



Especial LGPD 03

Primeiros passos:
conheça medidas
que sua farmácia
pode empregar





Primeiros passos: conheça medidas que sua farmácia pode empregar

A LGPD estabelece uma série de providências que devem ser adotadas pelos agentes de tratamento dos dados. Segundo a lei, os agentes de tratamento são o controlador (a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais) e o operador (que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador), neste caso são os representantes da farmácia.¹

Entre as providências, estão o mapeamento e o registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizarem (coleta, utilização, arquivamento, controle dos dados coletados), incluindo a identificação das respectivas bases legais; além da adoção de medidas técnicas e administrativas e as políticas internas que assegurem o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais.¹

É preciso também o estabelecimento de um canal de contato entre a farmácia com os titulares de dados pessoais, neste caso, os consumidores que informaram esses dados.

A Lei determina, no seu art. 41, que os controladores de dados devem indicar um encarregado para atuar como canal de comunicação entre a farmácia, os consumidores e a Autoridade Nacional de Proteção

de Dados Pessoais (ANPD). Em determinadas circunstâncias, a ANPD dispensa essa indicação de acordo com a natureza e o porte da empresa ou o volume de operações de tratamento de dados². Uma recomendação é que a empresa consulte um escritório de advocacia especializado na área e com um departamento de TI com foco em segurança da informação, para que a adequação à LGPD seja realizada de forma correta.

Estudo³

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) vem conduzindo estudo sobre as práticas de proteção de dados pessoais no setor farmacêutico e iniciou diálogo com entidades representativas de drogarias e farmácias, como Abrafarma, ABCFarma, Abrafad e Asfad.

De acordo com a ANPD, a análise é conduzida pela Coordenação-Geral de Tecnologia e Pesquisa (CGTP) e tem como objetivo incentivar as associações a promoverem boas práticas no setor quanto à adequação à LGPD. O estudo também objetiva promover a atualização das políticas e dos avisos de privacidade e a melhora no diálogo e na transparência dessas associações com os titulares dos dados pessoais.

Algumas medidas que a farmácia pode empregar⁴



Peça o consentimento dos usuários

Em qualquer ação que for necessário usar dados dos usuários, é necessário pedir o consentimento e deixar claro as formas como as informações serão usadas.

É necessário deixar esse consentimento registrado pois caso haja questionamentos, será possível comprovar que o cliente aceitou fornecê-los. Caso haja mudanças no tratamento dos dados, o cliente deverá ser comunicado previamente e dar o aceite novamente.



Crie uma política de privacidade

A política de privacidade dá transparência aos procedimentos e regras da empresa, pois deixa claro suas normas e diretrizes. Ela deve conter como os dados serão tratados além de outras informações, como compartilhamento ou não de informações com outras empresas.



Informe o uso de cookies

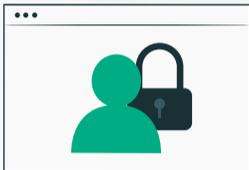
Através da estratégia de captação de leads nas redes sociais com o uso de landing page ou em sites, é necessário deixar claro para o visitante a coleta de cookies, dando também a opção para ele recusar. No caso do e-commerce da farmácia deve ser dito o motivo pelo qual o site coleta cookies.



Acesso aos dados registrados

O site da farmácia deve permitir que o usuário tenha acesso aos dados que foram registrados. Deve haver um local em que o titular pode verificar seus dados, atualizá-los, modificá-los ou até mesmo excluí-los. Os dados utilizados pelo segmento farmacêutico envolvem as informações identificáveis (nome, CPF, endereço etc.) e os dados sensíveis, que são aqueles que contêm informações biométricas e referentes à saúde do indivíduo (como prontuários e prescrições médicas).

Entenda



Leads: em marketing de venda, o termo traduz uma oportunidade de negócio que deu informações de contato, como nome e email, em troca de uma oferta da empresa (como um ebook).⁵



Landing Page: é uma página que conta com todos os elementos voltados à conversão, do visitante ao lead ou da oportunidade ao cliente.⁶



Cookies: são pequenos arquivos de texto que ficam salvos no navegador. São criados em sites salvando a navegação do usuário, podem melhorar a velocidade da página e evitar que o usuário precise repetir ações como preencher formulários, pois já deixam esses dados salvos ao acessar a página.⁷

Fontes:

- 1) Perguntas Frequentes – ANPD, disponível em <https://www.gov.br/anpd/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes-2013-anpd#e1>
- 2) Regulamento de aplicação da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), para agentes de tratamento de pequeno porte, disponível em <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cd/anpd-n-2-de-27-de-janeiro-de-2022-376562019>
- 3) ANPD estuda práticas de proteção de dados no setor farmacêutico, disponível em <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-estuda-praticas-de-protecao-de-dados-no-setor-farmaceutico>
- 4) LGPD para farmácias: conheça as principais orientações, disponível em: <https://www.gam.com.br/blog/lgpd-para-farmacias/>
- 5) O que é um Lead? Entenda para que serve a gestão de Leads e como o seu negócio ganha com isso, disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/leads/>
- 6) Landing page: tudo o que você precisa saber, disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-landing-page/>
- 7) O que são cookies e como eles são usados na internet e no Marketing Digital, disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/cookies-internet/>

