

1ª Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade



Relatório PrivacyCulture®

2021

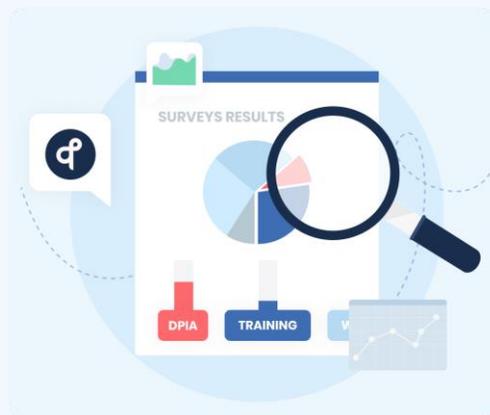
Realização:



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Apoio:





Conteúdo

3 SOBRE A PESQUISA

Introdução, objetivo, metodologia e perfil dos participantes.

10 PILARES DA CULTURA DE PRIVACIDADE

Principais temas estudados para a formação da Cultura de Privacidade nas empresas.

11 RESUMO EXECUTIVO

PrivacyCulture® INDEX BRASIL e os principais desafios.

16 ANÁLISE POR DEPARTAMENTO

Riscos e oportunidades mais comuns por área de atuação.

19 ANÁLISE POR CARGO

Como a Cultura de Privacidade existe em diferentes níveis nas organizações.

21 PRÓXIMOS PASSOS

Tendências para 2022 e materiais de apoio para a criação da Cultura de Privacidade na sua empresa.

23 PESQUISA PrivacyCulture® BRASIL 2022

Próximas edições e como participar.

SOBRE A PESQUISA

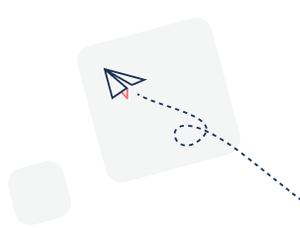
CONTEXTO

Falar sobre proteção de dados já não é novidade. Embora a [Lei Geral de Proteção de Dados](#) (LGPD) tenha entrado em vigor somente em setembro de 2020, a lei havia sido aprovada em 2018, o que fez com que inúmeros textos, livros, cursos e eventos sobre o tema tenham surgido. Mas o que é necessário para, efetivamente, criar-se a [cultura de proteção de dados](#)?

Em 2020, 90% dos vazamentos de dados no Reino Unido foram resultado de descuido humano, como por exemplo colaboradores compartilhando senha com seus colegas, descartando fichas de clientes em locais de acesso público, ou deixando sua estação de trabalho aberta.

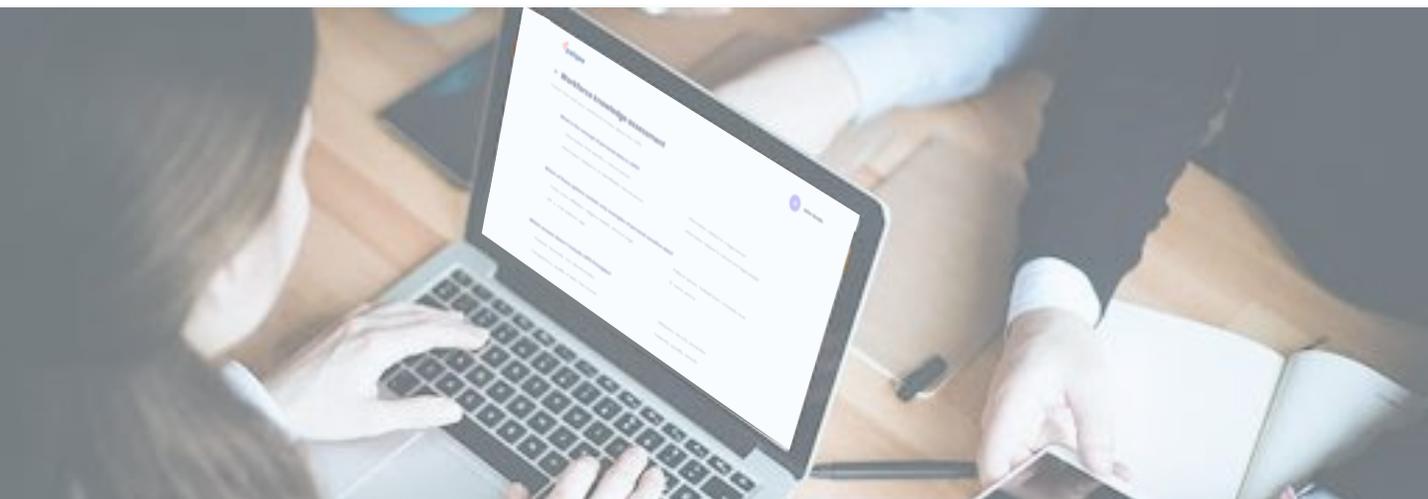
Para conseguirmos entender e melhorar a abordagem de qualquer organização no que diz respeito à Privacidade e Proteção de Dados, é necessário analisar em detalhe a cultura da empresa. Ou seja, as atitudes, comportamentos, expectativas e percepções de seus colaboradores. Especialmente nesse momento em que as linhas entre trabalhar de casa e do escritório estão cada vez mais ofuscadas.

Foi a partir dessa necessidade que a [Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade](#) foi criada - uma colaboração entre empresas globais líderes na área de Privacidade e Proteção de Dados.



90% dos vazamentos de dados em 2020 no Reino Unido foram causados por descuido de colaboradores.

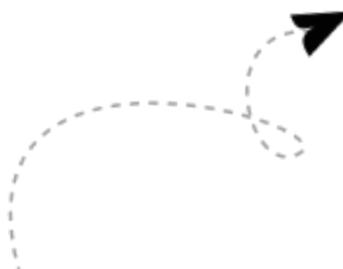
– ICO, UK



OBJETIVO

Este relatório é parte da 1ª Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade e tem como objetivo fornecer uma visão única e indispensável do cenário atual de Privacidade e Proteção de dados entre as empresas brasileiras, ajudando na identificação dos riscos e oportunidades comuns entre as empresas participantes e, conseqüentemente, ajudando na construção de uma cultura de Privacidade duradoura.

Com o objetivo de facilitar o progresso e a continuidade desse trabalho, a [Pesquisa Nacional de Cultura de Privacidade](#) será realizada anualmente. Nossa expectativa é que este trabalho se torne uma ferramenta de benchmarking indispensável para empresas que queiram se tornar mais competitivas no mercado e ao mesmo tempo manter a confiança de seus clientes e parceiros no que diz respeito à proteção de dados pessoais. Nossa intenção é expandir a pesquisa a cada ano, acompanhando novas tecnologias e tendências para formar uma visão mais completa dos riscos e melhores práticas para proteção e governança de dados.



Custo anual de não-conformidade ao GDPR em 2021:

R\$6.6 bilhões

– DLA Piper



REALIZAÇÃO



A Palqee Technologies é uma empresa inglesa líder em tecnologias de Privacidade e Governança de Dados, que fornece soluções de software, treinamentos e certificações para organizações ao redor do mundo desenvolverem a sua própria cultura de Privacidade. As soluções da Palqee são intuitivas e possibilitam uma gestão ética e segura de dados pessoais por colaboradores em todos os níveis da organização.

www.palqee.com.br



**Copenhagen
Business School**
HÅNDELSSHØJSKOLEN

A Copenhagen Business School, também conhecida como CBS, é uma universidade pública localizada em Copenhagen (Dinamarca), e é considerada uma das mais prestigiadas escolas de negócios da Europa e do mundo. Privacidade e Proteção de Dados são prioridades na CBS, que conta com um departamento de pesquisadores dedicados ao tema.

www.cbs.dk/en

CONTRIBUIÇÕES



Sabrina Palme

CEO & Data Protection Officer
Palqee Technologies

Sabrina é CEO & Data Protection Officer da Palqee Technologies, em Londres. Sabrina possui MBA pela Hult International Business School (USA), e atua na área de Privacidade e Proteção de Dados desde 2018, sendo certificada pela IAPP (CIPP/E) e Exin (PDPF), além de ser especialista em Blockchain pela Saïd-Oxford University (UK). Sabrina atua em diversos países da Europa, como Reino Unido, Bélgica, Noruega e Portugal, além de ser pesquisadora na área de Privacidade e Proteção de Dados, tendo suas pesquisas publicadas em jornais como "Journal of Data Protection & Privacy", pela Henry Stewart Publications.



André Quintanilha

Chief Privacy Officer
Palqee Brasil

André Quintanilha é COO da Palqee Technologies, em Londres, e Chief Privacy Officer da Palqee Brasil. André possui B.Sc. em Engenharia de Produção pela PUC-RJ (Brasil) e MBA pela Hult International Business School (USA), tendo atuado por mais de 10 anos implementando tecnologias para empresas Fortune 500 no Brasil, Estados Unidos e Europa, como Accenture e Nissan. André é responsável pela transferência de conhecimento na área de Privacidade e Governança de Dados entre a Europa (GDPR) e o Brasil (LGPD), com o objetivo de trazer tecnologias e soluções de sucesso no exterior para os clientes e parceiros da Palqee no Brasil.



Tawfiq Alashoor

Assistant Professor
Copenhagen Business School

Tawfiq é professor e pesquisador na Copenhagen Business School, na Dinamarca. Tawfiq possui B.S., M.S., e Ph.D. pela King Fahd University of Petroleum and Minerals (Arábia Saudita), Penn State University (USA), e Georgia State University (USA), respectivamente. Seus principais focos de pesquisa são Cibersegurança e tomadas de decisão no âmbito de privacidade. Tawfiq conduz experimentos comportamentais com a finalidade de estudar decisões humanas na área de segurança e privacidade, tendo suas pesquisas publicadas em jornais e conferências de Sistemas da Informação (SI).

APOIADORES



Somos um time de advogados e especialistas que entende de tecnologia e de negócios. Por isso atuamos além da prática tradicional, unindo diversas disciplinas para viabilizar e alavancar a inovação e a transformação digital que os clientes buscam. Somos um escritório voltado para apoiar a inovação digital dos clientes em sua jornada de transformação tecnológica, desde Startups até grandes grupos econômicos nacionais e internacionais. Para tanto, realizamos o due diligence de seus ativos intangíveis para estarem em compliance com as novas regulamentações. Elaboramos estudos de viabilidade jurídica e análise de risco dos projetos para apoiar a utilização de assinatura digital, biometria, reconhecimento facial, blockchain, criptomoedas, NFTs, uso de dados em produtos e serviços, em setores que vão de Telemedicina ao Open Banking. E, claro, somos especialistas em privacidade e proteção de dados.



Em um mundo onde a privacidade e a proteção de dados ganha cada vez mais importância, a Privacy Rocket é a sua nova escola para te entregar uma verdadeira imersão nesse universo por meio de um conteúdo único, inspirador, direto e real. Oferecemos cursos sobre privacidade e proteção de dados, além de diversos outros temas do direito digital. Nossos pilares são profundidade e visão ampla, didática inovadora, experiência imersiva e entrega de valor. Revelamos propósitos, com formações de excelência e aprimoramento multidisciplinar, sempre com visão de mercado e aplicação prática. Venha se tornar um rocket e decolar com a gente!



O Perilli, Dal Moro e Borges Advogados é um escritório de advocacia empresarial, sediado na cidade de Belo Horizonte e com atuação nacional. Temos como propósito desenvolver uma advocacia altamente personalizada e especializada, contando com atestados de capacitação técnica em diversas áreas (regulatória, contratual, cível, falimentar, possessória, administrativa, ambiental, minerária, fundiária, urbanística, digital e proteção de dados). Além disso, fomos reconhecidos no mais recente ranking de Advogados Mais Admirados (2021), promovido pela Análise Editorial, o que apenas reflete nossa forma de atuar: ser agentes de transformação para nossos clientes, levando-os, com eficiência e dinamismo, aos resultados pretendidos.



A Diferenciall Tecnologia & Consultoria desenvolve soluções com ênfase em gestão empresarial e tecnologia da informação. Fundada há 15 anos, a empresa tem sede na cidade do Rio de Janeiro e também está presente em São Paulo e presta consultoria para empresas de todos os portes e segmentos, com o objetivo de levar a tecnologia da informação como importante aliada à gestão de negócios. Entre suas soluções integradas de TI e Gestão, está o olhar completo para adequação à LGPD, com base no tripé tecnologia, governança e jurídico. O trabalho da Diferenciall é criar soluções para que sua empresa atinja a máxima eficiência em seus processos produtivos. A empresa foca na constante melhoria da infraestrutura tecnológica, sistêmica e de segurança da informação, contando com uma equipe especializada em gestão e suporte de TI para garantir eficiência operacional e alta performance para sua empresa. A precisão da Tecnologia na Gestão Profissional.

Quer fazer parte da edição 2022?
Entre em contato em privacyculture@palqee.com

PARTICIPANTES

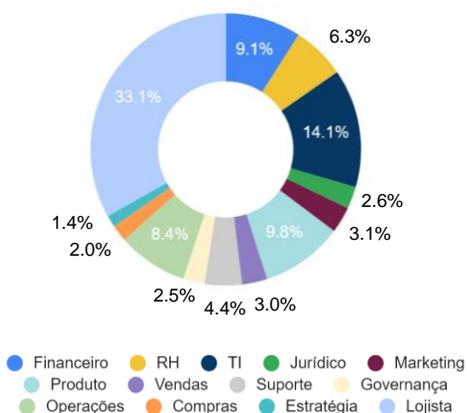
Para garantir a relevância deste relatório para uma grande variedade de empresas, participaram da pesquisa organizações de diversos tamanhos e setores da economia. Foram entrevistados **2.743 colaboradores, entre todos os departamentos e níveis de senioridade** das empresas.

Entre os participantes estão organizações como RD Raia Drogasil, KaBuM, Sensedia, Sistema Sicoob de financeiras, grandes clubes de futebol do Brasil, entre diversas outras empresas de grande, médio e pequeno porte.

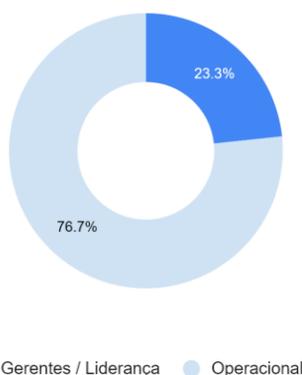
A 1ª Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade foi realizada entre os dias **17 de Agosto** e **23 de Dezembro** de 2021.



DEPARTAMENTOS



CARGOS



ENGAJAMENTO

64%

Percentual médio de colaboradores que aderiram à pesquisa nas empresas participantes.

* O tempo médio de resposta à pesquisa foi **14 minutos**, durante os quais colaboradores responderam anonimamente a 70 perguntas de múltipla escolha a respeito de suas expectativas, percepções, comportamento e reações.

METODOLOGIA

O indicador **PrivacyCulture® INDEX BRASIL** utiliza um método proprietário e confidencial para benchmarking, testado e validado em estudos internacionais anteriores. Entretanto, o entendimento de tal método se faz necessário para que as conclusões extraídas do relatório sejam restritas à metodologia aplicada.



Método de amostragem

Este estudo foi produzido com base em um método de amostragem intencional, não probabilística, envolvendo empresas de diversos tamanhos, que definiram colaboradores e departamentos específicos para participação. Com isso, inferências estatísticas e conclusões devem levar em consideração as limitações inerentes e os benefícios deste método de amostragem.

Falta de respostas

O viés de não-resposta não foi testado nesse estudo, com isso é possível que a Cultura de Privacidade em empresas ou departamentos que não participaram da pesquisa seja substancialmente diferente do apresentado neste relatório.

Viés de amostragem

Dado o fato de que a amostragem do estudo contém somente empresas que se inscreveram para participação, os resultados apresentados são influenciados pelo grau de representatividade dessas empresas relacionado ao número total de empresas no Brasil. Nós acreditamos que exista uma tendência de participação de empresas que já estão com um programa de privacidade ou segurança da informação amadurecido.

Extrapolação dos resultados

Enquanto certos arredondamentos podem ter sido incorporados no processo de benchmarking, existe a possibilidade de que alguns dos colaboradores participantes não forneceram respostas honestas ou verdadeiras e buscaram responder de maneira a obter maior pontuação.

Fatores não mensurados

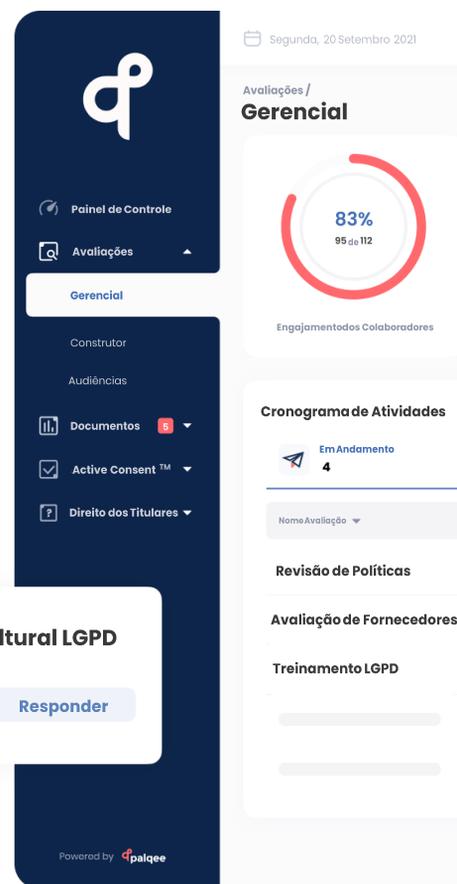
Algumas variáveis foram emitidas da análise, como investimento total feito pela empresa em Privacidade e Governança de dados, iniciativas concluídas e características organizacionais. O quanto essas variáveis omitidas afetam os resultados encontrados não pôde ser definido.

TECNOLOGIA

A Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade foi conduzida de maneira 100% online, através da plataforma PrivacyCulture® da Palqee - tecnologia pioneira no mundo para implementação e monitoramento da Cultura de Privacidade nas organizações.

Criada com base no framework CMMI (Capability Maturity Matrix Integration), desenvolvido pela Carnegie Mellon University nos Estados Unidos, e testada por estudantes da Oxford University, no Reino Unido, a plataforma também utiliza escalas psicométricas conhecidas em pesquisas de opinião como a 7-point Likert para analisar em detalhe as atitudes e comportamentos de colaboradores e terceiros no que diz respeito à Privacidade, Proteção de Dados e Governança dentro das organizações.

Através de um questionário inteligente e único enviado para colaboradores em todos os níveis da organização, a PrivacyCulture® compilou informações relacionadas às expectativas, percepções, comportamentos e reações de cada um dos participantes, que foram então analisadas por especialistas da Palqee Brasil, Palqee Technologies e Copenhagen Business School, possibilitando a identificação dos maiores riscos, oportunidades e o posicionamento da empresa em relação à Cultura de Privacidade.



**Avaliação Cultural LGPD**
Prazo: **2 semanas** [Responder](#)

O resultado é um estudo com data sets únicos, análise aprofundada e identificação de tendências na área de Privacidade e Proteção de dados para os próximos anos, gerando a visibilidade que DPOs, Advogados, CISOs e Consultores precisam para criar uma Cultura de Privacidade duradoura em organizações de qualquer tamanho ou setor.

Nas próximas páginas você encontrará informações sobre como calculamos o **PrivacyCulture® INDEX BRASIL** e as principais descobertas da pesquisa. Também apresentaremos recomendações que podem reduzir o risco de multas e/ou danos à marca causados pela coleta e uso indevido de dados pessoais, com base no que o estudo identificou como sendo o mais eficiente para as empresas participantes.



PILARES DA CULTURA DE PRIVACIDADE

Com base em regulamentações internacionais de Privacidade e Proteção de Dados e padrões de Segurança da Informação utilizados internacionalmente, nós acreditamos que a Cultura de Privacidade é formada por dez (10) pilares principais que cobrem aspectos diferentes, porém fundamentais, para a criação de vantagens competitivas, oportunidades e identificação de riscos e ameaças dentro das empresas.



TRANSPARÊNCIA

As políticas de privacidade e os controles de acesso aos dados pessoais são revisados regularmente e são disponibilizados para fácil acesso. Mudanças relevantes relacionadas ao uso de dados são comunicadas pró-ativamente aos afetados.



DIREITOS DOS TITULARES

Clientes, usuários e colaboradores recebem instruções de como exercer seus direitos de privacidade e proteção de dados, e a organização possui uma estrutura e procedimentos claros para atendê-los.



SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Existem medidas apropriadas (políticas, procedimentos e sistemas) implementadas, sendo seguidas e monitoradas pelos colaboradores, para proteger os dados pessoais dos titulares.



GESTÃO DE RISCOS

A empresa possui níveis de risco definidos e documentação em dia para gestão de riscos de privacidade e proteção de dados, incluindo como avaliar, monitorar e reportar riscos às partes envolvidas.



GESTÃO DE INCIDENTES

Existem processos claros para a identificação de incidentes de segurança de dados e vazamentos, incluindo para avaliação e comunicação de tais incidentes às partes afetadas e autoridades.



GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL

Uma estrutura organizacional bem definida foi implementada com papéis e responsabilidades claros e comunicados, com suporte da diretoria e dos executivos, e "privacy champions" foram apontados.



PRINCÍPIOS DE TRATAMENTO

A empresa possui operações e procedimentos implementados que garantem que o tratamento de dados pessoais é limitado à necessidade, possui um escopo definido e o dado é mantido somente pelo tempo necessário.



FINALIDADES DE TRATAMENTO

As pessoas na empresa sabem por qual motivo eles (as) estão tratando tais dados pessoais e qual sua base legal de tratamento para cada atividade.



TREINAMENTO

A organização possui políticas, treinamentos e suporte disponíveis e de fácil acesso para seus colaboradores, e a participação em treinamentos é monitorada pelos gestores da empresa regularmente.



COMPARTILHAMENTO DE DADOS

Existem contratos e/ou acordos de tratamento de dados pessoais assinados e em dia, com todas as empresas terceiras com as quais dados pessoais são compartilhados, que definem como essas empresas devem tratar tais dados pessoais.



Criar uma cultura de Privacidade exige confiar que seus colaboradores tomarão a decisão certa, na hora certa, resultando na criação da confiança de seus clientes na sua empresa.

RESUMO EXECUTIVO

PrivacyCulture® INDEX BRASIL

7.8

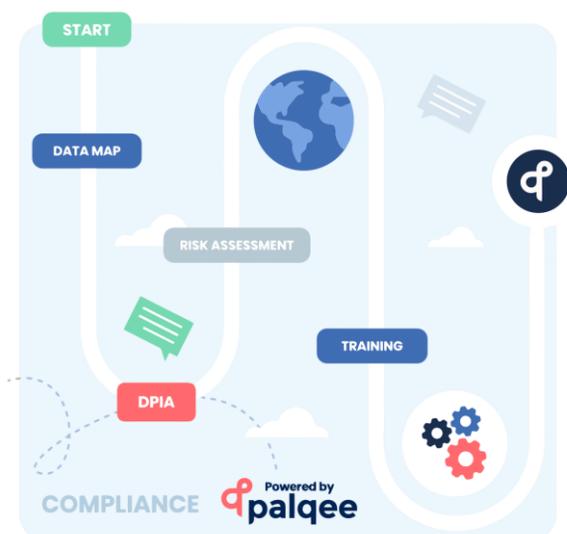
O PrivacyCulture® INDEX BRASIL é calculado com base em auto-avaliações de milhares de colaboradores de diversas organizações por todo o país, a respeito de suas expectativas, percepções, comportamento e reações em determinadas situações relacionadas à governança de dados. O index reflete o nível de confiança geral dos colaboradores na Cultura de Privacidade de suas empresas.

As empresas participantes demonstraram de maneira geral os comportamentos e atitudes necessários para uma Cultura de Privacidade e Proteção de Dados sólida existir.

Importante: Mesmo não sendo necessária a adequação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) para a participação no estudo, 90% das empresas participantes já haviam iniciado ou concluído atividades de adequação ou conscientização interna sobre o tema no momento do estudo.

COMO É FORMADO O INDEX

O cálculo do score da cultura de privacidade das empresas leva em consideração o nível de expectativa que os colaboradores tem sobre a empresa em cada um dos pilares relacionados à proteção de dados (pág. 10), bem como, a percepção de cada um sobre como a empresa lida atualmente com esses mesmos assuntos. Por fim, também são considerados o nível de confiança de cada colaborador e seus comportamentos em tarefas do dia-a-dia da organização relacionadas à privacidade e proteção de dados.



É importante ressaltar que mesmo com o escopo da pesquisa sendo abrangente, essa não deve ser entendida como uma avaliação de conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O objetivo da pesquisa é mensurar os pilares da Cultura de Privacidade nas organizações para servir de benchmarking e auxiliar na priorização de iniciativas na área.

PrivacyCulture® INDEX BRASIL POR PILARES

A tabela ao lado mostra a quebra do PrivacyCulture® INDEX BRASIL entre todos os pilares necessários para a Cultura de Privacidade existir.

De maneira geral, o pilar “Segurança da Informação” atingiu a maior pontuação da lista (8.3) enquanto o pilar “Treinamento” obteve a menor nota (7.0).

As expectativas por parte dos colaboradores entre todas as empresas participantes se mostrou alta, com uma média de 9.6 em 10. Entretanto, a percepção da existência da cultura teve uma pontuação mais baixa, com uma média de 8.1. Isso indica que existe um bom nível de conscientização entre as empresas participantes, porém, existe espaço para melhorias na execução e implementação dos programas.



Figura 1: Análise geral por pilares

Mesmo com o pilar “Treinamento” ficando em último na lista, participantes demonstraram desejo em participar de mais treinamentos, com 95% indicando que se inscreveriam em workshops sobre como fazer o uso adequado de dados pessoais na empresa, e 81% também indicaram que recomendariam o mesmo workshop para seus colegas de trabalho.

“ Existe uma boa conscientização entre as empresas, porém, existe espaço para melhoria na execução e implementação.

90%

dos participantes se inscreveriam em workshops sobre proteção de dados.

81%

dos participantes recomendariam workshops sobre proteção de dados para seus colegas de trabalho.

PrivacyCulture® INDEX BRASIL POR DEPARTAMENTO



Figura 2: Análise geral por departamento



Empresas precisam ajustar melhor seus programas de Privacidade e Proteção de Dados de acordo com as funções de cada área e necessidades.



Departamentos que têm uma autoridade maior para definir como os dados pessoais são tratados tendem a demonstrar uma menor confiança na Cultura de Privacidade da empresa.

Quando analisamos o index a nível departamental, a área de Estratégia obteve a menor pontuação (6.7) seguido por departamentos que, na maioria das empresas, tratam um alto volume de dados pessoais como Marketing (7.0), RH (7.0) e TI (7.3).

A grande variação do index entre os departamentos é uma indicação de que as empresas precisam ajustar melhor seus programas de Privacidade e Proteção de Dados de acordo com as funções de cada área. Além disso, é necessário entender e considerar quais áreas precisam de treinamento mais aprofundado, processos mais rígidos e procedimentos melhor definidos sobre o assunto.

Outro fator relevante identificado é a discrepância na percepção da Cultura de Privacidade entre colaboradores que se relacionam direto com o cliente e aqueles que trabalham no “back-office” das empresas. Os departamentos que se relacionam direto com o cliente, como Lojistas, Vendas e Suporte, obtiveram uma pontuação maior de modo geral, o que pode ser causado pelo fato de que departamentos que têm uma autoridade maior para definir como os dados pessoais são tratados tendem a demonstrar uma menor confiança na Cultura de Privacidade da empresa como um todo.

PrivacyCulture® INDEX BRASIL POR CARGO

Quando analisamos as respostas por cargos e nível hierárquico, o PrivacyCulture® INDEX demonstrou que colaboradores em cargos de gestão e liderança (executivos, diretores, gerentes e coordenadores) tiveram uma pontuação abaixo daqueles em cargos operacionais (que não possuem ninguém reportando para eles/elas).

A discrepância baseada na senioridade dos entrevistados pode ser uma indicação de que os colaboradores que possuem maior responsabilidade na gestão dos dados pessoais estão menos confiantes na Cultura de Privacidade das empresas e em como fazer o uso devido dos dados pessoais.

Assim como nas análises geral e departamental, o pilar de “Treinamento” obteve a menor pontuação em ambos os grupos (Gerentes/Liderança e Operacional), demonstrando ser um problema em todos os níveis.

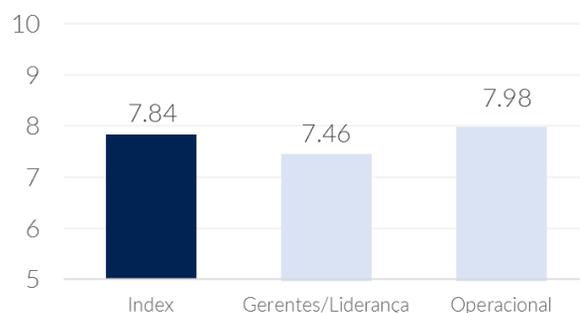


Figura 3: Análise geral por senioridade

“ Treinamento foi o pilar de menor pontuação em ambos os grupos, indicando ser um problema comum entre todos os níveis.

ANÁLISE COMPORTAMENTAL

Para complementar as análises de expectativas e percepções anteriores, a pesquisa também verificou o quanto cada colaborador está confiante na realização de tarefas relacionadas à Privacidade no dia-a-dia. Essa análise tem como objetivo identificar o nível ético e a absorção de treinamentos pela organização.



Demonstraram confiança nas atividades de Privacidade

O resultado de 80% reflete um score alto de confiança entre os colaboradores que participaram da pesquisa, o que demonstra um nível razoável de ética em Proteção de Dados e conscientização. A confiança na área de “Treinamento” apresentou o menor resultado (6.6) seguido por “Princípios de tratamento” (6.9). O pilar de “Governança Organizacional” alcançou o maior nível de confiança com score de 8.9.

PRINCIPAIS DESAFIOS



Quando perguntamos aos participantes o que eles fariam caso algum terceiro solicitasse a eles para compartilharem dados pessoais, como endereço ou telefone de um titular de dados, 44% responderam que não compartilhariam dados com terceiros em nenhuma hipótese porque os dados pertencem à empresa. Enquanto isso demonstra um padrão de responsabilidade, em determinadas situações dados pessoais devem ser compartilhados desde que os procedimentos corretos sejam seguidos, como, por exemplo, através de acordos de tratamento de dados pessoais que protejam os interesses da empresa controladora e indiquem a base legal para tal tratamento.

44%

dos participantes indicaram que não compartilhariam dados com terceiros em nenhuma hipótese porque os dados pertencem à empresa.



Existe um risco elevado e incerteza no processo de atendimento à requisições de titulares entre os departamentos internos das empresas.



Quando participantes foram questionados sobre o que fariam caso recebessem uma requisição de acesso aos dados por um titular de dados, o nível de incerteza foi consideravelmente alto com respostas divididas: 25% indicaram que compartilhariam os dados que possuem sobre o titular diretamente, 17% indicaram que anotariam os dados do titular para repassar ao departamento responsável, 31% indicaram que passariam o contato do departamento responsável para o titular entrar em contato, 10% comunicariam que possuem permissão para tal e os demais indicaram outras opções. Isso demonstra que existe um risco elevado e incerteza no processo de atendimento à requisições de titulares entre os departamentos internos das empresas.



Outro ponto crítico identificado na análise comportamental foi no pilar de Segurança da Informação. Quando perguntamos aos participantes o que eles fariam caso precisassem acessar dados pessoais urgentemente em um sistema ao qual não possuem acesso, aproximadamente $\frac{1}{4}$ (22,3%) responderam que solicitariam a um colega de trabalho para compartilhar sua senha ou realizar a tarefa em seu nome. Enquanto existe um comportamento pró-ativo para a realização da tarefa, existe um alto risco de incidente de segurança relacionado ao compartilhamento de senha ou a realização da tarefa em nome de outro colaborador.

ANÁLISE POR DEPARTAMENTO

Durante a pesquisa foram observados diversos aspectos de como a Cultura de Privacidade varia entre os departamentos nas empresas. Os resultados abaixo tem o objetivo de demonstrar as áreas internas com maior discrepância entre expectativas, percepções, comportamentos, e, consequentemente, risco.

A tabela abaixo demonstra os pilares com melhor e pior pontuação em cada departamento. É importante notar que, devido à diferença no tamanho da amostragem de cada departamento, o pilar “Governança Organizacional” ficou em quarto lugar na lista

do PrivacyCulture® INDEX BRASIL mesmo tendo obtido a maior pontuação em cinco departamentos.

Entre todos os departamentos, Lojistas e Suporte foram os únicos grupos onde o pilar com a menor pontuação foi “Princípios de Tratamento”. Todos os demais grupos tiveram “Treinamento” como sendo o pilar mais crítico.

Existe uma tendência dos pilares com a maior pontuação para cada departamento estarem diretamente ligados à natureza do trabalho. Por exemplo, Marketing obteve “Finalidades de Tratamento” como mais alto (7.8) e Governança obteve “Governança Organizacional” (8.5).

MELHORES E PIORES PILARES

Departamento	Melhor	Score	Pior	Score
Estratégia	Segurança de Informação	7.47	Treinamento	5.95
Financeiro	Governança Organizacional	8.22	Treinamento	6.91
Governança	Governança Organizacional	8.46	Treinamento	5.50
Jurídico	Governança Organizacional	8.95	Treinamento	6.34
Lojista	Segurança da Informação	8.96	Princípios de Tratamento	7.93
Marketing	Finalidades de Tratamento	7.75	Treinamento	5.19
Operações	Governança Organizacional	7.89	Treinamento	6.30
Compras	Finalidades de Tratamento	7.95	Treinamento	5.35
Produto	Gestão de Riscos	8.04	Treinamento	6.67
RH	Segurança da Informação	7.51	Treinamento	5.96
Suporte	Segurança da Informação	8.86	Princípios de Tratamento	7.70
TI	Gestão de Riscos	7.91	Treinamento	5.84
Vendas	Governança Organizacional	8.35	Treinamento	7.07

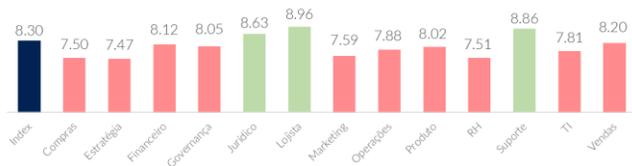
QUEBRA DOS PILARES POR DEPARTAMENTO



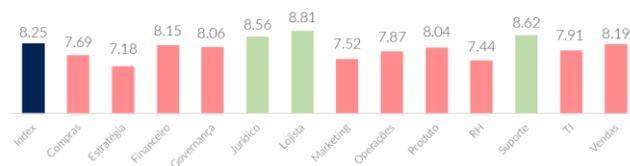
Figura 4: Análise geral por departamento

■ PrivacyCulture® INDEX BRASILEIRO ■ Acima do INDEX ■ Abaixo do INDEX

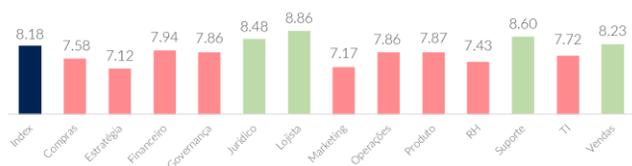
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO



GESTÃO DE RISCOS



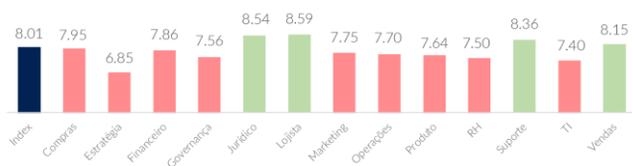
TRANSPARÊNCIA



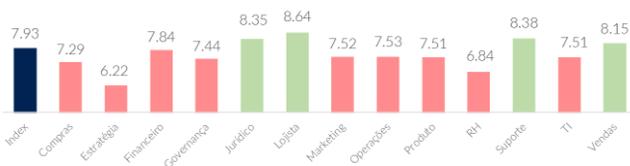
GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL



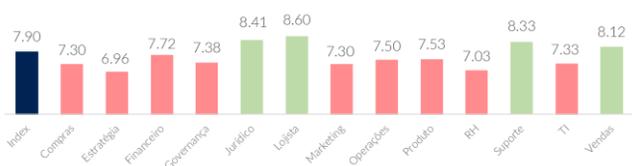
FINALIDADES DE TRATAMENTO



COMPARTILHAMENTO DE DADOS



DIREITOS DOS TITULARES



GESTÃO DE INCIDENTES



PRINCÍPIOS DE TRATAMENTO



TREINAMENTO



Figura 5: Análise dos pilares por departamento

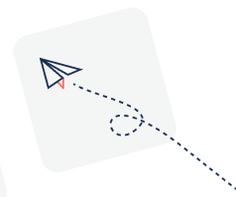
ANÁLISE COMPORTAMENTAL POR DEPARTAMENTO

O objetivo desta análise é entender como os colaboradores de cada departamento se comportariam em determinadas situações no contexto de privacidade. Ao contrário das visões de expectativa e percepções dos pilares (relacionadas ao ambiente externo), as questões comportamentais avaliaram a visão dos colaboradores sobre si mesmos ao realizarem atividades que envolviam questões de privacidade.

Entre todos os departamentos analisados, Marketing obteve a menor pontuação no pilar “Treinamento” (5.19). Entretanto, 93,8% dos colaboradores de Marketing entrevistados indicaram que se inscreveriam para treinamentos de Proteção de Dados de suas empresas e 84,4% indicaram que além de participar também recomendariam tal treinamento para seus colegas de trabalho.

Quando participantes foram questionados sobre o que eles (as) informariam aos titulares de dados no momento da coleta de seus dados pessoais, 26,7% dos profissionais de Estratégia responderam que não informariam nada a respeito do tratamento do dado pessoal, pois entendem não haver necessidade. Esse percentual alto também é refletido na pontuação obtida pelo departamento de Estratégia de 7,12 no pilar “Transparência” do PrivacyCulture® INDEX BRASIL.

Mesmo com o departamento de Governança obtendo uma das menores pontuações no pilar de “Compartilhamento de Dados”, 70,3% dos profissionais da área responderam que caso algum terceiro solicitasse o compartilhamento de dados pessoais, eles seguiriam o indicado no Acordo de Tratamento de Dados existente entre as partes ou perguntariam a seus gerentes diretos se os dados poderiam ser compartilhados.



93,8%

dos profissionais de Marketing se inscreveriam em treinamento interno sobre proteção de dados.

26,7%

dos profissionais de Estratégia não informariam detalhes do tratamento dos dados pessoais no momento da coleta.

70,3%

dos profissionais de Governança seguiriam o Acordo de Tratamento de Dados para compartilhar dados com terceiros.

ANÁLISE POR CARGO

Como resultado do estudo, também foram observadas variações na Cultura de Privacidade por níveis de senioridade (cargo) nas empresas participantes. Os resultados abaixo tentam demonstrar a discrepância entre esses grupos e os resultados obtidos em cada um dos pilares do PrivacyCulture® INDEX BRASIL.

Para as análises por cargo, gerentes, diretores, coordenadores, líderes, heads e executivos foram agrupados como “Gerentes/Liderança”, e os demais colaboradores formam o grupo “Operacional”.

MELHORES E PIORES PILARES

Cargo	Melhor	Score	Pior	Score
Gerentes/Liderança	Gestão de Riscos	7.93	Treinamento	5.95
Operacional	Segurança da Informação	8.45	Treinamento	6.58

Os participantes do grupo “Operacional” obtiveram a maior nota no pilar de “Segurança da Informação” (8.45), estando em linha com a pontuação geral por pilares do index na qual o mesmo pilar aparece no topo. Já os participantes do grupo “Gerentes/Liderança” obtiveram a melhor pontuação (7.93) no pilar de “Gestão de Riscos”.

PILARES POR CARGO

* Cultura de privacidade avaliada com base nas expectativas, percepções, comportamentos e reações em cada pilar.

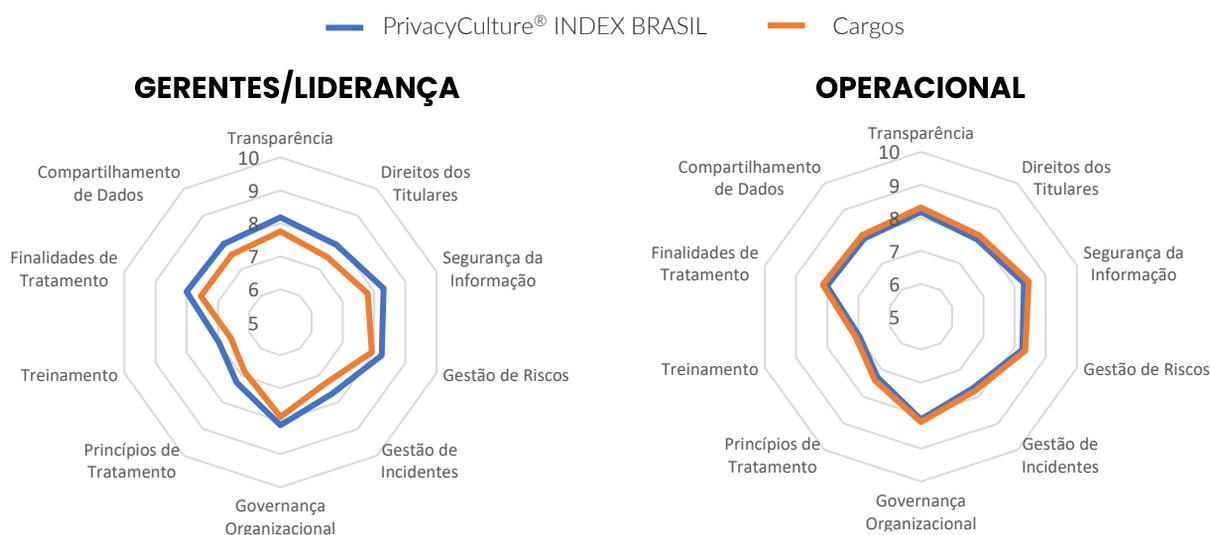


Figura 6: Análise geral por cargo

De maneira geral, ambos os grupos estão alinhados com a média da organização. Contudo, os colaboradores do grupo “Gerentes/Liderança” obtiveram uma pontuação um pouco abaixo do index e, conseqüentemente, abaixo também do grupo “Operacional”.

ANÁLISE COMPORTAMENTAL POR CARGO

GERENTES/LIDERANÇA



OPERACIONAL

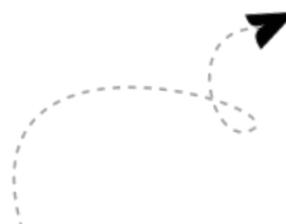


Além da pontuação geral mais baixa no grupo de “Gerentes/Liderança”, não foi observada nenhuma variância considerável no comportamento entre os dois grupos em cada um dos pilares do PrivacyCulture® INDEX BRASIL.

Quando observamos o comportamento dos dois grupos, grande parte das diferenças encontradas podem ser atribuídas à natureza do trabalho de cada cargo. Por exemplo, no pilar de “Governança Organizacional” somente 29% dos participantes do grupo “Operacional” indicaram que levariam seus notebooks corporativos para casa após o trabalho enquanto que 41% dos participantes do grupo “Gerentes/Liderança” indicaram a mesma resposta.

Da mesma maneira, os participantes do grupo “Operacional” indicaram em diversas situações que consultariam seus gerentes diretos, como, por exemplo, para ter acesso à dados pessoais em um sistema específico ou para entender se certos dados pessoais podem ser compartilhados com terceiros.

“ Participantes do grupo gerencial obtiveram uma pontuação mais baixa que pode ser atribuída à natureza do trabalho em cada cargo.



TENDÊNCIAS PARA 2022

De acordo com as observações e análises apresentadas nesse relatório, nós acreditamos que as medidas abaixo estarão entre as prioridades das empresas em 2022 e poderão reduzir consideravelmente o risco de multas e danos à marca causados pelo uso indevido de dados pessoais.

1. DISCREPÂNCIA COMPORTAMENTAL

Existe uma necessidade imediata de melhorar a comunicação de iniciativas na área de Privacidade com o objetivo de alinhar as expectativas, percepções e o comportamento dos colaboradores. O motivo pelo qual um gap entre esses aspectos pode existir pode variar, por exemplo, os participantes podem ter respondido a pesquisa de maneira a tentar receber a maior pontuação, ou alguns conceitos de privacidade são entendidos somente de maneira teórica e não de maneira prática. Estas são algumas iniciativas que podem ajudar a acelerar esse alinhamento.

- **Implementação de ferramentas de colaboração** para criação de um ambiente central de gestão, comunicação e treinamento em tópicos de privacidade para toda a organização.
- **Atualização das políticas e procedimentos**, disponibilizando-os para todos os colaboradores e implementando mecanismos de monitoramento de leitura.
- **Nomeação de donos de processo ou “privacy champions”** dentro de cada departamento para auxiliar seus colegas de trabalho nas situações do dia-a-dia.

2. TREINAMENTO CUSTOMIZADO

O resultado mais crítico identificado foi a baixa pontuação no pilar de “Treinamento”, consistente entre a maioria das empresas participantes. Entretanto, existe o desejo entre colaboradores de participar de mais treinamentos, demonstrado através das respostas. Com isso, acreditamos que as iniciativas abaixo serão o foco de muitas empresas para o ano de 2022.

- Criação de **treinamentos aprofundados sobre os dez pilares da Cultura de Privacidade**.
- Inclusão de **treinamentos obrigatórios no onboarding** de novos colaboradores.
- Criação de **cursos aprofundados para a necessidade específica de cada área**.

3. ACORDOS DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

Outro ponto identificado em comum entre os participantes foi a incerteza sobre quais dados pessoais podem ser compartilhados, com quem e quando. Confiança e conhecimento de melhores práticas em compartilhamento de dados é essencial para minimização de riscos de incidentes. Estas são algumas iniciativas que podem eliminar as incertezas e riscos nessa área.

- **Manter um registro único de fornecedores**, parceiros e terceiros que possuem qualquer relacionamento com a empresa.
- Revisar ou, onde necessário, assinar **Acordos de Tratamento de Dados Pessoais** com todos os terceiros.
- **Implementar ferramentas para consulta** sobre quais dados podem (ou não) ser compartilhados, tornando-a disponível para todos os colaboradores.



As opiniões acima são baseadas nas melhores práticas observadas no mercado e não são exaustivas. Caso uma ou mais das sugestões já tenham sido implementadas em sua empresa, outras deverão ser consideradas.

MATERIAIS DE APOIO

Como criar uma Cultura de Privacidade



A plataforma #1 no mundo para monitoramento da Cultura de Privacidade nas empresas. Demonstre o nível de maturidade cultural, entenda o retorno no investimento (ROI) e construa uma estratégia de conscientização eficiente.

[Leia Mais](#)

SEU PARCEIRO DE CRESCIMENTO

A Palqee ajuda sua empresa a se adequar à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a automatizar suas operações de Privacidade e Governança de Dados, para que ela possa crescer mais rápido que nunca.

Com as soluções modulares e na nuvem da Palqee, pequenas e médias empresas podem ter acesso à tecnologia de ponta e integrar toda sua infraestrutura para competirem diretamente com empresas de grande porte.

Para saber mais sobre como a Palqee pode ajudar sua empresa, [solicite uma proposta](#) ou, se preferir, clique abaixo e agende uma demonstração.

[AGENDAR DEMO](#)

Notícias e dicas sobre Proteção de Dados



Descubra dicas de implementação, leia as opiniões de especialistas e outros recursos e guias úteis que ajudarão o programa de Privacidade da sua empresa a crescer.

[Leia Mais](#)



Escolha o software de gestão LGPD correto para sua empresa!

[BAIXAR E-BOOK](#)



A participação na pesquisa nos permitiu enxergar, com maior clareza, as expectativas de nossos funcionários e seus possíveis comportamentos em situações adversas, além de gerar insights relevantes para que possamos atuar na melhoria de nossos processos internos e na conscientização de nossas equipes.



Leonardo Morais

Coordenador de Privacidade e Proteção de Dados

RD Raia Drogasil

Esses foram os resultados da 1ª Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade, conduzida em 2021, mas o trabalho continua em 2022! Todo mês novas empresas registram interesse para avaliar o nível de Cultura de Privacidade entre seus colaboradores.

A **2ª Pesquisa Nacional da Cultura de Privacidade** já começou com o objetivo de entender como a Cultura de Privacidade nas empresas participantes da primeira edição está evoluindo, e também dando oportunidade para outras empresas fazerem parte do indicador **PrivacyCulture® INDEX BRASIL.**

Registre sua empresa para participar do estudo em palqee.com.br

Para apoiar o estudo (consultorias ou escritórios de advocacia), entre em contato com privacypalqee.com



Copyright © 2022 Palqee Brasil.
Todos os direitos reservados.

Palqee Brasil e a sua logo são marcas registradas da Palqee Technologies Ltd.

Europe
47 Pomeroy Street - Suite 54
London SE14 5GA, United Kingdom

North America
7600 Chevy Chase Drive, 78752
Austin, TX 78752, USA

Brazil
Av. Paulista 171, 4º andar
Bela Vista CEP 01311-000, São Paulo SP