

**DIREITO DO
CONSUMIDOR
descomplicado
PARA EMPREENDEDORES**

AMOSTRA

LINDOJON

**DIREITO DO
CONSUMIDOR
descomplicado
PARA EMPREENDEDORES**



Direito do Consumidor descomplicado para empreendedores

Copyright © 2026 Actual.

Actual é um selo da Editora Almedina do Grupo Editorial Alta Books (Starlin Alta Editora e Consultoria LTDA).

Copyright © 2026 Lindojon

ISBN: 978-65-5183-068-6

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2026 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

094.4
L747d

Lindojon ; Direito do Consumidor descomplicado para empreendedores: Como proteger sua empresa, encantar clientes e evitar conflitos - 1.ed. - Rio de Janeiro : Actual, 2026
144 p.; il.; 15,7 x 23 cm.

ISBN: 978-65-5183-068-6

1. Direito do consumidor 2. Consumidor 3. Empreendedores I. Título.

CDD 094.4

Índice para catálogo sistemático:

Direito do consumidor 094.4

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra fora formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Material de apoio e erratas: Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesse o site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Diretor Editorial: Anderson Vieira

Editor da Obra: Rodrigo Mentz

Vendas Governamentais: Cristiane Mutüs

Produtora Editorial: Louise Branquinho


ALTA BOOKS
GRUPO EDITORIAL

Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré
CEP: 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)
Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419
www.altabooks.com.br – altabooks@altabooks.com.br
Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br

Editora
afiliada à:

 **abolr**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORES
ASSOCIADOS

 **CBL**
Conselho Brasileiro de Livros

SOBRE O AUTOR

Lindojon é advogado de negócios, especialista em Direito do Consumidor, gestor jurídico e estrategista de produtos digitais, com uma trajetória sólida construída ao longo de mais de 26 anos dedicados ao ensino, 18 anos de atuação jurídica, entre advocacia, consultoria e pareceres, seis anos de atuação em órgãos regulatórios nacionais e quatro anos como Product Manager em uma das maiores empresas de tecnologia financeira do país.

Sua carreira nasceu dentro das salas de aula, onde iniciou como professor aos 17 anos, convivendo diariamente com escolas, famílias e alunos. Ali percebeu um padrão: as maiores dificuldades não estavam no ensino, mas nos contratos frágeis, políticas confusas, riscos invisíveis e falhas na experiência que criavam problemas jurídicos antes mesmo da matrícula.

Essa percepção mudou seu destino. Decidiu dedicar sua vida a tornar o Direito mais simples, acessível e estratégico para quem ensina, cria, empreende e transforma vidas.

Da sala de aula ao centro das decisões empresariais

Ao longo de quase duas décadas, consolidou-se como advogado de negócios, atuando em empresas como Tim, Claro e Stone, além de consultorias, associações nacionais e órgãos regulatórios. Sua experiência inclui:

- Análise jurídica de produtos financeiros
- Gestão e estruturação de contratos
- Mitigação de riscos em soluções digitais
- Revisão de fluxos, políticas e processos
- Compliance regulatório em operações complexas
- Integração entre jurídico, produto e tecnologia

Na Stone, foi responsável por liderar projetos críticos de banking e meios de pagamento, como: expansão do sistema de boletos para PF e PJ; implementação

de pagamento de tributos; integração de APIs bancárias e governamentais; desenvolvimento de soluções via POS; gestão de KPIs e roadmap de produto; e mitigação de riscos regulatórios e jurídicos.

Seu trabalho elevou produtos a patamares de escala, aumentando bases de clientes, volume transacionado e previsibilidade operacional, sempre conciliando tecnologia, jurídico e experiência do cliente. Essa vivência moldou seu olhar: não existe inovação sem segurança jurídica, e não existe segurança jurídica sem clareza.

Uma das vozes mais ativas do Direito do Consumidor no Brasil

O professor Lindojon atuou por anos em posições de destaque nas maiores instituições de defesa do consumidor do país. Ele foi:

1. Coordenador Nacional de Professores de Direito do Consumidor do BRASILCON, a instituição científica mais respeitada do país na área.
2. Membro Consultor da Comissão Especial de Defesa do Consumidor do Conselho Federal da OAB, onde coordenou os núcleos de Telecomunicações, Banking e Comércio Eletrônico.
3. Membro do Comitê de Defesa dos Usuários de Telecomunicações da ANATEL (CDUST).
4. Presidente dos Conselhos de Usuários da TIM e da Claro nas regiões Nordeste.
5. Parecerista de Revistas Científicas.
6. Membro de comissões de Direito Digital, Tecnologia e Liberdade Religiosa em seccionais da OAB (DF e SP).

Sua atuação inclui produção técnica, participação em audiências, desenvolvimento de políticas, diálogo com reguladores, análise de risco sistêmico e construção de orientações nacionais.

Essa combinação inédita entre advocacia, docência, produto, regulação e experiência do cliente o tornou um dos nomes mais completos do país quando o assunto é maturidade empresarial, jurídico preventivo e experiência do consumidor.

Mais de duas décadas formando profissionais e líderes

Com forte vocação para o ensino, foi professor nas principais instituições do país: UniCEUB, Unifor, UniCeuma, TV Justiça e Rádio Justiça (Supremo Tribunal Federal), Universidade Estadual do Maranhão, Estácio, Pitágoras, Damásio, CERS, Faculdade do Vale do Itapecuru, Escola Superior do Ministério Público e várias outras faculdades particulares em cursos de Direito.

Lecionou Direito Civil, Direito do Consumidor, Biodireito, Direito Constitucional, Internacional, Ética e orientou monografias e iniciação científica, tanto na graduação como em pós-graduações. Além disso, ministrou cursos e treinamentos para promotores de justiça, advogados, servidores do Procon e outros profissionais de diversas áreas.

Como coordenador nacional de professores no BRASILCON, liderou docentes de todo o Brasil em diálogo acadêmico, produção científica e estruturação de diretrizes para o ensino do Direito do Consumidor. Ele continua sendo referência entre professores, consultores, empreendedores e advogados que desejam unir técnica, clareza e propósito.

A construção de um propósito

Por todas essas experiências, ele desenvolveu seu lema:

“Transformar o Direito em alavanca de crescimento para quem constrói o próprio caminho.”

Esse lema aparece em sua atuação diária como:

1. CEO do seu próprio escritório de advocacia
2. Criador de mentorias jurídicas
3. Desenvolvedor de produtos digitais
4. Consultor de PMEs, infoprodutores e empresas de educação
5. Palestrante e formador de líderes
6. Conselheiro de negócios
7. Advogado que enxerga processos e contratos como ferramentas de liberdade, não de burocracia

Sua especialidade é simplificar o complexo, traduzir o jurídico em linguagem de negócio e transformar regras em recompras, prevenção em crescimento, contratos em experiência e consumidores em clientes fiéis.

E é essa visão que fundamenta cada capítulo deste livro.

Por que este livro só poderia ser escrito por ele

Porque poucas pessoas no Brasil conhecem:

- Os bastidores das operações bancárias
- As dores reais das PMEs
- O impacto jurídico no produto
- O funcionamento de órgãos reguladores
- O comportamento do consumidor

- A realidade das escolas e cursos
- O ritmo frenético de times de tecnologia
- Os riscos operacionais invisíveis
- A jornada emocional do cliente
- O caos silencioso que contratos ruins criam
- O peso da prevenção bem-feita

Poucos viram a experiência completa. E praticamente ninguém reúne tanta vivência prática nas três áreas que este livro integra:

jurídico + experiência do cliente + produto e tecnologia

Após décadas ensinando, construindo, regulando, ajustando e protegendo empresas, Dr. Lindojon criou uma metodologia madura, simples, prática e profundamente humana sobre como reduzir riscos, aumentar confiança e construir negócios mais leves e previsíveis.

Este livro é o resultado de tudo isso.

É técnica, é prática, é propósito.

É Direito do Consumidor acessível, aplicável e transformador.

É maturidade em forma de manual.

É clareza em forma de proteção.

E é, acima de tudo, uma luz para empreendedores que desejam crescer com consciência e consistência.

DEDICATÓRIA

Aos que escolheram empreender mesmo quando o caminho parecia improvável.

Aos que carregam nos ombros o peso de um sonho e, no peito, a coragem de tentar outra vez. Este livro é para vocês, que lutam em silêncio, avançam quando ninguém entende e insistem porque sabem que existe um propósito maior guiando cada passo.

Dedico estas páginas aos que transformam ideias em movimento e movimento em futuro. Que o Direito seja, para vocês, não um muro, mas uma ponte. Não um freio, mas um impulso. Que cada regra se revele como proteção, e cada proteção, como liberdade para construir sua própria história.

E dedico, sobretudo, àqueles que sustentam minha alma, reorganizam minha visão e dão sentido ao meu propósito diário. A vocês, que caminharam comigo desde o início – presentes na infância, na jornada, no afeto e no sangue – e também aos que chegaram como reencontro, destino ou escolha.

Vocês sabem quem são.

E sabem, no íntimo, que este livro também é de vocês.

AMOSTRA

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que sustenta os passos quando a estrada exige mais do que a força humana alcança. É Dele que vem a lucidez nos momentos decisivos, o fôlego quando o dia pesa e a coragem que insiste em permanecer quando tudo pede pausa.

Agradeço às pessoas que deram sentido às minhas escolhas: leitores, clientes, mentorados e empreendedores que cruzaram meu caminho. Vocês transformaram prática em propósito, teoria em impacto e dúvida em clareza. Cada história, desafio e conversa ajudou a moldar este livro por dentro.

Agradeço à equipe que caminha comigo e ao escritório, que traduz ideias em método, método em cuidado e cuidado em transformação para quem empreende. Vocês são parte fundamental desta obra, mesmo nas páginas em que seus nomes não aparecem.

E deixo aqui um agradecimento especial – profundo, incontornável – a Edielc e Maria Isadora. Elas não apenas estiveram presentes: foram chamadas silenciosas e constantes, inspirando, sustentando, provocando e iluminando o caminho. Muito do que este livro se tornou, nasceu do que encontrei nelas: verdade, afeto, coragem e visão. Se estas páginas respiram vida, é porque antes respiraram o que vivemos juntos.

Por fim, agradeço às muitas pessoas que tocaram minha história de maneiras sutis ou decisivas. Algumas passaram brevemente, outras permaneceram. Uma estenderam a mão, outras ofereceram uma palavra e algumas apenas acreditaram, e isso foi suficiente para me mover.

Não escrevo os nomes de todos porque seria injusto correr o risco de omitir alguém que merece ser lembrado. Mas escrevo este reconhecimento porque cada uma dessas presenças sabe, no íntimo, o lugar que ocupa na minha jornada. Este livro carrega traços de vocês: um conselho, um gesto, uma oportunidade, um silêncio que curou, uma porta que se abriu no instante certo.

Obrigado por existirem na minha trajetória.

Obrigado por serem capítulos invisíveis, mas indispensáveis, desta obra.

AMOSTRA

INTRODUÇÃO

O Direito do Consumidor como motor de crescimento para negócios que querem durar

Empreender no Brasil é muito mais do que abrir CNPJ, emitir nota e tentar vender todos os dias. É lidar com instabilidade, competição agressiva, alta expectativa dos clientes e um volume crescente de riscos que nem sempre são visíveis.

No meio desse cenário, existe um elemento silencioso que separa negócios frágeis de negócios maduros: a forma como você se relaciona com seus clientes.

Os empreendedores que chegam até mim costumam carregar três sensações muito parecidas.

Sentem medo de processos, Procon e avaliações negativas.

Sentem cansaço de apagar incêndios que parecem sempre iguais.

Sentem frustração por fazer o melhor possível e, ainda assim, ver conflitos se repetirem.

Em quase todos os casos, o problema não está apenas no produto, no atendimento ou no preço. Está em algo mais profundo e estruturante: a forma como a empresa aplica, ou ignora, o Direito do Consumidor no dia a dia.

Este livro nasceu justamente para mudar esse olhar.

Ele não foi escrito para juristas, e sim para quem está na linha de frente: empreendedores, donos de pequenos e médios negócios, prestadores de serviço, infoprodutores, empresas de educação, clínicas, comércios, negócios locais e digitais que querem crescer com consciência, consistência e segurança.

Você não precisa decorar artigos de lei. Precisa entender como a lei conversa com a operação, o marketing, o contrato, o atendimento e a cultura da sua empresa.

O Código de Defesa do Consumidor costuma ser visto como sinônimo de multa, burocracia e dor de cabeça. Ao longo da minha trajetória, porém, vi o contrário acontecer. Vi empresas reduzirem cancelamentos, aumentarem faturamento, dobrarem retenção e reconstruírem a reputação justamente quando decidiram aplicar o CDC com maturidade.

Este livro parte de uma premissa simples: o Direito do Consumidor é uma das ferramentas de gestão mais poderosas que existem. Ele organiza relações, reduz atritos, previne prejuízos, aumenta confiança, dá previsibilidade e, quando bem aplicado, se transforma em vantagem competitiva.

Ao longo dos capítulos, você vai caminhar por uma jornada estruturada. Primeiro, vai mudar sua relação com o CDC. Em vez de enxergá-lo como ameaça, vai entender por que ele surgiu, qual é o seu propósito e como impacta o comportamento do consumidor moderno. Vai descobrir o Framework C.D.C. de clareza, documentação e consistência, que será sua bússola para diagnosticar falhas e elevar o nível de maturidade do seu negócio.

Em seguida, mergulhará nos direitos básicos do consumidor, não como quem lê obrigações, mas como quem enxerga expectativas humanas universais que se transformam em desempenho, reputação e resultados. Você verá, na prática, como cada direito se converte em decisões de gestão, desde a forma de comunicar até o jeito de corrigir erros.

Depois, avançará para temas que costumam gerar mais dúvidas e conflitos, como garantias, vícios, defeitos e responsabilidade do fornecedor. Você aprenderá a diferenciar o que precisa ser reparado, o que gera indenização, o que está coberto pela lei e o que a empresa não precisa assumir. Vai compreender como construir políticas de garantia que protegem, fidelizam e, ao mesmo tempo, preservam a saúde financeira da empresa.

A partir daí, o foco se desloca para dentro da operação. Vamos falar sobre padrões, processos, qualidade e cultura. Você entenderá por que a maioria dos problemas que chegam ao jurídico nasce de falhas operacionais, e não de cláusulas. Verá como estruturar processos comerciais, de entrega, atendimento, pós-venda e solução de problemas de um jeito simples, organizado e replicável.

Na sequência, entraremos no território da comunicação. Você aprenderá a tratar promessa como contrato. Verá os erros mais perigosos do marketing, compreenderá como o cliente interpreta mensagens e terá critérios claros para criar campanhas que vendem muito sem criar riscos jurídicos. Este é o ponto em que marketing e jurídico se tornam aliados, e não adversários.

Também vamos caminhar juntos pelo momento mais sensível da jornada: quando algo dá errado. Você aprenderá um método completo para resolver problemas com eficiência, humanidade e inteligência, transformando crises em fidelização e reclamantes em promotores da marca.

Depois disso, vamos falar de contratos, documentação, jornada do cliente, alinhamento entre áreas e cultura interna. Você verá como um bom contrato reflete a realidade da operação, como a documentação certa protege a empresa, como

uma jornada bem desenhada reduz atrito e como integrar jurídico, marketing e operação cria empresas mais leves, lucrativas e resistentes.

Ao final, você perceberá que não está apenas dominando uma lei, está construindo um sistema completo de proteção, encantamento e consistência. Um sistema que começa na forma como você promete, passa pela forma como entrega, se confirma na forma como resolve conflitos e se consolida na forma como cuida da cultura do seu negócio.

Este não é um livro para ser lido uma vez e esquecido na estante, é um manual para ser consultado sempre que você for revisar contratos, pensar em uma nova campanha, redesenhar a jornada do cliente, treinar a equipe de atendimento, estruturar políticas de garantia, organizar processos internos e enfrentar crises com clientes.

Você encontrará estudos de caso, checklists, frameworks, exercícios de diagnóstico e modelos práticos para aplicar imediatamente em qualquer empresa, física ou digital.

Talvez, ao abrir este livro, você tenha chegado aqui com medo do CDC. Minha intenção é que, ao fechá-lo, você olhe para o Direito do Consumidor como um aliado. Não como um custo, mas como um investimento. Não como burocracia, mas como estrutura. Não como obstáculo, mas como alavanca de crescimento para o negócio que você está construindo.

Que esta leitura marque o início de uma nova fase para você e para a sua empresa. Uma fase em que conhecimento gera autonomia, autonomia gera confiança e confiança gera resultados que permanecem.

Agora, vamos começar pelo ponto em que tudo muda: a forma como você enxerga o Código de Defesa do Consumidor dentro da realidade do seu negócio.