

LGPD

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS
LEI 13.709/2018



Postos

Combustíveis

Cartilha Informativa

LGPD para Postos de Combustíveis

Introdução

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei nº 13.709/2018, representa um marco regulatório no Brasil, estabelecendo diretrizes claras para a coleta, tratamento, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais. Para os postos de combustíveis, que lidam diariamente com um volume significativo de informações de clientes, funcionários e fornecedores, compreender e adequar-se a esta legislação não é apenas uma obrigação legal, mas uma oportunidade estratégica para fortalecer a confiança, a segurança e a competitividade no mercado.

Esta cartilha foi desenvolvida para servir como um guia prático, oferecendo orientações específicas para que os gestores e proprietários de postos de combustíveis possam navegar pelas exigências da LGPD de forma clara e eficiente, transformando o desafio da conformidade em um diferencial para o seu negócio.

1. O que é a LGPD?

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) é a legislação brasileira que regula as atividades de tratamento de dados pessoais. Inspirada no Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR) da União Europeia, a LGPD tem como principal objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Art. 1º da LGPD: "Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural." [1]

Para os postos de combustíveis, isso significa que toda informação que possa identificar um cliente, funcionário ou parceiro comercial deve ser tratada com o máximo de cuidado, seguindo as regras estabelecidas pela lei.

[1] BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 05 out. 2025.

Conceitos Fundamentais

Para compreender a LGPD, é essencial familiarizar-se com alguns conceitos-chave:

Conceito	Descrição
Dado Pessoal	Qualquer informação relacionada a uma pessoa natural identificada ou identificável. Exemplos: nome, CPF, RG, endereço, e-mail, placa do veículo.
Dado Pessoal Sensível	Informação sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico. Exige um nível de proteção ainda mais elevado.
Tratamento de Dados	Qualquer operação realizada com dados pessoais, como coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.
Titular dos Dados	A pessoa natural a quem os dados pessoais se referem. No contexto de um posto, pode ser um cliente, um funcionário ou um fornecedor.
Agentes de Tratamento	O Controlador (quem toma as decisões sobre o tratamento, no caso, o próprio posto de combustível) e o Operador (quem realiza o tratamento em nome do controlador, como um funcionário ou uma empresa de contabilidade).
Encarregado (DPO)	Pessoa indicada pelo controlador para atuar como canal de comunicação entre o posto, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

2. Por que a LGPD é importante para Postos de Combustíveis?

A adequação à LGPD transcende a mera conformidade legal, representando um pilar estratégico para o sucesso e a sustentabilidade dos postos de combustíveis. A importância da lei para o setor pode ser compreendida a partir de quatro eixos principais:

a) Fortalecimento da Confiança do Cliente

Em um mercado competitivo, a confiança é um ativo valioso. Ao demonstrar um compromisso sério com a proteção dos dados de seus clientes, o posto de combustível constrói uma imagem de responsabilidade e segurança. Clientes se sentem mais seguros ao fornecer informações como CPF para programas de fidelidade ou dados de pagamento, sabendo que suas informações estão protegidas. Essa confiança se traduz em fidelidade e preferência pelo estabelecimento.

b) Mitigação de Riscos Financeiros e Jurídicos

O descumprimento da LGPD pode acarretar sanções severas, que vão desde advertências até multas que podem chegar a 2% do faturamento da empresa, com teto de R\$ 50 milhões por infração. A primeira multa aplicada pela ANPD, embora para uma microempresa, serve como um alerta para todos os setores. A adequação à lei é um investimento essencial para evitar prejuízos financeiros e processos judiciais que podem comprometer a saúde financeira do negócio.

Caso da Telekall Infoservice: Em julho de 2023, a ANPD aplicou a primeira multa por descumprimento da LGPD. A empresa foi sancionada por tratar dados sem base legal e por não possuir um encarregado de dados (DPO). O valor, embora modesto (R\$ 14.400,00), estabeleceu um precedente importante sobre a fiscalização e a aplicação da lei. [2]



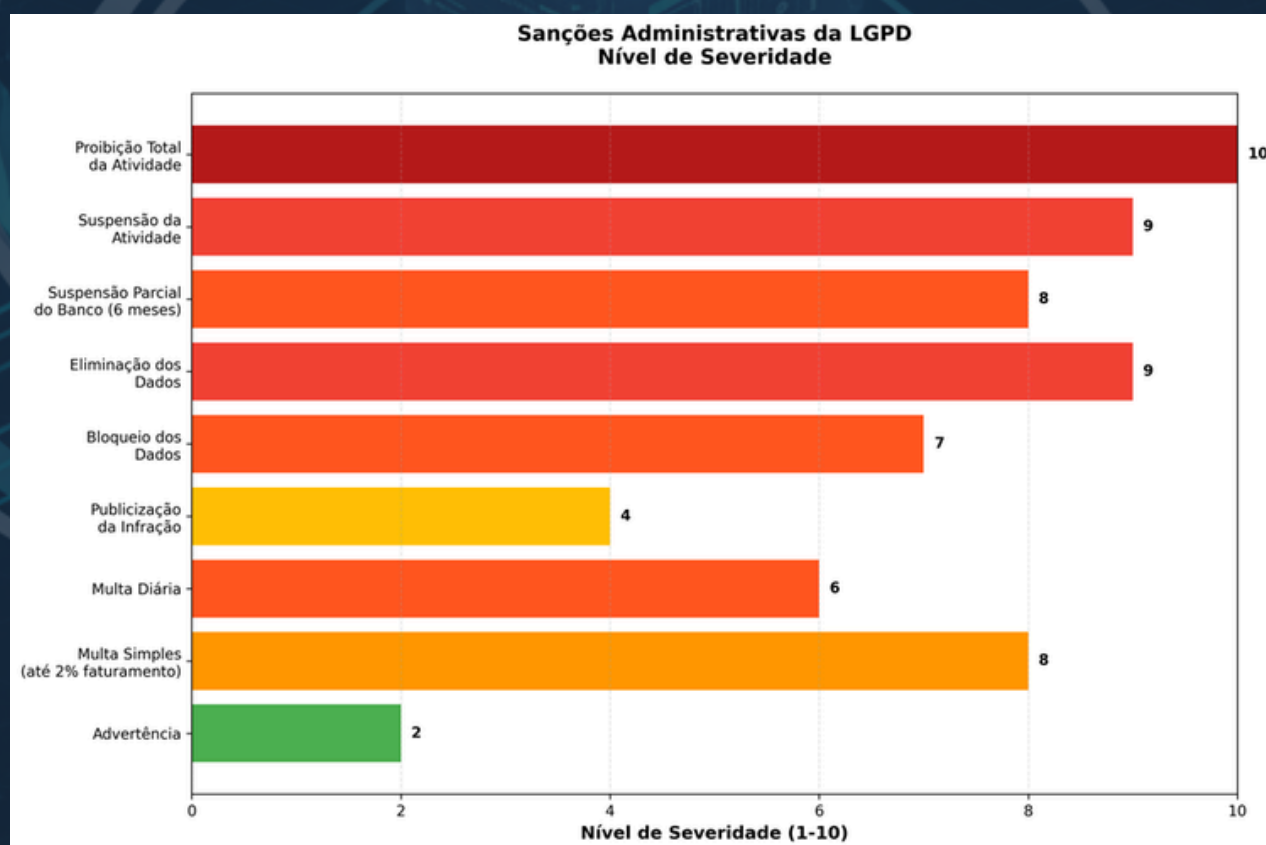
[2] AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD). ANPD aplica a primeira multa por descumprimento à LGPD. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-aplica-a-primeira-multa-por-descumprimento-a-lgpd>. Acesso em: 05 out. 2025.

c) Vantagem Competitiva

Postos que se adiantam e implementam práticas robustas de proteção de dados se destacam da concorrência. A conformidade com a LGPD pode ser utilizada como um diferencial de marketing, atraindo clientes que valorizam a privacidade e a segurança de suas informações. Em um cenário onde a conscientização sobre a importância dos dados pessoais é crescente, ser reconhecido como um estabelecimento seguro é uma poderosa vantagem competitiva.

d) Melhoria dos Processos Internos

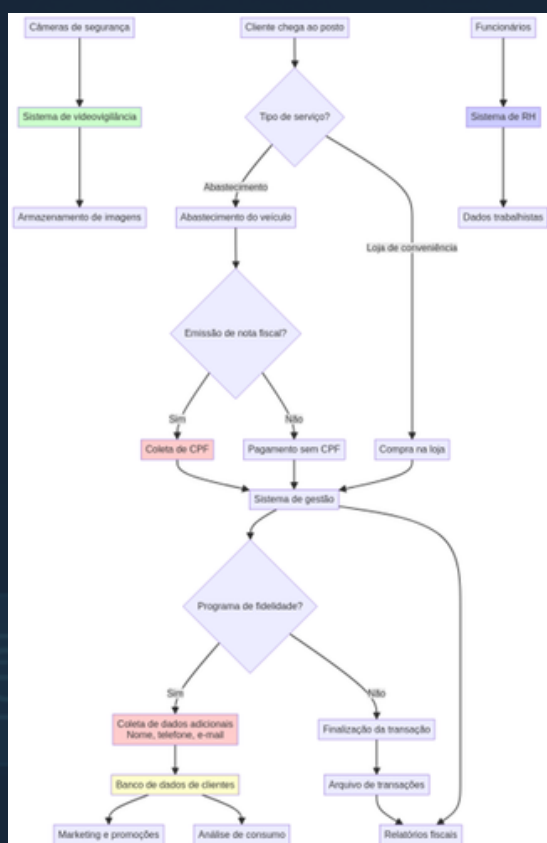
O processo de adequação à LGPD exige que o posto de combustível realize um mapeamento completo de seus fluxos de dados. Essa análise detalhada frequentemente revela oportunidades para otimizar processos, eliminar coletas de dados desnecessárias e aprimorar a segurança da informação em geral. O resultado é uma operação mais eficiente, organizada e segura.



3. A LGPD na Prática do Posto de Combustível

Entender como a LGPD se aplica às operações diárias é o primeiro passo para garantir a conformidade. Os postos de combustíveis tratam dados pessoais em diversas situações, cada uma exigindo atenção específica.

a) Quais Dados são Coletados?



No dia a dia, um posto de combustível pode coletar uma variedade de dados pessoais, que podem ser agrupados da seguinte forma:

Categoria	Exemplos de Dados Coletados
Dados de Clientes	Nome, CPF (emissão de nota fiscal, programas de fidelidade), placa do veículo, dados de pagamento (cartão de crédito/débito), e-mail e telefone (programas de fidelidade, promoções).
Dados de Funcionários	Informações de identificação (RG, CPF), dados de contato, informações bancárias, dados de saúde (exames admissionais/demissionais), registros de ponto.
Dados de Fornecedores	Nome, CPF/CNPJ, dados de contato, informações bancárias de prestadores de serviço autônomos.
Dados de Videovigilância	Imagens de câmeras de segurança, que podem capturar rostos e placas de veículos de clientes e funcionários.

b) Com Base em Quê? As Bases Legais para o Tratamento

Todo tratamento de dados pessoais precisa ser justificado por uma das dez bases legais previstas no Art. 7º da LGPD. Para os postos de combustíveis, as mais comuns são:

- **Cumprimento de Obrigação Legal ou Regulatória:** É a base para a coleta do CPF na nota fiscal, uma exigência tributária. Da mesma forma, a coleta de dados de funcionários para cumprir obrigações trabalhistas se enquadra aqui.
- **Execução de Contrato:** Utilizada quando um cliente realiza um pagamento com cartão de crédito ou débito, ou quando o posto firma um contrato de prestação de serviços com um fornecedor.
- **Consentimento:** Deve ser solicitado quando o tratamento não se enquadra em nenhuma outra base legal, como para o envio de comunicações de marketing e promoções. O consentimento deve ser livre, informado, inequívoco e para uma finalidade específica.

c) Quais são os Direitos dos Titulares?

A LGPD empodera os titulares dos dados, garantindo-lhes uma série de direitos que os postos de combustíveis devem estar preparados para atender. Conforme o Art. 18 da lei, qualquer pessoa pode solicitar, a qualquer momento e de forma gratuita:

- **Confirmação e Acesso:** O direito de saber se o posto trata seus dados e de acessar essas informações.
- **Correção:** O direito de solicitar a correção de dados que estejam incompletos, inexatos ou desatualizados.
- **Anonimização, Bloqueio ou Eliminação:** O direito de solicitar a eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com a LGPD.
- **Portabilidade:** O direito de solicitar a transferência de seus dados para outro fornecedor de serviço ou produto.
- **Eliminação:** O direito de ter seus dados eliminados após o término da finalidade para a qual foram coletados ou quando tratados com base no consentimento.
- **Informação sobre Compartilhamento:** O direito de saber com quais entidades públicas ou privadas o posto compartilhou seus dados.
- **Revogação do Consentimento:** O direito de revogar o consentimento a qualquer momento, o que implicará na interrupção do tratamento.

É fundamental que o posto de combustível crie um canal de comunicação claro e acessível para que os titulares possam exercer esses direitos de forma simples e rápida.

4. Como Adequar seu Posto de Combustível à LGPD: Um Passo a Passo

A adequação à LGPD é um projeto que envolve toda a empresa. Seguir um plano estruturado pode simplificar o processo e garantir que todos os requisitos sejam cumpridos. Apresentamos um passo a passo prático para guiar seu posto de combustível nessa jornada.

Passo 1: Diagnóstico e Mapeamento de Dados (Data Mapping)

O primeiro passo é entender a jornada dos dados dentro do seu posto. Você não pode proteger o que não sabe que tem. O mapeamento de dados, ou data mapping, envolve identificar e documentar todo o ciclo de vida dos dados pessoais na sua operação.

O que fazer:

- Identifique os pontos de coleta: Onde os dados são coletados? (Ex: bombas de abastecimento, loja de conveniência, cadastro de funcionários, câmeras de segurança).
- Liste os dados coletados: Quais dados são coletados em cada ponto? (Ex: CPF, nome, placa, e-mail).
- Determine a finalidade: Para que cada dado é utilizado? (Ex: emissão de nota fiscal, programa de fidelidade, segurança).
- Mapeie o armazenamento: Onde os dados são armazenados? (Ex: sistema de gestão, planilhas, arquivos físicos).
- Identifique o compartilhamento: Com quem os dados são compartilhados? (Ex: contabilidade, empresas de marketing, fornecedores de software).

Passo 2: Análise Jurídica e Adequação das Bases Legais

Com o mapa de dados em mãos, o próximo passo é a análise jurídica. Cada atividade de tratamento de dados identificada no Passo 1 deve ser justificada por uma das bases legais da LGPD.

O que fazer:

- Associe cada tratamento a uma base legal: Para cada dado coletado, defina qual base legal se aplica (obrigação legal, execução de contrato, legítimo interesse, consentimento, etc.).

- Revise a necessidade dos dados: Questione se todos os dados coletados são realmente necessários para a finalidade declarada (princípio da necessidade).
- Obtenha o consentimento quando necessário: Para atividades que dependem de consentimento (como marketing), crie mecanismos para obter e gerenciar a autorização dos titulares de forma clara e inequívoca.

Passo 3: Implementação de Medidas de Segurança

A segurança da informação é um pilar da LGPD. É fundamental implementar medidas técnicas e administrativas para proteger os dados pessoais contra acessos não autorizados, vazamentos, perdas e outras formas de tratamento inadequado.

O que fazer:

- Medidas Técnicas: Invista em soluções como antivírus, firewalls, criptografia de dados em sistemas e backups regulares e seguros.
- Medidas Administrativas: Crie uma Política de Segurança da Informação, estabeleça controle de acesso (definindo quem pode acessar quais dados), e realize auditorias de segurança periódicas.

Passo 4: Gestão de Contratos e Fornecedores

A responsabilidade sobre os dados é compartilhada. O posto de combustível (controlador) é responsável pelos atos de seus fornecedores (operadores) que tratam dados em seu nome.

O que fazer:

- Revise todos os contratos: Adapte os contratos com funcionários, fornecedores de software, empresas de contabilidade, agências de marketing, etc., para incluir cláusulas de proteção de dados que garantam a conformidade com a LGPD.
- Avalie seus fornecedores: Certifique-se de que seus parceiros comerciais também estão em conformidade com a LGPD.

Passo 5: Elaboração de Políticas e Treinamento da Equipe

A conformidade com a LGPD depende do engajamento de todos. A equipe do posto, especialmente os frentistas e atendentes que têm contato direto com os clientes, deve estar ciente de suas responsabilidades.



O que fazer:

- Crie uma Política de Privacidade: Elabore um documento claro e acessível que explique aos clientes e funcionários como o posto trata seus dados. Deixe-o visível no estabelecimento e, se houver, no site.
- Realize treinamentos: Capacite toda a equipe sobre os princípios da LGPD, as políticas internas do posto e como agir em situações do dia a dia, como responder a uma pergunta de um cliente sobre seus dados.

Passo 6: Criação de um Canal para Atendimento aos Titulares

É obrigatório fornecer um canal fácil e acessível para que os titulares dos dados possam exercer seus direitos (acesso, correção, exclusão, etc.).

O que fazer:

- Defina o canal: Pode ser um e-mail específico (ex: privacidade@seuposto.com.br), um formulário no site ou até mesmo um procedimento a ser iniciado na administração do posto.
- Estruture o processo de atendimento: Defina quem será o responsável por receber, analisar e responder às solicitações dos titulares dentro dos prazos legais.

Passo 7: Nomeação do Encarregado de Dados (DPO)

O Encarregado de Dados (DPO) é o ponto de contato entre o posto, os titulares dos dados e a ANPD. Embora a ANPD tenha flexibilizado a exigência para agentes de tratamento de pequeno porte, a nomeação de um DPO é uma boa prática que demonstra compromisso com a privacidade.

O que fazer:

- Avalie a necessidade: Verifique se seu posto se enquadra nos critérios de dispensa da ANPD. Mesmo que se enquadre, considere nomear um responsável interno pela privacidade.
- Defina o DPO: O DPO pode ser um funcionário do próprio posto ou um serviço terceirizado. O importante é que ele tenha conhecimento sobre a legislação de proteção de dados.

5. Perguntas Frequentes (FAQ)

Esta seção responde a algumas das dúvidas mais comuns sobre a aplicação da LGPD em postos de combustíveis.

1. Sou obrigado a pedir o CPF do cliente na hora de abastecer?

Não, você não é obrigado a pedir, mas o cliente pode optar por fornecer o CPF para a emissão de nota fiscal ou para participar de programas de fidelidade. A base legal para a coleta do CPF na nota fiscal é o cumprimento de obrigação legal. Se for para um programa de fidelidade, a base pode ser o legítimo interesse ou o consentimento, e o cliente deve ser informado sobre a finalidade.

2. O que fazer com os dados dos currículos que recebo?

Os dados de currículos devem ser tratados com a finalidade exclusiva de recrutamento e seleção. A base legal é a execução de procedimentos preliminares a um contrato. É uma boa prática informar aos candidatos por quanto tempo o currículo será mantido no banco de dados e eliminá-lo após esse período. Não utilize esses dados para outras finalidades sem o consentimento do titular.

3. As câmeras de segurança do meu posto precisam de aviso?

Sim. A imagem de uma pessoa identificável é considerada um dado pessoal. A base legal para o tratamento (gravação de imagens) é, geralmente, o legítimo interesse para a segurança de clientes e funcionários e a proteção do patrimônio. É fundamental que haja avisos claros e visíveis informando sobre a gravação das imagens.

4. Preciso contratar um DPO (Encarregado de Dados)?

A ANPD flexibilizou a regra para agentes de tratamento de pequeno porte. Postos de combustíveis que se enquadram como microempresas ou empresas de pequeno porte podem ser dispensados da nomeação do DPO, desde que não realizem tratamento de alto risco. No entanto, mesmo que dispensado, é altamente recomendável designar um responsável interno pela privacidade e manter um canal de comunicação para os titulares.

5. Como posso obter o consentimento do cliente para enviar promoções?

O consentimento deve ser uma manifestação livre, informada e inequívoca. Você pode, por exemplo, oferecer um cadastro para um clube de vantagens no qual o cliente, ao se inscrever, marca uma caixa de seleção (checkbox) que não venha pré-marcada, autorizando o envio de comunicações de marketing. A finalidade deve estar clara no momento do cadastro.

6. Por quanto tempo posso guardar os dados dos meus clientes e funcionários?

Os dados devem ser mantidos apenas pelo tempo necessário para cumprir a finalidade para a qual foram coletados, ou para cumprir obrigações legais ou regulatórias. Por exemplo, dados de funcionários devem ser guardados pelos prazos previstos na legislação trabalhista e previdenciária. Dados de clientes para programas de fidelidade devem ser mantidos enquanto o cliente estiver ativo no programa, e eliminados após um período razoável de inatividade.

Conclusão

A Lei Geral de Proteção de Dados não deve ser vista como um obstáculo, mas como um guia para a construção de um negócio mais moderno, seguro e confiável. Para os postos de combustíveis, a adequação à LGPD é um investimento estratégico que fortalece o relacionamento com os clientes, protege a empresa de sanções e melhora a sua reputação no mercado.

Ao adotar uma cultura de privacidade e proteção de dados, seu posto não apenas cumpre a lei, mas também demonstra um profundo respeito por seus clientes e colaboradores, transformando a conformidade em um verdadeiro diferencial competitivo. Comece hoje mesmo a jornada de adequação e posicione seu negócio na vanguarda de um mercado cada vez mais consciente e digital.



HUDSON DE SOUZA COSTA



Advogado OAB 36933/MT

Direito Empresarial

Direito Digital

Governança e Compliance

GRC-Governança, Risco E Compliance

Privacidade e Proteção de Dados



(65) 99920-1140



@hudsonsouzaadv



contato@hudsonsouzaadv.com.br



www.hudsonsouzaadv.com.br

Endereço: Rua Araucárias , 619 N, Jardim II, Nova Mutum -MT