

Por Amanda Granero Aldrigui

Apesar das inúmeras lacunas no regulamento da LGPD, a conformidade aos novos preceitos normativos estabelecidos não é uma opção das empresas e sim uma necessidade para se manter competitivo no mercado atual.

Com a globalização e consequente expansão do comércio, para se manterem no mercado, as empresas tiveram que reinventar suas estratégias de venda e investir, maciçamente, nas ferramentas de Propaganda e Marketing.

Assim, as Empresas observaram que, quanto mais informações pessoais dos consumidores ela captasse, maior seria sua chance de sucesso nas vendas, afinal além de poder propiciar uma abordagem publicitária mais efetiva, conseguiria diminuir seus custos e ter um retorno econômico mais rápido.

Com o aprimoramento das técnicas somado ao avanço da tecnologia, a quantidade e qualidade da coleta das informações pessoais cresceu exponencialmente, tornando-se uma ferramenta altamente rentável e comercializável.

Atualmente, os bancos de dados tornaram-se verdadeiros “poços de petróleo”, sendo capaz não só de determinar o sucesso de uma Empresa, mas também a alteração de uma cultura mercadológica, e, até mesmo, o resultado de uma eleição presidencial!

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Migalhas, em 18.03.2020