

NOTA TÉCNICA Nº 05

LEI nº 25.684/2026 MG – DADOS PESSOAIS E RELAÇÕES DE CONSUMO

O Sistema FIEMG, por meio da área de GRC&P (Governança, Riscos, Compliance e Privacidade), no exercício do seu papel de apoio e orientação às indústrias mineiras, apresenta a seguir as principais diretrizes da Lei nº 25.684/2026 e seus impactos práticos.

O que diz a Lei nº 25.684/2026

A Lei sancionada no Estado de Minas Gerais, cuja vigência iniciou em 07/01/2026, traz um ponto de atenção importante para empresas e entidades que atuam em relações de consumo: a vedação à exigência de dados pessoais como condição para a venda de produtos ou a prestação de serviços, salvo quando houver obrigação legal.

De forma objetiva, a lei estabelece que:

- Não é permitido condicionar a venda de um produto ou a prestação de um serviço ao fornecimento de dados pessoais pelo consumidor;
- A exceção ocorre apenas quando a coleta do dado for exigida por lei, como em hipóteses relacionadas a obrigações fiscais, regulatórias ou legais específicas.

Embora seja uma lei estadual e voltada às relações de consumo, a Lei nº 25.684/2026 dialoga diretamente com os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), especialmente necessidade e finalidade, ao reforçar a ideia de que dados pessoais não devem ser coletados por padrão, mas apenas quando efetivamente necessários e juridicamente justificados. Destaca-se, entretanto, que legislar sobre a proteção e tratamento de dados pessoais é uma competência exclusiva da União, conforme previsto no artigo 22, inciso XXX da Constituição Federal. Assim, a norma estadual deve ser aplicada de forma alinhada à LGPD, atuando de maneira complementar, sem criar obrigações adicionais ou disposições que contrariem o marco legal federal.

O que muda na prática?

Na prática, isso afeta situações comuns do dia a dia que demandam reavaliação, como:

- Solicitação obrigatória de CPF apenas para concluir uma compra;
- Exigência de cadastro prévio como condição para acesso ao produto ou serviço;
- Vinculação automática de descontos, promoções ou benefícios à entrega de dados pessoais, quando isso se torna uma condição para a compra.

Quem deve se atentar?

A norma tem aplicação ampla e alcança:

- Estabelecimentos comerciais físicos e digitais;
- Prestadores de serviços em geral;
- Empresas que operam com vendas diretas ao consumidor final;
- Programas de relacionamento e fidelização, quando estruturados de forma obrigatória.

Para o setor industrial, o impacto tende a ser maior nas atividades de venda direta, *e-commerce*, *outlets*, lojas de fábrica, eventos promocionais e serviços vinculados ao consumidor final.

Riscos do descumprimento

O descumprimento da lei pode resultar na aplicação das sanções previstas no Código de Defesa do Consumidor, conforme a gravidade do caso, incluindo advertências e multas.

Além disso, há riscos reputacionais e de questionamentos por órgãos de defesa do consumidor, como PROCON e ANPD, especialmente em práticas massificadas ou automatizadas.

Pontos de atenção para empresas e sindicatos

A área de GRC&P recomenda atenção especial a:

- Processos de venda e atendimento ao consumidor;
- Configuração de sistemas de PDV (Ponto de Venda) e plataformas digitais;
- Treinamento de equipes comerciais e de atendimento;
- Revisão de campanhas promocionais e programas de fidelidade;
- Clareza sobre quando a coleta de dados é opcional e quando é legalmente exigida.

Em síntese



FAÇA

- Colete dados pessoais **somente quando a lei exigir**.
- Deixe claro quando o fornecimento de dados for **opcional**.
- Revise formulários, PDV (Ponto de Venda) e e-commerce para eliminar **campos obrigatórios desnecessários**.
- Oriente equipes de vendas e atendimento sobre a nova regra.
- Aplique os princípios da LGPD: **necessidade e finalidade**.



EVITE

- Exigir CPF ou cadastro para **concluir uma venda ou prestar um serviço**.
- Condicionar descontos ou promoções à entrega de dados, se isso impedir a compra sem cadastro.
- Criar cadastros automáticos ou obrigatórios sem base legal.
- Coletar dados “por padrão” ou apenas por conveniência comercial.
- Ignorar riscos regulatórios e reputacionais ligados à coleta excessiva de dados.

Gerência de Governança, Riscos, Compliance e Privacidade (GRC&P)

Belo Horizonte, 30 de janeiro de 2026.