

# Devides e Ferfoggia: Os impactos da Covid-19 no e-commerce

## 1) Introdução

Com o advento das novas tecnologias, até então nunca imaginadas por nossos antepassados, houve uma mudança estrutural em nossa sociedade. Nesse sentido, todos os âmbitos passaram — e têm passado — ao novo modo de vida instaurado.



Entre elas, destaca-se o comércio *online*, que tem inovado as

relações comerciais e alterado os hábitos consumeristas. Com o desenvolvimento acelerado do novo coronavírus, houve a necessidade da aplicação de diversas ferramentas para o bloqueio do contágio. No Brasil, as medidas de isolamento social foram regulamentadas pelo Decreto Legislativo nº 06/2020, que impediu o funcionamento de grande parte dos estabelecimentos comerciais, resultando no aumento exponencial do consumo via internet.

Dados apontam o crescimento de 48,3%, comparando a segunda quinzena de março de 2019 com o mesmo período de 2020, ultrapassando o faturamento de R\$ 60 bilhões. Nesse sentido, com o aumento da demanda, cerca de cem mil *e-commerces* foram abertos desde o início da pandemia.

## 2) Aspectos legais do *e-commerce*

Inerente a qualquer sociedade, o Direito é uma ferramenta que objetiva o bem comum. Outrossim, a mutabilidade é uma de suas características fundamentais, pois ele se submete aos valores do contexto histórico-cultural ao qual está inserido. Portanto, infere-se que a própria finalidade do Direito resta comprometida, vez que ao ser influenciado por fatores sociais e temporais, as normas existem fadadas à obsolescência.



A comercialização em ambiente virtual ainda é considerada recente e pouco tutelada pela legislação brasileira. Ocorre que *e-commerce* não pode ser juridicamente tratado da mesma forma que o comércio tradicional, visto que as relações comerciais se diversificam entre os diversos envolvidos. Ela pode ocorrer, por exemplo, entre empresas e empresas, denominada B2B (*business-to-business*); entre consumidores e consumidores, intitulada C2C (*consumer-to-consumer*); e, por fim, entre empresas e consumidores, designada B2C (*business-to-consumer*). Sendo assim, os vínculos comerciais no meio digital são regulamentados de acordo com sua natureza, podendo ser tutelados pelo Código Civil, pelo Código Comercial e pelo Código de Defesa do Consumidor.

O ambiente digital se torna cada vez mais presente na vida em sociedade. Na mesma medida, a compra e venda realizada nesse ambiente tem se popularizado, principalmente no que diz respeito ao liame entre empresas e consumidores, que é tradicionalmente tutelado pelo o Código de Defesa do Consumidor. O código foi implementado em 1990, antes mesmo da popularização do comércio eletrônico, fato este que ensejou a adaptação de diversos artigos, a fim de adaptar-se à nova realidade. Todavia, ainda existem diversas omissões, razão pela qual a insegurança no comércio eletrônico representa um entrave e, na prática, a sensação de vulnerabilidade do consumidor. Isso porque é incontestável que no mundo da pós-modernidade os dados pessoais assumiram uma forma hodierna de ativo, com alto apreço econômico e estratégico.

Para tanto, urgiu a necessidade de uma legislação mais específica, tendo em vista as lacunas deixadas pelo CDC. Assim, foi implementado o Decreto nº 7.962/2013, que passou a vigorar paralelamente ao Código supracitado, abordando especificidades quanto ao comércio virtual. Tal ato normativo dispõe sobre temas concernentes à regulamentação dos sites, exigindo clareza de informações e fácil acesso aos dados do fornecedor. Ainda, prevê a necessidade do municiamento de todas as informações pertinentes à compra, além de sinalizar a confirmação dela e realizar estornos, manter um canal de atendimento *online* e implementar mecanismos de segurança de dados pessoais do consumidor.

É imperioso ressaltar que a pandemia da Covid-19 impulsionou ainda mais o desenvolvimento do *e-commerce*, acelerando a primordialidade de uma nova regulamentação. Por conseguinte, instaurou-se a Lei 14.010/2020, que estabelece o Regime Jurídico Emergencial e Transitório para as relações privadas, bem como determina, em seu artigo 8º, acerca da suspensão provisória da aplicação do artigo 49 do CDC. Nessa perspectiva, foi inserida uma hipótese de exceção ao direito de arrependimento em casos de *delivery* de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos com a finalidade de manter uma maior celeridade e efetividade para as relações consumeristas. Em suma, há uma maior proteção do consumidor, além de auxiliar os empresários que desejam investir nessa nova área a evitar percalços.

### **3) A criação de uma empresa no ambiente virtual**

Os principais pontos que devem ser observados ao criar uma plataforma *online* relacionam-se à exposição das informações dos produtos, serviços e fornecedores de forma clara e objetiva, garantindo ao consumidor um atendimento facilitado e, principalmente, o respeito ao direito de arrependimento.

Em relação à disposição das informações acerca da empresa, elas devem atender os consumidores de forma acessível e universal. O acesso ao valor, à taxa de frete, à forma de pagamento, bem como às informações sobre a empresa, como CNPJ e a razão social devem ser garantidas.

A respeito do atendimento ao consumidor, a lei prevê que deve ser disponível por 24 horas durante os sete dias da semana. Geralmente, as grandes empresas utilizam de um serviço de SAC (serviço de atendimento ao consumidor). Entretanto, nem todas as plataformas possuem a disponibilidade e os subsídios necessários para custodiar esse *gadget*. Para isso, uma alternativa interessante é a implementação de um FAQ (uma modalidade de perguntas frequentes) ou um fale conosco, a fim de sanar as eventuais dúvidas de usuários. A Lei do *e-commerce* permite que os canais de atendimento tenham até cinco dias para oferecer uma resposta ao consumidor.

O direito de arrependimento nas plataformas *online* é um dos aspectos que merecem mais atenção dos empresários que buscam regularizar o seu comércio. Esse instituto diz respeito ao direito do consumidor de requerer o cancelamento de sua compra no prazo de apenas sete dias úteis após o recebimento da compra. O artigo 49 do Código do Consumidor dispõe acerca dessa temática nos casos de estabelecimentos comerciais fora do ambiente online:

*"Artigo 49 — O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio".*

Ainda, tal direito de também é matéria abordada pela Lei do *e-commerce*:

*"Artigo 5º — O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor".*

Dessa forma, a importância desse direito é calcada na coibição de compras realizadas por impulso, abrangendo as possibilidades de o consumidor de analisar melhor a compra e garantir ao empresário a fidelidade do comprador.

Essas são apenas algumas características encontradas na Lei do *e-commerce*. Por meio dela, gestores e empresários devem estar atentos aos requisitos legais. A viabilização dos conhecimentos jurídicos acerca do tema auxiliam na democratização a essa nova modalidade de constituição de empresas. Abordar sobre as legislações vigentes e possibilitar a discussão acerca dos requisitos e obstáculos legais para a criação e a manutenção de uma empresa *online* pode ser um fator para movimentar a economia, diminuir o desemprego e garantir que os consumidores tenham plena convicção sobre seus direitos.

#### **4) Conclusão**

Com o advento do que convencionou-se chamar de "novo normal", em decorrência das medidas de isolamento social necessárias para se conter a pandemia, o comércio digital restou impulsionado. Entretanto, os impactos provenientes merecem atenção.



É fundamental que os usuários estejam cada vez mais atentos aos seus direitos e ao manuseio das compras, a fim de evitar constrangimentos em decorrência da possibilidade de danos e fraudes.

Ainda, é notório que o desamparo legal agrava a insegurança jurídica nos meios eletrônicos. Contudo, as leis mencionadas têm papel fundamental na responsabilização das empresas no ambiente *online*.

---

### Referencias Bibliográficas

— Aspectos legais do *e-commerce* – Sebrae. Sebrae.com.br. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/aspectos-legais-do-e-commerce,1a37e402b41f7410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 29 Nov. 2020.

— Com Covid-19, *e-commerce* já é 48% maior que no mesmo período de 2019. Forbes Brasil. Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2020/05/com-covid-19-e-commerce-ja-e-48-maior-que-no-mesmo-periodo-de-2019/>>. Acesso em: 1 Dec. 2020.

— ?100 mil novas lojas online: resultados da quarentena | E-Commerce Brasil. *E-Commerce* Brasil. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/coronavirus-100-mil-novas-lojas-online-resultados-da-quarentena/>>. Acesso em: 2 Dec. 2020.

SCHARLACK. O crescimento do *e-commerce* no Brasil durante a pandemia. Scharlack. Disponível em: <<https://en.scharlack.com.br/post/crescimento-do-e-commerce-no-brasil-durante-a-pandemia>>. Acesso em: Dec. 2020.

— Lei do *e-commerce*: o que você precisa saber para abrir seu negócio | CHC Advocacia. CHC Advocacia. Disponível em: <<http://chcadvocacia.adv.br/blog/lei-do-e-commerce/>>. Acesso em: 4 Dec. 2020.