

## 5 pontos para preparar o e-commerce e entender a LGPD

A LGPD vem com a obrigatoriedade do consentimento do uso dos dados e o não cumprimento da lei está sujeito a sanções bastante severas

**15/10/2020 14:33:25**

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) já está em vigor e várias são as exigências sobre o manejo dos dados dos clientes. Embora as sanções estejam previstas para serem aplicadas só a partir de agosto de 2021, a adequação não pode esperar. Muitos são os procedimentos a serem adotados e, por isso, o quanto antes eles se tornarem uma prática dentro do e-commerce, maiores são as chances de sucesso nessa jornada. A agência de marketing Go Biz separou alguns dos tópicos da lei para orientar e ajudar a esclarecer qual tipo de adequação ainda é preciso fazer.

### A LGPD

A premissa da lei é garantir a segurança do consumidor. Isso porque, uma série de dados foram, por muito tempo, utilizados de forma inadequada e sem qualquer consentimento do proprietário das informações. Assim, a LGPD vem com a obrigatoriedade do consentimento do uso dos dados. Ou seja, toda e qualquer manipulação de informações precisa ser autorizada, explicada a sua finalidade e ainda possibilitada a sua exclusão, caso solicitada pelo cliente ao término da relação entre as partes.

### Dados para otimização de vendas

Muitos e-commerces têm o hábito de explorar os dados dos clientes para fazer ofertas mais atrativas. Usar de sua localização, idade, preferências, entre outros comportamentos de consumo é uma prática amplamente utilizada no marketing, mas que a partir da LGPD precisa ser informada e autorizada pelo cliente. Isso significa que qualquer mudança no tratamento de dados deve ser comunicada. Se inicialmente foi informado que o nome e e-mail seriam utilizados para o envio do status do pedido, por exemplo, caso esses dados passem a fazer parte de uma estratégia, o cliente precisa não só saber, como autorizar.

Os cookies podem ser grandes aliados do marketing, mas também precisam se adequar à lei. Com eles é possível fazer o rastreamento de todos os sites que o usuário visitou, permitindo que a

empresa realize estudos de comportamento e, inclusive, passe a terceiros. Agora, esse tipo de procedimento precisará ter a prévia autorização do usuário.

Outro ponto a ser destacado é o consentimento correto ao cookie. Apenas um pop-up com um botão de aceite não será suficiente. O usuário deverá ter a opção de recusar ou aceitar e ainda de mudar de ideia posteriormente. Nesse sentido, não só por conta do cookie, como também pelo uso de outros dados, é necessário que as empresas disponibilizem de forma clara sua política de privacidade e comunique o usuário a cada atualização.

## Sanções

As sanções da LGPD são bastante severas. Caso uma empresa seja flagrada negligenciando a lei, as penalizações vão desde advertência até a suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados, dependendo da gravidade da infração. Sem os dados, o e-commerce não pode funcionar, portanto, é importante ficar atento. Com relação a multa, uma das grandes preocupações dos empresários, pode variar de 2% do faturamento da empresa até R\$ 50 milhões de reais por infração.

## Procedimentos de coleta de dados

Uma das dicas da Go Biz é rever como estão sendo feitas as coletas, o processamento e o armazenamento de dados do e-commerce. No momento em que o cliente insere os dados ele é consultado sobre a finalidade para a qual as informações serão utilizadas? Os dados estão sob sigilo e não há risco de vazamento? A empresa veda qualquer procedimento de compartilhamento ou venda de banco de dados? Se a resposta for sim para todas essas perguntas, então este é o caminho certo. Lembre-se que o carro chefe da LGPD é o consentimento. Esteja certo de que o cliente aceitou o uso dados e os manipule com responsabilidade.

## Transparência

Além da autorização, o cliente também pode requerer informações sobre o tratamento de seus dados. Conseguir oferecer essas informações de forma clara também está previsto na lei e é uma das adequações necessárias.

Problemas de segurança e vazamentos não são tolerados pela LGPD. Contar com profissionais da área de tecnologia, seja como parceiros ou funcionários, é uma boa prática, para rever essas políticas e evitar maiores complicações.

## Bônus: estruture o e-commerce

Aproveitar essa onda de mudanças e avaliar a loja online é uma ótima opção. Oferecer um e-

commerce bem estruturado, organizado e fácil de navegar é uma maneira de atrair mais clientes e os tornar plenamente satisfeitos com sua experiência de compra.