



ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357  
ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357

## **Rendas extras em tempos de crise, em 2016 a empresa Hinode em Anápolis Goiás ajudou muita gente em dias difíceis.**

**Jéssica Luciana Oliveira Barbosa,**

**Joana D` Arc Bardella**

- 1 Graduando do curso de Ciências Econômicas do Campus de Anápolis de CSEH/UEG.
- 2 Doutora em Ciências Econômicas e Docente da Universidade Estadual de Goiás.

### **Introdução**

Em 2016 o Brasil entrou em uma crise econômica em que atingiu todas as classes sociais, cortar gastos, substituir e economizar são formas de fazer com que o orçamento se adeque a nova situação.

Más nem todos conseguem mesmo fazendo tudo isso pagar e arcar com as despesas de casa, e buscam em vendas diretas e marketing multinível adquirir uma renda extra para complementar e ou conseguir manter ou aumentar seu padrão de vida.

A empresa de marketing multinível Hinode, veio com um propósito de ajudar as pessoas aumentando sua renda com as vendas diretas e principalmente com a criação de redes.

### **Referencial Teórico**

“ Baixo investimento, flexibilidade de horário, resultados rápidos e produtos de qualidade reconhecida são alguns pontos que estão atraindo profissionais de



**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE**  
**ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL**  
**CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017**  
**ISSN 2447-9357**

**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE**  
**ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL**  
**CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017**  
**ISSN 2447-9357**

várias áreas para as vendas diretas e para o marketing multinível. Para o especialista em marketing do Sebrae-MG Fábio Bastos Pretuceli, o modelo multinível é uma boa para quem foi atingido pela recessão. “Cerca de 54 % das pessoas que aderem a uma empresa que utiliza o marketing multinível não tem uma atividade formal ou outra fonte de renda”, afirma Pretuceli. Para ele o modelo comercial está em crescimento. No ano passado, quando o varejo do país sofreu uma retração de 4,3% segundo o IBGE, dados da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) mostram que o volume de negócios do setor apresentou uma pequena queda de 0,8%, passando de R\$ 41,6 bilhões em 2014 para R\$ 41,3 bilhões em 2015. Por outro lado, o número de revendedores cresceu 3,6% passando de 4,4 milhões para 4,6 milhões.

“As vendas diretas têm realmente essa vantagem. O custo para entrar é baixo, os resultados são rápidos, proporcionais ao desenvolvimento do empreendedor, e a pessoa pode entrar ou sair, quando quiser,” explica a diretora executiva da ABEVD, Roberta Kuruzu. Ela também explica que o marketing multiível “é uma espécie dentro do gênero venda direta”. “A venda direta é aquela que não utiliza uma loja, qualquer pessoa pode vender. Já o marketing multinível permite que essas pessoas se associe a outras para aumentar as suas vendas, por isso que também pode ser chamado de marketing de rede. A pessoa pode criar uma rede de vários vendedores”, (Pizarro, 2016) pag.12

Existem duas entidades principais que acompanham o setor no Brasil: 1) Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), que considera em suas estatísticas as vendas líquidas ex-factory das suas associadas; e 2) Euromonitor Internacional, que utiliza o critério de vendas à base de “balcão”. Por causa das diferentes metodologias aplicadas, existem diferenças significativas entre ambas quanto aos dados estatísticos. A metodologia de levantamento de dados e de elaboração de indicadores realizados pela Abihpec se dá por meio da coleta periódica de informações em 47 empresas do setor, amostra que engloba todas as empresas de grande porte atuantes no país e representa 87% do faturamento global. Garcia e Salomão (2003).



ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357  
ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357

O Marketing Multinível é largamente confundido com sistemas piramidais de mercadologia, considerados ilegais e criminosos, por causa da possibilidade do dolo a negociantes prematuros e desinformados. O marketing de rede é uma das formas que assume a venda direta, distinguindo-se das demais apenas das formas como a empresa fundamentada numa matriz aberta onde esse contratante pode consorciar outros vendedores e, assim construir uma grande rede de distribuição interativa de produtos e serviços. Aragão, (2009)

## **Metodologia**

Foi usado o método quantitativo na pesquisa para coletar os dados, buscando medir a frequência da ocorrência para se ter uma veracidade dos fatos, utilizando-se e instrumentos para essa medição o questionário de múltiplas escolhas, além de procedimentos estatísticos como gráficos, tabelas que permitam medir quantidades.

A pesquisa foi feita com uma população de 300 pessoas, para maior veracidade, foi feita com uma amostra de 100 pessoas, com intervalo de 95% de confiança.

O questionário de 15 questões objetivas foi aplicado com os consultores da Hinode dentro da cidade de Anápolis Goiás, durante o período do dia 04/11/2016 ao dia 18/11/2016.

## **Resultados e Discussões**

A seguir temos alguns resultados de acordo com o tema que se desenvolve para saber como as pessoas estão agindo para complementar a renda em meio à crise econômica tendo em base a busca por renda extra com vendas diretas e marketing multinível



**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE**  
**ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL**  
**CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017**  
**ISSN 2447-9357**

**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE**  
**ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL**  
**CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017**  
**ISSN 2447-9357**

Foram entrevistados 100 pessoas, 62% delas são do gênero feminino e 38% masculino, 33% estão em uma faixa etária de 18-30 anos, 37% estão de 31-45 anos e 30% de 46 anos acima. Para o grau de instrução foram 28% com ensino fundamental incompleto, 03% de ensino fundamental completo, 19% com ensino médio completo, 20% ensino médio incompleto, 12% destes tinham ensino superior incompleto e 18% ensino superior completo, (com base nesses dados podemos observar que a maioria das pessoas que procuram deste meio para trabalhar possuem um grau de instrução incompleto, e assim mostrando que qualquer um pode realmente desenvolver o negócio.

Com uma faixa de renda fixa 46% tem 1 salário mínimo (R\$ 880,00 reais), 30% ganham de 2 a 3 salários mínimos (até R\$ 2.640,00 reais), 04% mais de 4 salários mínimos (até R\$ 3.520,00 reais), e 20% nenhuma renda fixa. A faixa de renda com a empresa tem 12% com 1 salário mínimo (R\$ 880,00 reais), 59% de 2 a 3 salários mínimos (até R\$ 2.640,00 reais), e 29% mais de 4 salários mínimos (até R\$ 3.520,00 reais). Assim é possível dizer que todos que investem em vendas diretas e marketing multinível consegue aumentar e obter uma renda extra. Sendo que também foi perguntado o grau de satisfação de 0 a 10 para eles e 33% dos entrevistados julgam de 5 a 9 o grau de satisfação com a Hinode e 67% tem um grau 10 em satisfação. 30% das pessoas tem preferências por vendas e 70% por criação de rede. Como fator escolhido para trabalhar na empresa 35% buscam complementar a sua renda 23% mais tempo, 33% por meritocracia e 9% pela renda residual. A empresa dispõe de uma variedade de produtos para venda em diferentes áreas, 11% tem preferência para venda de cosméticos 83% para área de perfumaria e 06% em bem estar. Todos as pessoas responderam que tem uma margem de lucro de 100% sobre suas vendas.

Geralmente as pessoas entram nesse tipo de empresa até por estarem endividadas e investem para tentar quitar as contas, durante a pesquisa foi constatado que 47% das pessoas tinham dividas de R\$ 1.000 a R\$ 5.000 reais, 23% de R\$ 6.000 a R\$10.000 reais e 30% mais de R\$ 10.000 reais. E que depois



ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357  
ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357

de fazer parte desta os consultores adquiriram alguns bens, 69% compraram seu carro, 10% sua casa e 21% investiram em imóveis.

A empresa oferece programas de capacitações para melhor desempenho e manter informados sobre a mesma, e 98% dos entrevistados dizem participar desses programas e apenas 2% dizem não participar. 73% das pessoas trocaria o trabalho convencional por multinível assim que se estabilizassem dentro da empresa, e 27% preferem continuar no emprego convencional e não optam por apenas um, no entanto 86% das pessoas acreditam numa melhora da economia através de vendas diretas e marketing multinível.

## Conclusão

Os consultores da Hinode melhoraram de vida através de vendas e criação de rede, participam de programas de capacitação oferecidos, tem alta lucratividade, dispõem de produtos em diversas áreas, conseguem pagar o que deve, adquirir bens, e sobem o padrão de vida, é bem diversificado o grau de estudo, estão satisfeitos com a empresa e continuam dentro do negócio tentando passar a diante o plano da empresa focando em criação de redes.

## Referências

Pizarro, Ludmila, Marketing multinível dá renda, fevereiro de 2016 disponível em <<http://www.otempo.com.br/mobile/capa/economia/maketing-multinível>>. Acesso em 05-nov.2016. 02:07 horas.



**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357**  
**ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – III SEPE  
ÉTICA, POLÍTICA E EDUCAÇÃO NO BRASIL  
CONTEMPORÂNEO. De 6 A 9 DE JUNHO DE 2017  
ISSN 2447-9357**

Xavier, Luciana, Panorama da indústria de Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, Março de 2007 disponível em <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital> Acesso em 06-nov.2016

Aragão, Paulo de tarso. “Pequena história do marketing multinível” Recife, PE: comunigraf (2009).