Por Jennifer Elaina (*)



Descubra como usar bastante, como reputação da empresa, facilidade de atendimento e transparência das informações

Isso acontece porque o consumidor digital atual pesquisa mais antes de tomar decisões. Ele compara experiências de outros usuários, busca avaliações independentes e quer entender exatamente o que está contratando.

Nesse contexto, muitas empresas passaram a investir em processos mais claros e jornadas menos burocráticas para consumidores que desejam. Por exemplo, contratar seguro auto online, além de oferecer comparações mais simples e transparentes não só para facilitar a contratação, mas também transmitir segurança das regulamentações digitais estão mudando decisões de compra, privacidade e a relação dos brasileiros com marcas e plataformas online.

Como as regulamentações digitais influenciam o consumidor brasileiro atualmente?

A maneira como os brasileiros consomem mudou muito nos últimos anos, mas não foi só a tecnologia que provocou essa transformação.

Ao mesmo tempo que os aplicativos, plataformas e serviços digitais evoluíam rapidamente, as regras envolvendo privacidade, transparência e direitos do consumidor também começaram a pesar mais nas decisões de compra.

Hoje, antes de fechar qualquer contrato online, muita gente compara avaliações, verifica reputação da empresa e tenta entender melhor quais garantias terá durante a contratação.

Isso fica bastante evidente no mercado automotivo, por exemplo, em que cresceu a procura pelos melhores seguros de carros online, principalmente entre consumidores que preferem pesquisar com calma, comparar coberturas e analisar condições sem depender apenas de um atendimento tradicional.

E essa mudança de comportamento não surgiu simplesmente porque as plataformas ficaram mais modernas.

Ela também tem relação direta com um consumidor que passou a se sentir mais protegido e mais consciente dos próprios direitos dentro do ambiente digital, impulsionado pelas regulamentações digitais.

O avanço das leis digitais mudou a relação de confiança na internet e as regulamentações digitais

Regulamentações digitais aumentam a transparência e mudam o comportamento de consumo no Brasil.

Durante muito tempo, a internet funcionou quase como um território sem regras claras.

As empresas coletavam dados, criavam cadastros extensos e armazenavam informações pessoais sem que o usuário entendesse exatamente como aquilo era utilizado depois.

Com o crescimento das discussões sobre privacidade e segurança digital, esse cenário começou a mudar.

No Brasil, a chegada da LGPD trouxe uma nova lógica para o ambiente online, obrigando empresas a serem mais transparentes sobre coleta, armazenamento e compartilhamento de dados.

Na prática, isso alterou bastante a experiência do consumidor. Hoje, as pessoas observam com mais atenção permissões de acesso, termos de uso e políticas de privacidade, mesmo que nem sempre leiam tudo até o final.

Existe uma percepção maior sobre segurança digital e isso influencia diretamente a confiança em marcas e plataformas. Ao mesmo tempo, as empresas precisavam adaptar processos internos, rever contratos e tornar a comunicação menos confusa.

Afinal, um consumidor que entende melhor os próprios direitos, tende a exigir relações mais claras e experiências menos burocráticas, especialmente após o fortalecimento das regulamentações digitais.

O consumidor digital ficou mais criterioso nas decisões

Há alguns anos, muita gente escolhia serviços quase exclusivamente pelo menor preço. Agora, outros fatores passaram a surgir perante todo o processo.

E existe um motivo importante para isso: experiências negativas se espalham muito rápido na internet. Uma cobrança pouco transparente, dificuldade para cancelar um serviço ou problemas no suporte podem gerar um desgaste para qualquer marca.

Por causa disso, conformidade legal e experiência do consumidor passaram a caminhar praticamente juntas dentro de muitas empresas.

A legislação deixou de ser apenas obrigação e virou diferencial competitivo nas regulamentações digitais

Existe uma mudança interessante acontecendo no mercado digital. Antes, muitas empresas enxergavam regulamentações apenas como burocracia. Hoje, várias organizações já perceberam que transmitir segurança virou uma vantagem competitiva real.

Empresas que deixam contratos mais claros, oferecem mais controle sobre dados pessoais e simplificam processos acabam gerando mais confiança. E confiança, atualmente, influencia diretamente a decisão de compra.

Isso fica ainda mais evidente em setores considerados mais sensíveis, como o financeiro e o mercado de seguros.

Um exemplo claro que podemos destacar é o crescimento do seguro auto online, pois mostra bem esse novo comportamento do consumidor.

Hoje, muitas pessoas preferem resolver tudo pelo celular, mas continuam esperando contratos claros, suporte acessível e informações objetivas sobre cobertura, assistência e condições de uso. A praticidade continua importante, mas ela deixou de ser suficiente sozinha.

O consumidor quer rapidez, mas também quer sentir que está fazendo uma escolha segura.

O cenário regulatório deve continuar evoluindo nos próximos anos

Tudo indica que as discussões sobre regulamentação digital vão ganhar ainda mais força daqui para frente.

Questões ligadas à inteligência artificial, autenticação digital, uso de dados biométricos e responsabilidade das plataformas devem ocupar espaço cada vez maior dentro do ambiente jurídico e empresarial.

E isso tende a impactar diretamente a forma como empresas desenvolvem produtos, criam campanhas e se relacionam com os consumidores.

Ao mesmo tempo, esse cenário também abre oportunidades para negócios que conseguem se adaptar rápido às novas exigências.

Empresas que acompanham as mudanças regulatórias de perto costumam transmitir mais credibilidade, evitar crises e construir relações mais sólidas com o público.

No fim das contas, tecnologia e legislação deixaram de atuar em caminhos separados.

Hoje, as duas caminham lado a lado, influenciando desde as estratégias das empresas até a maneira como os consumidores escolhem em quem confiar dentro do ambiente digital, fortalecendo a importância das regulamentações digitais.

(*) **Jennifer Elaina** é especialista em seguros, trabalha com redação, revisão e otimização SEO desde 2012. É formada em Gestão de Seguros, Marketing e tem pós em Administração na FGV, possui curso técnico em Direito do Seguro. Possui mais de 3.000 textos e 5 e-books publicados na área de seguros.

(19.05.2026)