

Por João Pedro Leite Barros

À frente do homem vem sua história, seus valores, sua conduta perante à sociedade. O raciocínio é o mesmo para as empresas. A imagem de uma companhia tem um valor inestimável. Construí-la ao longo do tempo demanda, inevitavelmente, a observância da legislação vigente, assim como o tratamento adequado ao consumidor.

Dito isso, é consenso que o comércio eletrônico de consumo tem suas peculiaridades, especialmente a desconfiança[1] do consumidor com o fornecedor. Eis algumas razões: ausência de contato físico com o vendedor, a fluidez ou desmaterialização da contratação, o caráter atemporal da oferta, a complexidade técnica jurídica e a própria execução do contrato, sem contar com as práticas comerciais abusivas frequentemente adotadas por parte dos comerciantes ávidos pelo lucro[2].

[Leia aqui o artigo na íntegra.](#)

**Fonte:** Consultor Jurídico, em 20.06.2019.