

O IMPACTO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NO E-COMMERCE***THE IMPACT OF GENERAL DATA PROTECTION LAW IN E-COMMERCE***

Anna Beatriz Florentino Shinzato – shinzatoanna@gmail.com
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

Fernando Cesar Graciano – fernando.graciano@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

DOI: 10.31510/infa.v20i1.1673

Data de submissão: 20/03/2023

Data do aceite: 29/05/2023

Data da publicação: 30/06/2023

RESUMO

A economia digital cresceu rapidamente nas últimas décadas com o uso crescente da internet e da tecnologia. Empresas de todos os setores estão usando cada vez mais a tecnologia para oferecer serviços e produtos digitais e alcançar consumidores em todo o mundo. No entanto, o aumento do uso de dados pessoais e as preocupações com a privacidade do usuário geraram novos regulamentos, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Esta lei estabelece regras para o tratamento de dados pessoais por empresas e instituições, exigindo o consentimento dos usuários para a coleta, armazenamento e utilização desses dados. Embora tenham havido alguns desafios na implementação da LGPD, a lei tem se mostrado um importante meio de proteger a privacidade do usuário na era da economia digital e garantir transparência e responsabilidade para as empresas que lidam com dados pessoais. Nesse contexto, o objetivo deste artigo é demonstrar, por meio de um levantamento bibliográfico, o impacto que essa lei possui sobre o comércio eletrônico, permitindo a reflexão do leitor sobre conceitos, características, benefícios e implicações. Além disso, informar também que para atender às exigências da LGPD, são necessários ajustes nos processos de governança corporativa, a elaboração de um programa de *compliance* digital consistente, que requer investimentos em ferramentas de segurança de dados atualizadas, entre outras ações diversas. Conclui-se que essas medidas têm um impacto significativo na forma como as empresas conduzem suas atividades de comércio eletrônico e na maneira como se adaptam à LGPD.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Privacidade. Lei Geral de Proteção de Dados. Usuário.

ABSTRACT

The digital economy has grown rapidly over the past few decades with the increasing use of the internet and technology. Companies in all industries are increasingly using technology to offer digital products and services and reach consumers around the world. However, the increased use of personal data and concerns about user privacy have spawned new regulations, such as the General Law on Data Protection (LGPD). This law establishes rules for the processing of personal data by companies and institutions, requiring users' consent for the collection, storage, and use of this data. Although there have been some challenges in implementing the LGPD, the law has proven to be an important means of protecting user

privacy in the age of the digital economy and ensuring transparency and accountability for companies handling personal data. In this context, the objective of this article is to demonstrate, through a bibliographical survey, the impact that this law has on e-commerce, allowing the reader to reflect on concepts, characteristics, benefits, and implications. In addition, it also informs that to meet the requirements of the LGPD, adjustments are needed in corporate governance processes, the elaboration of a consistent digital compliance program, which requires investments in updated data security tools, among other various actions. We conclude that these measures have a significant impact on how companies conduct their e-commerce activities and how they adapt to the LGPD.

Keywords: E-Commerce. Privacy. General Data Protection Law. User.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, no cenário em que vivemos, a evolução da internet nos possibilitou ter fácil acesso e consumo de diversos tipos de informações, produtos e conteúdos. Sua expansão impactou positivamente o comércio eletrônico ou *e-commerce*, resultando em um aumento no número de consumidores.

É importante ressaltar que, para acessar determinadas páginas eletrônicas ou adquirir certos produtos, é necessário passar por um processo de registro, fornecendo os dados pessoais do consumidor. Com o avanço da lógica de processamento de dados, essas informações agora podem ser acessadas por provedores ou administradores de sites, e, após análise, podem ser utilizadas para criar um perfil individual de cada consumidor e veicular publicidade direcionada.

O aumento do uso de dados pessoais e as preocupações com a privacidade do usuário resultaram em novos regulamentos, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Essa lei estabelece regras para o tratamento de dados pessoais por empresas e instituições, exigindo que as empresas obtenham o consentimento dos usuários para a coleta, armazenamento e uso desses dados.

Considerando esse contexto, este artigo científico tem como objetivo levantar informações sobre o impacto da nova Lei Geral de Proteção de Dados e como ela afeta o comércio eletrônico. Desde a entrada em vigor da lei, o *e-commerce* tem passado por fases de adaptação para garantir que todas as atividades relacionadas aos dados do consumidor sejam realizadas de acordo com a legislação. Portanto, serão apresentados os conceitos do *e-commerce*, as normas da LGPD, as vantagens e desvantagens, bem como o impacto que ela pode causar caso as organizações não estejam em conformidade com a lei.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção fornece ao leitor uma compreensão da LGPD e seu impacto no comércio eletrônico, permitindo que ele reflita sobre as descobertas, discussões e pesquisas contidas. Portanto, são apresentados seus conceitos, características, benefícios e implicações da LGPD.

2.1 Surgimento da LGPD

O surgimento da LGPD ocorreu em um momento em que a tecnologia evoluiu rapidamente, e o uso de dados pessoais tornou-se comum em diversas áreas da sociedade, incluindo o comércio eletrônico, marketing digital, pesquisa científica e governo.

De acordo com o Serpro (2020), a LGPD foi criada para promover a proteção dos dados pessoais de todos os cidadãos que estejam no Brasil. Ela alterou alguns artigos do Marco Civil da Internet e estabeleceu novas regras para empresas e órgãos públicos em relação ao tratamento da privacidade e segurança das informações de usuários e clientes.

Segundo Pinheiro (2021), os primeiros debates relacionados ao tema surgiram na União Europeia (UE), e o Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais (GDPR) foi anunciado em 27 de abril de 2016. Seu objetivo é garantir um nível consistente de proteção aos dados pessoais de pessoas físicas, impondo obrigações e responsabilidades aos responsáveis pelo tratamento desses dados. Além disso, contribuiu para a criação de um espaço de liberdade, segurança, justiça e união econômica para o desenvolvimento do meio econômico.

Complementando as informações de Pinheiro (2021), essas mudanças também exigiram que outros países que desejavam manter relações comerciais com a União Europeia implementassem leis semelhantes ao GDPR, a fim de evitar barreiras econômicas. Isso teria um impacto significativo na equidade do cenário de negócios digitais sem fronteiras.

Na União Europeia, conseguiu-se alcançar o objetivo de consolidar em um único regulamento geral a regra de 28 Estados-Membros, conquistado com o GDPR; a mesma sorte não houve nas demais regiões do planeta. Há hoje leis nacionais sobre a matéria nos demais países que fizeram com que as instituições, dependendo do tipo de operação do seu negócio, tivessem que construir uma matriz de análise comparativa (direito comparado) para analisar qual a regra aplicável em determinado caso concreto que envolva dados de um determinado titular. (PINHEIRO, 2021, p.63).

No dia 14 de agosto de 2018, foi aprovada a Lei n. 13.709/2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais no Brasil (LGPD), que entrou em vigor no dia 18 de setembro de 2020. A lei está dividida em 10 capítulos, com um total de 65 artigos.

Em comparação a GDPR, a versão nacional é mais enxuta e em alguns aspectos deixou margem para interpretação mais ampla, trazendo alguns pontos de insegurança jurídica por permitir espaço para subjetividade onde deveria ter sido mais assertiva. Um exemplo disso ocorre em relação à determinação de prazos: enquanto o GDPR prevê prazos exatos, como de 72 horas, a LGPD prevê “prazo razoável”. PINHEIRO (2021, p.25).

2.2 Terminologias e Funcionamento da LGPD

De acordo com a LGPD, foram desenvolvidos e estruturados uma série de procedimentos para cumprir o seu principal objetivo, que é a proteção dos dados pessoais dos cidadãos. Primeiramente, é necessário obter o conhecimento dos papéis dos agentes e outras informações relacionadas ao tema.

Segundo Teixeira (2021) É importante esclarecer que a LGPD atinge as relações jurídicas digitais e físicas e todas as pessoas que tratam dados pessoais, independentemente de serem pessoas físicas ou jurídicas (de direito público, federal, nacional e municipal, e seus municípios, etc.) ou direito privado de empresas, associações, fundações, partidos políticos, igrejas, etc.)

De outra forma, conforme o seu próprio art. 4º, a Lei n. 13.709/2018 não se aplica ao tratamento de dados pessoais quando: (I) praticado por pessoa natural para fins exclusivamente particulares e não econômicos; (II) praticado para fins exclusivamente jornalísticos, artísticos ou acadêmicos; (III) operacionalizado para fins exclusivos de segurança pública, defesa nacional, segurança do Estado ou atividades de investigação e repressão de infrações penais; ou (IV) resultantes de fora do território nacional e que não sejam objeto de comunicação, uso compartilhado de dados com agentes de tratamento brasileiros ou objeto de transferência internacional de dados com outro país que não o de proveniência, desde que o país de proveniência proporcione grau de proteção de dados pessoais adequado ao previsto na Lei n. 13.709/2018. (TEIXEIRA, 2021, pag. 225).

Conforme informado por Pinheiro (2021), são descritos os itens e pessoas que se submetem a LGPD a seguir.

- **Titular:** Pessoa física, natural cujo dados podem ser coletados e classificados como um objeto de tratamento.

- **Dados Pessoais:** Fonte de informações que podem ser relacionadas ao sujeito, como: nome, sobrenome, idade, endereço entre outros.
- **Dados Pessoais Sensíveis:** Dados relacionados a personalidade do sujeito, como: opinião política, dado referente a saúde, origem racial, entre outros.
- **Anonimização:** Utilização dos meios técnicos disponíveis no momento do tratamento a partir do qual um dado perde a associação direta ou indireta, ao sujeito.
- **Agentes de Tratamento:** Indivíduo responsável por empenhar o papel de um controlador ou operador.
- **Controlador:** Sujeito encarregado de receber os dados pessoais do titular.
- **Operador:** Sujeito encarregado de realizar o tratamento dos dados pessoais do titular.
- **Encarregado:** Também conhecido como Data Protection Officer (DPO), é o sujeito indicado pelo controlador, responsável por empenhar o papel de canal de comunicação entre o titular e a autoridade nacional.

A LGPD previu que tanto o controlador como o operador devem indicar o encarregado, não fazendo qualquer distinção de porte de empresa, quantidade de funcionários, volume de tratamento de dados nem outras características específicas do perfil da base de dados pessoais (se envolve dados sensíveis) como ocorre no GDPR, mas pode haver alteração futura deste requisito por regulamentação específica da ANPD. (PINHEIRO, 2021).

Quanto aos princípios trazidos pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), o art. 6º elenca uma série deles a serem observados no tratamento de dados.

Segundo Teixeira (2021) Os princípios a serem observados no tratamento de dados são os seguintes:

- **finalidade:** Tratamento para finalidades legítimas [legítimas, morais], de forma específica, explícita e comunicada ao titular dos dados, sem possibilidade de posterior tratamento de forma incompatível com essas finalidades.
- **adequação:** Adequação do tratamento com objetivos comunicados ao proprietário, consoante o enquadramento do tratamento;
- **necessidade:** limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;
- **livre acesso:** Garante aos titulares consultas facilitadas e gratuitas sobre a forma e duração do tratamento e a integridade dos dados pessoais;

- **qualidade dos dados:** garantia, aos titulares, de exatidão, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;
- **transparência:** Assegurar aos proprietários informações claras e de fácil acesso sobre a prestação de tratamento e suas respectivas modalidades de tratamento, respeitando a confidencialidade dos negócios e da empresa;
- **segurança:** Utilização de medidas técnicas e administrativas para proteger os dados pessoais contra acesso não autorizado e destruição, perda, alteração, comunicação ou disseminação devido a circunstâncias acidentais ou ilícitas;
- **prevenção:** tomar precauções/devida diligência para evitar danos decorrentes do processamento de dados pessoais [por exemplo, realizar backups e instalar firewalls];
- **não discriminação:** Impossibilidade de prestação de tratamento com fins discriminatórios ilegais ou abusivos [injustos];
- **responsabilização e prestação de contas:** Evidência de que o Agente cumpriu e cumpriu as Leis de Proteção de Dados Pessoais, bem como tomar medidas efetivas para garantir sua eficácia [ou seja, em Conformidade com a Proteção de Dados].

2.3 ANPD

Criada como um órgão integrante da estrutura da presidência da república, a Autoridade Nacional de Proteção de dados (ANPD) possui o objetivo de zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da LGPD, além disso, a ANPD atua como ponto central para receber denúncias quanto às possíveis irregularidades e possui o poder de aplicar penalidades. As penalidades podem variar desde uma simples advertência com aplicações de prazo para medidas corretivas, multas simples de até 2% (dois por cento) sobre o faturamento da pessoa jurídica ou empresa limitada a até R\$50.000.000 (Cinquenta milhões) de reais, além das multas diárias.

Sua origem se deu, especificamente, a partir da edição da Lei n. 13.853/2019, a qual promoveu alterações e inclusões substanciais de vários dispositivos à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). (TEIXEIRA, 2021).

Como aponta Pinheiro (2021) A ANPD desempenha um papel fundamental como elo de ligação entre as diversas partes interessadas, desde proprietários a empresas privadas e instituições públicas. Isso inclui a necessidade de articulação com os demais órgãos

reguladores e fiscalizadores e com os três poderes executivo, legislativo e judiciário que tratam do tema. A dinâmica dos dados pessoais deve continuar a ser compreendida não apenas no âmbito doméstico, mas principalmente no contexto internacional, para saber como o Brasil se posicionará no mercado digital global.

A composição da Autoridade é prevista no art. 55-C da MP n. 869 e prevê que a ANPD será composta por 6 elementos, conforme detalhado abaixo:

Conselho Diretor → composto por 5 integrantes que deverão ser indicados pela Presidência da República e terão mandatos de 4 anos, sendo esse o órgão máximo de direção da Autoridade (art. 55-D | MP n. 869/2018); Conselho Nacional de Proteção de Dados e de Privacidade → composto por 23 representantes, sendo 6 do Poder Executivo, 1 do Senado Federal, 1 da Câmara dos Deputados, 1 da Câmara Nacional de Justiça, 1 do Conselho Nacional do Ministério Público, 1 do Comitê Gestor da Internet no Brasil, 4 de entidades da sociedade civil com atuação na proteção de dados, 4 de instituições (científicas, tecnológicas e de inovação, 4 de entidades representativas do setor empresarial relacionado à proteção de dados (art. 58-A | MP n. 869/2018). Todos esses representantes não receberão remuneração e terão mandatos de 2 anos; Corregedoria; Ouvidoria; Órgão de Assessoramento Jurídico Próprio; Unidades Administrativas e Unidades Especializadas que garantam a aplicação da lei (BRASIL, 2019). (PINHEIRO, 2021, p. 54).

2.4 E-Commerce

Para Oliveira (2021) “O *E-commerce* – ou, traduzindo o termo para o português, comércio eletrônico – é um modelo de vendas que se baseia na internet para comercialização de serviços ou produtos.” Os mercados de vendas online incluem canais como computadores, celulares, aplicativos e, claro, sua própria loja virtual.

Um fato curioso relacionado ao tema foi que em 1994 foi criado o site NetMarket por formandos da faculdade britânica de LSE. Segundo o jornal *New York Times*, a primeira transação online foi realizada neste site, utilizando um sistema seguro envolvendo cartões de crédito. (DEARO,2015).

Conforme aponta Teixeira (2021) O que se pode constatar a respeito do surgimento do *e-commerce* é que o acesso à internet cresceu muito nos últimos anos, o que foi crucial para seu alavancamento em todo o mundo, e significativamente no Brasil. Complementando as informações de Teixeira (2021) as categorias de commodities mais negociadas são: moda e acessórios (19%); cosméticos e perfumes (18%); eletroeletrônicos (10%); livros e revistas (9%); tecnologia da informação (7%). O crescimento do comércio eletrônico de varejo no Brasil saltou de R\$ 500 milhões em 2001 para R\$ 14,8 bilhões em 2010 e chegou a R\$ 41,3 bilhões em 2015.

São nítidos os efeitos que o uso da tecnologia da informação traz ao desenvolvimento do comércio, na medida em que permite às empresas colocarem no mercado seus produtos e serviços com uma grande economia de custos. Isto porque manter a hospedagem e o funcionamento de um estabelecimento virtual é proporcionalmente bem menos oneroso do que um estabelecimento físico, haja vista: a redução do custo com a manutenção de estoque, que pode ficar a cargo de fornecedores encarregados de despachar as mercadorias diretamente aos clientes da loja virtual, por meio de comunicação eletrônica enviada pelo servidor desta; a diminuição da mão de obra; a redução das despesas com locação etc. Além disso, teoricamente, na internet não há limitação geográfica para se vender, tudo vai depender do valor do frete, da legislação aplicável, da carga tributária e alfandegária e da diferença de idiomas. Mesmo pequenas empresas podem comercializar seus bens para clientes localizados nas mais distantes e variadas localidades, com custos relativamente baixos, o que seria praticamente inviável se não fosse a rede mundial de computadores. (TEIXEIRA, 2021, p.33).

2.5 Principais Impactos da LGPD no E-Commerce

O *e-commerce* foi grandemente afetado por conta da necessidade de cadastros e registros financeiros para efetuar suas transações, sendo assim, necessário realizar ajustes ou uma completa mudança em sua estrutura.

A maior diferença foi se adaptarem a uma nova funcionalidade de lei, pois há a necessidade do consentimento do consumidor, antes de quaisquer ações que envolvam realizar a coleta, armazenamento ou a própria utilização de seus dados pessoais. Também a própria segurança de seus dados, pois é necessário realizar a implementação das medidas adequadas de segurança bem como: criptografia e backups.

É importante considerar o impacto da LGPD em todo o processo *end-to-end*, desde o pagamento até a entrega da mercadoria, não se limitando apenas ao *e-commerce*.

Para Franco *et al.* (2021, p. 7) A relação entre uma empresa e seus clientes começa com o pagamento. Os produtos são coletados ou produzidos, embalados e separados antes de serem enviados aos *e-commerce*. Esta comunicação em si já contém dados importantes. Isso é chamado de NOTIFIS e contém informações de faturas já emitidas para informar sobre o valor e o tamanho de sua remessa para que a empresa possa decidir qual tipo de veículo é mais adequado.

Para não infringir a LGPD, esse processo precisa contar com um sistema que atue em conformidade com a lei, o que muitas vezes exige investimento, tecnologia e tempo, uma vez que recursos como chats em aplicativos virtuais também fazem a mesma comunicação, e nesse ponto o compartilhamento de dados deve ser de total expressão apenas do cliente a empresa e a transportadora, sem que as informações fiquem salvas informalmente. (FRANCO *et al.*, 2021 p. 7).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada no desenvolvimento deste artigo envolveu um processo de pesquisa bibliográfica e documental descritiva, com abordagem qualitativa. O objetivo foi apresentar o significado da LGPD e o impacto que ela exerce sobre as organizações que lidam com o uso e manipulação de dados dos usuários, com ênfase no comércio eletrônico, que é o foco deste estudo. Seguindo a recomendação de Gil (2002), a pesquisa foi baseada em material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pinheiro (2021) analisa que, para atender às exigências da LGPD, são necessários ajustes nos processos de governança corporativa, elaboração de um programa de *compliance* digital consistente, investimentos em ferramentas de segurança de dados atualizadas, revisão de documentos, aprimoramento de procedimentos e pessoal interno e externo. Além disso, a aplicação de dados, controles e trilhas de auditoria e a mudança cultural são igualmente importantes.

Acredita-se que a revisão das políticas de privacidade e termos de uso da organização seja um ponto essencial nesse processo, a fim de refletir o que está estabelecido na LGPD. É importante que essas políticas sejam acessíveis e claras, de modo que os indivíduos possam entender seus direitos em relação aos dados pessoais.

O gerenciamento de incidentes de segurança também é imprescindível para estabelecer um plano de resposta a incidentes, identificar, relatar e lidar com violações de dados.

Uma pesquisa realizada no site ASER Security revela o caso da empresa Netshoes, que envolveu a violação da privacidade e segurança dos dados dos clientes, ressaltando a importância das regulamentações mais rigorosas, como a LGPD. Esse incidente ocorreu entre o final de 2017 e o início de 2018, quando falhas no sistema da Netshoes, uma das maiores empresas de comércio eletrônico do Brasil, permitiram o vazamento de dados de aproximadamente 2 milhões de clientes do e-commerce. As informações vazadas incluíam nome, CPF, e-mail e histórico de compras dos usuários da plataforma. O Ministério Público classificou esse episódio como "um dos maiores incidentes de segurança registrados no Brasil" e multou a Netshoes em R\$ 500 mil.

Embora a LGPD não estivesse em vigor na época desse incidente, a empresa ainda foi multada pelo Ministério Público. Portanto, em conformidade com o capítulo 2.5, torna-se necessário que a empresa adote estratégias e planos para garantir a proteção dos dados de seus usuários, além de garantir que a equipe responsável pela implementação da lei esteja ciente de seus princípios e requisitos, por meio de treinamentos adequados para que todos os envolvidos compreendam suas responsabilidades e obrigações. É igualmente importante contar com um profissional especializado em privacidade e proteção de dados para assegurar o cumprimento de todas as exigências legais. Conforme descrito no capítulo 2.3, a ANPD informa sobre as penalidades em caso de não cumprimento adequado da LGPD, podendo resultar em multas de até R\$ 50.000.000 (cinquenta milhões de reais).

5 CONCLUSÃO

É sabido que essas medidas estão tendo um impacto significativo na forma como as empresas conduzem suas atividades de comércio eletrônico. A adaptação do comércio eletrônico à LGPD envolve processos orientados por políticas de privacidade, consentimento do consumidor e segurança de dados, conforme descrito nas seções acima. Além disso, permite que as empresas identifiquem e mitiguem potenciais riscos. Isso inclui práticas de gerenciamento de riscos e treinamento para funcionários que processam esses dados, a fim de implementar práticas adequadas de acordo com a lei. Os controladores também são responsáveis por lidar com assuntos relacionados à lei e suas práticas de processamento de dados, garantindo a conformidade contínua com a LGPD e monitorando as atualizações de forma contínua.

Como conclusão, observa-se a importância da LGPD para o comércio eletrônico, bem como para os próprios usuários que utilizam os sites de vendas online.

“Não estar em conformidade com a lei gera inúmeras consequências, começando pela insegurança causada aos clientes e investidores, além da perda de credibilidade e valor das empresas no mercado” (Quintanilha, 2022).

REFERÊNCIAS

ASER Security. **7 casos de vazamento de dados em empresas de varejo**. Disponível em: <https://www.aser.com.br/7-casos-de-vazamento-de-dados-em-empresas-de-varejo/>. Acesso em: 4 de jun.2023.

DEARO, G. **Eis a primeira coisa a ser vendida ne internet na história**, 2015. Disponível em: <https://exame.com/marketing/eis-a-primeira-coisa-a-ser-vendida-pela-internet-na-historia/>. Acesso em dez.2022.

FRANCO. G.; SANTOS. J.; BUENO. M.; MOLINA. M.; TEIXEIRA. M.; O IMPACTO DA LGPD (LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS) NAS TRANSPORTADORAS DE E-COMMERCE. **Fateclog**, 2021 -. ISSN 2357-9684 versão online.
Disponível em: <https://fateclog.com.br/anais/2021/parte4/369-438-1-RV.pdf>. Acesso em 26 Mar 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

OLIVEIRA, B. **O que é E-commerce? Como funciona, tipos e como começar**, 2021.
Disponível em:
https://ecommercenapratca.com/blog/o-que-e-ecommerce/#A_historia_do_Ecommerce.
Acesso em: jan.2023.

PINHEIRO, P. **Proteção de Dados Pessoais**. 3. ed. São Paulo: Editora: Saraiva Jur., 2021

QUINTANILHA, A. **A LGPD como um pilar do compliance**, 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-mai-17/ariana-quintanilha-lgpd-pilar-compliance>. Acesso em: jun.2023.

SERPRO. **LGPD entra em vigor**, 2021
Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/lgpd/noticias/2020/lgpd-entra-em-vigor>. Acesso em: dez.2022.

TEIXEIRA, T. **LGPD e E-commerce**. 2.ed. São Paulo: Editora Saraiva Jur.,2021.