de glóbulos vermelhos Formação de hemoglobina Saúde óssea e articular Ativação do sistema imunológico Ajuda a melhorar a circulação sanguínea</p> <p>Essencial para o organismo humano, o cobre participa de diversos processos vitais que promovem saúde e longevidade.</p> | <p>GRAFENO O MATERIAL DO FUTURO</p> <p>Alta condutividade elétrica e térmica Facilidade de síntese Facilidade de integração com outros materiais Alta resistência mecânica Facilidade de síntese Facilidade de integração com outros materiais</p> <p>Considerado o material do futuro, o grafeno possibilita a transmissão da energia e informação no organismo.</p> |

CIÊNCIA • TECNOLOGIA • EQUILÍBRIO • ENERGIA • BEM-ESTAR
A união perfeita entre natureza e inovação para uma vida mais saudável, equilibrada e plena.

LIFE PRIME GLOBAL





Mundo MLM em Notícias

“Me Deixa, me Erra” – Lino Barbosa

Em maio recorte do vídeo sobre palestra do Duplo Diamante Lino Barbosa (foto) da Forever Living sobre Zona de Conforto viralizou nas redes sociais. Quem

trabalha na prospecção já deve ter se deparado com pessoas infelizes com seus ganhos e sua vida, mas que rejeitam o projeto do MMN. Em caso de insistência saem-se com

algo como “Me Deixa, Me Erra.”

A nosso pedido Lino Barbosa gentilmente sintetizou essa questão na sua palestra com o texto abaixo.

Me deixa, me erra

“Ser infeliz é fácil. Difícil é escolher ser feliz todos os dias.

Muitas vezes, a dor vira uma zona de conforto: a gente se acostuma tanto com ela, que até o erro parece um lugar seguro.

Mas permanecer preso nisso é desistir da própria evolução. Ser feliz exige coragem, mudança e vontade de enfrentar aquilo que nos limita.

A infelicidade traz uma falsa sensação de conforto”. (Lino Barbosa)

LUTO

Partiu Jornalista – Colunista Edson Gatto



Foi com profundo pesar que recebemos a notícia do falecimento do palestrante-escritor-jornalista EDSON GATTO, que par-

tiu aos 50 anos devido a câncer no cérebro.

Ele foi o primeiro colunista na fundação do Loucos por Marketing, atuando entre 2008 e 2010 e encantava os leitores com seu estilo leve e refinado.

Livro

O livro de Edson Gatto tem o título



de “O Pulo do Gato em Vendas”, com uma pegada motivacional mas também bastante conteúdo técnico, para os profissionais do universo das vendas.

Ele estava internado no Hospital de Base de São José do Rio Preto, SP. Seu corpo foi velado inicialmente em SJ Rio Preto e seguiu para sepultamento em Votuporanga, SP.

Católico praticante e cristão devotado, Edson Gatto tinha grande atuação em empresas do estado de São Paulo com seus treinamentos para equipes de venda e mundo corporativo em geral.

Calerie Life leva brasileiros ao Chile

Beta Sucesso é líder de expansão

A CalerieLife Brasil- multinacional americana de saúde celular e longevidade- levou em maio caravana com mais de 200 brasileiros para viagem-prêmio ao Chile.

Entre os líderes de destaque está a conhecida Maria Betânia de Recife, mais conhecida como Beta Sucesso, na foto em Santiago com o diretor-geral Euler Machado.

Luxo

Hospedados em hotel cinco estrelas no moderno complexo Costanera Center, em Santiago, o grupo viveu dias intensos de networking, treinamentos, desenvolvimento pessoal e experiências culturais. Tudo de acordo com os valores da Calerie Life: saúde, prosperidade, qualidade de vida e crescimento humano.



Turismo

Contou Beta Sucesso à nossa reportagem:

“ Visitamos a tradicional Vinícola



Viña Macul, uma das mais antigas e prestigiadas do Chile. Pudemos conhecer a história da produção de vinhos e apreciar a beleza das paisagens andinas. Fomos também ao Sky Costanera, o mirante mais alto da América do Sul. Depois do Chile já estou qualificada para a próxima viagem-prêmio que será Punta Cana, no Caribe. Fale comigo para mais informações sobre os produtos e o marketing da Calerie Life no whatsapp (81)9.9706-2322.

Mundo MLM em Notícias

Lançamento Oficial da Prife Brasil

Com terapeuta Thiago Damasceno

No domingo 7/6 aconteceu em São Paulo, no WTC Center, o tão aguardado lançamento oficial da Prife International no Brasil, depois de um vitorioso pré-marketing. Durante o pré mkt foram vendidas mais de 3.000 unidades do aparelho iTeraCare- dispositivo com ondas terahertz- gerando mais de US\$1,5 milhão em faturamento.

Especial

Nosso enviado especial a este evento de lançamento foi o Terapeuta e líder-pioneiro Thiago Damasceno (fotos) que subiu ao palco sendo reconhecido como Gerente 1 Estrela.

Thiago sempre foi campeão nacional em cadastramento, tendo se tornado uma espécie de “embaixador informal” da Prife no Brasil.

Mais informações sobre a Prife e os produtos através do whatsapp (44)9.9107-4677 (Thiago)

Fala Thiago

No final do evento disse Thiago Damasceno em depoimento:

“A diretoria da Prife veio da sede na Malásia e junto com a diretoria brasileira criaram neste evento um momento de sinergia única.

Depoimento

E continuou Thiago: “Que momento



histórico e marcante para a liderança e para toda a rede!

Ver o palco iluminado, a bandeira do Brasil estendida com orgulho e os grandes líderes reunidos celebra o início de um novo e promissor capítulo para a expansão da marca PRIFE no país. É o reconhecimento perfeito para o trabalho árduo, dedicação e visão de futuro de toda a liderança que move essa engrenagem.

“O que antes era um plano para mim hoje é uma realidade consolidada! O palco do Lançamento Oficial reflete a força da união e o impacto que a PRIFE está gerando

em todo o Brasil, lançando novos produtos, extremamente revolucionários em seu portfólio, como o ITERACARE CLASSIC PLUS e o disruptivo MAGNOSSEK.

Parabéns a cada líder e distribuidor envolvido nessa jornada incrível. O futuro é brilhante e pertence a quem o constrói.



Márcio Ângelo anuncia casa nova

Vice-Presidente da Like Brasil

A notícia que bombou no final de maio nas redes sociais foi a live do ícone Márcio Ângelo- criador da Academia do Multinível e consagrado líder de redes- anunciando que agora é Vice-Pres.na Like Brasil. A repercussão do anúncio foi enorme no mundo do MMN.

Explicando

Na live Márcio Ângelo elencou os motivos que o levaram a ingressar no mundo corporativo e deu um spoiler de como será sua atuação na Like Brasil, onde revelou ter participação societária.

Selecionamos alguns pontos de maior destaque na live, onde ele disse:

- * Existiam regras que eu não concordava nas empresas onde passei.
- * Como líder eu ficava muito limitado e não tinha autonomia para implantar mudanças.
- * Vou trazer toda a minha expertise de 25 anos nas vendas diretas/MMN para construir um negócio como eu acho que tem que ser.
- * As pessoas serão livres para por seus ovos nas cestas que quiserem. O modo de retê-las não será com pressão, mas com a qualidade dos produtos e do negócio.

* @marcioangelooficial



LPMEMPRESAS



Flores de Lótus: evento da Zyone Cosméticos no Acre, confirma força do MMN feminino e acelera expansão internacional



O mercado de marketing de relacionamento ganhou um novo case de crescimento no Norte do Brasil. A Zyone Cosméticos realizou, em Rio Branco (AC), o “Flores de Lótus”, primeiro grande evento feminino da história da companhia, reunindo quase 100 mulheres em uma experiência voltada ao empreendedorismo, liderança e construção de carreira dentro do MMN.

O encontro aconteceu no Auditório ACISA e já é tratado internamente como um modelo nacional de expansão, treinamento e fortalecimento da cultura da empresa. Inspirado no símbolo oficial da marca – a flor de lótus, que representa prosperidade, união e transformação – o evento reforçou o posicionamento da Zyone como uma empresa focada em desenvolvimento humano aliado às vendas diretas.

Fundada em março de 2020, em plena pandemia, a Zyone nasceu em Piracicaba/SP e hoje já ultrapassa a marca de 110 mil consultores cadastrados e mais de 750 pontos de apoio espalhados pelo Brasil, incluindo filial estratégica em Rio Branco, no Acre.

Acre se torna peça-chave da expansão nacional

O sucesso do “Flores de Lótus” mos-

trou algo que o mercado já começa a perceber: o Acre se transformou em uma das regiões mais promissoras para expansão da Zyone na região Norte.

A mobilização local, o crescimento acelerado da rede e o forte engajamento feminino colocaram Rio Branco como um dos polos estratégicos da companhia. A presença de personalidades do poder público acreano, incluindo Waleska Bezerra, presidente da Agência de Negócios do Estado do Acre (ANAC), que representou no palco a atual governadora do estado Mailza Assis, reforçou a relevância econômica e social do projeto.

A região Norte vive um momento de crescimento acelerado dentro da companhia, impulsionado principalmente pelo modelo híbrido da Zyone, que une:

- * lucro imediato na revenda
- * construção de equipe
- * plano de carreira

* treinamentos constantes

* incentivos nacionais e internacionais.

O modelo de negócio da empresa permite ganhos de até 260% na revenda de produtos para consultores participantes do Clube de Vantagens.

MMN feminino em ascensão

O evento teve foco total no fortalecimento da mulher empreendedora. Contou com a presença do Presidente Sidney Schmidt e sua esposa Carla Araújo que fez a abertura e falou sobre o papel da mulher no universo do MMN. O encontro contou com palestras, apresentação do plano e treinamentos promovidos pela Staff de mulheres acreanas, as participantes viveram apresentações teatrais baseadas em situações reais do dia a dia do marketing multinível, abordando:

* depoimento

LPMEMPRESAS

- * objeções de vendas
- * insegurança emocional;
- * superação;
- * liderança;
- * construção de equipe;
- * relacionamento com clientes.

O presidente da Zyone, Sidney Schmidt, destacou durante o encontro a importância da força feminina na sociedade.

“As mulheres têm potencial de contribuir com a renda da família, mais do que isso podem mudar suas realidades financeiras significativamente.” Enfatizou Schmidt

A empresa também reforçou sua conexão com o empoderamento feminino através de ações institucionais, como o patrocínio oficial da Miss Brasil Mundo 2026.

Cruzeiros, viagens e reconhecimento movimentam a rede

Um dos pontos que mais chamou atenção das participantes foi o plano de reconhecimento da empresa, especialmente os cruzeiros corporativos e viagens internacionais.

A Zyone já realizou cinco cruzeiros de reconhecimento para líderes e consultores qualificados, neste último em 2026 foram mais de 400 consultores a bordo do transatlântico Costa Diadema.

Agora, as expectativas se voltam para os próximos eventos internacionais e para o novo ciclo de reconhecimento da empresa, que inclui experiências premium e viagens exclusivas para líderes qualificados.

Convenção Nacional fortalece visão de expansão global

Outro fator que vem impulsionando a credibilidade da companhia no mercado de MMN é a Convenção Nacional Zyone, que na sua segunda edição em 2026 reuniu na cidade sede em Piracicaba SP centenas de líderes de todo o Brasil.

O evento marcou uma nova fase da empresa e reforçou oficialmente a estratégia de internacionalização da marca.

Bolívia surge como próximo passo natural da Zyone

Com a consolidação da operação no

Acre e a proximidade geográfica com países vizinhos, a expansão para a Bolívia já é tratada nos bastidores como um movimento inevitável.

A forte presença da Zyone na região Norte, somada ao crescimento da cultura empreendedora latino-americana e ao modelo acessível de entrada no negócio, cria um cenário extremamente favorável para internacionalização.

Analistas do setor de vendas diretas enxergam a América Latina como uma das regiões mais promissoras para o crescimento do MMN nos próximos anos, especialmente em mercados emergentes com forte cultura de relacionamento e vendas por indicação.

Uma empresa que cresce com estrutura

Além do crescimento comercial, a Zyone reforça sua estrutura institucional:

- * marca registrada no INPI;
- * associação à ABEVD;
- * aplicativo próprio;
- * centro de distribuição no Acre;
- * mais de 750 pontos de apoio;
- * sistema de treinamentos contínuos;
- * clube de vantagens para consultores;
- * plano de carreira com múltiplas graduações.

A empresa também mantém forte presença em reconhecimento profissional, campanhas motivacionais e ações de impacto social.

O “Flores de Lótus” tem potencial



para ser um movimento nacional. Afirmou Carla Araújo.

O sucesso da edição no Acre fez com que lideranças já começassem a discutir novas edições do projeto em outras regiões do Brasil.

Mais do que um evento feminino, o “Flores de Lótus” passou a representar um novo posicionamento da Zyone dentro do mercado de multinível: uma empresa focada em expansão sustentável, formação de líderes e construção de comunidade.

Para muitos participantes, o encontro marcou o início de uma nova fase da companhia mais madura, estruturada e preparada para um crescimento nacional e internacional ainda maior.





Mundo MLM em Notícias

A fábrica da DXN terá pedra fundamental



A multinacional DXN confirmou para o dia 29 de agosto próximo o lançamento da pedra fundamental de sua fábrica brasileira em Ibiá, MG.

Fundada na Malásia em 1983 por Datuk Lim Siow Jim a DXN tornou-se famosa globalmente pela produção de suplementos, cosméticos e alimentos à base do cogumelo *Ganoderma lucidum* (Reishi), com destaque para o Café com Ganoderma.

Além da construção da fábrica a DXN

adquiriu uma área de 155 hectares na vizinhança de Araxá para o cultivo orgânico próprio e fornecimento de matéria prima.

Caravanas

O líder pioneiro Herbert Bastidas, de Campinas, SP, informou que virão caravanas de diversos países com um total de mais de 1.000 pessoas no evento...

De 12 a 14 de junho a DXN Brasil pro-



moveu evento em São Paulo reunindo as lideranças (foto) e tendo como VIP Wilder Cerrón, top-líder internacional

A expansão da Like Brasil no Nordeste Com diretor Sérgio Oliveira (Serginho)

Entre uma pizza e outra conversamos dia desses (foto) com o Diretor da Like Brasil Sérgio Oliveira (mais conhecido como Serginho) que nos colocou a par de seu trabalho de expansão da marca na região Nordeste.

Ele está no MMN há 25 anos, portanto com Jubileu de Prata, e acumula expertise no corporativo desde 2009, com passagem por diversas empresas.

Desbravador – Serginho deixou a

sede da Like em Guarapari, ES, para se instalar com a família em Maceió, AL, comandando a Plataforma que abastece os CD's do Nordeste.

Com seu trabalho a Like passa por processo de expansão. Por exemplo a Diamante Mabel Moraes, dona do CD de Natal acaba de abrir unidade em Recife, no Shopping Rio Mar, o maior do Nordeste.

Isto entre vários outros exemplos de sucesso da Like na região.



Para onde irá o ícone Márcio Lucas? Influencer com 1 milhão de seguidores

O nome de Márcio Lucas é sinônimo de grande sucesso no multinível brasileiro, com passagens vitoriosas por diversas empresas, como Polishop, Omnilife e outras. Além do sucesso nas redes, ele tornou-se influencer de comportamento e tem mais de 1 milhão de seguidores.

Oriente

Há poucas semanas Márcio Lucas estava em giro no Extremo Oriente em países como Coreia do Sul, Malásia e China.

Nossos informantes passaram a informação que muito em breve Márcio Lucas anunciará seu retorno às redes



Pode até ser uma empresa de um dos países visitados. Os três países sediam diversas empresas de MMN, em ordem alfabé-

tica: Atomy (Coreia do Sul), DXN (Malásia), GanoExcel (Malásia), Prife International (Malásia) e Tiens (China).

A pergunta que vale um milhão: para onde irá Márcio Lucas.?





MULTINÍVEL DIGITAL

Rodolfo Gasparian



Entre a tecnologia e a indicação: o futuro será híbrido

O marketing multinível está entrando em uma nova fase. A tecnologia acelera processos, mas a confiança — seu ativo mais valioso — continua sendo construída entre pessoas.

Durante muito tempo, ouvimos duas frases que pareciam opostas dentro do marketing multinível.

A primeira dizia: “o marketing multinível sempre será relacionamento e indicação”.

A segunda, mais recente, afirma: “a inteligência artificial vai mudar tudo”.

Curiosamente, as duas estão corretas.

Mas existe um erro acontecendo no mercado: acreditar que uma substituirá a outra. Não vai.

Estamos entrando em uma nova era. Uma fase em que a tecnologia assumirá grande parte do trabalho operacional, enquanto as pessoas continuarão sendo responsáveis por aquilo que nenhuma máquina consegue reproduzir: a construção da confiança.

E esse detalhe faz toda a diferença.

Durante décadas, o marketing multinível prosperou graças às conexões humanas. Um amigo indicava um produto, um familiar compartilhava uma experiência positiva ou um líder apresentava uma oportunidade de negócio a alguém próximo. Esse modelo funcionou muito bem e continua extremamente poderoso.

Afinal, independentemente da evolução tecnológica, as pessoas ainda compram de pessoas.

Ao mesmo tempo, ignorar a transformação digital que estamos vivendo seria um erro estratégico enorme. A inteligência artificial deixou de ser um assunto futurista e passou a fazer parte da rotina de milhares de empreendedores. Hoje, ela já está alterando a forma como vendemos, atendemos, acompanhamos clientes e desenvolvemos equipes.

Mas existe um detalhe que precisa ficar muito claro: a tecnologia não cria confiança.

Ela pode responder perguntas em segundos, organizar agendas, automatizar processos, produzir conteúdos e acompanhar centenas de pessoas simultaneamente. Porém, nenhuma dessas tarefas consegue reproduzir a sensação de segurança que surge quando uma pessoa recomenda algo em que realmente acredita.

É justamente aqui que nasce o conceito do modelo híbrido.

O profissional que prosperará nos próximos anos não será aquele que escolher um lado, mas aquele que aprenderá a equilibrar dois universos que, durante muito tempo, pareceram opostos.

No modelo híbrido, o empreendedor moderno precisará dominar cinco pilares fundamentais:

- utilizar a tecnologia para ganhar velocidade;
- preservar o relacionamento humano como diferencial competitivo;
- automatizar tarefas repetitivas;
- fortalecer a confiança entre as pessoas;
- e dedicar mais tempo à liderança e menos ao operacional.

Tenho observado uma verdadeira corrida pela adoção da inteligência artificial. Parece que todos querem automatizar tudo o mais rápido possível. E a euforia é compreensível. O problema é que, em alguns casos, o relacionamento humano está sendo deixado em segundo plano, como se fosse um componente ultrapassado do negócio.

E isso representa um risco enorme.

Se a sua operação depende exclusivamente de robôs, ela não está construindo um relacionamento. Está construindo uma central de atendimento.

“A tecnologia aproxima, mas a confiança continua nascendo entre pessoas.”

Ao mesmo tempo, também observo profissionais que resistem a qualquer tipo de inovação. Ainda acreditam que apenas o trabalho manual, o contato individual e os processos tradicionais serão suficientes para sustentar o crescimento nos próximos anos. Infelizmente, essa postura também se tornou perigosa.

O mercado mudou. O consumidor está mais exigente, mais informado e muito mais impaciente. A atenção das pessoas dura poucos segundos e a concorrência está a apenas um clique de distância. Ignorar as ferramentas disponíveis significa perder produtividade, competitividade e, principalmente, relevância.

É justamente por isso que os extremos se tornaram perigosos.

De um lado, estão aqueles que acreditam que a tecnologia resolverá tudo:

- automatizam todo o atendimento;
- eliminam o contato humano;
- transformam a comunicação em algo impessoal;
- e acabam perdendo a conexão com as pessoas.

Do outro lado, estão aqueles que resistem à transformação digital:

- evitam aprender novas ferramentas;
- mantêm processos totalmente manuais;
- desperdiçam tempo em tarefas repetitivas;

- e perdem velocidade diante do mercado.

Nenhum dos dois modelos representa o futuro.

Acredito que o grande diferencial do distribuidor moderno será justamente aprender a fazer os dois mundos trabalharem juntos. A tecnologia deve assumir o trabalho operacional para que o empreendedor tenha mais tempo para fazer aquilo que realmente gera valor: ouvir, orientar, acompanhar, desenvolver pessoas e fortalecer relacionamentos genuínos.

Esse, na minha opinião, é o verdadeiro significado do modelo híbrido.

Talvez a maior mudança que veremos nos próximos anos seja justamente a transformação do papel da liderança. O líder do futuro não será aquele que responde todo mundo, centraliza todos os processos e faz absolutamente tudo sozinho. Esse modelo está se tornando insustentável.

O novo líder será aquele que construirá sistemas inteligentes para dedicar sua energia ao que realmente importa.

Seu papel deixa de ser apenas executar e passa a ser:

- orientar;
- acompanhar;

- desenvolver pessoas;
- fortalecer a cultura;
- e construir relacionamentos duradouros.

“A tecnologia não substitui a liderança. Ela liberta a liderança.”

Existe, inclusive, uma ironia muito interessante acontecendo neste momento histórico. Quanto mais digital o mundo se torna, maior passa a ser a necessidade de conexões humanas verdadeiras. Em meio a tantos anúncios, algoritmos e conteúdos automatizados, a indicação de alguém de confiança se torna ainda mais valiosa.

O boca a boca não está desaparecendo. Na verdade, ele está sendo fortalecido.

A diferença é que agora ele ganha velocidade, escala e inteligência.

Talvez o maior erro que possamos cometer seja acreditar que precisamos escolher um lado. Não precisamos. O futuro não será uma disputa entre pes-

soas e tecnologia. Será uma parceria entre ambos.

Os profissionais que estarão à frente do mercado serão aqueles que conseguirem unir:

- a velocidade da tecnologia;
- a confiança das relações humanas;
- a inteligência dos dados;
- a proximidade da indicação;
- e a sensibilidade que nenhuma máquina é capaz de reproduzir.

Por isso, acredito que o futuro do marketing multinível não será 100% digital e tampouco 100% presencial. O futuro será híbrido. Um ambiente onde a tecnologia cuidará dos processos e as pessoas cuidarão daquilo que sempre foi a essência deste mercado: a construção da confiança.

Talvez essa seja a principal mensagem que o mercado precise entender neste momento: quem abandonar a tecnologia ficará para trás, mas quem abandonar o relacionamento perderá a sua maior vantagem competitiva.

O futuro não pertence às máquinas.

O futuro pertence a quem aprender a unir eficiência e humanidade.

Venda pelo WhatsApp com seu próprio Catálogo Online

Tenha uma loja profissional, receba pedidos e pagamentos via **Pix** de forma simples e rápida.



Pedidos direto no WhatsApp

Carrinho integrado e envio automático



Recebimento por Pix

Mais agilidade para você e seu cliente



Fotos e descrição dos produtos

Mostre seus produtos de forma profissional



Cartão Virtual

Compartilhe seu contato com um toque



White Label

Personalize com a identidade da sua marca



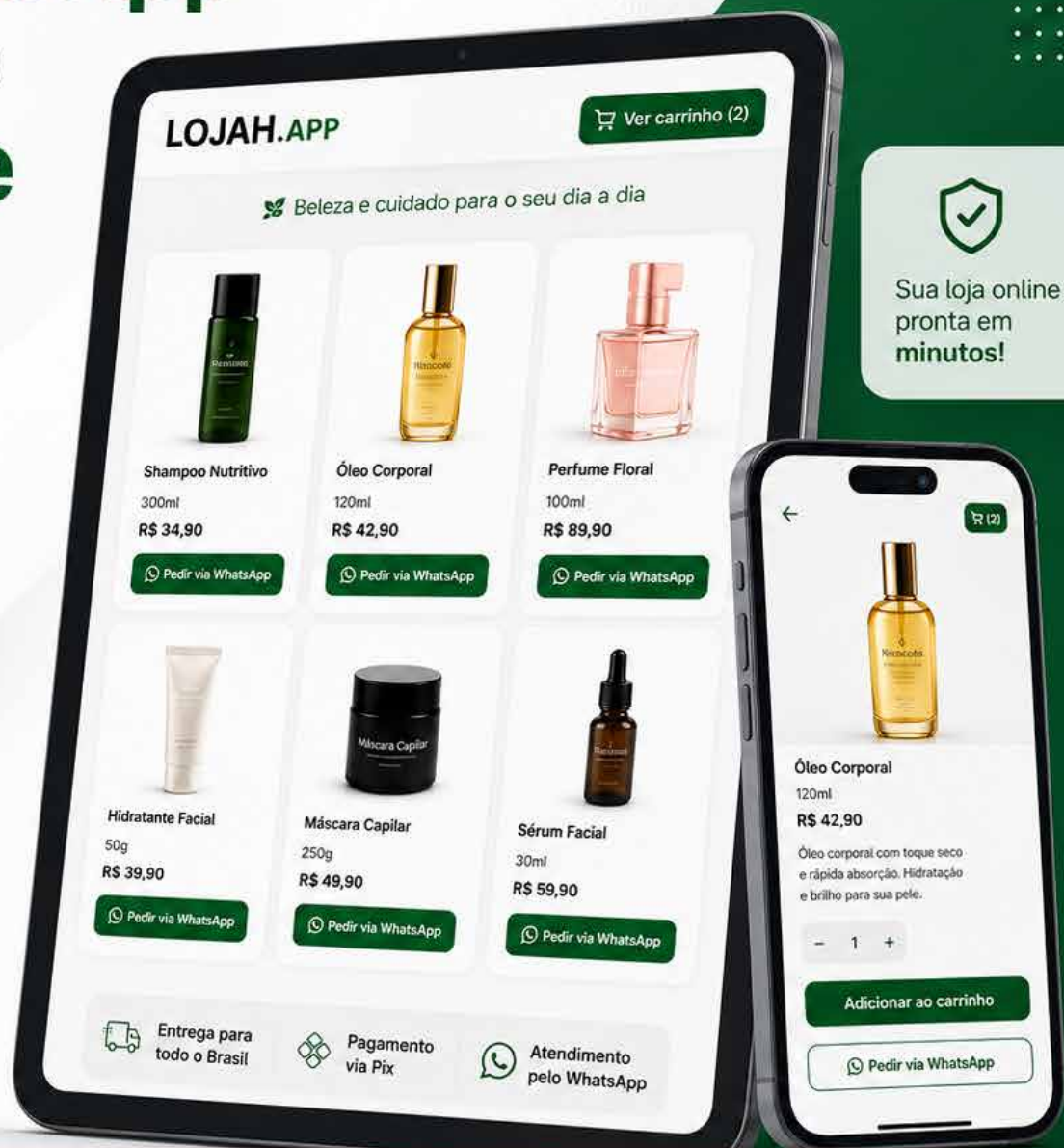
Solicite uma demonstração

Descubra como é fácil vender mais!



Fale com a gente no WhatsApp

45 99946-3907



Sua loja online
pronta em
minutos!



Ideal para pequenos
e médios negócios



Compartilhe seu catálogo
por link ou QR Code



Aumente suas vendas
com praticidade



Goiânia e Maceió com a **MeDPlant**

Voamos até Goiânia, GO, para conhecer as fábricas da Medplant, o novo MMN de saúde e cuidados pessoais que já nasceu grande. São seis fábricas, sendo quatro de suplementos e duas de cosméticos.



Mais antiga

A fábrica mais antiga do grupo é a Dokmos (foto) que está concluindo nova unidade ainda maior. Fomos também nas novas instalações da Organza, ambas em Trindade, na região metropolitana de Goiânia.

CEO

Antes de chegar em Goiânia fomos ao evento de lançamento da Medplant em Maceió, que reuniu lideranças pioneiras na região Nordeste.

Nosso anfitrião, tanto em Goiânia como em Maceió, foi o CEO da Medplant, Dr. Lucas Clementino (foto à esquerda).

O Presidente é o empresário Irabis Ricardo, um tradicional industrial em Goiás.



Diretor Jorge Wender



Diretores Venâncio e Iris Gabriel

Veja a seguir na próxima página Ping-Pong com o CEO Dr Lucas Clementino.





Maceió

O evento de lançamento da Medplant em Maceió reuniu lideranças pioneiras no Nordeste.

Anotamos da Bahia, Dr Sílvio Renê, de Sergipe Pastor Wellington Santos, de Pernambuco o ex-Hinode

Odair Moura e de Alagoas Maurício Araújo, Celina Teixeira, Otávio Moura e Izabel Acioly.



Com Dr. Sílvio Renê



Com Pr. Wellington Santos



Izabel, Maurício e Celina

PING-PONG COM O CEO DR. LUCAS CLEMENTINO

1 – Como nasceu o projeto Medplant?

Dr Lucas – O projeto nasceu para ser o motor comercial de um grupo tradicional de indústrias em Goiás com mais de 30 anos no mercado. Essas fábricas atendem a centenas de empresas nos segmentos de saúde e beleza com produtos consagrados pela sua altíssima qualidade.

2 – Tem mercado para um novo MMN de saúde como a Medplant?

Dr Lucas – Sim, tem. A Medplant por ser fabricante pode oferecer produtos, como suplementos, com preços equivalentes ou até inferiores às farmácias e qualidade superior.

3 – Quais alguns diferenciais da Medplant para quem

busca um projeto sólido em multinível?

Dr Lucas – Falando em solidez, temos 6 indústrias sendo 4 de suplementos e 2 de cosméticos. Em relação aos ganhos temos dois pontos que impactam diretamente a remuneração.

Primeiro ponto, o plano de marketing é totalmente destravado até o décimo nível. Ou seja todo distribuidor pode receber até o nível 10 mesmo sem estar graduado a nenhum pin, algo raro no mercado multinível.

Segundo ponto, incluímos no plano percentuais que formam um Pool de lideranças, como uma piscina financeira, participando já a partir de Prata e ainda é cumulativo. É um tipo de PL-Participação de Lucros.

Com esses dois pon-



tos resulta que a Medplant é a empresa que melhor paga no mercado de MMN atualmente.



Jaspe Experience na Argentina

Enviado especial Rogério André



No dia 07 de junho, chegamos à vibrante cidade de Buenos Aires, iniciando dias de muito aprendizado e conexão. No dia 08, participamos de uma reunião oficial com os Presidentes e o corporativo da Ozonteck, conhecendo a estrutura e os projetos da empresa na Argentina.

No dia 09, vivemos um incrível city



tour, visitando pontos turísticos como Casa Rosada, Caminito, Puerto Madero, famosa Livraria El Ateneo e outros cartões-postais marcantes. No dia 10, desfrutamos de uma noite especial com jantar e espetáculo de tango na tradicional e famosa casa de show da Argentina Tango Porteño.

No dia 11, registramos esse momento



no icônico Obelisco de Buenos Aires (foto). E no dia 12, retornamos ao Brasil com mais de 60 líderes Jaspe, levando na bagagem experiências únicas, novas amizades e a certeza de que a Ozonteck continua transformando vidas.

Rogério André - Jaspe (duplo diamante) Ozonteck

Ozon Hair by Jaspes Rosângela & Ricardo

Com Mestre capilar Elias Silva

Os qualificados a Jaspe Rosângela Batista e Ricardo Wanderley, donos de dois CD's, foram anfitriões impecáveis no novo Ozon Hair Science realizado em maio em Recife. O Ozon Hair Science é um super-sistema de treinamento capilar incluindo presencial + digital e que tem turnês permanentes por todo o Brasil. Esta edição foi dirigida pelo Mestre Elias Silva e pela Master Fabiana Hollman (foto maior).

Liderança

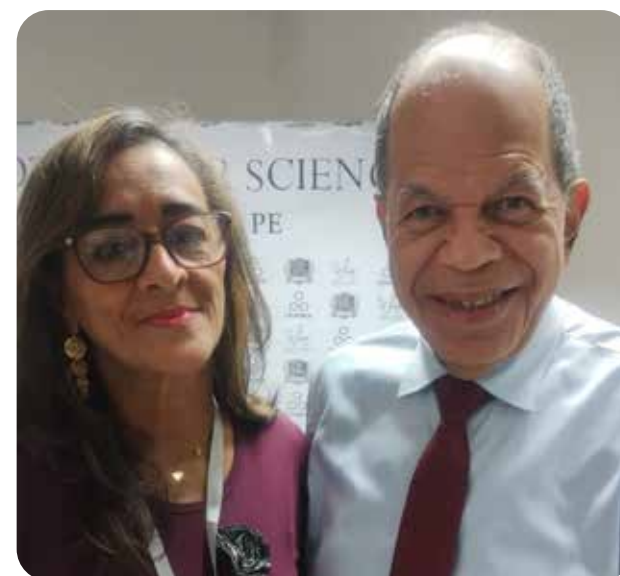
Neste Ozon Hair Science foram dois dias intensos, o primeiro com formação teórica e o segundo com a parte prática, realizada em salão de beleza parceiro.

Presentes líderes e donos de CD de diversas cidades como: CD Olinda (Rosângela-anfitriã), CD Jardim São Paulo (Júlio), CD João Pessoa (Margarida) e CD Camaragibe (Elaine), com a presença de muitos líderes e cabeleireiros convidados.

Destaque para a participação das duas qualificadas a Diamante do estado, Elaine Gomes e Nadir Maria.



Ricardo Wanderley e Rosângela Batista



Diamante Elaine Gomes



Diamante Nadir Maria

O futuro das revendedoras

Por Valéria Rossi

Durante muitos anos, ouvimos previsões sobre o fim da venda direta. Com o crescimento do comércio eletrônico, das redes sociais e das novas tecnologias, muitos acreditaram que a figura da revendedora perderia espaço. Mas a realidade mostrou exatamente o contrário. O que estamos presenciando não é o desaparecimento das revendedoras. Estamos vivendo a maior transformação da sua história.

A venda direta sempre teve como principal diferencial algo que nenhuma tecnologia conseguiu substituir: a relação humana. Pessoas compram de pessoas. Compram de quem conhecem, de quem confiam e de quem está presente em momentos importantes de suas vidas.

A confiança continuará sendo a moeda mais valiosa da venda direta.

Entretanto, a forma como essa relação acontece mudou profundamente.

A revendedora do futuro não será apenas alguém que entrega produtos. Ela será uma consultora, uma influenciadora, uma criadora de conteúdo e uma empreendedora capaz de conectar marcas e consumidores de maneira muito mais próxima e personalizada.

As redes sociais democratizaram a comunicação. Hoje, uma consultora pode apresentar um produto para dezenas, centenas ou até milhares de pessoas por meio de uma live, de um vídeo curto ou de uma recomendação autêntica em suas redes.

O chamado Social Selling deixou de ser tendência para se tornar realidade. A indicação digital ampliou o alcance da recomendação pessoal, criando uma combinação extremamente poderosa entre relacionamento e tecnologia.

Ao mesmo tempo, o consumidor tornou-se mais exigente. Ele busca informação, experiência, credibilidade e propósito. Não deseja apenas comprar um produto; deseja entender como aquele produto pode melhorar sua vida.

É nesse contexto que a revendedora ganha ainda mais relevância.

Nenhum algoritmo substitui a escuta ativa. Nenhuma plataforma digital substitui a empatia. Nenhuma inteligência artificial substitui completamente a capacidade humana de compreender necessidades, desejos e emoções. Por isso, acredito que o futuro pertence às revendedoras que desenvolverem três competências fundamentais.

A primeira é o conhecimento. Conhe-

cer profundamente os produtos, os benefícios, os diferenciais da marca e as necessidades dos clientes.

A segunda é a comunicação. Saber utilizar ferramentas digitais, produzir conteúdo relevante e construir uma presença consistente nas redes sociais.

A terceira é a mentalidade empreendedora. Entender que cada consultora possui um negócio próprio e que sua marca pessoal será cada vez mais importante para seu crescimento.

Nesse novo cenário, o aprendizado contínuo deixará de ser um diferencial para se tornar uma necessidade. A velocidade das transformações exige profissionais cada vez mais preparados para acompanhar mudanças de comportamento do consumidor, novas tecnologias e tendências de mercado. As consultoras que investirem em capacitação, desenvolvimento pessoal e atualização constante estarão mais preparadas para construir negócios sólidos e sustentáveis.

Além disso, veremos um crescimento significativo da importância da marca pessoal. Cada consultora terá a oportunidade de construir sua própria reputação por meio de sua presença digital, do conteúdo que compartilha e dos relacionamentos que desenvolve. As pessoas continuarão comprando de pessoas, mas escolherão cada vez mais aquelas que demonstram conhecimento, autenticidade e credibilidade. A confiança continuará sendo a moeda mais valiosa da venda direta.

A venda direta sempre teve como principal diferencial algo que nenhuma tecnologia conseguiu substituir: a relação humana.

Também veremos uma evolução significativa na utilização da tecnologia. Ferramentas de inteligência artificial, automação, CRM, geolocalização e análise de dados permitirão uma gestão mais eficiente dos negócios, aumentando a produtividade e melhorando a experiência do consumidor.

Mas é importante destacar: a tecnologia será uma aliada, não uma substituta. O centro da venda direta continuará sendo o relacionamento.

Outro aspecto que ganhará força é o protagonismo feminino. Historicamente, a venda direta abriu portas para milhões de mulheres conquistarem renda, independên-



cia financeira e desenvolvimento pessoal.

Nos próximos anos, essa contribuição será ainda mais relevante. Muitas mulheres continuarão buscando modelos de trabalho flexíveis, capazes de conciliar vida pessoal, família e realização profissional. A venda direta continuará sendo uma das maiores escolas de empreendedorismo do mundo.

Acredito que estamos entrando em uma nova era, na qual a revendedora deixa de ser vista apenas como uma vendedora e passa a ser reconhecida como uma verdadeira aliada do consumidor. Mais do que comercializar produtos, ela constrói relacionamentos, gera confiança, orienta escolhas e cria experiências. Torna-se uma empresária de relacionamentos, sustentada por valores que nenhuma tecnologia consegue replicar plenamente: confiança, transparência, credibilidade e ética.

As marcas dependerão cada vez mais da integração entre o humano e o digital para se diferenciarem em um mercado altamente competitivo. Um produto pode ser adquirido com apenas alguns cliques, mas a fidelização acontece quando existe acompanhamento, orientação e relacionamento. É justamente nesse ponto que reside a força da venda direta. As revendedoras desempenham um papel decisivo na experiência do consumidor, contribuindo para índices elevados de satisfação, fidelidade e recompra, elementos fundamentais para a sustentabilidade de qualquer negócio.

O futuro das revendedoras já começou

Será um futuro mais digital, mas também mais humano. Mais tecnológico, mas igualmente baseado em relacionamentos. Mais profissional, mais conectado e repleto de oportunidades para quem estiver disposto a aprender, evoluir e gerar valor.

No futuro da venda direta, não crescerá apenas quem vender mais. Crescerá quem aprender mais rápido, se conectar melhor e entregar mais valor aos seus clientes. Porque, por mais avançada que seja a tecnologia, nenhuma ferramenta será capaz de substituir completamente a confiança construída entre pessoas.

E é justamente essa confiança que continuará sendo o maior patrimônio das revendedoras do futuro. E a empresa que contar com esta consultora, com esta liderança, terá em seu maior ativo competitivo alguém capaz de conectar pessoas, inspirar sonhos e gerar resultados de forma ética, humana e duradoura.

Acredito que a venda direta conti-



nuará transformando vidas, gerando oportunidades e formando líderes. Mudarão as ferramentas, evoluirão os canais e surgirão novas tecnologias, mas permanecerá aquilo que sempre esteve no centro deste negócio: a capacidade humana de servir, inspirar e construir relacionamentos genuínos.

Valéria Rossi é CEO da Crystallini Cosmetics, executiva com mais de 30 anos de experiência em venda direta e marketing de relacionamento. Foi presidente da ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), diretora da Jafra Brasil por uma década e atua como referência no desenvolvimento de lideranças, empreendedorismo feminino e transformação digital na venda direta. Criadora do movimento "Toda mulher merece brilhar", acredita que a venda direta é uma poderosa ferramenta de empreendedorismo, desenvolvimento pessoal e transformação social.

Maio&junho com mulheres poderosas

Erica – Rosângela – Kelly Dias – Waleska

Nos meses de maio e junho a mulherada bombou no MMN, com dezenas de líderes femininas na maioria das empresas. Entre tantos casos, selecionamos quatro que tiveram boa repercussão nas redes sociais, protagonizados por ERICA MACEDO, que saiu pré-candidata a Deputada Estadual por SP, ROSÂNGELA BATISTA, que está expandindo a Ozonteck no Nordeste, KELLY DIAS, Master Técnica que está lançando linha própria capilar e WALESKA DE LIMA, que está revolucionando o Comercial da Akmos.

Vamos aos detalhes de cada uma dessas quatro legítimas campeãs.

Erica

Além de experiente líder Diamante nas redes, Erica Macedo há anos promove cursos de capacitação profissional em parceria com a Federação dos Cabeleiros e Similares do Brasil. Erica também é ardorosa defensora de causas femininas, como o combate à violência contra a mulher. Em maio o partido Avante trouxe Erica, pelo conjunto da obra, como pré-candidata a Deputada Estadual por São Paulo, com o apoio do pré-candidato a Deputado Federal Luiz Moura.

Rosângela

A paranaense Rosângela Batista é Jaspe em ascensão na Ozonteck, pin que equivale a Duplo Diamante. Dona de um carisma e personalidade marcantes, ela morou antes em Bogotá, liderando na Hinode Colômbia e na volta ao Brasil optou pela Ozonteck investindo no Nordeste. A partir de Recife está expandindo fortemente a marca. Em junho deu mais um passo, abrindo mais um CD da Ozonteck agora na famosa praia de Boa Viagem.



Erica Macedo

Rosângela Batista

Kelly Dias

Waleska de Lima

Kelly

Kelly Dias brilha faz tempo nas empresas de MMN como prestigiada Master Técnica, com sua expertise de décadas.

Em maio anunciou a criação de sua própria marca de capilar, a Professional Line Kelly Dias que será comercializada pela American Life- leia-se Pres. Sergio Gustavo.

O pré-lançamento desta nova linha capilar ocorreu em junho e vem despertando grande entusiasmo entre profissionais da beleza, empreendedores e líderes do MMN.

Waleska

Waleska de Lima é empresária, consultora e uma das mais experientes executivas no mundo das vendas diretas. Sempre atuando em grandes empresas, é a atual Diretora Comercial da Akmos. Foi dela a produção da recente Convenção, que foi considerada uma das melhores na história da empresa.

Em maio e junho Waleska comemorou resultados de sua gestão, com aumento da retenção na rede, aumento do ticket médio de compras e muitos elogios das lideranças para os rumos da nova gestão.

Multinível é sucesso no ranking mundial

Saiu em abril o novo ranking mundial das empresas de vendas diretas de 2025.

O Ranking Global 100 é uma avaliação da DSN-Direct Selling News.

Para entrar no ranking a empresa deve ter faturado mais de US\$100 milhões no ano.

No Top 11 (veja quadro) nove empresas utilizam o modelo multinível e apenas duas – alemã Vorwerk e brasileira Natura – não utilizam

o MNN, adotando o modelo simples de mononível. A brasileira Hinode figura na número 53ª posição.

Experts

Para tecer suas considerações sobre essa esmagadora maioria do multinível no Top 11 convidamos três consultores de marketing de muito prestígio, Cláudio Campos, Edmundo Roveri e Nilson Lima, que você vai ler.

MAIORES EMPRESAS NO RANKING MUNDIAL TOP 11

Direct Selling News
GLOBAL
ONE HUNDRED

| Nome | Em bilhão US\$ |
|--------------|----------------|
| 1. Amway | 7,3 |
| 2. Herbalife | 5 |
| 3. Vorwerk | 4,9 |
| 4. Natura&Co | 4,35 |
| 5. P.M Int. | 4,08 |
| 6. Coway | 3,3 |
| 7. Atomy | TBD |
| 8. Nu Skin | 1,49 |
| 9. Usana | 925 M |
| 10. BeFra | 828 M |
| 11. Farmasi | 610 M |

Multinível em alta no ranking mundial

Cláudio Campos



O novo Ranking Global 100 da Direct Selling News (DSN) trouxe um dado incrível para o mercado multinível, das 11 maiores empresas de vendas diretas do mundo, 9 utilizam planos de remuneração multinível. E o mais impressionante ainda é que juntas, elas representam cerca de 73% de todo o faturamento gerado pelas 11 líderes globais em vendas diretas.

O engraçado é que volta e meia aparece alguém decretando o fim do multinível, dizendo que o modelo está ultrapassado, que perdeu espaço para o digital ou para novos formatos de distribuição. Mas quando olhamos para os números, a realidade parece contar uma história diferente.

Entre as empresas que lideram o ranking estão nomes como Amway, Herbalife, PM International, Coway, Atomy, Nu Skin, Usana e Farmasi. Organizações presentes em dezenas de países e que movimentam bilhões de dólares todos os anos.

Aliás, merece destaque a presença da Farmasi, empresa turca com presença crescente no Brasil. Dirigida pelo experiente Marcel Szajubok, já figura entre as maiores organizações de vendas diretas do mundo. Um movimento que reforça a importância estratégica do mercado brasileiro para a expansão global do setor.

Outro ponto que chama atenção é a longevidade dessas empresas.

A Amway foi fundada em 1959, a Herbalife em 1980, a Usana em 1992 e a PM International em 1993. Ou seja, nosso modelo pode ser mais perene que muitas startups que surgem cercadas de expectativa, captam milhões e desaparecem poucos anos depois, enquanto essas empresas continuam crescendo após três, quatro e até seis décadas de mercado.

Talvez exista uma lição importante aí, pois, o desafio não é apenas crescer, é continuar crescendo. É atravessar crises, mudanças tecnológicas, transformações no comportamento do consumidor e novas gerações sem perder relevância.

Para as empresas brasileiras, vale uma

reflexão. A longevidade dessas organizações não aconteceu por acaso. Ao longo de décadas, elas construíram marcas fortes, desenvolveram produtos desejados e mantiveram o foco naquilo que realmente sustenta qualquer negócio: o consumidor final.

Mais do que formar redes, essas empresas aprenderam a gerar consumo. Mais do que recrutar pessoas, aprenderam a resolver problemas, atender necessidades e criar experiências capazes de gerar recompra ao longo do tempo. Talvez seja justamente essa a principal lição deixada pelas líderes globais do setor. Redes podem acelerar o crescimento, mas são os consumidores satisfeitos que garantem a longevidade.

No final das contas, o ranking da DSN não mostra apenas quem faturou mais, mas também quem conseguiu construir negócios duradouros. E talvez essa seja a principal mensagem do ranking de 2025.

O multinível não é apenas maioria entre as maiores empresas do mundo no segmento de vendas diretas, é também um grande exemplo global a ser seguido.

Cláudio Campos é empresário e Consultor de Marketing de muito prestígio nas vendas diretas.

O Multinível Não Desapareceu. Ele se consolidou e evoluiu.

Edmundo Roveri



Em uma era marcada pela transformação digital, inteligência artificial e novas formas de empreender, muitas pessoas passaram a acreditar que o marketing multinível pertence ao passado. Para quem observa o mercado de fora, a impressão é de que o modelo perdeu relevância ou está gradualmente desaparecendo. Os números mostram exatamente o contrário.

Segundo o mais recente levantamento da Direct Selling News, 9 entre as 11 maiores empresas de vendas diretas do mundo encontram-se organizações que utilizam o marketing multinível como parte de sua estratégia de crescimento e remuneração. O ranking é liderado pela Amway e conta com nomes conhecidos como Herbalife, Natura, Nu Skin e Atomy, e outras empresas que construíram operações bilionárias em diferentes continentes.

Empresas brasileiras também mantêm presença relevante nesse cenário global. A Natura ocupa posição de destaque entre as maiores empresas do setor, enquanto a Hinode figura entre as empresas brasileiras no ranking mundial, na 53ª posição.

Vale destacar que o ranking da Direct Selling News é elaborado com base nas informações fornecidas voluntariamente pelas próprias empresas participantes. Por essa razão, empresas globalmente reconhecidas como Mary Kay, Forever Living e doTERRA não aparecem no levantamento por não terem participado do processo de envio de informações.

É importante compreender que o marketing multinível não é um setor independente, mas uma forma de remuneração aplicada dentro do universo das vendas diretas.

Tradicionalmente, o modelo permite que um consultor ou distribuidor obtenha ganhos tanto pelas vendas realizadas quanto pelo desenvolvimento de uma equipe de negócios.

O que muitos ainda não perceberam é que esse conceito ultrapassou os limites das vendas diretas tradicionais.

Com o avanço da tecnologia, novos modelos comerciais passaram a incorporar estruturas de remuneração em níveis. Programas de afiliados, plataformas digitais e sistemas de indicação remunerada utilizam princípios semelhantes aos que o multinível ajudou a popularizar ao longo das últimas décadas. A diferença é que, muitas vezes, essas operações acontecem sem estoque,

sem catálogos físicos e com processos totalmente digitais.

Ao mesmo tempo, empresas de vendas diretas estão se tornando cada vez mais híbridas. Consumidores compram por lojas virtuais, aplicativos, links personalizados e canais digitais, enquanto consultores e líderes continuam sendo remunerados pela movimentação gerada em suas redes.

O futuro aponta para a omnicanalidade com remuneração em níveis. Em outras palavras, múltiplos canais de vendas funcionando de forma integrada e sustentados por sistemas de compensação cada vez mais sofisticados.

Talvez o marketing multinível do futuro não tenha a mesma aparência que tinha há vinte ou trinta anos. Ele utiliza novas tecnologias, novas plataformas e novas formas de relacionamento entre empresas, consumidores e empreendedores. Porém, sua essência permanece a mesma: permitir que pessoas construam redes de negócios e participem dos resultados gerados por elas.

Na realidade, o multinível não está desaparecendo. Está evoluindo. E sua maior transformação pode ser justamente esta: continuar crescendo, mesmo quando muitos já não conseguem reconhecê-lo sob suas novas formas.

Edmundo Roveri é autor do Livro Segredos do Multinível, é palestrante internacional com mais de 30 anos de experiência, ajuda empresas a formatarem planos de negócios em Multinível.

O Brasil ainda está aprendendo a fazer Marketing Multinível

**O que as 11 maiores empresas
do mundo sabem que o Brasil ainda não aprendeu?**

Por Nilson Lima

Enquanto o mercado internacional constrói redes de consumo bilionárias, o Brasil ainda constrói redes de vendedores. O resultado aparece claramente no ranking das maiores empresas do mundo.

Recentemente foi divulgado o Ranking Global 100 da Direct Selling News (DSN), principal publicação mundial especializada em vendas diretas. O levantamento reúne as maiores empresas do setor com base no faturamento do ano

anterior e revela uma realidade que merece uma reflexão profunda sobre o mercado brasileiro.

Entre as onze maiores empresas de vendas diretas do mundo, apenas uma brasileira figura entre os gigantes glo-



bais: a Natura. E existe um detalhe ainda mais relevante: ela é também a principal empresa do ranking que não opera através do modelo tradicional de Marketing Multinível.

Ao analisarmos os números, percebemos que o MMN domina amplamente o cenário internacional.

O QUE O RANKING NOS ENSINA

O dado mais impressionante não é apenas o tamanho dessas empresas.

É que, das 11 maiores operações mundiais, 9 utilizam o Marketing Multinível como principal estratégia de expansão.

Isso demonstra que, quando bem estruturado, o MMN é um dos modelos de distribuição mais poderosos do planeta.

O BRASIL É O OPOSTO DO MERCADO INTERNACIONAL

“Ao longo dos meus mais de 20 anos atuando em estratégias de vendas diretas, expansão comercial e marketing de relacionamento, percebi uma diferença muito clara entre o comportamento do mercado brasileiro e o dos países mais desenvolvidos.”

Nos mercados mais maduros, onde a população possui maior poder de compra e maior estabilidade financeira, a necessidade de renda imediata tende a ser menor.

Com isso, o empreendedor entra no negócio pensando em construir uma carteira de consumidores e uma rede sólida de longo prazo.

O foco principal não é vender hoje.

O foco principal é construir um ativo.

Já em países emergentes, como o Brasil, a realidade costuma ser diferente.

A necessidade de geração de renda imediata faz com que muitas pessoas priorizem exclusivamente o lucro da venda direta.

O resultado é que, em vez de construir redes de consumo, acabamos construindo redes de vendedores.

E essa diferença muda completamente a escala do negócio.

REDES DE CONSUMO X REDES DE VENDEDORES

As maiores empresas de Marketing

Multinível do mundo foram construídas sobre bases de consumo recorrente.

O produto chega primeiro.

O consumidor vem antes do distribuidor.

A rede cresce porque existe demanda real.

No Brasil, em muitos casos, o distribuidor ainda é o protagonista do modelo, enquanto o consumidor ocupa um papel secundário.

Essa inversão de prioridades limita o crescimento das operações e dificulta a construção de organizações realmente duradouras.

Quando uma empresa consegue criar uma cultura de consumo recorrente, ela gera previsibilidade, retenção, estabilidade e crescimento sustentável.

É exatamente isso que observamos nos maiores cases globais.

AINDA ESTAMOS APRENDENDO

Uma afirmação que faço frequentemente é:

“O mercado é muito maior do que todos nós juntos.”

E acredito que ela nunca fez tanto sentido. Apesar de sermos um dos maiores mercados consumidores do planeta, o Brasil ainda possui pouca representatividade entre as gigantes globais do Marketing Multinível.

Isso não significa falta de potencial.

Significa justamente o contrário.

Existe um enorme espaço para crescimento.

“Ainda precisamos evoluir em educação de mercado, formação de lideranças, cultura de consumo, profissionalização e compreensão do verdadeiro propósito do Marketing Multinível.”

O PRECONCEITO AINDA É UM DESAFIO

“Outro fator que limita o crescimento do setor é o preconceito.”

Parte dele nasce da falta de informação.

Mas uma parcela significativa vem dos danos causados por esquemas de pirâmide financeira que utilizaram indevidamente a imagem do Marketing Multinível para captar recursos e iludir pessoas.

O resultado foi uma generalização injusta.

Muitas pessoas passaram a confundir empresas legítimas com operações fraudulentas.

No entanto, basta observar os números globais.

As maiores empresas do setor possuem décadas de existência, operações em dezenas de países, milhões de consumidores e faturamentos bilionários.

Não estamos falando de promessas.

Estamos falando de modelos de negócios consolidados.

O FUTURO DO MMN NO BRASIL

“O Brasil possui uma das populações mais empreendedoras do mundo.”

Possui também uma enorme capacidade de relacionamento, influência e construção de comunidades.

Quando conseguirmos combinar essas características com a construção de verdadeiras redes de consumo, veremos surgir empresas brasileiras ainda mais relevantes no cenário global.

A presença da Natura entre os gigantes mundiais mostra que temos competência para competir em qualquer mercado.

“Agora o desafio é criar uma nova geração de empresas capazes de construir não apenas redes de vendedores, mas principalmente redes de consumidores.”

Talvez esse seja o próximo capítulo da evolução do Marketing Multinível brasileiro.

E quando isso acontecer, descobriremos que o mercado é muito maior do que imaginávamos.



Um Giro entre Goiânia, Maceió e Recife

Nas últimas semanas viajei por três cidades - Goiânia, Maceió e Recife - fazendo coberturas para duas empresas, a estreante Medplant e a Ozonteck.

Em Goiânia estive na sede da Medplant e visitei suas fábricas; em Maceió fui ao evento de lançamento da Medplant na região Nordeste; em Recife participei do super-treinamento

capilar OzonHair, com o expert Elias Silva a convite dos qualificados a Jaspe Rosângela Batista e Ricardo Wanderley.

Veja a galeria de fotos dividida por cidade.

— — Goiânia — —

Na visita à Medplant meu anfitrião foi o seu CEO Dr Lucas Clementino.

Paralelamente ele é também pastor-titular da Igreja do Evangelho Único e gentilmente me levou para conhecê-la.





— — Maceió — —

Fui fazer a cobertura do evento de lançamento da Medplant em Maceió, AL. Reuniu lideranças do Nordeste e contou com a presença do Pres. Irabis Ricardo (na foto de grupo de terno verde agachado).



— — Recife — —

O evento OzonHair Science em Recife com o Mestre Elias Silva e equipe foi um sucesso. Meus anfitriões lá foram o casal de Jaspes (Duplos Diamantes) Rosângela Batista e Ricardo Wanderley.



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