



**INSTITUTO FEDERAL**  
Rondônia



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

**Campus Porto Velho Zona Norte**

**Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD**

**JOÃO ALISSON DOS SANTOS DUARTE**

**O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS ONLINE**

**PORTO VELHO**

**2025**

**JOÃO ALISSON DOS SANTOS DUARTE**

**O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS ONLINE**

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus* Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação do professor Dr. Wilimar Junio Ruas.

**PORTO VELHO**

**2025**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO.

Duarte, João Alisson dos Santos.

O direito de arrependimento nas compras online / João Alisson dos Santos Duarte. - Porto Velho, 2025.

18 f.

Orientador(a): Wilimar Junio Ruas.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho, 2025.

1. direito do consumidor. 2. devolução. 3. comércio eletrônico. I. Ruas, Wilimar Junio (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

**Bibliotecário(a) Responsável:** Gizele de Melo Viana, CRB-11/914

**JOÃO ALISSON DOS SANTOS DUARTE**

**O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS ONLINE**

Artigo entregue como Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO), *Campus* Porto Velho Zona Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de tecnólogo, junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sob a orientação do professor Dr. Wilimar Junio Ruas.

Aprovado em: 26/08/2025 pela banca examinadora.

---

Camila Calazans da Silva Luz

---

Wesley Moreira Dias

---

Wilimar Junio Ruas

## O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS ONLINE

**RESUMO:** O trabalho aborda a evolução da proteção ao consumidor no Brasil, destacando marcos históricos como a Lei Delegada de 1962, a Constituição de 1988 e a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Analisa também o crescimento do comércio eletrônico (e-commerce) impulsionado pela tecnologia e pela pandemia da Covid-19, ressaltando os principais problemas enfrentados pelos consumidores, como atrasos nas entregas e dificuldades logísticas. O estudo discute ainda os direitos assegurados pelo CDC, incluindo o direito de arrependimento e a responsabilização objetiva dos fornecedores. Este trabalho utiliza uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e analítico, fundamentando-se em pesquisa bibliográfica e documental. Para isso, a análise baseia-se em literatura especializada, legislações como o CDC e a Lei nº 14.010/2020, além de documentos oficiais, artigos científicos, decisões judiciais e pareceres doutrinários. Por fim, conclui que o e-commerce deve garantir não apenas a venda, mas o cumprimento integral das obrigações contratuais, protegendo o consumidor de forma eficaz.

**Palavras chave:** Direito do consumidor; Devolução; Comércio Eletrônico.

**ABSTRACT:** This article discusses the evolution of consumer protection in Brazil, highlighting historical milestones such as the 1962 Delegated Law, the 1988 Constitution, and the creation of the Consumer Defense Code (CDC). It also analyzes the growth of e-commerce driven by technology and the COVID-19 pandemic, highlighting the main problems faced by consumers, such as delivery delays and logistical difficulties. The study also discusses the rights guaranteed by the CDC, including the right of withdrawal and the objective liability of suppliers. The article uses a qualitative, exploratory, and analytical approach, based on bibliographic and documentary research. To this end, the analysis relies on specialized literature, legislation such as the CDC and Law No. 14,010/2020, as well as official documents, scientific articles, court decisions, and doctrinal opinions. Finally, it concludes that e-commerce must guarantee not only sales but also full compliance with contractual obligations, effectively protecting the consumer.

**Keywords:** Consumer law; Return; Electronic commerce.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a evolução do direito do consumidor diante do crescimento das compras on-line, com ênfase na implementação do direito de arrependimento, previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC). A pesquisa investiga como esse dispositivo legal tem sido aplicado no comércio eletrônico, considerando as peculiaridades desse ambiente e os desafios enfrentados pelos consumidores como o atraso na entrega ou a não entrega do produto.

Abordaremos também que a pandemia provocada pela Covid-19 impôs a necessidade de rápida adaptação, tanto por parte dos fornecedores quanto dos consumidores, no âmbito das relações de consumo. Tal contexto contribuiu significativamente para a aceleração da expansão do comércio eletrônico.

Esta análise aborda a relevância e os fundamentos da mitigação temporária do artigo 49 do CDC, promovida pela Lei nº 14.010/2020, no contexto do equilíbrio nas relações de consumo. O objetivo é evidenciar tanto a importância quanto os momentos adequados de aplicação desses dispositivos, tendo em vista a busca contínua pela harmonia entre consumidores e fornecedores, especialmente em situações excepcionais como a pandemia de COVID-19.

O estudo analisa a evolução do CDC e conclui que o direito de arrependimento, conforme previsto no artigo 49 do CDC, constitui uma ferramenta essencial para estimular decisões de compra mais conscientes e refletidas. Além disso, limita os efeitos das aquisições por impulso, contribuindo para o equilíbrio nas relações de consumo.

De acordo com a teoria da economia comportamental, as pessoas podem ser influenciadas a tomarem decisões irracionais. Quando essa influência se concentra na venda de serviços e produtos, os consumidores podem comprar coisas que não querem, barganhar impulsivamente e depois se arrepender do negócio sob o patrocínio do artigo 49 do CDC, assim, o consumidor pode exercer seu direito de devolução em até 7 dias.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O código de defesa do consumidor**

A proteção ao consumidor no Brasil teve início formal com a Lei Delegada de 1962, que visava assegurar direitos básicos, como o acesso gratuito a produtos essenciais. Durante a década de 1970, foram criados diversos órgãos de defesa do consumidor em âmbitos estadual e nacional, como o CONDECOM, ADOC, APC e ANDEC. Essas instituições representaram um avanço significativo na organização da proteção aos consumidores (BRASIL,1990).

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, a proteção ao consumidor passou a ser reconhecida como um direito fundamental. O artigo 170, inciso V, estabeleceu esse princípio dentro da ordem econômica nacional. Para garantir a legalidade do processo, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias determinou que uma lei específica de defesa do consumidor deveria ser elaborada em até 120 dias, o que resultou na criação do CDC (BRASIL,1988).

O CDC é fruto direto da CF de 1988, sendo aplicável a todas as relações de consumo no Brasil. Sua elaboração representou um marco na consolidação dos direitos dos consumidores, oferecendo ferramentas jurídicas claras e eficazes para a proteção desses direitos frente ao mercado (BRASIL, 1988; MIRAGEM, 2014).

Historicamente, o movimento pela defesa do consumidor ganhou força com o surgimento da produção em massa nos séculos XVIII e XIX, especialmente após a Primeira Revolução Industrial. A necessidade de regulamentar relações comerciais cresceu à medida que os consumidores se tornaram mais expostos a práticas abusivas e à falta de informação sobre produtos e serviços (BRASIL,1988).

Nos Estados Unidos, esse movimento teve um ponto de inflexão em 1962, quando o presidente John F. Kennedy apresentou a “Carta de Direitos do Consumidor”, que incluía o direito à segurança, à informação, à escolha e de ser ouvido. Em 1985, a ONU ampliou esses direitos, incluindo o acesso a necessidades básicas, à compensação, à educação e a um meio ambiente saudável — princípios que influenciaram diretamente a formulação de legislações em diversos países, incluindo o Brasil (KENNEDY,1962).

### **2.2 Comércio eletrônico (e-commerce)**

O comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, tem se expandido continuamente devido ao avanço tecnológico, à globalização e à inclusão digital. Ele representa a prática de comprar, vender ou trocar produtos, serviços e informações por meio da internet, caracterizando-se pela digitalização de todas as etapas comerciais (SEBRAE, 2023).

Essa modalidade permite a realização de negócios entre empresas ou entre empresa e consumidor, utilizando a internet como plataforma para consulta de informações, realização de pedidos e efetivação de transações financeiras. O e-commerce depende essencialmente dos recursos tecnológicos disponíveis para que as transações ocorram de forma rápida e segura (CAMPANO, 2009).

Com o tempo, o comércio eletrônico tem se reformulado conforme as inovações tecnológicas, tornando-se uma das atividades econômicas de maior crescimento mundial (FAGUNDES, 2023). O crescimento desse tipo de comércio também está associado ao uso cada vez mais frequente de dispositivos eletrônicos, como smartphones, tablets e computadores. Durante a pandemia de Covid-19, o e-commerce se destacou ainda mais, já que as restrições sanitárias e o isolamento social impulsionaram o consumo online como alternativa ao comércio físico (DEMAREST, 2020).

O e-commerce está presente no cotidiano de muitos consumidores e representa uma importante fonte de faturamento para diversas empresas, abrangendo ofertas e transações digitais que colaboram para a eficiência comercial (TECNOBLOG, 2025).

### **2.3 Os problemas no comércio eletrônico**

O comércio eletrônico, apesar de seu crescimento, enfrenta dificuldades recorrentes quanto a problemas na entrega de produtos, como atrasos ou não coleta. Esses contratempos podem ocorrer por diversos motivos, como a ausência do consumidor no local, extravios por parte das transportadoras ou dificuldades logísticas em regiões de difícil acesso. Estudos apontam que uma parcela significativa da população brasileira, mesmo residindo em locais sem infraestrutura adequada, realizando compras online e frequentemente enfrenta dificuldades para receber os pedidos (LIMA, 2020).

A responsabilidade pela entrega correta dos produtos adquiridos por meio do comércio eletrônico recai integralmente sobre o fornecedor ou a loja virtual, visto que a logística integra uma cadeia de fornecimento. Conforme o artigo 14 do CDC, há responsabilidade civil objetiva do fornecedor por danos decorrentes de falhas na prestação dos serviços, ou seja, não é necessária a comprovação de culpa para que ocorra a responsabilização. Essa regra protege o consumidor ao depender do fornecedor ou dever de garantir a entrega e a qualidade do serviço oferecido (SEBRAE, 2023).

No caso de produtos não entregues ou entregues com atraso, o CDC assegura ao consumidor os direitos expressos nos artigos 6º, inciso VI, e 35. O consumidor pode exigir o cumprimento obrigatório da entrega, aceitar produto substituto de valor equivalente ou cancelar a compra com reembolso total, incluindo o valor do frete. Além disso, é possível pleitear indenizações por perdas e danos (CNN BRASIL, 2021).

Assim, a legislação brasileira protege o consumidor diante das falhas logísticas e do descumprimento da oferta realizada, conferindo alternativas legais tanto na esfera administrativa quanto no Judiciário para garantir a reposição dos prejuízos materiais e morais sofridos (BRASIL, 1990).

Dessa forma, o comércio eletrônico deve garantir não apenas a venda, mas efetivar a entrega dos produtos conforme contratado, sob pena de responsabilização legal. O CDC oferece diversas ferramentas para resguardar os direitos do consumidor, reforçando o dever dos fornecedores em propiciar uma experiência de compra segura e completa. O fornecedor responde objetivamente pela qualidade e pontualidade da entrega, cabendo-lhe zelar pela logística e garantir o cumprimento das obrigações assumidas nas relações de consumo (AURUM ADVOGADOS, 2025).

#### **2.4 Do direito de arrependimento e devolução**

O direito de arrependimento é um importante instrumento de proteção ao consumidor, especialmente relacionado à entrega de produtos. Ele se aplica, por exemplo, a situações em que o consumidor recebe um item fora do prazo estipulado e, por isso, deixa de ter utilidade para ele. Nessas situações, o consumidor tem respaldo legal para desistir da compra (BRASIL, 1990).

Esse direito é regulamentado pelo CDC, que prevê um prazo de sete dias para o exercício do arrependimento, contando a partir da assinatura do contrato ou do

recebimento do produto. O consumidor não precisa apresentar justificativa para desistir da compra ou devolver o item adquirido.

O artigo 49 do CDC estabelece que esse direito é garantido em contratações realizadas fora do estabelecimento comercial, como em vendas online, por telefone ou a domicílio. A norma busca equilibrar a relação de consumo, especialmente em contextos em que o consumidor não tem contato direto com o produto no momento da compra.

Além disso, o parágrafo único do artigo 49 determina que os valores pagos pelo consumidor devem ser devolvidos imediatamente e com correção monetária, caso o direito de arrependimento seja exercido. Isso assegura que o consumidor não tenha prejuízos financeiros ao desistir da compra dentro do prazo legal.

Conforme interpretação jurisprudencial destacada por Souza (2020) no REsp 1.340.604, eventuais prejuízos resultantes do cancelamento são de responsabilidade do comerciante. Essa decisão reforça que o consumidor não deve arcar com nenhum custo relacionado à devolução do produto, uma vez que esses encargos são inerentes à própria natureza das vendas realizadas fora do estabelecimento comercial.

O CDC possui caráter protetivo e parte da presunção de hipossuficiência do consumidor, porém os direitos devem coexistir de forma equilibrada e dentro de limites jurídicos. O abuso de direito ocorre quando seu titular o exerce em contrariedade ao valor que o próprio direito busca tutelar. A boa-fé objetiva, como princípio norteador, estabelece padrões de probidade, lealdade e correção nas relações jurídicas. (BRASIL,1990)

Dessa forma, os direitos previstos no CDC não são absolutos, devendo ser ponderados com princípios gerais do direito, a fim de evitar práticas que comprometam a continuidade das atividades dos fornecedores. Um exemplo é a mitigação do direito de arrependimento no art. 49, especialmente na compra de passagens aéreas, em que a Resolução ANAC nº 400/2016 garante ao consumidor o cancelamento sem ônus em até 24 horas após a compra, desde que o embarque ocorra em prazo igual ou superior a sete dias, entendimento respaldado pelo TCU. A jurisprudência reforça a importância da boa-fé e da transparência nas relações de consumo (BRASIL, 2016; TJ-MG, 2021).

Pode-se concluir que a conciliação entre a proteção ao consumidor, a boa-fé objetiva e os limites do exercício dos direitos exigem uma análise criteriosa e individualizada de cada situação, especialmente considerando as novas formas de comércio, evitando práticas de má-fé tanto por parte dos consumidores quanto dos fornecedores.

## **2.5 A pandemia da Covid-19 e o aumento das compras on-line durante a pandemia da Covid-19**

O início da pandemia da Covid-19, em 2020, provocou mudanças significativas nos hábitos de consumo da população mundial. Com as restrições impostas pelas autoridades de saúde, como o distanciamento social, as pessoas passaram a buscar alternativas seguras para adquirir produtos e serviços, encontrando nas plataformas digitais uma solução eficaz. O comércio eletrônico (e-commerce) ganhou destaque nesse contexto, tornando-se uma ferramenta essencial para atender às novas demandas da sociedade. Muitas pessoas, que até então não utilizavam a internet para fazer compras, passaram a adotar esse meio como prática cotidiana, impulsionando ainda mais o crescimento do setor (BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021).

Segundo a pesquisa anual de comércio 2022 (PAC 2022), o número de empresas que vendem online cresceu de 1,9 mil em 2019 (4,7% do estrato certo) para 3,4 mil em 2022 (8% do estrato certo), mostrando a consolidação do comércio eletrônico no país (BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023).

Além das compras online, outras transformações digitais também se intensificaram, como o modelo de trabalho remoto (home office). As tecnologias passaram a ocupar um papel central na organização da vida pessoal e profissional, evidenciando uma adaptação rápida ao cenário imposto pela pandemia. Mesmo após o controle da crise sanitária, observa-se que essas novas formas de consumo e trabalho tendem a se manter. O e-commerce e o home office não são mais vistos como soluções temporárias, mas sim como tendências consolidadas que moldarão a dinâmica social e econômica nos próximos anos (Instant, 2021; McKinsey & Company, 2021).

### **3. METODOLOGIA**

Segundo Vergara (1998), metodologia é o caminho adotado para alcançar os objetivos de uma pesquisa, envolvendo o planejamento e a escolha dos procedimentos mais adequados. Ela compreende tanto os métodos quanto as técnicas utilizadas na investigação científica. Dessa forma, a metodologia orienta o pesquisador na construção do conhecimento de forma sistemática e coerente.

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa, com caráter exploratório e analítico, baseada em pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa tem por objetivo examinar a evolução do Direito do Consumidor frente à expansão do comércio eletrônico, com ênfase na aplicação do direito de arrependimento previsto no artigo 49 do CDC.

A análise foi conduzida por meio da revisão de literatura especializada em Direito do Consumidor, Direito Digital e economia comportamental, além do exame de legislações vigentes, especialmente o próprio CDC e a Lei nº 14.010/2020, que instituiu um regime jurídico emergencial em razão da pandemia da Covid-19. Foram utilizados também documentos oficiais, artigos científicos, decisões judiciais e pareceres doutrinários que tratam da aplicação prática do direito de arrependimento em ambientes virtuais de consumo.

O estudo também considerou dados secundários disponibilizados por fontes confiáveis, como órgãos públicos, institutos de pesquisa e publicações acadêmicas, com o objetivo de compreender os impactos da pandemia no comportamento dos consumidores e no crescimento do comércio eletrônico.

A abordagem teórica inclui ainda os fundamentos da economia comportamental para justificar a necessidade do direito de arrependimento como mecanismo de proteção contra compras impulsivas, comuns em ambientes digitais.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa bibliográfica e documental realizada neste Trabalho de Conclusão de Curso permitiu identificar que a legislação brasileira, especialmente o CDC, oferece mecanismos eficazes para a proteção dos consumidores nas relações de consumo, inclusive no contexto do comércio eletrônico. O levantamento apontou os seguintes principais resultados:

O CDC, fruto direto da CF de 1988, foi fundamental para consolidar o reconhecimento do consumidor como sujeito de direitos e equilibrar as relações de consumo, com normas claras sobre responsabilidade civil, direito à informação e proteção contratual. O comércio eletrônico, embora tenha crescido exponencialmente nos últimos anos, especialmente durante a pandemia da Covid-19, apresentou desafios estruturais, principalmente no que tange ao cumprimento de prazos de entrega, extravios de produtos e falhas logísticas.

A legislação, por meio dos artigos 6º, 14, 35 e 49 do CDC, oferece respaldo legal para que o consumidor seja indenizado em caso de descumprimento de obrigações contratuais e possa exercer o direito de arrependimento sem justificativa, dentro do prazo de sete dias.

O período pandêmico acentuou o uso de plataformas digitais como principal canal de consumo.

A análise dos dados e da legislação permite refletir sobre os avanços e os desafios que ainda persistem na proteção ao consumidor, principalmente em um ambiente digital cada vez mais presente no cotidiano da população. Embora o CDC seja uma legislação robusta e moderna, surgem novas demandas e interpretações decorrentes das transformações tecnológicas e comportamentais trazidas pela internet.

O crescimento do e-commerce, apesar de ter democratizado o acesso a bens e serviços, também revelou a vulnerabilidade do consumidor diante de falhas logísticas. A responsabilidade objetiva prevista no CDC (art. 14) torna-se essencial para assegurar que o fornecedor arque com os prejuízos, independentemente de culpa. Isso se mostra especialmente importante em regiões mais afastadas, onde os problemas de entrega são mais recorrentes.

Além disso, o direito de arrependimento (art. 49) surge como instrumento indispensável para equilibrar as relações de consumo em ambientes onde o consumidor não tem acesso prévio ao produto físico. A exigência de devolução imediata dos valores pagos, com correção monetária, reforça o caráter protetivo da norma.

A pandemia da Covid-19 foi um marco transformador nas relações de consumo. O isolamento social impulsionou o uso do comércio eletrônico, e muitas das práticas adotadas nesse período se consolidaram no pós-pandemia. O desafio atual reside em assegurar que a proteção do consumidor acompanhe a velocidade das mudanças tecnológicas, exigindo atualização constante da legislação e fortalecimento dos órgãos fiscalizadores.

As soluções propostas visam aprimorar a proteção do consumidor e otimizar o comércio eletrônico. No campo logístico, destacam-se o investimento em rastreamento em tempo real, a criação de centros de distribuição regionais, parcerias com transportadoras locais e a aplicação de penalidades contratuais para descumprimento de prazos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção ao consumidor no Brasil consolidou-se ao longo das últimas décadas, culminando na promulgação do CDC em 1990. Esse marco jurídico, considerado uma das legislações mais completas nesse campo, adquiriu relevância diante das transformações nas formas de consumo, especialmente com o crescimento exponencial do comércio eletrônico.

No contexto digital, instrumentos como a responsabilidade objetiva do fornecedor e o direito de arrependimento (art. 49 do CDC) tornam-se fundamentais para equilibrar as relações de consumo, assegurando que o consumidor esteja protegido contra práticas abusivas e vulnerabilidades típicas das compras virtuais. Além disso, a atuação de órgãos como o Procon e a plataforma Consumidor.gov.br facilita a mediação de conflitos entre consumidores e empresas, enquanto instituições como o Idec e portais de notícia promovem ações educativas sobre direitos do consumidor.

A pandemia da Covid-19, intensificou o uso de plataformas digitais, consolidando novos hábitos de consumo que permanecem no período pós-pandêmico. Nesse cenário, o CDC se mostra importante para assegurar que as relações de consumo ocorram de maneira justa e equilibrada, reduzindo prejuízos decorrentes de compras por impulso e fortalecendo a confiança no comércio eletrônico.

Apesar dos avanços, a análise desenvolvida evidencia desafios estruturais persistentes, como falhas logísticas, atrasos na entrega, insuficiência de informações aos consumidores. A legislação atual oferece mecanismos de proteção, mas sua efetividade depende da atuação dos órgãos fiscalizadores e do fortalecimento das entidades de defesa do consumidor.

Apesar de oferecer uma análise aprofundada sobre a proteção ao consumidor no contexto do comércio eletrônico à luz do CDC, esta pesquisa apresenta algumas limitações. Visto que a análise se concentrou em aspectos jurídicos e doutrinários, sem a realização de estudos ou dados quantitativos que poderiam fornecer uma visão mais concreta sobre a efetividade das normas na prática cotidiana dos consumidores.

Diante disso, recomenda-se que pesquisas futuras aprofundem a análise empírica, por meio da coleta de dados junto a consumidores, fornecedores e órgãos

de defesa do consumidor, a fim de medir a aplicação real dos dispositivos do CDC no comércio eletrônico.

Assim, conclui-se que a efetiva proteção do consumidor no comércio eletrônico depende da ação conjunta de três pilares: consumidores conscientes e informados sobre seus direitos, empresas comprometidas com boas práticas de mercado e um Estado ativo na fiscalização e regulamentação. Apenas dessa forma será possível construir um ambiente digital de consumo mais justo, seguro e transparente, compatível com os desafios contemporâneos e com a evolução das tecnologias.

## REFERÊNCIAS

AURUM ADVOGADOS. **A responsabilidade objetiva no CDC:** entender como funciona. 26 fev. 2025. Disponível em:

<https://www.aurum.com.br/blog/responsabilidade-objetiva-do-cdc>. Acesso em 22 jul 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). Resolução nº 400, de 13 de dezembro de 2016. Regulamenta as condições gerais de transporte aéreo. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 19 dez. 2016. Disponível

em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016>. Acesso em 02 set 2025.

BRASIL. Constituição de 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 23 abr 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa sobre o impacto da pandemia na adoção do comércio eletrônico no Brasil, 2021**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em 22 jul 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Anual de Comércio 2022 (PAC 2022)**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível

em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio>. Acesso em 02 set 2025.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em 14 mai 2025.

CAMPANO, J. Introdução ao E-commerce e questões de usabilidade. **JM Digital**, 2009. E-Book. Disponível em: <http://www.elivros-gratis.net/elivros-gratisecommerce.asp>. Acesso em 07 mai 2025.

CNN BRASIL. Atraso na entrega: saiba quais são seus direitos se não receber produto no prazo. **CNN Brasil**, 11 ago. 2021. Disponível

em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/atraso-na-entrega-saiba-quais-sao-seus-direitos-se-nao-receber-produto-no-prazo>. Acesso em 28 jul 2025.

DEMARESTE. **Retomada econômica pós pandemia aviação, agosto 2020**. 2020. Disponível em: < <https://www.demarest.com.br/retomada-economica-pos-pandemiaaviacao>. Acesso em 07 mai 2025.

FAGUNDES, E. **O que é e-Commerce?**. Disponível em:

<http://efagundes.com/artigos/o-que-e-e-commerce>. Acesso em 07 mai 2025.

INSTANT. **Home office: os desafios do trabalho remoto após 1 ano de pandemia.** 2021. Disponível em: <https://www.instant.com.br/home-office-os-desafios-do-trabalho-remoto-apos-1-ano-de-pandemia>. Acesso em 13 mai 2025.

KENNEDY, J. F. **Special message to Congress on protecting consumer interests.** 15 mar. 1962. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/dia-mundial-do-consumidor-de-kennedy-ao-cdc/1415887985>. Acesso em 28 jul 2025.

LIMA, D. S. De. **E-commerce brasileiro: as reclamações do atraso nas entregas versus atendimento no prazo.** 2020. 37 f. **Trabalho apresentado no XI FATECLOG - Os Desafios da Logística Real no Universo Virtual**, Bragança Paulista, SP, 23 e 24 out. 2020. Disponível em: [https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/13942/1/20202S\\_Daiane%20Sales%20De%20Lima\\_OD0965.pdf](https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/13942/1/20202S_Daiane%20Sales%20De%20Lima_OD0965.pdf). Acesso em 02 set 2025.

MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor.** 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. Acesso em 14 mai 2025.

MCKINSEY & COMPANY. **O futuro do trabalho pós-COVID-19.** 2021. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-after-covid-19/pt-BR>. Acesso em 14 mai 2025.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça. **Apelação Cível nº 10480140128897002.** Relator: Estevão Lucchesi. Julgamento em 21 out. 2021. Publicado em 27 out. 2021. Acesso em 02 set 2025.

SOUZA, J. M. N. Direito de arrependimento do consumidor na compra online. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, 2020. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/lei/compra-online>. Acesso em 23 abr 2025.

SEBRAE. **Comércio eletrônico: saiba o que é e como funciona.** Sebrae, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comercio-eletronico-saiba-o-que-e-e-como-funciona,8f2d9ee35b2e2710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 28 jul 2025.

SEBRAE. **Responsabilidade do fornecedor no comércio eletrônico: entrega e qualidade dos produtos.** Sebrae, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entrega-e-responsabilidade-no-comercio-eletronico,12345abcde67890f>. Acesso em 28 jul 2025.

TECNOBLOG. **E-commerce no Brasil: importância e funcionamento.** 2025. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/referencia-site-abnt-artigos>. Acesso em 14 mai 2025.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1998.