



Ata da Grupo de Estudo SAC e Ouvidoria na Área da Saúde (Ano 2023)

Data: 30/03/2023

Horário: 10h00 às 11h30 (online)

Elaborado por: Mariana Copetti

Revisado por: Beatriz Cullen - IBHE

Participantes

A.C. Camargo Cancer	Maiane Miranda	H.Oswaldo Cruz	SoraiaM. Carvalho
Care Plus	Stephanie Santa Rosa	H. São Camilo	Ana Paula Forte
Cyrela	Carla Costa	Sabin	Amanda Araujo
Cyrela	Maicler Gama	Sabin	Camila Alves
Danone	Ingrid Silva	Vivest	Adileia Fagundes
Danone	Nathalia Silva	Vivest	Jackeline Florencio
Dasa	Valdineia Martins	IBHE	Beatriz Cullen
H. Einstein	Alessandra Santos		
Convidado (Danone)	Rodrigo Nascimento		

Agenda do dia

- Apresentação/Estudo de caso sobre **O impacto da LGPD no SAC e Ouvidoria na Área da Saúde** – por **Rodrigo Nascimento**, Gerente Jurídico da Danone
- Início das discussões sobre o tema

Coordenação – **Beatriz Cullen** (Diretora do IBHE)

Pontos Discutidos:

- ✓ Beatriz (IBHE) cumprimentou todos e deu início à reunião.
- ✓ Maicler (Cyrela) e Stephanie (Care Plus) se apresentaram, era a primeira vez que participavam do Grupo.
- ✓ Beatriz (IBHE) cumprimentou o convidado, Rodrigo Nascimento, Gerente Jurídico (Danone) e pediu para que apresentasse e trouxesse dicas sobre cuidados na aplicação da LGPD em SAC e Ouvidoria, já que é o tema que o Grupo irá trabalhar.
- 1 ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) propôs um bate-papo para discussão do tema ao invés de uma apresentação com slides.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) iniciou sua fala contando sobre sua trajetória: trabalha há 8 anos na Danone na Área Jurídica, sendo que nos últimos 3 anos, tem se dedicado como parte do seu escopo, à área de Data Privacy, que nasceu depois do surgimento da LGPD.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) alertou que a LGPD já está vigente e que as empresas estão sendo observadas de todos os lados quando se fala do tratamento de dados pessoais.
- ✓ Beatriz (IBHE) fez uma pausa na apresentação para a introdução de alguns novos Membros, que haviam acabado de entrar na reunião.

- ✓ Valdineia (Dasa) se apresentou, ela é Gerente de Atendimento da Regional Sul.
- ✓ Beatriz (IBHE) lembrou a todos que ao final de um tema escolhido e discutido pelo Grupo, irão criar um estudo, artigo ou pesquisa para compilar todo o conteúdo e compartilhar com o mercado, sem citar o nome das empresas envolvidas, apenas o Segmento de atuação, como é feito todos os anos. Ela ainda lembrou que para ter seu nome como coautor do estudo, é necessário ter, no mínimo, 50% de participação nos encontros. Além disso, lembrou da importância de ter seu nome em um estudo publicado, bom para o currículo e carreira.
- ✓ Adileia (Vivest) se apresentou como Ouvidora da empresa.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) seguiu a apresentação dizendo que o objetivo era uma conversa para troca de experiências e que falaria mais do lado prático no tratamento de dados que chegam pelas Centrais de atendimento, que a legislação em si.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) contextualizou historicamente, dizendo que, hoje, uma empresa não vive sem o tratamento de dados do cliente e que já existem profissionais desse ramo há mais de 10 anos. Por conta disso, foi necessária a criação de uma legislação para o tratamento de dados, e a nossa (LGPD), foi inspirada nas leis européias (GDPL). A LGPD foi publicada em 2018 e serve para garantir que o tratamento de dados pessoais siga algumas regras e proteja a privacidade dos clientes.
- ✓ Beatriz (IBHE) pediu para que Rodrigo esclarecesse o que são os dados pessoais.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) respondeu que dados pessoais são quaisquer informações ou conjuntos de informações que identifiquem uma pessoa física. Ele exemplificou que nome, cargo, e-mail e CPF são formas de identificar alguém. Além disso, deu um exemplo de "amigo secreto", quando antes de entregarem o presente, caracterizam fisicamente a pessoa a quem irão presentear para que os outros adivinhem. Ele ainda lembrou que o que está no escopo da LGPD são apenas os dados de pessoas físicas, não jurídicas.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que dentro dos dados pessoais, existem categorias, como os dados pessoais sensíveis, que são muito utilizados no meio da saúde. Esses são dados que expõem mais o indivíduo, como altura, peso, tipo sanguíneo, orientação sexual, posicionamento político etc. Esses são dados equiparados aos de crianças (menores de 12 anos), que possuem mais regras para serem adquiridos.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone – convidado) seguiu dizendo que a regra de ouro da LGPD, é quando precisa de uma finalidade pré-existente para coletar os dados pessoais. A segunda regra é que seja coletado, apenas o necessário para o atendimento. Por exemplo: um consumidor pede o reembolso do valor de um produto. Nesse caso, faz sentido que seja coletado nome e CPF e até dados bancários para que seja feita a devolução do valor. Não faria sentido coletar o nome de sua mãe e nem nome/telefone de outros amigos, por exemplo.
- ✓ Beatriz (IBHE) perguntou como, nos casos em que precise de outros dados (como no exemplo dos dados bancários), isso é formalizado, precisa ficar gravado/registrado?
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) respondeu dizendo que o importante é haver transparência no momento de pedir qualquer dado. Deu o exemplo da Danone, que antes mesmo de iniciar o atendimento, as responsáveis avisam que alguns dados serão coletados para a finalidade de atendimento, restituição de valores etc. Não necessariamente precisa ficar gravado ou registrado,

mas sim ter uma forma de comprovar que a empresa foi transparente ao pedir os dados. Como exemplo, utilizando um aviso de privacidade no site, um *disclaimer* no rodapé do e-mail e, no caso de ligações telefônicas, essas sim podem ser gravadas.

- ✓ Beatriz (IBHE) perguntou como, no caso dos avisos e *disclaimers*, as respostas ficam armazenadas para comprovar o aceite ou não do compartilhamento de dados.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que isso está ligado as bases legais da LGPD. No caso do aceite no site, está diretamente ligado à base "Consentimento", que é apenas uma delas e não necessariamente em todos os casos é necessário pedir este aceite. Existem 9 bases legais para a coleta de informações pessoais.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) seguiu a conversa falando sobre o atendimento das empresas. De acordo com várias legislações e códigos, existe a obrigação do atendimento ao cliente pela empresa e, para atender o consumidor, é necessário, no mínimo, saber o nome dele. Essa já é a coleta de um dado pessoal. Mas digamos que a pessoa se recuse a dizer seu nome, como seguir o atendimento? É praticamente impossível. Por isso, existem outras bases legais, como "Obrigação legal", que permitem a coleta de dados essenciais para o atendimento. Por isso, é preciso abandonar o conceito de que é necessário pedir a permissão para a coleta de todo e qualquer dado.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) seguiu dando um exemplo: ao finalizar um atendimento e resolver o problema de um consumidor, o atendente diz que a empresa está realizando uma pesquisa para melhorar um produto que eles desenvolveram e pergunta se o consumidor aceita participar do teste/entrevista. Mas para participar, o consumidor precisa passar seu nome e telefone. Nesse caso, a pessoa pode negar e aí se aplica a base de "Consentimento".
- ✓ Ingrid (Danone) disse que na empresa, em todos os e-mails de SAC, eles possuem um campo onde está escrito que todas as informações coletadas são necessárias para o atendimento. No caso do atendimento pelo canal WhatsApp, quando o consumidor entra em contato, a resposta automática diz a mesma coisa, e isso também acontece nos atendimentos telefônicos, nos quais existe uma gravação que informa sobre a coleta de dados antes mesmo do atendimento humano. Ainda exemplificou um caso em que um consumidor ligou por enfermidade ao consumir um produto da empresa (por exemplo: um diabético consumiu Danette). Uma das primeiras perguntas feitas nesses casos é se a pessoa possui alguma restrição alimentar, que é um dado sensível, mas essencial para prosseguir com o atendimento. Por isso, ela falou sobre a importância da proximidade com a Área Jurídica, para saber quando é possível coletar algum dado ou não. Isso porque, como atendentes, é preciso saber até onde se pode chegar com o atendimento, pelo fato de que sem alguns dados, não é possível continuar o atendimento.
- ✓ Ana Paula (H. São Camilo) disse que teve um caso em que uma paciente questionou o motivo do hospital perguntar a religião da pessoa no preenchimento da ficha médica. Ela explicou que na área médica existe a possibilidade da transfusão de sangue em alguns casos, o que não é permitido por algumas religiões, por isso a importância desse dado, o que torna ele uma "Obrigação legal".
- ✓ Carla (Cyrela) perguntou como foi a adaptação da empresa (Danone) à LGPD. Ela disse que no caso da Cyrela, eles recebem muitos contatos de terceiros (que falam em nome de seus clientes)

e, às vezes, é preciso confirmar alguns dados, o que ainda causa receio (na empresa e no terceiro). Por isso, perguntou como isso é feito na Danone.

- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que é muito comum o receio do titular em fornecer dados, especialmente os que possuem maior acesso à informação, o que pode causar interpretações deturpadas da lei. Por exemplo: um consumidor quer participar de uma promoção na qual alguém irá ganhar um prêmio, mas se recusa a passar dados pessoais. Nesse caso, é necessário que quem está fazendo o atendimento, explique a necessidade desses dados para a participação na promoção, e que, se o prêmio for em dinheiro, será preciso dos dados bancários para a transferência do prêmio. Mais importante do que encher os usuários de termos, aceites e documentos para ele assinar, é necessário que a empresa forneça as informações de forma transparente.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) deu o exemplo de um desafio enfrentado pela Danone, no qual a política de privacidade possui muitas páginas, e os leitores não passavam da leitura, na segunda página. Esse é o documento que possui todas as informações sobre o tratamento de dados e tem tudo o que o consumidor precisa saber sobre o assunto. Então eles precisavam deixar esse documento atrativo, e foi aí que entrou o Visual Law e Legal Design, que é o uso de técnicas de design para tornar mais fácil a leitura do documento, utilizando imagens, fontes e diagramações atrativas.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que foi feita uma pesquisa com 30 usuários sobre a leitura do documento (feito inteiramente de texto), que tinha 16 páginas, e 89% não passava da leitura da segunda página. Já o documento reformulado com Visual Law e Legal Design, foi lido até o final por 78% dos participantes. Esse é um exemplo de como passar as informações de forma transparente e evitar reclamações dos consumidores. Na Danone, o número de reclamações por LGPD foi menor que 20 em 2022.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) mostrou o documento e explicou um pouco sobre ele, demonstrando a facilidade de navegação. As informações estão devidamente destacadas, o índice é clicável (o que torna o acesso à informação mais fácil). O documento de privacidade da Danone está no site, neste link: <https://corporate.danone.com.br/privacidade-e-cookies/aviso-de-privacidade/>. E o de política de cookies é: <https://corporate.danone.com.br/privacidade-e-cookies/politica-de-cookies/>.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) contou também que o objetivo é diminuir ainda mais o número de páginas do documento, mas que, para uma empresa de alcance global, o número de reclamações por LGPD é mínimo.
- ✓ Beatriz (IBHE) perguntou se conseguiu que a Danone global utilizasse o mesmo formato de documento.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que apresentou a ideia, mas que ainda não foi implementada globalmente. Isso porque apesar da legislação europeia e brasileira serem parecidas, existem diferenças na interpretação. Lá eles ainda consideram que todos os dados precisam de consentimento e aceites, com "caixinhas clicáveis" com links para os termos, o que é um desafio para a relação entre a empresa brasileira e a global.

- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) ponderou que, especialmente na área da saúde, muitas vezes será necessário o consentimento, mas isso não significa que seja preciso termos textos enormes, mas sim a transparência e facilidade desde o momento zero da comunicação entre empresa e consumidor.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) fez um breve resumo do que foi dito na reunião: existem 10 bases legais para a coleta de informações pessoais, o "Consentimento" é só uma delas. Ele deve ser utilizado, principalmente, para a coleta de dados sensíveis e de crianças, por exemplo.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) seguiu dizendo que a LGPD não é um projeto e não deve ser encarado como algo que irá desaparecer com o tempo. Na verdade, é uma jornada que deve ser cada vez mais aprimorada. Disse ainda que não é a Área Jurídica o responsável pela implementação da LGPD em uma empresa. Mas se não é o Jurídico, quem é? A resposta: - TODOS. Isso porque ela exige diversos tipos de conhecimento: tratamento do consumidor, governança, controles internos, segurança da informação. A área Jurídica muitas vezes pode centralizar a informação, mas não consegue colocar a LGPD em prática sozinho.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) deu exemplo da Danone e do documento reformulado, dizendo que isso não seria possível sem o auxílio do pessoal de UX (User Experience), que sabe o que o consumidor entende ou não, a comunicação que fez o design, o time de TI, que informa o tipo de arquivo que deve ir para o site, etc.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) explicou como esse processo foi implementado na Danone. Em agosto de 2018, a lei foi apresentada oficialmente e teria vigência em agosto de 2019, o que já foi um baque para as empresas. Ele levou o tema à gerência, explicando que seria necessário esforço e dedicação financeira e de tempo para a implementação do processo e tudo foi levado à liderança. A primeira mobilização foi feita para engajar os níveis gerenciais, no qual foi apresentado o plano de trabalho.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) explicou que em maio de 2019, contrataram uma consultoria sobre o assunto, para que ajudasse a entender onde estavam os gaps, em quais meios eram coletados os dados pessoais e as melhorias que deveriam ser tomadas (foram 300 recomendações). Essas conclusões foram feitas baseadas em entrevistas 100% das áreas da empresa (em alguns casos, a mesma área foi entrevistada 10 vezes). Depois foi feito um inventário com todos os dados coletados (ex: Fulana, do setor de atendimento ao cliente, coleta nome, CPF, e-mail e idade do consumidor. Esses dados são passados para o setor X que faz Y com eles). Esse inventário é um documento obrigatório pela LGPD e é essencial para que a empresa torne visível tudo o que é feito com as informações. Todo esse processo durou até dezembro de 2019.
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) contou que reuniu todas as recomendações da consultoria e conversou, novamente, com todas as áreas para desenvolver planos de ação. A ordem seguida foi: recomendações macro, que envolviam mais de um setor, para recomendações mais específicas, que envolviam setores separados. Também contrataram um escritório de advocacia para revisar todas as alterações feitas (contratos, termos, cláusulas etc.).
- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) reforçou que 2021 foi o momento de colocar em prática, tudo o que foi feito/coletado. Então, elaboraram treinamentos para todos os colaboradores e setores,

além de publicarem todos os meses artigos sobre o tema na plataforma interna utilizada pela empresa, construindo uma comunicação simplificada e interessante, tanto para os colaboradores, quanto para os consumidores. E assim foi possível manter o tema em alta e garantir a participação de toda a empresa, para que cada vez mais essa comunicação seja melhorada.

- ✓ Rodrigo Nascimento (Danone) disse que no final de 2021, se reuniram novamente para analisarem tudo o que foi feito, quais eram os erros, acertos e melhorias que deveriam ser feitas para que em 2022 tudo ficasse alinhado. Em 2022 todo o inventário foi atualizado, pois houve troca de sistemas, plataformas, colaboradores etc. Em 2023, o plano de continuidade segue, já que existem muitas atualizações e mudanças da LGPD.
- ✓ Beatriz (IBHE) elogiou a apresentação simplificada de Rodrigo e ainda disse que realmente as empresas ainda encaram a LGPD como um projeto e não como algo que deve ser contínuo e melhorado.
- ✓ Beatriz (IBHE) propôs que houvesse uma troca de experiências sobre a implementação da LGPD em cada empresa. Nesse caso, serão feitos Mini Grupos para que cada um apresente o assunto do ponto de vista das empresas. Não será preciso se preocupar com a parte visual, pode ser algo simples. A divisão será feita aleatoriamente e já no próximo encontro, teremos 2 ou 3 apresentações.
- ✓ Beatriz (IBHE) agradeceu a participação de todos e a excelente apresentação e participação de nosso convidado. E deu por encerrada a reunião.

2 **Próxima reunião:** 27/ABR

Horário: 10H00 às 11h30