

Por Mateus Trainini

As organizações devem enxergar o momento como uma oportunidade de construir credibilidade, garantindo a proteção e a privacidade necessárias em todos os processos e comunicando suas práticas de forma clara e simplificada

Bordões como “o cliente tem sempre razão” ou “o cliente é a alma do negócio” nunca fizeram tanto sentido como agora. Estamos, definitivamente, na era do consumidor, pois está nas mãos dele decidir em qual empresa confiar, quais serviços escolher e, desde a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), também determinar o que pode ser feito com seus dados pessoais.

Instituições de todos os setores e portes precisaram entender de forma rápida que são os usuários quem detêm o poder de decisão sobre a coleta e uso das suas informações. E é esse consentimento que faz do cliente o protagonista na relação com qualquer empresa.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Law Innovation, em 16.12.2020