



Clientes em risco

A falta de seriedade na administração de dados dos consumidores pode arruinar a reputação de uma companhia

Está se tornando cada vez mais corriqueiro: alguém tem o laptop roubado ou perde os discos do computador. Para piorar as coisas, lá estavam informações pessoais que agora se acham em poder de indivíduos de má índole dispostos a fazer mau uso delas. Tempos atrás, num incidente com uma empresa de entrega de encomendas, o escritório da HM Revenue & Customs perdeu vários discos contendo os nomes, as datas de nascimento, informações sobre contas bancárias e o número do seguro social de 25 milhões de cidadãos do Reino Unido. A frequência com que tais quebras de sigilo acontecem é sinal de que falta às empresas mais seriedade na gestão dessas questões.

"As empresas não levam a sério a privacidade e a proteção dos dados de que dispõem", afirma Richard Thomas, comissário de Informações do Reino Unido. "Trata-se de uma questão de liderança e de cultura. Muitas vezes, ela é relegada ao pessoal técnico, quando deveria ser objeto de preocupação da empresa inteira."

Toda organização tem uma cultura própria. Muitas vezes vagamente definida como "o jeito que fazemos as coisas por aqui". Os hábitos e padrões que vão se somando à "cultura" terão impacto muito maior sobre as



A segurança das informações deve preocupar a cúpula das empresas, não apenas os seus técnicos

atividades da organização do que os procedimentos escritos. Seguem-se algumas diretrizes que podem influenciar o DNA cultural da empresa:

>>> Suas ações falam mais alto do que suas palavras - Se você ocupa uma posição importante na empresa, seus empregados imitarão seus atos, não o que você diz. O alto escalão tem de dar o exemplo. Sozinho, o funcionário encarregado da privacidade não vai gerar o clima de confiança necessário à sua relação com o cliente.

>>> Descubra quem são as pessoas influentes dentro da empresa - As redes de funcionários se formam espontaneamente, e os que exercem forte influência sobre o comporta-

mento e a atitude dos demais não são, provavelmente, os que se acham no topo da organização. Descubra quem são os funcionários a quem os demais procuram quando precisam resolver algum problema.

>>> Faça da sua missão uma tarefa única, simples e unificadora - Você vai conseguir a adesão das pessoas a uma idéia se ela tiver apelo universal e se for, ao mesmo tempo, específica e tangível o suficiente para indicar direção.

>>> Comemore as pequenas vitórias - Ache exemplos de práticas corretas dos valores culturais e compartilhe-os com toda a empresa. Mostre às pessoas como as coisas são feitas na sua organização.

A importância de uma cultura transparente cresce à medida que aumentam a consciência e as expectativas do consumidor. As pessoas hoje fornecem mais dados pessoais do que nunca em interações com empresas e agências do governo. Contudo, suas expectativas em relação aos serviços prestados e à proteção também aumentaram. A empresa que for flagrada fazendo mau uso das informações de que dispõe pode arruinar para sempre sua relação com o cliente.