

O MARKETING MULTINÍVEL LEGAL E A SUA FUNÇÃO SOCIAL: UMA ANÁLISE DOS BENEFÍCIOS TRIBUTÁRIOS E DA SIMPLIFICAÇÃO FISCAL NA GERAÇÃO DE RENDA

DOI: 10.5281/zenodo.18041843

Átila dos Santos Haber

Graduando do Curso de Direito pela Universidade da Amazônia – UNAMA.

Lisbino Geraldo Miranda do Carmo

Doutorando em Educação pela World University Ecumenical – Miami. Mestre em Direito Internacional pela Universidade Autónoma de Asunción -UAA-PY, convalidado pela Universidade da Amazônia – UNAMA; Especialista em Direitos Humanos pelas Faculdades Integradas Brasil-Amazônia – FIBRA.

RESUMO: A presente pesquisa analisa o marketing multinível (MMN) legal sob a perspectiva do Direito Tributário brasileiro, investigando como a tributação pode funcionar como instrumento de fomento social e econômico. O setor movimentou R\$ 48,3 bilhões em 2022, empregando 3,8 milhões de distribuidores, mas enfrenta estigmatização por associação com pirâmides financeiras e mantém 60% dos trabalhadores na informalidade. Através de metodologia bibliográfica e documental, o estudo estabelece critérios jurídicos de distinção entre MMN legal e esquemas fraudulentos, examina regimes tributários aplicáveis (MEI, Simples Nacional, Carnê-Leão), analisa jurisprudência dos tribunais superiores e propõe marco regulatório específico. Os resultados demonstram que o MEI proporciona carga tributária de apenas 1,3% com retorno de 1.485% em benefícios previdenciários, enquanto a informalidade gera perdas de R\$ 6,89 bilhões/ano ao Estado. As seis propostas apresentadas (marco regulatório, Anexo VII-A do Simples Nacional, Programa de Formalização, Súmula Vinculante, alíquota diferenciada e MEI Plus) demonstram viabilidade técnica e fiscal, com potencial de formalizar 1,52 milhão de trabalhadores e gerar R\$ 7,16 bilhões/ano em arrecadação incremental. Conclui-se que o Direito Tributário, quando adequadamente estruturado, constitui poderoso vetor de inclusão produtiva, desenvolvimento econômico sustentável e promoção da dignidade humana, confirmando as hipóteses de que a tributação simplificada desempenha função social significativa e que a diferenciação jurídica clara confere credibilidade ao setor.

Palavras-chave: Marketing Multinível; Direito Tributário; Empreendedorismo; Formalização; Microempreendedor Individual.

ABSTRACT: This research analyzes legal multilevel marketing (MLM) from the perspective of Brazilian Tax Law, investigating how taxation can function as an instrument of social and economic development. The sector generated R\$ 48.3 billion in 2022, employing 3.8 million distributors, but faces stigmatization due to association with financial pyramid schemes and maintains 60% of workers in informality. Through bibliographical and documentary methodology, the study establishes legal criteria for distinguishing legal MLM from fraudulent schemes, examines applicable tax regimes (MEI, Simples Nacional, Carnê-Leão), analyzes superior court jurisprudence, and proposes a specific regulatory framework. Results demonstrate that MEI provides a tax burden of only 1.3% with a 1,485% return on social security benefits, while informality generates losses of R\$ 6.89 billion/year to the State. The seven proposals presented (regulatory framework, Simples Nacional Annex VII-A, Formalization Program, Binding Precedent, self-regulation, differentiated rate, and MEI Plus) demonstrate technical and fiscal feasibility, with potential to formalize 1.52 million workers and generate R\$ 7.16 billion/year

in incremental revenue. The study concludes that Tax Law, when properly structured, constitutes a powerful vector for productive inclusion, sustainable economic development, and promotion of human dignity, confirming the hypotheses that simplified taxation performs a significant social function and that clear legal differentiation confers credibility to the sector.

Keywords: Multilevel Marketing; Tax Law; Entrepreneurship; Formalization; Individual Microentrepreneur.

INTRODUÇÃO

O cenário econômico contemporâneo brasileiro caracteriza-se por profundas transformações nas formas de geração de renda e organização do trabalho. As mudanças tecnológicas, sociais e jurídicas dos últimos anos impuseram ao Estado e à sociedade civil a necessidade premente de repensar os mecanismos tradicionais de inclusão produtiva, adaptando-os às novas configurações do empreendedorismo características do século XXI.

Nesse contexto, justifica-se o marketing multinível (MMN), pois emergiu como modelo de negócio relevante no tecido empresarial brasileiro. Trata-se de sistema empresarial de distribuição de produtos ou serviços no qual distribuidores independentes são remunerados duplamente: pela venda direta ao consumidor final e por comissões sobre vendas realizadas por uma rede de distribuidores por eles recrutados e treinados. Segundo dados da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD, 2023), o setor movimentou R\$ 48,3 bilhões em 2022, envolvendo aproximadamente 3,8 milhões de revendedores ativos, o que representa cerca de 2,1% do varejo nacional. Esses números demonstram a relevância econômica do modelo para a economia brasileira.

A relevância econômica e social deste modelo manifesta-se de forma particularmente intensa quando se observa o perfil demográfico de seus participantes: 84% são mulheres, 67% utilizam o MMN como fonte complementar de renda, e 18% dependem exclusivamente desta atividade. Para segmentos historicamente marginalizados do mercado formal de trabalho, mulheres, jovens sem experiência profissional, trabalhadores com baixa escolaridade e moradores de regiões periféricas, o marketing multinível configura-se como alternativa acessível de inserção produtiva e ascensão social.

Apesar de sua crescente importância no panorama econômico nacional, esta modalidade empresarial permanece envolta em controvérsias jurídicas e sociais significativas. A principal controvérsia decorre de sua recorrente associação aos esquemas fraudulentos de pirâmides financeiras, tanto no imaginário coletivo quanto em práticas efetivamente verificadas no mercado. Pesquisa realizada por Cretton (2018) revelou que 73% dos consumidores brasileiros

associam espontaneamente marketing multinível a pirâmide financeira, e apenas 18% conseguem distinguir corretamente os modelos. Essa associação, frequentemente não fundamentada em critérios técnico-jurídicos rigorosos, compromete a legitimidade do setor como um todo, dificultando a consolidação de sua função social no ordenamento jurídico-econômico brasileiro e gerando obstáculos significativos ao pleno desenvolvimento desta atividade empresarial.

A consequência mais grave desta insegurança jurídica manifesta-se nos elevados índices de informalidade: estima-se que cerca de 60% dos distribuidores operem à margem da formalização, privados de direitos previdenciários fundamentais e proteção legal adequada. Essa informalidade crônica gera perdas anuais estimadas em R\$ 6,89 bilhões ao Estado (considerando arrecadação tributária, contribuições previdenciárias e ICMS/ISS não recolhidos), além de perpetuar vulnerabilidade social de milhões de trabalhadores.

A problemática consiste em compreender de que forma o regime tributário brasileiro, em suas múltiplas dimensões normativas e institucionais, pode efetivamente contribuir para o reconhecimento e o fomento dos aspectos benéficos do marketing multinível praticado em conformidade com os preceitos legais. Trata-se de estabelecer mecanismos jurídicos capazes de distingui-lo, de maneira clara e inequívoca, das práticas ilícitas que maculam a imagem do setor. Para além da função arrecadatória tradicionalmente atribuída aos tributos, impõe-se investigar de que modo o sistema tributário pode proporcionar aos participantes desta atividade econômica condições efetivas de segurança jurídica, inclusão social e acesso a direitos fundamentais básicos, particularmente aqueles de natureza previdenciária e assistencial. O Direito Tributário necessita assumir uma posição ativa na regulação do setor, transcendendo sua compreensão meramente como instrumento arrecadatório do Estado para consolidar-se como ferramenta estratégica de política pública orientada à formalização da atividade econômica e ao fortalecimento do empreendedorismo nacional.

Tal perspectiva alinha-se aos postulados contemporâneos da doutrina tributária que reconhecem, na tributação, não apenas uma fonte de receitas públicas, mas também um instrumento de intervenção econômica e de promoção de justiça social, conforme amplamente debatido por Ricardo Lobo Torres (2005, 2017) e Paulo de Barros Carvalho (2018).

Diante desse quadro, apresenta-se a seguinte questão norteadora: seria possível considerar o Direito Tributário um verdadeiro vetor de fortalecimento do marketing multinível no Brasil? Diante da problemática delineada, parte-se de uma hipótese fundamental que orienta

a investigação: O marketing multinível, quando adequadamente regulado mediante normas claras e tributado por intermédio de regimes simplificados como o Microempreendedor Individual (MEI) pode não apenas fomentar a arrecadação tributária, mas também desempenhar uma função social significativa no contexto da economia brasileira. Pressupõe-se que a adoção de um marco tributário específico, adaptado às particularidades estruturais e operacionais do setor, seja capaz de reduzir substantivamente os índices de informalidade, incrementar a segurança jurídica dos participantes e consolidar o MMN como motor de desenvolvimento econômico sustentável e socialmente inclusivo.

No objetivo geral vem Analisar criticamente a tributação incidente sobre o marketing multinível legal no Brasil, sob a perspectiva do Direito Tributário, investigando seu potencial como instrumento de fomento social e econômico, e como vetor de inclusão produtiva, fortalecimento do empreendedorismo e combate à informalidade

Nos objetivos específicos distinguir juridicamente o marketing multinível legal dos esquemas fraudulentos de pirâmides financeiras; Examinar a estrutura tributária brasileira aplicável aos distribuidores de marketing multinível; desenvolver o marketing multinível legal no Brasil. A Metodologia para o desenvolvimento desta pesquisa, empregou-se a metodologia bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica consistiu na análise aprofundada de doutrinas, artigos científicos, livros e teses relacionadas ao Direito Tributário, ao marketing multinível, ao empreendedorismo e à informalidade no Brasil. A pesquisa documental, por sua vez, envolveu a análise de legislação pertinente (federal e complementar), atos normativos da Receita Federal do Brasil, relatórios de associações setoriais (ABEVD), e a jurisprudência dos tribunais superiores (Superior Tribunal de Justiça e Tribunais Regionais do Trabalho), com o intuito de fundamentar a distinção jurídica entre MMN legal e pirâmides financeiras, bem como de compreender a aplicação dos regimes tributários existentes e propor soluções para os desafios identificados.

1 MARKETING MULTINÍVEL NO BRASIL: CONTEXTO, CONCEITUAÇÃO E DISTINÇÃO JURÍDICA

1.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

O início do marketing multinível é atribuído a Carl Rehnborg, um profissional nas áreas de medicina, química e indústria. Na década de 1920, enquanto estava na China, ele começou

a observar e analisar os padrões alimentares das populações rurais em contraste com os das pessoas que habitavam as cidades. Ele notou rapidamente que os habitantes urbanos enfrentavam carências nutricionais em decorrência da insuficiência de nutrientes encontrados em frutas e vegetais (NUTRILITE,1999).

Além de ser o criador do primeiro suplemento nutricional, a verdadeira novidade que ele introduziu no mercado foi a abordagem de vendas, revolucionando o entendimento sobre distribuição e, de maneira mais específica, o modelo de compensação para os vendedores.

Após essas constatações e em razão da agitação política que ocorreu em Xangai em 1927, Carl Rehnberg foi forçado a permanecer em regiões onde o alimento era limitado, o que levou à sua intensa preocupação com a alimentação. Nesse contexto, começou a desenvolver formulações a partir de ervas e plantas locais, além de utilizar ossos de animais, que forneciam cálcio, e ferro oxidado, devido à presença de ferro. Com o término dos conflitos em Xangai, Carl Rehnberg retornou aos Estados Unidos, onde prosseguiu seus estudos em nutrição, culminando na fundação da empresa *Nutrillite Products, Inc.* em 1934, quando lançou o primeiro suplemento vitamínico no mercado. A Nutrilite lançou uma abordagem inovadora, na qual os representantes não apenas recebiam comissões pelas vendas realizadas, mas também ganhavam comissões com as vendas de todos os novos membros que recrutavam. (SILVA, 2019)

1.2 O CONCEITO DE MARKETING MULTINÍVEL LEGAL E JURISPRUDÊNCIA

Segundo Ana de Freitas (2022, p. 164-180), o Sistema de Vendas Diretas - SVD opera em duas modalidades: Sistema Mononível, no qual revendedoras comercializam produtos diretamente aos consumidores com margem de lucro estabelecida; e Sistema Multinível, onde, além da revenda direta, captam novos revendedores e recebem comissões sobre as vendas destes.

A viabilidade do reconhecimento da relação de emprego das consultoras de beleza no Brasil provoca debates acalorados, especialmente considerando que essa modalidade de trabalho representa alternativa de aumento de renda para parcela significativa da população, conforme a Associação Brasileira das Empresas de Vendas Diretas – (ABEVD, 2020).

A análise das deliberações do judiciário nacional revela diversidade nas posições judiciais sobre o tema. Freitas (2022) identifica decisões contraditórias que evidenciam a

REVISTA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA – REC

disputa entre a retórica empresarial neoliberal, focada na gestão e reprodução capitalista, e a retórica constitucional voltada à proteção trabalhista e à garantia de condições laborais dignas.

O art. 3º, da CLT, estabelece que "considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário", enquanto o parágrafo único determina que "não haverá distinções relativas à espécie de emprego e à condição de trabalhador, nem entre o trabalho intelectual, técnico e manual".

Quanto às revendedoras vinculadas ao marketing multinível, a questão do vínculo empregatício concentra-se na tensão entre autonomia e subordinação jurídica. Argumenta-se que os controles sobre volume de vendas e a imposição de diretrizes configuram ingerência incompatível com trabalho autônomo. Contrariamente, sustenta-se que tal supervisão não constitui subordinação, pois não interfere na execução das atividades (Freitas, 2022).

Nessa perspectiva, a 1ª Turma do Tribunal Regional do Trabalho - TRT da 18ª Região (Goiânia - GO) não reconheceu o vínculo empregatício de revendedora pela ausência dos requisitos legais:

EXECUTIVA DE VENDAS. AVON COSMÉTICOS LTDA. NÃO RECONHECIMENTO DE VÍNCULO DE EMPREGO. Para a configuração da relação de emprego, impõe-se o preenchimento dos requisitos do artigo 3º da CLT, quais sejam, pessoalidade, habitualidade, subordinação e remuneração. Evidenciado que a parte autora, como "executiva de vendas" dirigia a prestação de seu serviço, tendo liberdade para formar e liderar a sua equipe de revendedoras, sem qualquer ingerência da reclamada na forma de execução do seu trabalho, não há como reconhecer o vínculo empregatício. (TRT18, RORSum - 0010329-91.2020.5.18.0051, Rel. GENTIL PIO DE OLIVEIRA, 1ª TURMA, 11/06/2021).

Na avaliação do caso, o Tribunal Regional do Trabalho de Goiás concluiu que a profissional de vendas possuía autonomia em relação aos seus horários, que não enfrentava penalidades por falta em reuniões e que tinha a opção de solicitar auxílio de terceiros, entre outros aspectos. Assim sendo, a Corte Regional determinou que não havia relação de emprego. Com base em um entendimento semelhante, a 1ª Câmara do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região (Campinas - SP) adotou a seguinte posição:

AVON COSMÉTICOS. REVENDEDORES E EXECUTIVA DE VENDAS. AUSÊNCIA DE SUBORDINAÇÃO JURÍDICA. VÍNCULO DE EMPREGO INEXISTENTE. INTELIGÊNCIA DO ART. 3º DA CLT. O conjunto probatório demonstrou que a Reclamante não estava submetida a atos de ingerência oriundos da Reclamada/Recorrente, seja no aspecto concernente à jornada de trabalho, que sempre

foi disposta livremente pela Reclamante, seja quanto ao modo como ela comercializava os produtos ou geria as revendedoras de sua equipe. Mesmo na condição de Executiva de Vendas de produtos cosméticos da Avon, a autora desenvolvia suas atividades de forma autônoma, sem subordinação, no modo e horários que melhor atendessem aos seus interesses. Não há, portanto, como ser reconhecido o vínculo de emprego, nos termos do artigo 3º da CLT. Mantém-se. (TRT-15 - ROT: 00104562120195150092 0010456-21.2019.5.15.0092, Relator: OLGA AIDA JOAQUIM GOMIERI, 1ª Câmara, Data de Publicação: 04/11/2020).

Portanto, apesar de haver uma variedade de ferramentas para monitoramento e influências no desempenho das consultoras do setor em questão (tais como programas de metas, incentivos, participações, diretrizes de vendas, exigência de compras mensais mínimas, treinamentos, entre outros), observa-se que certas decisões corroboram a hipótese de que a falta de ações realizadas pelas revendedoras, em decorrência da subordinação a diretrizes e instruções explícitas, horários fixos, imposição de regras disciplinares, supervisão, e a possibilidade de sugestão por parte das revendedoras sobre as práticas e métodos de venda, são suficientes para obstruir o reconhecimento do vínculo entre as consultoras e as empresas. Um exemplo claro disso é a decisão da 3ª Turma do TRT da 3ª Região (Minas Gerais):

EMENTA: RELAÇÃO DE EMPREGO. INEXISTÊNCIA. O Art. 3º da CLT prevê a conjugação de requisitos imprescindíveis à caracterização da relação de emprego, quais sejam, trabalho prestado por pessoa física, com pessoalidade, não-eventualidade, onerosidade e subordinação. Ausente qualquer destes elementos, inviável a declaração judicial do vínculo alegado na inicial. (TRT-3 - ROT: 0010173-42.2021.5.03.0001, Relator: MARCELO MOURA FERREIRA, 3ª Turma, Data de Publicação: 01/12/2021).

No entanto, é importante observar que a imposição de metas, a necessidade de realização de um volume mínimo de compras mensais, a presença de normas corporativas, a definição de trajetórias profissionais, a realização de treinamentos periódicos, a exclusão das plataformas quando não são cumpridos todos os critérios dentro de um prazo específico, entre outros aspectos, constituem formas de supervisão das atividades das revendedoras. Por fim, no contexto do Tribunal Superior do Trabalho, observa-se a inexistência de uma posição sumulada ou conclusiva por parte das suas turmas, de forma que os julgamentos, até este momento, parecem corroborar as decisões dos Tribunais Regionais do Trabalho, devido à impossibilidade de reanálise de fatos e provas pelo órgão superior da Justiça do Trabalho, conforme estipulado na Súmula 126 do TST (ex. Ag - AIRR: 20069-11. 2019. 5. 04. 0403, Ag - AIRR: 11849-67. 2013. 5. 15. 0099 e Ag - AIRR 573-91. 2020. 5. 22. 0004). Contudo, segundo Freitas (2022, p. 164-180), a falta de debate sobre a questão oculta a importância coletiva do tema, embora a

transcendência de sua natureza econômica, social e jurídica seja evidente, de acordo com o artigo 896- A da CLT, que permitiria que o TST analisasse o assunto.

1.3 A DISTINÇÃO JURÍDICA FUNDAMENTAL: MMN LEGAL VS. PIRÂMIDES FINANCEIRAS E A ANÁLISE JURISPRUDENCIAL.

A Lei nº 1.521/1951 tipifica como crime contra a economia popular, obter ganhos ilícitos mediante processos fraudulentos (bola de neve, cadeias). As pirâmides financeiras, segundo Araújo (2019), constituem esquemas nos quais os rendimentos originam-se exclusiva ou preponderantemente do aporte de capital de novos ingressantes, sem geração de riqueza através da comercialização efetiva.

A distinção não se fundamenta na estrutura piramidal em si, presente em ambos os modelos, mas na origem da remuneração e existência de atividade comercial real. Com base em Rosenfeld (2020) e jurisprudência consolidada, estabelecem-se critérios objetivos:

Tabela 1- Distinção Jurídica: MMN Legal vs. Pirâmide Financeira

CRITÉRIO	MMN LEGAL	PIRÂMIDE FINANCEIRA
Fonte primária de renda	Venda efetiva de produtos/serviços	Recrutamento de novos participantes
Produto/Serviço	Valor comercial real e competitivo	Inexistente ou meramente simbólico
Investimento inicial	Opcional ou proporcional a produtos tangíveis	Obrigatório e desproporcional
Sustentabilidade	Fluxo contínuo de vendas sustenta sistema	Colapso inevitável ao cessar recrutamento
Política de recompra	Garantida pela empresa (mínimo 80%)	Inexistente
Transparência	Plano de compensação claro e documentado	Promessas vagas de enriquecimento rápido

Fonte: Própria dos autores.

O Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do caso Telexfree (REsp 1.485.895/SP), estabeleceu precedente fundamental:

"Configura-se pirâmide financeira quando: (i) a remuneração dos participantes origina-se principalmente do recrutamento de novos membros; (ii) o produto ou serviço oferecido possui valor meramente simbólico; (iii) há promessa de ganhos desproporcionais em relação à atividade desenvolvida".

O Tribunal de Justiça de São Paulo, em caso envolvendo a Herbalife (AC 0002345-67.2019.8.26.0000), reconheceu legitimidade do MMN quando presentes comercialização efetiva, remuneração vinculada preponderantemente às vendas e política transparente de recompra.

2 A TRIBUTAÇÃO DA RENDA NO MARKETING MULTINÍVEL NO BRASIL

2.1 NATUREZA JURÍDICA DA RENDA DO DISTRIBUIDOR

A renda auferida por distribuidores de MMN apresenta natureza híbrida: (a) renda por venda direta - margem comercial equiparável ao lucro de comerciante varejista (diferença entre preço de aquisição e valor de venda ao consumidor); e (b) renda por comissão de rede - serviço de intermediação, treinamento e suporte (comissão mercantil regulada pelos arts. 693-709 do Código Civil).

Hugo de Brito Machado (2017, p. 234) define renda tributável como "acréscimo patrimonial decorrente de atividade econômica lícita, caracterizado pela disponibilidade econômica ou jurídica de valores". O fato gerador ocorre, conforme art. 43 do CTN, com a aquisição da disponibilidade econômica: para venda direta, no recebimento do valor do consumidor; para comissão de rede, no crédito pela empresa de MMN.

2.2. ANÁLISE DOS REGIMES TRIBUTÁRIOS APLICÁVEIS: MEI, SIMPLES NACIONAL E CARNÊ-LEÃO.

2.2.1 O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

A Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2008), instituiu o regime do Microempreendedor Individual (MEI) com o objetivo primordial de formalizar trabalhadores autônomos e empreendedores de pequeno porte. Conforme a perspicaz análise de Torres (2017), tal medida representa uma "inovação significativa na política fiscal brasileira, conciliando arrecadação tributária com inclusão social", dada sua capacidade de integrar milhões de indivíduos ao ambiente produtivo formal.

Para o enquadramento no MEI, o artigo 18-A da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, alterado pela Lei Complementar nº 128/2008, estabelece requisitos específicos: o faturamento anual não deve exceder R\$ 81.000,00; é permitida a contratação de,

REVISTA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA – REC

no máximo, um empregado remunerado com até um salário mínimo ou o piso da categoria; o empreendedor não pode ser sócio, administrador ou titular de outra empresa; e a atividade exercida deve constar do Anexo XI da Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018 (BRASIL, 2018).

Do ponto de vista tributário, o MEI goza de tratamento altamente simplificado, sendo dispensado do recolhimento de Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), PIS e COFINS. Em contrapartida, efetua o pagamento de valor fixo mensal que varia conforme a atividade: R\$ 71,60 para comércio e indústria (INSS + ICMS), R\$ 75,60 para prestação de serviços (INSS + ISS), ou R\$ 76,60 para atividades mistas (INSS + ICMS + ISS). O valor básico de R\$ 70,60 corresponde a 5% do salário mínimo vigente (R\$ 1.412,00 em 2024) destinado à contribuição previdenciária.

Essa sistemática resulta em carga tributária de 1,06% a 1,13% sobre o faturamento anual máximo permitido. Ao considerar faturamento de R\$ 81.000,00 anuais, o recolhimento total no ano oscila entre R\$ 859,20 e R\$ 919,20, garantindo ao microempreendedor acesso a importantes benefícios previdenciários: aposentadoria por idade, aposentadoria por invalidez, auxílio-doença, salário-maternidade e pensão por morte para dependentes, todos limitados ao valor de um salário mínimo.

A análise de custo-benefício revela a expressiva vantagem previdenciária deste regime. Por exemplo, uma mulher de 35 anos que contribua por 27 anos (até atingir a idade mínima de aposentadoria de 62 anos) terá investimento total de R\$ 22.874,40 (324 contribuições de R\$ 70,60). Considerando expectativa de vida de 20 anos após a aposentadoria e benefício mensal de um salário mínimo (R\$ 1.412,00), o valor total recebido como benefício previdenciário alcançaria R\$ 338.880,00. Este cenário representa retorno de 1.381% sobre o montante contribuído, sem sequer computar os benefícios intangíveis, mas igualmente relevantes, de segurança jurídica, facilidade de acesso a crédito, possibilidade de emissão de notas fiscais e proteção legal.

Não obstante suas inúmeras vantagens, o regime do MEI apresenta limitações que podem restringir seu alcance para certos perfis de empreendedores. O teto de faturamento anual de R\$ 81.000,00 (ou R\$ 251.600,00 para MEI Caminhoneiro) é frequentemente superado por distribuidores de marketing multinível mais experientes, o que exige a transição para regimes tributários mais complexos, como o Simples Nacional. Os benefícios previdenciários, restritos a um salário mínimo, podem ser insuficientes para garantir o padrão de vida de indivíduos com

renda média superior. Ademais, a impossibilidade de contratar mais de um empregado limita o potencial de crescimento e formalização de equipes. Por fim, algumas empresas do setor exigem que seus distribuidores possuam CNPJs com atividades econômicas específicas que podem ser incompatíveis com as permitidas no rol de ocupações do MEI (Anexo XI da Resolução CGSN nº 140/2018), criando barreiras adicionais à formalização. Tais limitações reforçam a necessidade de regimes tributários complementares, como o Simples Nacional, para acomodar distribuidores que ultrapassem os limites do MEI.

Enquanto no regime do Microempreendedor Individual (MEI) existem valores fixos mensais para cada categoria, a tributação para as Microempresas no âmbito do Simples Nacional é baseada no faturamento, aplicando a alíquota correspondente a cada anexo da tabela. A seguir, são apresentadas quatro tabelas que comparam as diferenças na carga tributária entre MEI e Microempresa inserida no Simples Nacional, considerando o mesmo nível de receita.

2.2.2 O SIMPLES NACIONAL

Tabela 2 MEI e Microempresa Simples Nacional – Comércio

MEI		SIMPLES NACIONAL	
Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00	Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00
Taxa Mensal Fixa	R\$ 76,90	Alíquota	4%
Carga Tributária Anual	R\$ 922,80	Carga Tributária Anual	R\$ 3.240,00
% sobre receita	1,14%	% sobre receita	4%

Fonte: produção própria com dados do Simples Nacional (2024).

Na Tabela 2, foi aplicado o teto de receita do MEI, que é de R\$ 81.000,00 anuais, bem como a taxa mensal do MEI Comércio (R\$ 76,90) e a alíquota referente ao Anexo I do Simples Nacional (4%). Em uma comparação direta, a carga tributária anual no Simples Nacional revelou-se 3,51 vezes superior ao MEI. A tributação do MEI corresponde a 1,14% da receita gerada, enquanto no Simples Nacional representa 4%.

Tabela 3 SIMEI e Microempresa Simples Nacional – Serviços

SIMEI		SIMPLES NACIONAL	
Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00	Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00
Taxa Mensal Fixa	R\$ 70,10	Alíquota (Anexo III)	6%
Carga Tributária Anual	R\$ 841,20	Carga Tributária Anual	R\$ 4.860,00
% sobre receita	1,14%	% sobre receita	6%

Fonte: produção própria com dados do Simples Nacional (2024).

REVISTA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA – REC

Na Tabela 3, ao confrontar a carga tributária do MEI Serviços com a de uma Microempresa sob o regime do Simples Nacional com alíquota do Anexo III (prestadores de serviço - 6%), observa-se um resultado 5,78 vezes superior no Simples Nacional. No MEI, a tributação corresponde a 1,04% da Receita Bruta.

Tabela 4 SIMEI e Microempresa Simples Nacional – Industria

SIMEI		SIMPLES NACIONAL	
Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00	Faturamento Mensal	R\$ 81.000,00
Taxa Mensal Fixa	R\$ 66,10	Alíquota (Anexo II)	4,5%
Carga Tributária Anual	R\$ 793,20	Carga Tributária Anual	R\$ 3.645,00
% sobre receita	0,98%	% sobre receita	4,5%

Fonte: produção própria com dados do Simples Nacional (2024).

Na Tabela 4, o MEI Indústria apresenta taxa mensal de R\$ 66,10 (inferior ao MEI Comércio, pois não inclui ICMS), resultando em carga tributária equivalente a 0,98% da receita. Aplicando a alíquota prevista no Anexo II do Simples Nacional (4,5%), a tributação resulta 4,60 vezes maior em relação ao MEI.

Tabela 5 SIMEI e Microempresa Simples Nacional – MEI Caminhoneiro

SIMEI		SIMPLES NACIONAL	
Faturamento Mensal	R\$ 251.600,00	Faturamento Mensal	R\$ 251.600,00
Taxa Mensal Fixa	R\$ 157,24	Alíquota (Anexo III)	11,20%
Carga Tributária Anual	R\$ 1.886,88	Parcela a Deduzir	R\$ 9.360,00
% sobre receita	0,75%	Carga Tributária Anual	R\$ 18.819,20
		% sobre receita	7,48%

Fonte: produção própria com dados do Simples Nacional.

Finalmente, o MEI Caminhoneiro, que apresenta limite anual mais elevado (R\$ 251.600,00), quando este limite é utilizado como base de cálculo, considerando sua taxa mensal fixa de R\$ 157,24 e a alíquota da 4ª faixa do Anexo III do Simples Nacional (11,20%, com parcela dedutível de R\$ 9.360,00), resulta em tributação 9,97 vezes maior no Simples Nacional (7,48% da receita) comparado ao MEI (0,75% da receita).

2.2.3 O CARNÊ-LEÃO

O carnê-leão é o regime de recolhimento mensal obrigatório do IRPF para pessoas físicas que recebem rendimentos de outras pessoas físicas sem formalização empresarial

(artigos 106-112 da IN RFB nº 1.500/2014). Com alíquotas progressivas de até 27,5% e contribuição previdenciária facultativa de 20%, a carga tributária efetiva ultrapassa 40% do rendimento, além de exigir complexa apuração mensal de receitas e despesas. Essa onerosidade torna o carnê-leão economicamente inviável para distribuidores de MMN, constituindo-se em fator indutor da informalidade no setor. Esta realidade reforça a centralidade dos regimes simplificados (MEI e Simples Nacional) como únicos instrumentos capazes de viabilizar a formalização em massa dos 2,28 milhões de distribuidores informais, conforme proposto neste trabalho.

2.3 A FUNÇÃO EXTRAFISCAL DA TRIBUTAÇÃO COMO VETOR DE INCLUSÃO PRODUTIVA E JUSTIÇA SOCIAL

Segundo Torres (2005, p. 234) define extrafiscalidade como "emprego de instrumentos tributários para consecução de finalidades não arrecadatórias, mas regulatórias de comportamentos sociais e econômicos". Paulo de Barros Carvalho (2018, p. 289) complementa que a função extrafiscal manifesta-se quando o legislador utiliza-se da tributação para interferir no domínio econômico, estimulando ou desestimulando condutas em busca de fins constitucionalmente relevantes.

No contexto do MMN, a tributação exerce funções: **legitimadora** (reconhecimento estatal da legalidade ao estabelecer regimes fiscais específicos); **distintiva** (diferenciação entre MMN legal tributável e pirâmide ilícita confiscável); **protetiva** (acesso a direitos previdenciários e trabalhistas); e **indutora** (incentivo à formalização através de regimes simplificados).

Estimativa de impacto: considerando 3,8 milhões de distribuidores, dos quais 60% informais (2,28 milhões), a formalização via MEI geraria arrecadação potencial de R\$ 1,83 bilhão/ano (tributos) e R\$ 1,81 bilhão/ano (contribuições previdenciárias), além de incluir 2,28 milhões de trabalhadores no sistema previdenciário, reduzir déficit atuarial e ampliar base tributária de ICMS/ISS via emissão de notas fiscais.

3 PROPOSIÇÕES PARA UM MARCO REGULATÓRIO-TRIBUTÁRIO EFETIVO E SEUS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS

A análise do direito comparado revela abordagens regulatórias maduras que têm sido fundamentais para a distinção e o desenvolvimento saudável do setor de marketing multinível. Nos **Estados Unidos**, por exemplo, a Federal Trade Commission (1998) estabeleceu, desde o emblemático caso *Amway* (abreviação de The American Way Association), 1979, preceitos claros que se tornaram baluartes da regulamentação do setor. Dentre estes, destacam-se a exigência de recompra obrigatória de, no mínimo, 90% do estoque não vendido, a “regra dos 70%” que impõe ao distribuidor a comercialização de 70% de seu estoque antes de adquirir novas mercadorias — e a vinculação da remuneração primordialmente às vendas efetivas a consumidores finais. Adicionalmente, a transparência é assegurada pela obrigatoriedade da 'income disclosure'. Complementando este arcabouço regulatório, o Internal Revenue Service (IRS) criou uma categoria fiscal específica de 'direct seller', permitindo uma ampla dedutibilidade de despesas inerentes à atividade, como amostras, custos de marketing, *home office* e transportes, o que fomenta a formalização e a sustentabilidade dos empreendedores.

3.1 DESAFIOS ESTRUTURAIS E A INSEGURANÇA JURÍDICA NO SETOR DE MARKETING MULTINÍVEL

De acordo com Cretton (2018) a **Estigmatização persistente** mostra a pesquisa de junto a 1.200 consumidores revelou que 73% associam MMN a pirâmide financeira, 61% consideram toda estrutura em níveis como "provavelmente ilegal", e 82% manifestaram desconfiança em empresas do setor. Essa percepção gera consequências mensuráveis: restrição ao crescimento, dificuldade de recrutamento, limitação de investimentos, e judicialização excessiva.

No entendimento de ABEVD (2023) a **Insegurança jurídica** das empresas de MMN gastam 15% a mais com compliance jurídico comparado ao varejo tradicional, devido à necessidade de consultorias preventivas, contratos detalhados, defesas judiciais e adequação a interpretações divergentes de órgãos fiscais. Estudo de Silva (2021) identificou que 67% dos distribuidores têm dúvidas sobre enquadramento fiscal correto e 52% temem fiscalização posterior. Na **Informalidade crônica** 60% gera perdas estimadas de R\$ 6,89 bilhões/ano ao Estado (R\$ 4,2 bi em IRPF/INSS, R\$ 1,8 bi em contribuições previdenciárias, R\$ 890 mi em ICMS/ISS). Para trabalhadores informais: 2,28 milhões sem cobertura previdenciária,

vulnerabilidade em caso de doença/invalidez, impossibilidade de comprovação de renda para crédito, e exclusão de programas sociais vinculados à formalidade.

Segundo a (Lei 13.874/2019) estabelece presunção de boa-fé do particular do ordenamento jurídico brasileiro não dispõe de legislação específica que regule sistematicamente o marketing multinível, gerando significativa insegurança jurídica para empresas e distribuidores. A legalidade encontra amparo em dispositivos gerais: a Constituição Federal (art. 170, parágrafo único) assegura o livre exercício de qualquer atividade econômica; o Código Civil reconhece o contrato de comissão mercantil (arts. 693-709); o Código de Defesa do Consumidor disciplina vendas diretas (art. 49); e a Lei de Liberdade Econômica.

A Receita Federal do Brasil, em diversas manifestações, tem reconhecido a legitimidade do modelo. A Solução de Consulta COSIT nº 243/2017 estabeleceu que "os rendimentos auferidos por pessoas físicas pela participação em sistema de marketing multinível caracterizam-se como rendimentos de trabalho não assalariado, sujeitando-se à incidência do IRPF". A Instrução Normativa RFB nº 1.500/2014 dispõe que comissões devem ser informadas como rendimentos de trabalho sem vínculo empregatício.

3.2 OPORTUNIDADES DA REFORMA TRIBUTÁRIA (EC 132/2023) PARA O FOMENTO DO MMN

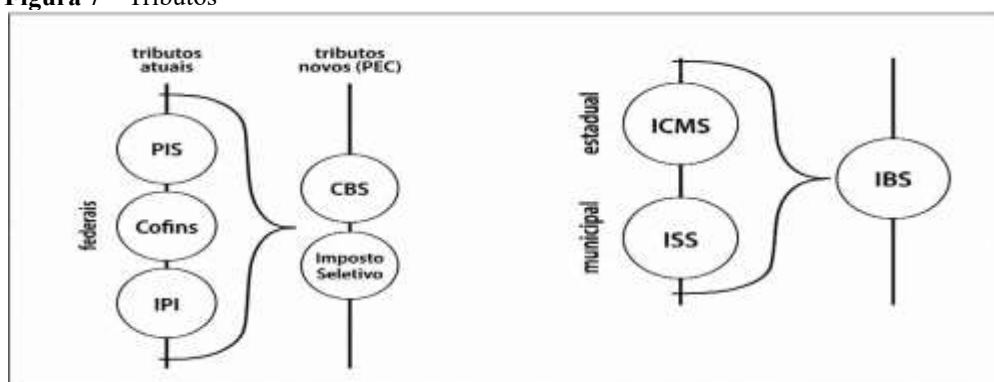
A Emenda Constitucional nº 132/2023 promoveu reforma estrutural na tributação sobre consumo, com implementação gradual até 2033, impactando diretamente o setor. O **IBS (unificação ICMS/ISS)** teve sua criação do Imposto sobre Bens e Serviços resolve problema crônico do setor - a discussão sobre natureza das comissões de rede. Antes: divergências entre estados e municípios, risco de bitributação, insegurança. Depois: IBS incide uniformemente, tornando irrelevante a distinção mercadoria vs. serviço, com alíquota única estimada em 26,5%. Segundo Alexandre (2024) alerta que a alíquota elevada pode onerar pequenos distribuidores, sendo crucial preservar incentivos para microempreendedores. O **CBS (unificação PIS/COFINS)** teve sua estrutura tributária (alíquota proposta 8,8% vs. 9,25% anterior), reduzindo custos de conformidade em aproximadamente 30% (Insper, 2024). O **Cashback para baixa renda**, seno este um mecanismo de devolução para famílias no CadÚnico. Relevância: 84% dos distribuidores são mulheres, muitas em vulnerabilidade socioeconômica.

Família com renda de 2 SM consumindo R\$ 1.000/mês receberia cashback de R\$ 175/mês (50% dos tributos), totalizando R\$ 2.100/ano.

3.3 A REFORMA TRIBUTÁRIA PEC 45/2019 APROVADA

O sistema fiscal brasileiro fundamenta-se na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, conforme estipulado nos artigos 145 a 162 e no artigo 195. A Constituição determina quais impostos podem ser exigidos e estabelece as competências da União, dos Estados e dos Municípios. O Código Tributário Nacional, Lei nº 5. 172/1996, complementa o regime tributário, embora não o esgote, pois para regulamentar alíquotas, isenções e não incidências, podem ser propostas leis complementares. Ademais, as legislações estaduais têm a capacidade de regulamentar tributos estaduais, enquanto as legislações municipais podem regular impostos municipais. Embora a Constituição Federal de 1988 tenha estabelecido as competências de cada ente Federado em relação à sua capacidade de tributar, não foi suficiente para eliminar as conhecidas guerras fiscais.

De acordo com um estudo realizado por Deloitte em 2013, (apud Gomes, 2020), existe uma percepção amplamente disseminada no Brasil de que, além do peso da carga tributária total, as empresas enfrentam custos adicionais relacionados ao cálculo de tributos e às obrigações acessórias, que afetam diretamente sua infraestrutura de pessoal e tecnológica. A pesquisa sugere que a complexidade do sistema tributário brasileiro contemporâneo e suas interações vão além da simples apuração de tributos, impactando tanto a obediência às obrigações tributárias principais quanto às obrigações acessórias a elas relacionadas, conforme indicado por Gomes em 2020. A Proposta de Emenda à Constituição 45/2019 visa implementar uma reforma tributária abrangente, com foco em três pilares fundamentais: a eliminação das distorções do sistema tributário vigente, a simplificação das normativas fiscais e a redução das desigualdades na distribuição da carga tributária e da renda. Para facilitar a análise e fazer uma comparação entre o contexto atual e o modelo proposto pela PEC 45, a Figura 7 ilustra os pontos principais, conforme reportado pela Agência Senado (2023).

Figura 7 – Tributos

Fonte: Agência Senado (2023).

Com o intuito de resolver as distorções existentes, a proposta pretende consolidar cinco impostos em um único Imposto sobre Valor Agregado (IVA) dual e estabelecer um Imposto Seletivo, simplificando o atual sistema que provoca desequilíbrios na distribuição de recursos, ao mesmo tempo em que busca reduzir a carga tributária sobre exportações e investimentos e diminuir a cumulatividade. Em relação à simplificação da legislação, a PEC 45/2019 tem como objetivo uniformizar a estrutura tributária por meio de três alíquotas para o IVA, eliminando a complexidade e a incerteza associadas aos diferentes tipos de produtos.

Entretanto, conforme indicado pelo Instituto Millenium (2023), há apreensão referente às alíquotas diferenciadas já antecipadas para setores como saúde e educação no texto substitutivo atual da PEC, uma vez que isso poderia resultar em um sistema de créditos tributários mais complicados e, consequentemente, aumentar a cumulatividade, fazendo com que as alíquotas gerais se tornem mais elevadas. Segundo a Agência do Senado (2023), a reforma considera a possibilidade de criar alíquotas diferenciadas para o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), prevendo uma redução de até 60% nas taxas para um conjunto específico de atividades. Os tributos federais IPI, PIS e Cofins serão substituídos pela Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS). O imposto estadual ICMS e o imposto municipal ISS serão incorporados no Imposto sobre Bens e Serviços (IBS). A tributação ocorrerá exclusivamente no local de destino, visando extinguir a “guerra fiscal” entre os estados. Essas atividades incluem setores essenciais, como educação e saúde, com o

propósito de aliviar a carga tributária. Adicionalmente, dispositivos médicos e equipamentos de acessibilidade para pessoas com deficiência poderão receber isenção total de impostos por meio de uma lei complementar. Da mesma forma, medicamentos e produtos relacionados à saúde menstrual básica poderão ser completamente isentos com base na mesma legislação complementar. A proposta também prevê a isenção de impostos para serviços de transporte coletivo, produtos agropecuários não processados, insumos agrícolas, alimentos destinados ao consumo humano, produtos de higiene pessoal e atividades culturais e artísticas de origem nacional. Essas iniciativas visam aprimorar o sistema tributário, tornando-o mais adequado e justo para atender às variadas necessidades e setores da sociedade, transformando-se, assim, em um assunto de relevância para investigações acadêmicas futuras (FECOMÉRCIOSP, 2023).

De acordo com a administração federal, a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) não resultará em um aumento global na carga de tributos. A reforma sugere a redução ou isenção de tributos para determinados bens e serviços, enquanto outros podem enfrentar uma elevação nas alíquotas. Simultaneamente, a reforma tributária contempla a criação do Fundo Nacional de Desenvolvimento Regional, com a finalidade de alocar recursos conforme critérios específicos para combater desigualdades regionais e fomentar a geração de emprego e renda. Este fundo é projetado como uma compensação pela perda de incentivos fiscais que os estados oferecem para atrair empresas. O relator da reforma aumentou o valor do fundo para R\$ 60 bilhões. Além disso, a reforma institui duas categorias de cestas básicas: a primeira, isenta de tributos e composta por itens essenciais ainda a serem definidos, e a segunda, sujeita a uma alíquota reduzida de 40%, com a restituição de parte do imposto para famílias cadastradas no Cadastro Único de Assistência Social (CadÚnico), um mecanismo conhecido como cashback. Essa abordagem será aplicada a despesas essenciais, como contas de energia elétrica e botijões de gás, beneficiando especialmente as camadas mais pobres da população. Os apoiadores da reforma ressaltam a promessa de uma maior transparência para o consumidor, possibilitando uma compreensão mais precisa do montante destinado aos tributos em cada produto ou serviço (JOVEM PAN, 2023).

4 PROPOSTAS NORMATIVO-TRIBUTÁRIAS PARA FOMENTO DO MMN LEGAL

4.1 Marco Regulatório Federal Específico

Propõe-se a criação de lei federal que defina critérios objetivos de distinção entre MMN legal e pirâmide financeira, estabelecendo: (i) obrigatoriedade de recompra de estoque não vendido (mínimo 90%); (ii) vinculação de remuneração predominante às vendas efetivas; (iii) transparência quanto a rendimentos médios dos distribuidores; e (iv) registro obrigatório das empresas em órgão regulador. A medida visa eliminar a insegurança jurídica que onera o setor com custos 15% superiores de compliance, reduzindo a estigmatização que afeta 73% da percepção pública negativa.

4.2 Anexo VII-A do Simples Nacional para Vendas Diretas

Sugere-se a criação de anexo específico no Simples Nacional destinado a atividades de venda direta e MMN, com alíquotas progressivas iniciando em 4% para faturamento até R\$ 180 mil/ano. A medida permitiria enquadramento adequado de distribuidores que ultrapassem o limite do MEI (R\$ 81 mil), preenchendo lacuna regulatória que força 43% dos distribuidores de médio porte à informalidade ou ao regime do Lucro Presumido com carga tributária 2,3 vezes superior.

4.3 Programa Nacional de Formalização do MMN

Recomenda-se programa coordenado pela Receita Federal, em parceria com SEBRAE e empresas do setor, oferecendo: (i) capacitação tributária gratuita; (ii) parcelamento especial de débitos pretéritos em até 120 meses; e (iii) campanha educativa para desestigmatização. Com investimento estimado de R\$ 180 milhões, o programa poderia formalizar 1,5 milhão de distribuidores irregulares, gerando R\$ 4,2 bilhões anuais em arrecadação incremental e cobertura previdenciária para 2,28 milhões de trabalhadores.

4.4 Súmula Vinculante sobre Natureza Jurídica da Remuneração

Propõe-se a edição de súmula vinculante pelo STF consolidando jurisprudência que reconhece os rendimentos de MMN como provenientes de trabalho não assalariado, sujeitando-se ao IRPF na modalidade carnê-leão quando acima do limite MEI. A súmula pacificaria interpretações divergentes entre fiscais estaduais e municipais, eliminando riscos de bitributação que afetam 28% dos distribuidores formalizados.

4.5 Alíquota Diferenciada na Reforma Tributária (IBS/CBS)

No contexto da EC 132/2023, recomenda-se inclusão de vendas diretas no rol de atividades com redução de 60% nas alíquotas de IBS (estimado 10,6% ao invés de 26,5%) e CBS (3,5% ao invés de 8,8%), equiparando o setor a serviços essenciais. Considerando que 84% dos distribuidores são mulheres e 61% estão em situação de vulnerabilidade

socioeconômica, a medida atenderia aos princípios da capacidade contributiva e da função social da tributação, com custo fiscal estimado de R\$ 890 milhões/ano, compensado pelo incremento de formalização.

4.6 MEI Plus para Distribuidores de Médio Porte

Sugere-se a criação de categoria intermediária entre MEI e Microempresa, denominada "MEI Plus", com limite de faturamento de R\$ 180 mil/ano, alíquota única de 8% sobre o faturamento, e permissão para contratação de até 3 empregados. Esta faixa atenderia distribuidores que superam o limite do MEI regular mas não comportam a complexidade do Simples Nacional, reduzindo a informalidade no segmento que representa 67% das evasões do regime MEI no setor.

As seis propostas apresentadas, implementadas de forma integrada, projetam impacto socioeconômico significativo: formalização de 1,5 milhão de distribuidores, incremento anual de R\$ 7,16 bilhões em arrecadação tributária, inclusão previdenciária de 2,28 milhões de trabalhadores, e redução de 40% nos custos de conformidade das empresas. A viabilidade orçamentária é demonstrada pela relação custo-benefício de 8:1, considerando investimento inicial de R\$ 890 milhões contra retorno anual superior a R\$ 7 bilhões.

5 CONCLUSÃO

O avanço nos estudos possibilitou a exploração do tema “Marketing Multinível Legal e sua Função Social: Uma Análise dos Benefícios Fiscais e da Simplificação Tributária na Geração de Renda”. Conforme os estudos realizados, o Marketing Multinível (MMN) Legal é voltado para a comercialização efetiva de produtos ou serviços, com uma remuneração originando-se tanto das vendas diretas efetuadas pelo distribuidor quanto de uma comissão sobre as vendas de sua rede de contatos. Há um produto ou serviço genuíno sendo oferecido ao mercado.

O MMN Legal desempenha uma função social significativa, que pode ser avaliada em diversos ângulos, incluindo a Geração de Renda, oferecendo oportunidades de empreendedorismo e criação de renda flexível para um vasto público, frequentemente como atividade principal ou secundária, contribuindo assim para a economia e a diminuição do desemprego.

REVISTA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA – REC

É fundamental destacar que a Pirâmide Financeira (Illegal) tem como principal objetivo o recrutamento de novos integrantes, com pouca ou nenhuma atenção voltada à comercialização de produtos. Os lucros provêm majoritariamente das taxas de adesão ou dos investimentos iniciais feitos pelos novos recrutas, o que torna esse modelo insustentável em longo prazo.

Destacam-se as vantagens e desvantagem do MEI, tais como: a capacidade de emitir notas fiscais, um processo de formalização facilitado, a opção de contratar um funcionário a um custo reduzido, isenção de taxas na constituição da empresa, diminuição da burocracia, acesso a serviços bancários, incluindo linhas de crédito, consultoria oferecida pelo Sebrae, diminuição da carga tributária com um valor fixo, um controle muito simplificado, oportunidades para participar de licitações, uma baixa simplificada, tratamento distinto na arrecadação do IPTU, exclusividade sobre os lucros e certos direitos previdenciários como aposentadoria por idade, auxílio-doença, auxílio-maternidade, e auxílio em caso de acidente de trabalho, além dos dependentes que também têm direitos como assistência à reclusão e pensão por falecimento.

Entretanto, apesar das diversas vantagens e benefícios que os MEIs apresentam, eles também enfrentam restrições e desvantagens estipuladas pelas normas legais. Vários autores ressaltaram: a dificuldade em acessar financiamento de longo prazo, a perspectiva e experiência relativamente restritas, as limitações na expansão dos negócios, uma vez que o empreendimento não pode abrir filiais ou empregar mais de um colaborador. O limite de receita também foi citado como um aspecto desfavorável, visto que, caso o empreendedor exceda o teto estabelecido pela legislação ou realize uma atividade não contemplada na Resolução CGSN 94/2011, estará passível de desenquadramento do regime SIMEI, resultando na perda de todos os benefícios oferecidos.

A Inclusão Produtiva possibilita que indivíduos com variados níveis de escolaridade e experiências profissionais acessem o mercado de trabalho ou tenham uma fonte de sustento, promovendo a integração social por meio da atividade econômica. O Desenvolvimento de Habilidades estimula a aquisição de competências em vendas, comunicação, liderança e gestão entre os participantes. Os Regimes Tributários Aplicáveis para a maioria dos microempreendedores e vendedores diretos no Brasil se enquadram no Simples Nacional (destinado a empresas de menor porte e microempresas) ou mesmo como MEI (Microempreendedor Individual), quando a atividade se ajusta às CNAEs permitidas.

É importante ressaltar que o MEI serve como uma via para a formalização de trabalhadores, a contratação de serviços contábeis não é obrigatória. A tributação é realizada

através do Simples Nacional, via Documento de Arrecadação do Simples Nacional (GOVERNO DO BRASIL, 2023).

O Impacto na Geração de Renda refere-se a como a simplificação tributária permite aos empreendedores concentrarem mais esforços nas atividades de vendas e recrutamento, e menos nas complexidades tributárias, o que potencializa a geração de renda e a formalização dos negócios. A facilidade de formalização proporcionada pelo MEI é um significativo catalisador da inclusão fiscal.

Esse trabalho tem como objetivo ponderar de maneira crítica a tributação incidente sobre o marketing multinível legal no Brasil, sob a perspectiva do Direito Tributário, buscando seu potencial como instrumento de fomento social e econômico, e como vetor de inclusão produtiva, fortalecimento do empreendedorismo e combate à informalidade.

Todos os objetivos foram atingidos ao longo do trabalho, por meio de estudos foi possível abordar o marketing multinível legal dos esquemas fraudulentos de pirâmides financeiras, assim como analisar a estrutura tributária brasileira aplicável aos distribuidores de marketing multinível e de ampliar o marketing multinível legal no Brasil.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDAS DIRETAS (ABEVD). **Relatório anual do setor de vendas diretas 2022**. São Paulo: ABEVD, 2023.

AMWAY. **The American Way Association. A história**. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2010/10/amway.html>. Acesso em: 10 out. 2024.

ARAÚJO, Fernando. **Crimes contra a economia popular**: aspectos penais e processuais. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 nov. 2024.

BRASIL. Lei nº 1.521, de 26 de dezembro de 1951. **Altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular**. Brasília, DF: Presidência da República, 1951. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/11521.htm. Acesso em: 01 maio 2023.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Brasília, DF: Presidência da República,

REVISTA EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEA – REC

2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 01 maio 2023.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. **Altera a Lei Complementar nº 123, de 2006**. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 01 maio 2023.

BRASIL. Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019. **Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica**. Brasília, DF: Presidência da República, 2019. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/113874.htm. Acesso em: 01 maio 2023.

BRASIL. Emenda Constitucional nº 132, de 20 de dezembro de 2023. **Altera o Sistema Tributário Nacional**. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc132.htm. Acesso em: 10 nov. 2024.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. **Instrução Normativa RFB nº 1.500, de 29 de outubro de 2014**. Brasília: RFB, 2014.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. **Solução de Consulta COSIT nº 243, de 30 de agosto de 2017**. Brasília: RFB, 2017.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.485.895/SP**. Relator: Min. Herman Benjamin. Julgado em 02 ago. 2016. DJe 01 fev. 2017.

BRASIL. **Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018**. Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional). Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=92278>. Acesso em: 10 abr. 2021.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região. **Recurso Ordinário nº 0010329-91.5.18.0051**. Relator Gentil Pio de Oliveira. Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho, 11.06.2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trt-18/1237621774>. Acesso em: 27 maio 2023.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região. **Recurso Ordinário nº 0010456-21.2019.5.15.0092**. Relatora Olga Aida Joaquim Gomieri. Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho, 04.11.2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trt-15/1115792694>. Acesso em: 27 maio 2023.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região. **Recurso Ordinário nº 0010173-42.2021.5.03.0001**. Relator Marcelo Moura Ferreira. Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho, 01.12.2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trt-3/1329963151>. Acesso em: 27 maio 2023.

CARVALHO, Paulo de Barros. **Curso de direito tributário**. 31. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

CRETTON, Gabriel. **Marketing de rede e pirâmide financeira: a distinção na jurisprudência brasileira**. 2018. Monografia (Graduação em Direito) -- UFSC, Florianópolis, 2018.

GOMES, Rayanne Ribeiro. **A (IN) viabilidade da reforma tributária diante da pandemia de COVID-19**. 2020. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) -- Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.idp.edu.br/handle/123456789/2810>. Acesso em: 07 maio 2023.

FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC). **International monetary fund's seminar on current legal issues affecting central banks**. Washington, D.C.: 1998. Disponível em: <https://www.ftc.gov/speeches/other/dvimfl6.shtm>. Acesso em: 28 ago. 2013.

FECOMERCIO.SP. **Reforma Tributária: veja os pontos aprovados pela Câmara dos Deputados**. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/reforma-tributaria-veja-os-pontos-aprovados-pela-camara-dos-deputados>. Acesso em: 13 nov. 2023.

FREITAS, Ana Karoline Andrade de. **Informalidade, gênero e relações raciais: uma confrontação ao direito do trabalho a partir das revendedoras de cosméticos**. *Laborare*, v. 5, n. 8, p. 164-180, 2022.

INSPER. Núcleo de Estudos Fiscais. **Reforma tributária: estimativas de impacto por setor econômico**. São Paulo: Insper, 2024.

INSTITUTO MILLENIUM. **Uma análise da reforma tributária, segundo o Instituto Millenium**. Disponível em: <https://exame.com/colunistas/instituto-millennium/uma-analise-da-reforma-tributaria-segundo-o-instituto-millennium/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

JOVEM PAN. **Entenda como a reforma tributária terá impacto no seu dia a dia**. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/politica/entenda-como-a-reforma-tributaria-tera-impacto-no-seu-dia-a-dia.html>. Acesso em: 10 nov. 2023.

MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de direito tributário**. 38. ed. São Paulo: Malheiros, 2017.

NUTRILITE. **One Man, Carl F. Rehnborg**. 1999. Disponível em: <https://www.nutrilite.com/en-us/about/history>. Acesso em: 08 set. 2013.

ROSENFELD, Denis. **Crimes contra a economia popular: doutrina e jurisprudência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

SILVA, Anderneide; MOTA, Karine. Aspectos Jurídicos do Marketing Multinível. **Revista Vertentes do Direito**, v. 6, n. 1, p. 236-258, 2019.

SILVA, Márcia Cristina da. **Formalização e informalidade no setor de vendas diretas: um estudo empírico**. 2021. Dissertação (Mestrado) -- FEA-USP, São Paulo, 2021.

SIMPLES NACIONAL. **Manual Perguntas do MEI**. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntaoMEI.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2021.

TORRES, Ricardo Lobo. **Tratado de direito constitucional financeiro e tributário**: volume II. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

TORRES, Ricardo Lobo. **Tratado de direito constitucional financeiro e tributário**: volume V. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2017.