

**MATHEUS HENRIQUE BUTKOSKI
GUSTAVO PERUZZO
TADS UNIVEL**

Impacto para as empresas com a regulamentação da guarda e proteção dos dados dos usuários e clientes

A regulamentação da guarda e proteção dos dados dos usuários e clientes têm provocado transformações profundas nas empresas. O advento de leis como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na União Europeia e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil redefine não apenas como as empresas coletam e armazenam dados, mas também como elas interagem com seus clientes.

Uma das transformações mais significativas é a revisão das práticas de obtenção de dados, pois as empresas agora são obrigadas a buscar consentimento explícito e transparente dos usuários. Esse processo estimula a transparência nas relações empresa-cliente e incentiva uma comunicação mais ética entre as partes. Além disso, a necessidade de limitar a finalidade da coleta de dados tem levado as empresas a analisarem minuciosamente por que estão recolhendo dados, promovendo uma revisão detalhada das estratégias de negócios.

Entretanto, essas mudanças não vêm sem desafios. O custo e a complexidade da conformidade são preocupações significativas, especialmente para pequenas e médias empresas. Investimentos em tecnologia e treinamento técnico dos colaboradores podem ser onerosos. Ademais, as empresas são instadas a ter protocolos rigorosos para o gerenciamento de incidentes de segurança, incluindo requisitos para notificação de violações de dados, assegurando uma resposta ágil e eficaz em caso de incidentes.

Apesar dos desafios, possui seus benefícios. Empresas que atendem às regulamentações não apenas evitam multas, mas também constroem confiança e reputação. A transparência nas práticas de dados aumenta a confiança do cliente e proporciona uma vantagem competitiva no mercado além de promover a inovação responsável, incentivando o desenvolvimento de novas tecnologias e uma maior responsabilidade social corporativa.

Pode-se concluir que a regulamentação da guarda e proteção dos dados dos usuários e clientes tem transformado a maneira como as empresas operam. Embora desafiadora, essa mudança promove não apenas a proteção dos consumidores, mas também aprimora a integridade e confiança das empresas, incentivando práticas de negócios mais éticas e transparentes em nossa era digital em constante evolução.