

O IMPACTO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NAS EMPRESAS BRASILEIRA





O IMPACTO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NAS EMPRESAS BRASILEIRA



Projeto 2022

Marcos Carvalho Medeiros

01

O que é a LGPD?

02

Como funciona a LGPD?

03

Benefícios da LGPD

04

Como aumentar suas vendas

05

Como fazer o Compliance?

06

Dúvidas frequentes

ÍNDICE



01

O QUE É LGPD?

O CONCEITO



A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD ou LGPDP), Lei nº 13.709/2018, é a legislação brasileira que regula as atividades de tratamento de dados pessoais e que também altera os artigos 7º e 16 do Marco Civil da Internet.

02 SEU FUNCIONAMENTO

A LGPD cria um conjunto de novos conceitos Jurídicos("dados pessoais", "dados pessoais sensíveis"), estabelece as condições nas quais os dados pessoais podem ser tratados, define um conjunto de direitos para os titulares dos dados, gera obrigações específicas para os controladores dos dados e cria uma série de procedimentos e normas para

que haja maior cuidado com o tratamento de dados pessoais e compartilhamento com terceiros. A lei se aplica a toda informação relacionada a pessoa natural

identificada ou que possa ser identificável e aos dados que tratem de origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado

genético ou biométrico, sempre que os mesmos estiverem vinculados a uma pessoa natural

AS VANTAGENS

Melhora no relacionamento com o cliente através da confiabilidade e respeito à privacidade



Aumento da segurança jurídica para atuar através de dados pessoais.



Valorização do marketing e aumento de sua produtividade



04

**COMO
AUMENTAR
SUAS
VENDAS?**

AUMENTANDO AS VENDAS

01

CONHEÇA SEU PÚBLICO

02

O ATENDIMENTO

03

IDENTIDADE VISUAL

04

O USO DAS REDES SOCIAIS

05

CANAIS DE VENDAS

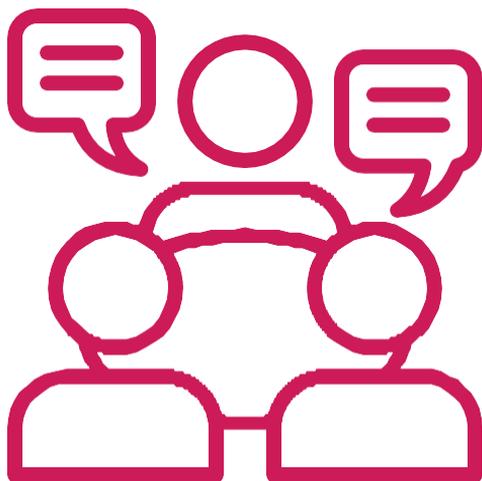
06

PARCERIAS

07

PROMOÇÕES

CONHEÇA SEU PÚBLICO



Para começar a vender determinado produto é necessário realizar um mapeamento de seus possíveis clientes, para que assim você possa ofertar o seu produto às pessoas certas e com isso tendo a possibilidade de aumentar o alcance de vendas do seu produto.

Para realizar esse mapeamento é necessário realizar um cadastro com o maior número de informações do seu cliente, definindo-o o seus gostos, seus estilos, ou seja, a sua personalidade.

Assim como um restaurante precisa definir o seu cardápio, ou uma loja de roupas precisa definir com quais roupas sua clientela usa, assim você deve fazer para conhecer melhor o seu cliente, para que assim possa oferecê-lo o melhor produto.

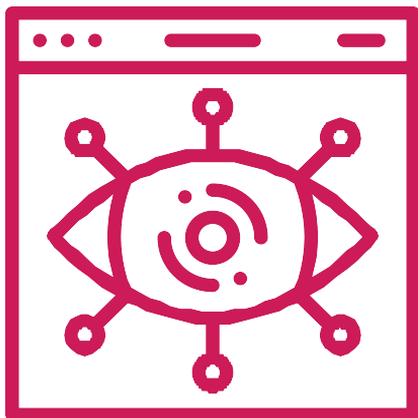
O ATENDIMENTO



O atendimento ao cliente é um dos fatores primordiais para aumentar suas vendas , é através do atendimento que se inicia um relacionamento de venda com o possível cliente.

O atendimento e cordialidade com o cliente é o fator diferencial de um negócio, que deve ser de excelência desde o início do contato com o cliente até o pós-venda, para que assim você possa fomentar o desejo do cliente de voltar e consumir mais dos seus produtos.

IDENTIDADE VISUAL



Uma pessoa bem vestida e que cuida de sua aparência, tende a chamar mais a atenção das pessoas, fazendo-a com que as mesmas aumentem o seu interesse por ela. Da mesma forma ocorre com uma marca, quanto maior identidade visual, ou seja, com logotipo bem feito, onde haja uma harmonização da marca, tende a chamar mais atenção das pessoas e com isso faz com que as mesmas aumentem a curiosidade de conhecê-la melhor, podendo transformar em uma possível clientela.

Atualmente, existem diversos softwares que dão a possibilidade de criação desses logotipos, um dos softwares mais usados atualmente com esse modelo de ferramenta é o Canva, onde você tem diversas possibilidades de criação de logotipos.

O USO DAS REDES SOCIAIS

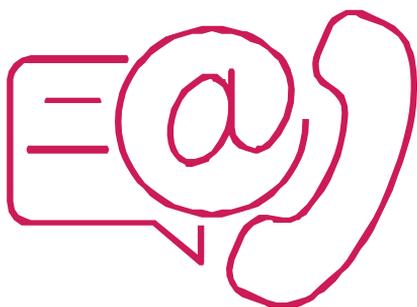


Em um mundo totalmente conectado, às redes sociais é uma das principais ferramentas de marketing para alavancar as vendas de um produto. A relação, ou seja, o contato com os clientes fica muito mais fácil, trazendo o cliente distante, geograficamente, para perto.

Nos dias de hoje, grande parte dos negócios existentes no mercado possuem uma página comercial no Facebook, um perfil no Instagram e até mesmo um atendimento direto e exclusivo através do Whatsapp.

Portanto, quem não usa as redes sociais ao seu favor para aumentar a sua clientela, já começa atrás de seus concorrentes.

CANAIS DE VENDA



Apesar das vendas presenciais, ou seja, na loja física ser um modelo tradicional de venda, hoje, o número de vendas pela internet, ou e-commerce, aumentaram de forma estrondosa nos últimos anos. Será que você está usando todos os canais de vendas atualmente para aumentar sua clientela ?

A internet abriu um leque de canais de venda, abaixo estão listados alguns tipos de canais que podem ser utilizados para impulsionar as suas vendas.

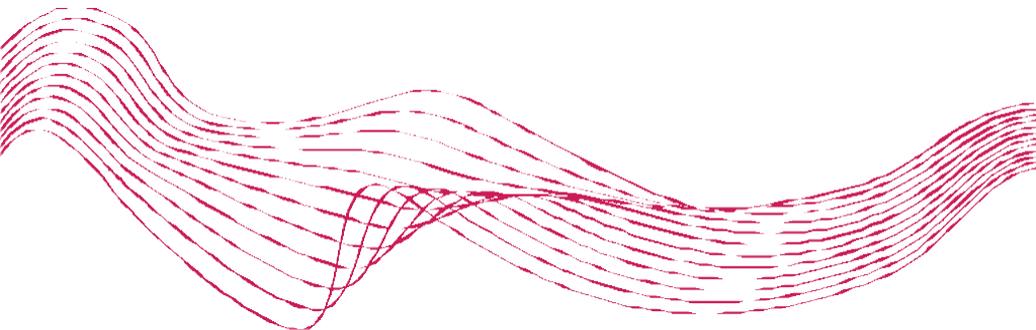
- ***Aplicativos de vendas:** possuem uma plataforma de vendas com uma estrutura pronta para vendas. São exemplos: Mercado Livre, Shopee, OLX.
- ***F-commerce:** é uma funcionalidade do Facebook, que permite que o usuário crie uma loja virtual.

PARCERIAS



Com a parceira correta , o MEI só tem a ganhar, visto que é uma possibilidade de fazer negócios com outras empresas ou pessoas que já são do ramo e que possuem uma certa clientela.

Entretanto , essa união de forças deve ser esclarecida de forma em que ambas saem ganhando e isso deve ser posto tudo às claras por meio da produção de um contrato entre as mesmas.

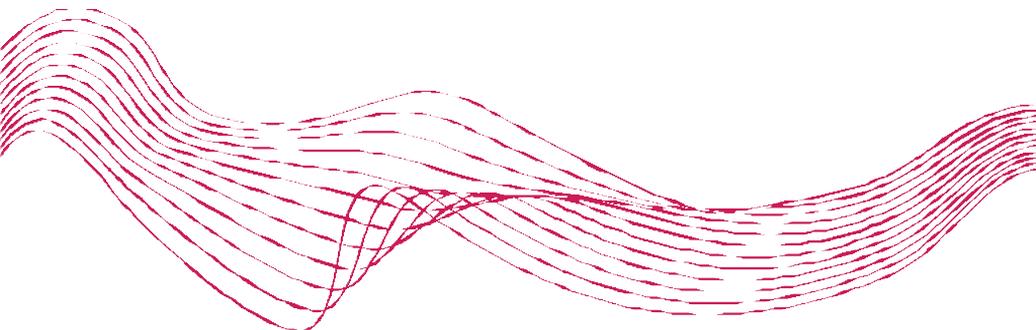


PROMOÇÕES



Quem não gosta de uma promoção? Tendo em vista que grande parte das pessoas não resistem à uma promoção, use isso à seu favor.

Criação de campanhas, sorteio de prêmios, compre uma e leve duas e dia de liquidação é um dos exemplos que um MEI pode usar para incentivar o cliente a procurar este produto.



05

**COMO FAZER
O
COMPLIANCE?**



O QUE É ?

Qual o significado de compliance? A palavra tem origem na língua inglesa e vem do verbo "to comply", que significa "agir de acordo com uma regra, uma instrução, lei interna, um comando ou um pedido". Sendo assim, quando uma empresa está agindo de acordo com as leis (tanto externas quanto internas), está em compliance.

Qual o significado de compliance? A palavra tem origem na língua inglesa e vem do verbo "to comply", que significa "agir de acordo com uma regra, uma instrução, lei interna, um comando ou um pedido". Sendo assim, quando uma empresa está agindo de acordo com as leis (tanto externas quanto internas), está em compliance.

Qual é o papel de compliance?



Na prática, o compliance é um guia de conduta da empresa, orientando como ela deve se comportar em diversas situações. Engloba também políticas e controles internos, regras e diretrizes para que estejam em conformidade com suas obrigações. A integridade corporativa vai além de evitar casos de perda de dados.

a empreender?!

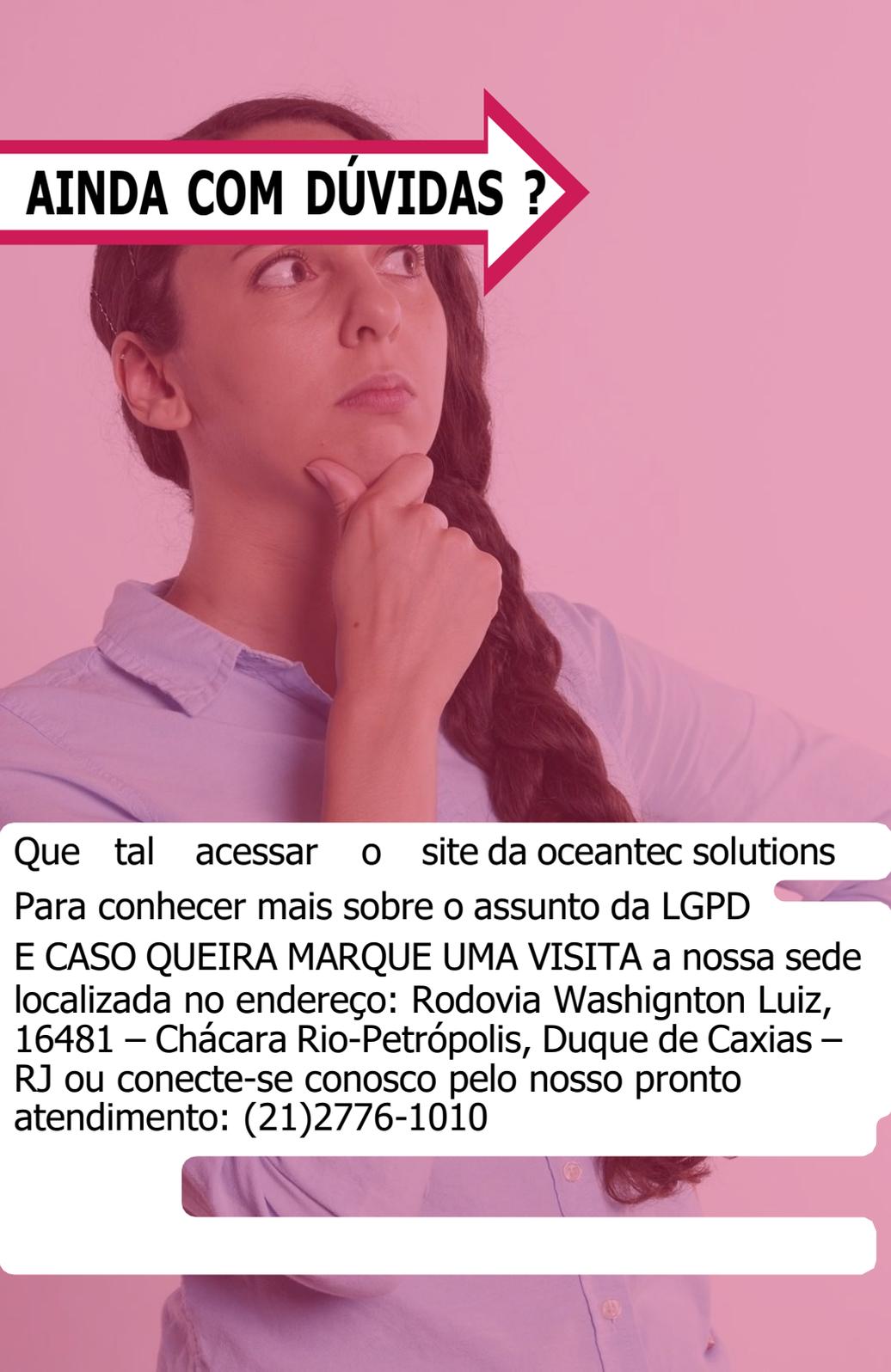


Passo a Passo Instrucional

Empreendedor, será redirecionado para o vídeo instrucional depois de apontar o celular para o QR CODE abaixo, e caso se interesse pelos benefícios da adequação a LGPD.

Poderá até mesmo solicitar no momento da exibição deste ebook por meio de nosso site que está de cara nova e bem mais acessível no endereço virtual <https://www.oceantecolutions.com/services-9> ou pelo QR:

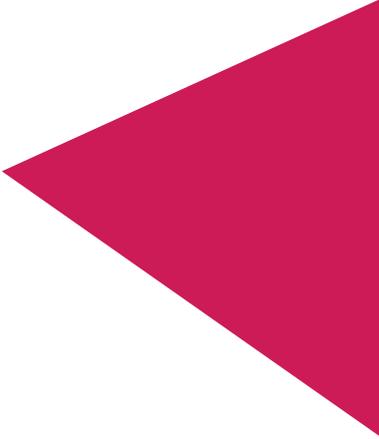




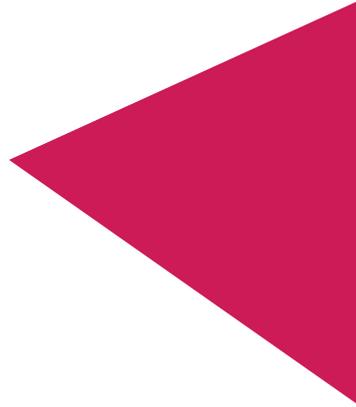
AINDA COM DÚVIDAS ?

Que tal acessar o site da [oceantec solutions](#)
Para conhecer mais sobre o assunto da LGPD
E CASO QUEIRA MARQUE UMA VISITA a nossa sede
localizada no endereço: Rodovia Washignton Luiz,
16481 – Chácara Rio-Petrópolis, Duque de Caxias –
RJ ou conecte-se conosco pelo nosso pronto
atendimento: (21)2776-1010

O IMPACTO DA LGPD NO MERCADO



Projeto 2022



Referências bibliográficas: Lei Geral de Proteção de Dados
– Manual de Implementação 2º Edição

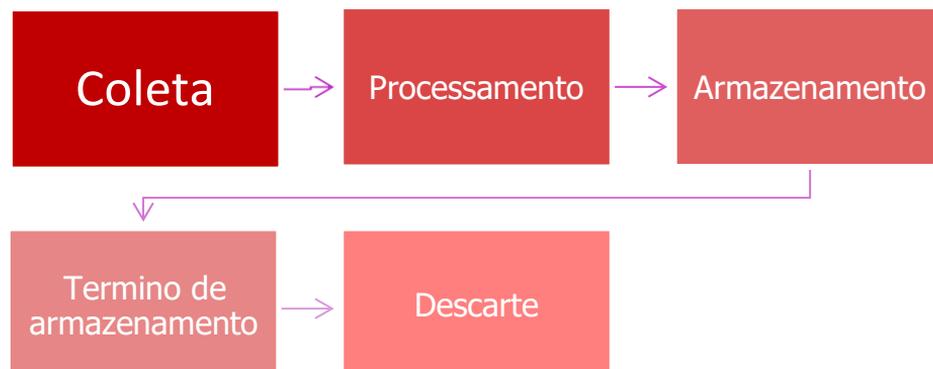


LGPD aplicada ao ambiente corporativo

1.1-Governança de dados: Dados pessoais integram os ativos intangíveis das corporações, cujos valores são preponderantes aos valores dos seus ativos tangíveis exigindo muita atenção quanto ao seu tratamento e proteção.

Considerações específicas

1.2-Etapas do ciclo de vida dos dados pessoais



Cuidados específicos:

O treinamento dos operadores é fundamental, geralmente a grande causa de episódios de violação de segurança dos dados é a imperícia demonstrada pelo operador, algo que é solucionado e corrigido mediante treinamento constante para desenvolver nos operadores as habilidades necessárias ao tratamento de dados que realizam.



FASE DE COLETA DE DADOS



A coleta de dados pessoais é uma das fases mais críticas, pois é através da coleta que os dados pessoais entram nas empresas. É de vital importância que os dados pessoais coletados pelas empresas possuam consistência legal, ou seja, que tenham sido recolhidos ou juntados de forma legal.

O consentimento é apenas mais uma das hipóteses que legitimam o tratamento de dados pessoais. No caso da utilização de uma das demais bases legais, a empresa deverá manter a coerência na manutenção das salvaguardas.

FASE DE PROCESSAMENTO



Os processamentos dos dados coletados indicam as maneiras pelas quais eles são utilizados pelas empresas, de acordo com as suas finalidades ou propósitos bem definidos. É imperativo que tais processamentos se limitem às finalidades



Os agentes de tratamento devem manter o registro das operações de tratamento e dados pessoais, que realizarem, especialmente quando baseado no legítimo interesse.



Os programas de governança de dados pessoais deverão fazer parte integrante da estrutura geral de governança da empresa, sendo aplicados a cada um dos seus departamentos, os quais ficarão responsáveis pela correta execução e fiscalização dos seus processos internos, visando mitigar a exposição dos dados pessoais que tratam de acordo com os requisitos legais da LGPD.

FASE DE COMPARTILHAMENTO



Existem casos nos quais o compartilhamento de dados pessoais se faz necessário, internamente à empresa que realiza os seus tratamentos. Internamente, para que os outros departamentos possam realizar as suas funções para as quais os dados pessoais dos colaboradores são necessários. Externamente, para que empresas terceiras prestadoras de serviços específicos possam prestá-los, inclusive para os colaboradores cujos dados pessoais são com ela compartilhados.

FASE DE ARMAZENAMENTO

O armazenamento de dados pessoais requer que cuidados especiais sejam tomados por parte dos controladores a fim de que sejam evitados episódios de violação de segurança, incluindo acessos indevidos aos dados armazenados, perda ou alteração de documentos.



Dados pessoais podem se apresentar em diferentes tipos de mídia, desde formato eletrônico, presentes em mídias digitais (CD/DVD/mídia removível), até em mídias físicas (documentos em papel), o que diversifica os modos de operação dos controladores na construção de políticas eficientes de gestão de dados

FASE DE DESCARTE



Após se atestarem os termos do tratamento de dados pessoais, ou se constatarem ausência de hipóteses legais que legitimam os seus tratamentos ou ainda, a fim de atender às solicitações dos seus titulares no caso das revogações dos seus consentimentos para o tratamento dos seus dados pessoais, esses terão que ser definitivamente descartados.

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS



Dentre as sanções administrativas previstas na LGPD para o caso de violação das regras previstas, destacam-se a advertência, com possibilidade de medidas corretivas; a multa de até 2% do faturamento, com limite de até R\$ 50 milhões; o bloqueio ou a eliminação dos dados pessoais relacionados à irregularidade, a **suspensão parcial** do funcionamento do banco de dados ou a proibição parcial ou total da atividade de tratamento.

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados já está completa. Seus cinco diretores foram aprovados pelo Senado, em outubro de 2020. Em novembro, a ANPD iniciou suas atividades, com a posse de seu atual diretor-presidente, Waldemar Gonçalves Ortunho Júnior. Também compõem a diretoria Arthur Pereira Sabbat, Joacil Basilio Rael, Nairane Farias Rabelo Leitão e Miriam Wimmer. Em dezembro do mesmo ano, o Senado se adiantou e regulamentou internamente o cumprimento das regras e as rotinas de atendimento aos cidadãos titulares dos dados.

