

MENU

EXAME

**IVONE
SILVA**Director
Corporate
Services, CGI

CRIATIVIDADE É A CHAVE PARA O SUCESSO NA TRANSIÇÃO DO RGPD

EXAME | 13.02.2019 às 17h02 Ivone Silva

☐ 小

As empresas necessitam de ser criativas e ousadas na adoção de práticas e ferramentas e este é actualmente um dos maiores desafios para as TI

A pesar das penalidades financeiras e dos riscos de imagem serem particularmente elevados, é essencial que as empresas continuem a assegurar a produção de valor através dos seus dados.

O RGPD não se trata apenas de uma questão de conformidade, mas sim de um passo importante para a regulação do tratamento de dados pessoais. O processamento e a exploração de dados criam cada vez mais valor acrescentado às organizações, sendo que, de acordo com a análise da Comissão Europeia, os dados vão representar 4% do PIB em 2020. Esta realidade faz com que as práticas atuais

MENU não sejam por vezes totalmente transparentes, o que preocupa cidadãos e autoridades.

Pacto de confiança

A questão central que o RGD levanta é a confiança. Os consumidores e os cidadãos reconhecem a importância crítica dos seus dados pessoais e, neste sentido, a ameaça para as empresas é constante. Uma organização que seja responsável pela fuga de informação deste cariz, vê a sua atuação comprometida. Assim que a confiança se quebra, o efeito de dominó é imediato.

Mas engane-se quem pensa que a confiança é apenas uma questão de prevenção. A confiança começa a ser conquistada quando a empresa inicia a sua comunicação sobre o processo de gestão de dados, de forma transparente, implementando ferramentas para proteger as informações dos seus clientes.

Não ter medo

O RGD não é um regulamento de restrição nem proibição. O objetivo desta conformidade não é o de prejudicar as empresas. O valor acrescentado dos dados internos e externos são essenciais para a produção de *insights* e para guiarem as decisões e estratégias das empresas, e, deste modo, devem continuar a ser explorados e analisados.

Assim, apesar dos dados em termos brutos terem pouco valor, podem transformar-se em ouro digital se forem processados e constantemente refinados, especialmente se forem combinados com outras tecnologias com Inteligência Artificial, Big Data, Internet of Things, Mobilidade, entre outras.

Os dados de qualidade

Cada vez mais, as empresas estão a testar e a tirar partido dos seus dados através da manipulação, armazenamento e exploração dos mesmos, de forma inteligente e adequada. Deste modo, são já muitas as organizações a substituírem os seus

MENU sistemas tradicionais de informação e a migrarem para soluções modernas de *business intelligence*.

A necessidade de as atividades de negócio serem acompanhadas, em tempo real, através de indicadores de confiança que são facilmente partilhados e analisados, é cada vez maior. Adicionalmente, a qualidade da informação torna-se crucial, uma vez que os dados à disposição dos quadros de decisão permitem reforçar a relevância das análises estratégicas.

Acompanhar a mudança

O RGPD é uma preocupação real no dia a dia das empresas e é necessário que as organizações tenham responsabilidades internas nesta área. Assim, caso as organizações dependam de um DPO (Data Protection Officer), as funções entre os restantes responsáveis devem ser distribuídas adequadamente, sendo essencial a existência de uma colaboração extremamente ativa.

Neste contexto, como parte da revisão da infraestrutura de sistemas de informação, a estratégia de TI deve também estar alinhada com a estratégia de negócio. Só assim é possível que os negócios utilizem os dados para melhorarem o seu desempenho.

Implementar cenários de *stress*

A criatividade é essencial para gerar valor, mas também para evitar riscos. Assim sendo, a imaginação pode ser utilizada para evitar problemas, como por exemplo: antecipar o risco de tecnologias em desenvolvimento, gerir a atividade em caso de problemas de acesso a dados, controlar os direitos dos indivíduos (clientes e funcionários) em situações normais e de stress, gerir os volumes de reclamações (como o direito de acesso a dados e o direito de ser esquecido).

A capacidade de antecipar o maior número de casos possível determinará o sucesso das empresas na transição do RGPD.

MENU

**IVONE SILVA**

Director Corporate Services, CGI

Director Corporate Services, CGI

PALAVRAS-CHAVE

TI

TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

COMUNICAÇÃO / SINAL E SENTIDO / INTERPRETAÇÃO

MOBILIDADE

ECONOMIA, NEGÓCIOS E FINANÇAS

BIG DATA

ACÇÃO / ACÇÃO / PROJECTO

DPO

COMISSÃO EUROPEIA

CIÊNCIA E TECNOLOGIA

RGPD

FUNDAMENTAL / IDENTIDADE / CORRESPONDÊNCIA

INTERNET

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

TEMPO / EVOLUÇÃO E HISTÓRIA / ACONTECIMENTO

DATA PROTECTION OFFICER



PUBLICIDADE

MENU

ÚLTIMAS

MAIS ARTIGOS