

as organizações fez muito pouco para se adaptar à nova realidade.

países problemas detetados dizem respeito à “falta de conhecimento” e “necessidade de formação” dos colaboradores e membros da gestão da empresa nos temas de proteção de dados pessoais e segurança da informação, os quais, por sua vez, se “traduzem em falhas na forma como são estruturados os processos de negócio, levando a incumprimentos na proteção de dados pessoais”.

Já Cláudia Martins, especialista

nestas matérias na sociedade de advogados Macedo Vitorino e Associados, afirma que até tem verificado um “esforço proativo” por parte de entidades privadas e públicas “para, no mínimo, compreenderem as implicações do RGPD no seu dia a dia”. Porém, lamenta, “isto não significa que a maioria das organizações tenham implementado as medidas necessárias para atuarem em conformidade com o RGPD.”

A advogada destaca o trabalho que tem vindo a ser feito em setores de atividade onde os dados pessoais são um ativo estratégico, como é o caso do setor da banca e dos seguros, da saúde, das comunicações eletrónicas, ao nível do comércio a retalho, mas “em contraposição, o grau de implementação nas PME é ainda pouco maduro”. Um dos principais desafios detetados ao longo do último ano, segundo Cláudia Martins, foi precisamente a “resistência de muitos dentro das organizações em estarem pre-

dispostos para a mudança”. A advogada confirma ainda que “há atrasos na implementação do RGPD no setor público”, para os quais contribuiu a demora na aprovação do diploma no Parlamento.

Bruno Castro, da empresa de cibersegurança Visionware, considera, por seu lado, que “uma das maiores virtudes” do RGPD prende-se com o “enorme contributo que tem dado para a mudança da mentalidade do tecido empresarial português”, que está “bastante mais consciente para a privacidade e para a cibersegurança e sua importância na estabilidade – ou até sobrevivência – do negócio”. Ainda assim, “seja por desconhecimento, desleixo ou mau aconselhamento, o que verificamos é que, apesar de esta mudança estar a acontecer, existem ainda muitas entidades, privadas e públicas, que não deram este passo e que, muitas vezes, só o fazem como reação a um susto ou a uma penalização”, acrescenta. ■

“  
**Existem atrasos na implementação do RGPD ao nível do setor público.**

CLÁUDIA MARTINS  
advogada na Macedo Vitorino

Com  
fez  
not  
dad

A Co  
ção d  
864 p  
entre  
e 30  
uma  
sos p  
entro

Es  
de que  
tras a  
ções p  
CNPI  
Negó  
Comis  
ções de  
protec  
263 ac  
de sanc  
da ante  
multou  
reiro p  
indevid  
Finalm  
ainda 2  
carrega  
dos, dos  
ativas a

A or  
nizações  
encarre  
dos foi p  
novidade  
novo Re

**Associa  
balanço**

Contacta  
sociação  
Proteção  
(APDPO)  
lanço neg  
logo pelo  
ainda não  
execução  
muitas e  
públicos e  
empenha  
vas obrig  
grandes e  
departam  
dados, a n

# retação foi a maior dade das empresas



## Randstad eliminou 240 mil currículos

A Randstad teve de eliminar cerca de 40% dos registos de mais de 600 mil pessoas em Portugal, o equivalente a 12% da população ativa, “uma dor para uma empresa que vive de e para pessoas”. O CEO, José Miguel Leonardo, frisa que já está a captar “o ouro perdido”, agora com o consentimento automatizado, confiando que os dados “são recuperáveis” e até mais atualizados, pois recebe dez mil novos candidatos por mês através do site, em candidaturas a vagas ou registos espontâneos. Com o negócio assente em dados pessoais – currículos de candidatos com dados pessoais e informação contratual com clientes e colaboradores –, a multinacional de recursos humanos começou a adaptar-se em 2017 a nível europeu, mas também houve investimento local, especialmente nas áreas jurídica e tecnológica, além da contratação de um Encarregado de Proteção de Dados e de um “Security Information Officer”. Os processos estão implementados, os registos guardados e os automatismos em prática, mas o gestor avisa que “o RGPD é sempre um ‘trabalho em curso’, é uma transformação cultural do dia a dia, das pessoas em todas as suas interações”, incluindo ao nível das compras e da relação com os fornecedores. ■AL



## SIVA critica falta de orientações

A SIVA, distribuidora em Portugal dos veículos do Grupo Volkswagen, aponta como um dos aspetos negativos do processo de implementação do RGPD a falta de orientação por parte das entidades reguladoras. “Ainda há muitos aspetos da lei que estão sujeitos a interpretação por não existirem ‘guidelines’ das entidades reguladoras para o nosso país. Isto condiciona todo o processo de ‘compliance’”, refere fonte oficial da empresa ao Negócios. Sem revelar o investimento necessário para implementar o RGPD, a mesma fonte indica que, “para além do tempo investido de colaboradores-chave da organização, houve necessidade de recorrer ao apoio jurídico externo, consultoria organizacional e de processos e reformulação das estruturas de IT”. A SIVA teve de “alterar os métodos de recolha de dados de clientes, sistematizar e documentar processos de tratamento de dados, reforçar plataformas e estruturas tecnológicas”. A empresa entende que “para as atividades de marketing existia um interesse legítimo de contacto com os clientes, ou seja, não iríamos precisar de consentimento”. “Informámos os nossos clientes, dando a possibilidade de se oporem de imediato. Cerca de 10% opôs-se nesse momento”, disse. ■PC



## Frulact descontente com efeitos práticos

“Este é um projeto ‘on going’ e com diferentes etapas de maturidade”, começa por ressaltar João Miranda, CEO da Frulact, uma das maiores fabricantes mundiais de preparados à base de fruta. Será então “sempre um projeto ativo”, sendo que, “à data atual”, o grupo conta “com um conjunto de procedimentos e regras definidas e está em curso a finalização da sua implementação”. Na empreitada de implementação do RGPD na Frulact foram “investidos cerca de 80 mil euros durante o ano de 2018”, com o CEO a prever aplicar mais cerca de “70 mil euros no ano de 2019”. Com uma faturação de 115 milhões de euros, operando oito fábricas em cinco países, “o mais difícil” na implementação do RGPD foi “a conjugação de todos os departamentos” envolvidos, “sem implicar uma maior carga administrativa no trabalho do dia a dia da empresa”. De resto, para Miranda, esta medida “está muito longe de atingir o objetivo” pretendido. “No dia a dia, não sinto que tenha havido efeitos práticos desta medida. Houve, sim, um acréscimo de custo para as empresas, e a sensação de que nada mudou na temática de proteção de dados”, garantindo que a empresa “não perdeu quaisquer contactos por causa do RGPD”. ■RN

# 40%

### REGISTOS

Depois de avançar com uma campanha de consentimento multicanais, a Randstad acabou por ter de eliminar cerca de 40% dos registos.

# 10%

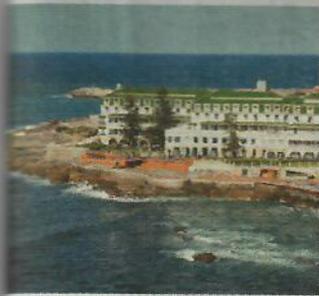
### CONTACTOS

A SIVA revela que “cerca de 10%” dos contactos da sua base de dados opuseram-se ao tratamento de dados, sendo removidos da lista de clientes.

# 150

### INVESTIMENTO

A Frulact investiu cerca de 80 mil euros em 2018 na implementação do RGPD e este ano o investimento previsto nesta frente ronda os 70 mil euros.



## Vila Galé sem custo adicional

O grupo Vila Galé, “a implementação do RGPD não representou propriamente um custo adicional”. A fonte oficial do grupo hoteleiro refere-se a Negócios que “já tinha infraestruturas informáticas e software suficientemente robustos para garantir a deteção de violações e proteção contra possíveis ataques internos ou externos”. Ainda assim, foram tomadas medidas como a criação da figura do Encarregado de Proteção de Dados (DPO), a revisão dos procedimentos manuais de dados pessoais, a minimização dos dados solicitados aos clientes quando fazem uma reserva ou o reforço da formação dada às equipas sobre o RGPD. “A implementação da nova legislação ficou concluída antes da sua entrada em vigor, uma vez que o Vila Galé começou a preparar-se com muita antecedência e introduziu as alterações mesmo antes de serem obrigatórias”, disse. “Uma das faces mais visíveis do trabalho que fizemos é a área de conteúdo do site do Vila Galé, onde é possível ao utilizador exercer os seus direitos e proceder à alteração dos seus dados pessoais”, detalhou. “Ao longo do primeiro ano de vigência do RGPD, temos notado que os nossos clientes dão mais atenção ao tratamento dos seus dados pessoais”. ■ PC



**“Temos notado que os nossos clientes dão mais atenção ao tratamento dos seus dados pessoais e ao uso que as empresas fazem deste tipo de informação.”**

FONTE OFICIAL DO GRUPO VILA GALÉ



## Mercedes aponta investimento

A Mercedes-Benz Portugal destaca o “investimento importante” que realizou para implementar o RGPD. Fonte oficial da empresa indicou aos Negócios que esse investimento incluiu “a contratação de uma empresa de consultoria para efetuar o levantamento inicial e de um recurso adicional”. E aponta como maior dificuldade neste processo, “sem dúvida, a interpretação do próprio RGPD”. “Em termos mais pragmáticos, no início da implementação surgiram dúvidas relativamente à possibilidade de contacto com a nossa base de clientes já com consentimento ao abrigo das regras anteriores”, explica a mesma fonte, acrescentando que “houve a necessidade de rever diversos procedimentos internos para que estivessem de acordo com o RGPD”. Segundo disse, foram adaptadas as declarações de consentimento para todos os clientes Mercedes-Benz e Smart, assim como atualizadas as políticas de privacidade em todas as plataformas. “Criámos igualmente um contacto específico para temas de proteção de dados, assegurando assim os direitos dos clientes no que respeita ao acesso, portabilidade ou direito ao esquecimento”, detalha. A empresa assegura que a perda de contactos “não ocorreu de forma relevante”. ■ PC



**“A fase de implementação do RGPD implicou um investimento relevante, incluindo a contratação de uma empresa de consultoria.”**

FONTE OFICIAL DA MERCEDES-BENZ PORTUGAL



## Vicaima conclui sem dificuldades

Na Vicaima, um dos maiores produtores europeus de portas de interior, “o processo de implementação do RGPD já foi concluído”, revela o presidente do grupo, que tem sede em Vale de Cambra. Não obstante, como “é um processo dinâmico”, Arlindo Costa Leite nota que, “como tal, é necessária a manutenção dos registos das atividades de tratamento de dados pessoais e realizar avaliações de impacto sempre que ocorra uma nova situação”. Garantindo que o grupo não teve “dificuldades de maior” na aplicação do RGPD e que não perdeu quais contactos de base de dados por causa disso, o empresário confidencia que, a nível interno, este processo conduziu a uma “alteração de mentalidades, através de ações de sensibilização”, assim como a “alterações no ‘workflow’ dos processos de negócio”. Já a nível externo, levou a uma “reavaliação dos contratos com fornecedores e prestadores de serviços” e a “alteração da política de privacidade”. Com a adoção do RGPD, entre outros efeitos práticos, destaca a “otimização da estrutura tecnológica e dos processos de negócio” da Vicaima – que emprega cerca de mil pessoas – e “a melhoria da imagem corporativa, nomeadamente nos países da UE” onde está presente. ■ RN



**“O processo de implementação do RGPD já foi concluído. Não existiram dificuldades de maior. Até ao momento não perdemos quaisquer contactos.”**

ARLINDO COSTA LEITE Presidente da Vicaima



## Metro do Porto teve dúvidas

A Metro do Porto garante que a entrada em vigor do Regulamento não lhe tomou as diligências necessárias para dar cumprimento ao mesmo, fazendo agora “um levantamento” da sua implementação de considerar que as dúvidas não trouxeram “efetivamente proteção dos dados pessoais e dados”. A empresa salienta a implementação do regulamento não exigiu investimentos, mas já este é “um processo que ainda não acabou”, pelo que “não é adequado referir o montante do investimento realizado”. Embora as dificuldades sentidas no processo de implementação do Regulamento do Porto admite que “neste processo surgiram algumas dúvidas de interpretação e aplicação do Regulamento, que foram sendo dissipadas ao longo dos tempos”. A empresa garante que não perdeu contactos de base de dados. Para a Metro do Porto, a implementação deste regulamento, que entrou em vigor agora um ano da entrada em vigor, “contribuiu para uma maior sensibilização e participação das partes interessadas ao nível de todos os departamentos económicos, em prol da proteção dos direitos pessoais”. Mas sustenta que este é “um processo em curso”, o qual “necessita de um acompanhamento constante”. ■ RN



**“No início surgiram algumas dúvidas de interpretação e aplicação do Regulamento, que foram sendo dissipadas ao longo dos tempos.”**

FONTE OFICIAL DA METRO DO PORTO