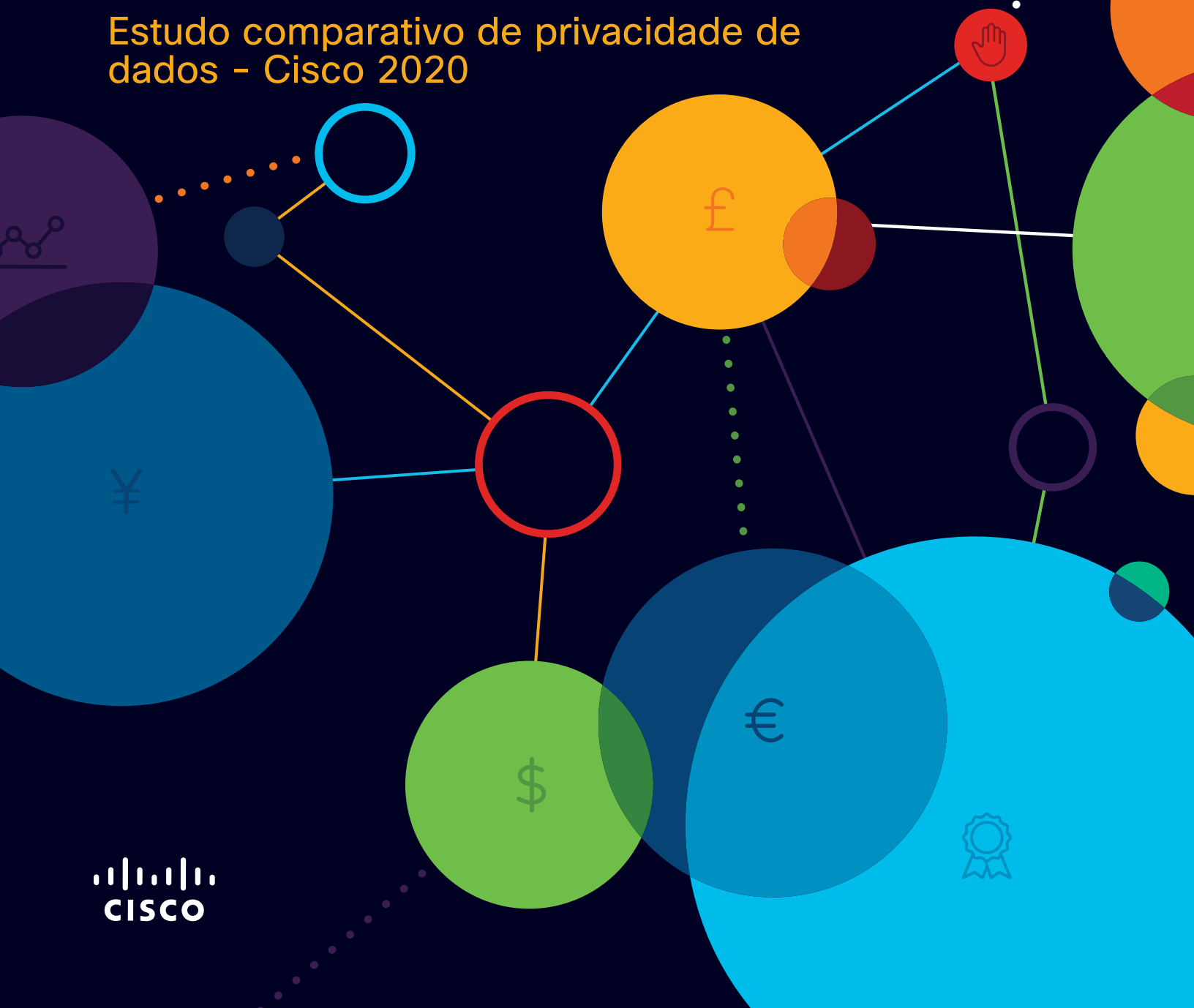




Da privacidade ao lucro: como obter retornos positivos sobre investimento em privacidade

Estudo comparativo de privacidade de
dados - Cisco 2020



Conteúdo

Introduções	3
Principais descobertas	3
Metodologia da pesquisa	3
Resultados: como obter retornos positivos sobre investimentos em privacidade	4
1. Benefícios, retornos e gastos de privacidade	4
2. Medição e valorização da responsabilidade de privacidade	8
3. Resultados de vários anos sobre os benefícios comerciais da privacidade, atrasos de vendas e preparação para GDPR	11
4. Valor das certificações de privacidade no processo de compra	12
Conclusão: o caso de negócios para a privacidade	13
Sobre a Cisco Cybersecurity Series	14

Introduções

Nos últimos anos, a privacidade de dados evoluiu de um assunto de relativa importância para um dos tópicos mais críticos para a diretoria da empresa. Hoje, as pessoas estão fazendo mais perguntas sobre como os dados pessoais são usados, e consideram a privacidade um componente importante da marca de uma empresa (consulte a [Pesquisa de privacidade do consumidor da Cisco de 2019](#)). Os regulamentos de privacidade, como o regulamento geral de proteção de dados (GDPR) da UE e (LGPD) do Brasil, aumentaram a conscientização sobre o assunto de privacidade, e isso faz com que as empresas procurem gerenciar e proteger melhor os dados pessoais, para evitar multas e penalidades significativas.

Enquanto isso, as violações de dados continuam expondo as informações pessoais de milhões de pessoas, e os consumidores se esforçam para entender o que é uma proteção eficiente. Nos últimos três anos, a Cisco realizou pesquisas de privacidade com questionários em milhares de empresas em todo o mundo. Nossa pesquisa demonstrou que, além de atenderem aos requisitos de conformidade, a privacidade eficiente é realmente vantajosa para a empresa e os indivíduos.

Principais descobertas

Na pesquisa deste ano, exploramos e quantificamos ainda mais os gastos e benefícios de privacidade para determinar o ROI da privacidade, avaliar o impacto da responsabilidade de privacidade das empresas e considerar a importância das certificações de privacidade no processo de seleção do fornecedor. Aqui estão alguns dos principais resultados:

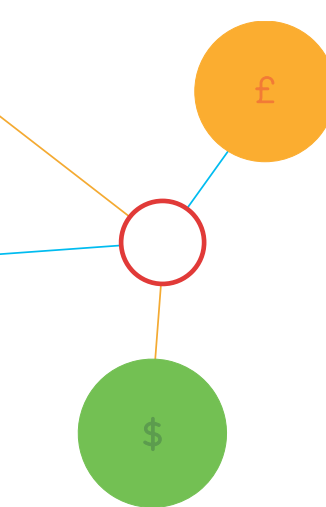
- A maioria das empresas está com retornos muito positivos sobre seus investimentos em privacidade, e mais de 40% percebem o dobro de benefícios em relação ao gasto de privacidade.
- Usando a "Roda de responsabilidade" criada pela Centre for Information Policy Leadership (CIPL), encontramos fortes correlações entre a responsabilidade de privacidade das empresas e os custos de violação mais baixos, menores atrasos de vendas e mais retornos financeiros.
- O percentual de empresas que afirma receber benefícios comerciais significativos devido à privacidade (por exemplo, eficiência operacional, agilidade e inovação) cresceu para mais de 70%.

- A grande maioria (82%) das empresas considera as certificações de privacidade como o ISO 27701 e o Privacy Shield como um fator de compra ao selecionar um produto ou fornecedor na cadeia de fornecimento.

Os resultados deste relatório apresentam fortes evidências de que a privacidade se tornou um investimento atraente, superando até mesmo os requisitos de conformidade. As empresas com direito à privacidade melhoram as relações com os clientes, a eficiência operacional e os resultados finais.

Metodologia da pesquisa

Os dados deste relatório são derivados do estudo de comparativo anual da Cisco sobre segurança digital, uma pesquisa duplo-cega com 2.800 profissionais de segurança em 13 países.¹ Os entrevistados da pesquisa representam todos os principais setores e uma combinação de tamanhos de empresa. As perguntas abordaram especificamente a privacidade para mais de 2500 entrevistados que afirmaram estar familiarizados com os processos de privacidade em suas empresas.



Mais de 40% das empresas percebem pelo menos o dobro de benefícios em relação ao gasto de privacidade.

Resultados: como obter retornos positivos sobre investimentos em privacidade

1. Benefícios, retornos e gastos de privacidade

Para desenvolver uma compreensão básica dos investimentos em privacidade das empresas, perguntamos aos entrevistados sobre o valor dos gastos anuais totais em privacidade. Para todos os entrevistados, o gasto médio de privacidade anual era de US\$ 1,2 milhões e variava significativamente de acordo com o tamanho da empresa.

Entre as grandes empresas (10.000 ou mais funcionários), o gasto médio era de US\$ 1,9 milhões e 2% dessas empresas gastavam mais de US\$ 5 milhões. No outro extremo do espectro, o gasto médio de privacidade de pequenas empresas (250 a 499 funcionários) era de US\$ 800 mil e 41% delas gastaram menos de US\$ 500 mil. (Consulte a Figura 1).

Por algum tempo, o regulamento de privacidade tem sido um importante promotor de proteção de dados para as empresas, além disso, há o incentivo das multas e penalidades. No entanto, com base em conversas com clientes e nossa pesquisa de privacidade nos últimos três anos, acreditamos que um **valor ainda maior vem de benefícios empresariais, além da conformidade.**

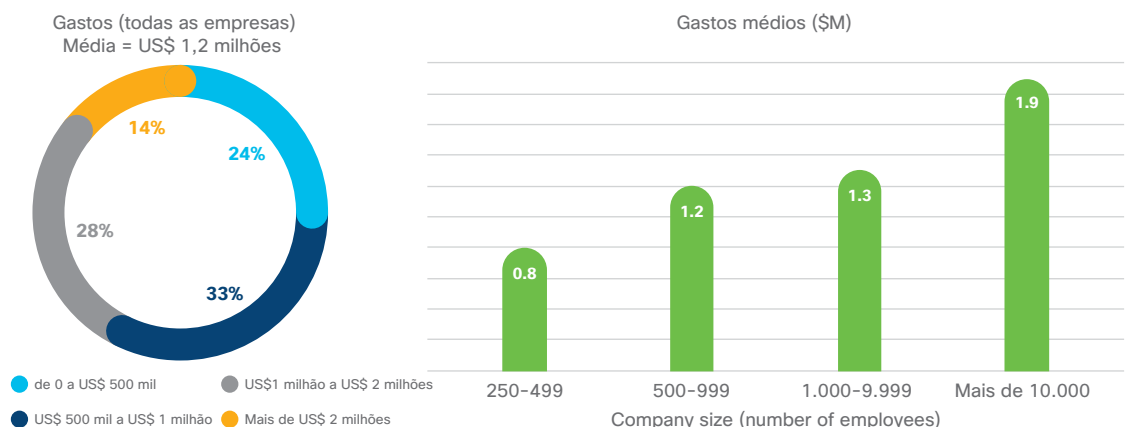
Para avaliar esse valor, perguntamos aos entrevistados quais tipos de benefícios (se houver) eles percebem em áreas como eficiência operacional, menores violações de dados e cada vez menos dispendiosas, atrasos de vendas reduzidos, melhor fidelidade e confiança do cliente etc. **Uma grande maioria (geralmente mais de 70%) indicou que percebem benefícios "significativos" ou "muito significativos" em cada uma dessas áreas.** (Veja a Figura 2).

Figura 2 Impacto comercial da privacidade
 Percentual de empresas com benefícios significativos em cada área, N = 2549



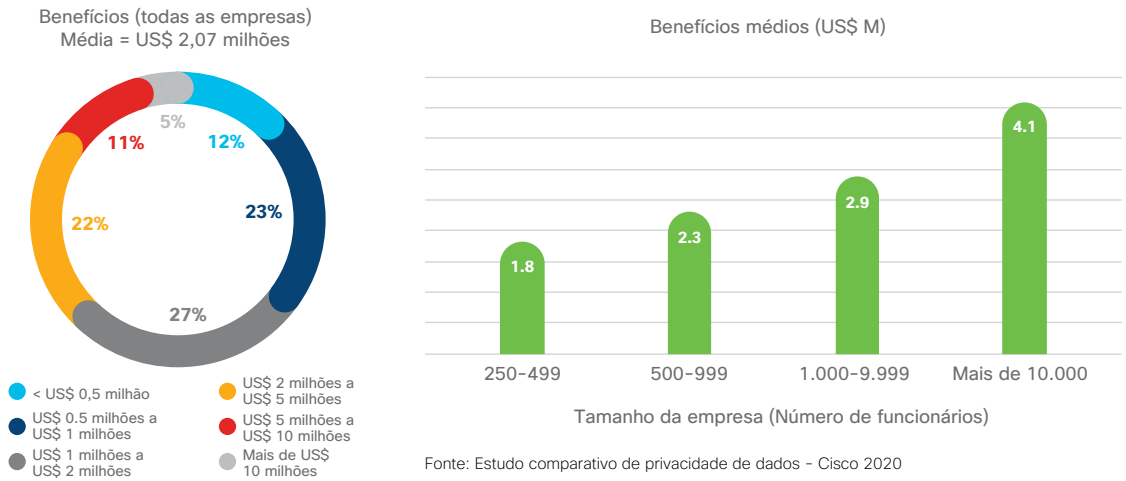
Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

Figura 1 Gastos anuais gerais de privacidade e por tamanho da empresa
 N = 2549



Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

Figura 3 Benefícios de privacidade estimados em geral e por tamanho da empresa
N = 2549

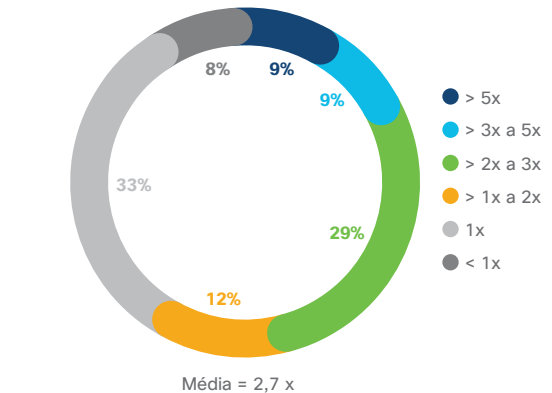


Para cada US\$ 1 de investimento, a empresa média recebeu US\$ 2,70 de benefícios.

Também pedimos aos entrevistados que fornecessem a melhor estimativa do impacto financeiro desses benefícios (em faixas de US\$ 500 mil a US\$ 1 milhão). Em todas as empresas na pesquisa, o **benefício médio estimado foi de US\$ 2,7 milhões**. Grandes empresas (10.000 ou mais funcionários) estimaram seus benefícios em US\$ 4,1 milhões e 17% indicaram o valor de mais de US\$ 10 milhões. As pequenas empresas (250 a 499 funcionários) estimaram seus benefícios em US\$ 1,8 milhões. (Consulte a Figura 3).

Ao combinar dados sobre investimentos e benefícios de privacidade, desenvolvemos estimativas iniciais para o retorno das empresas sobre os gastos com privacidade. Em todos os entrevistados, a proporção média entre benefícios e gastos foi de 2,7, o que significa que **para cada dólar de investimento, a empresa recebeu US\$ 2,70 em benefícios**. Quase metade (47%) das empresas percebem mais que o dobro de retorno, 33% percebem o mesmo retorno, e apenas 8% parecem gastar mais do que recebem de volta em benefícios. (Consulte a Figura 4).

Figura 4 Distribuição de retornos de privacidade, percentual de entrevistados
N = 2543



“ É uma vantagem fundamental e competitiva para as empresas, suas diretorias e líderes seniores abraçarem a responsabilidade e a transparência da maneira como gerenciam dados pessoais. ”

Bojana Bellamy
Presidente, Centre for Information Policy Leadership (CIPL)

Curiosamente, o retorno médio sobre o investimento em privacidade varia significativamente por país, com os retornos médios mais altos localizados no Reino Unido (3,5 x), Brasil (3,3 x) e México (3,3 x). (Veja a Figura 5).

Observe que os retornos não variaram significativamente de acordo com o tamanho da empresa. As empresas maiores estão gastando mais e recebendo mais benefícios, mas a proporção de benefícios para os gastos é semelhante nas empresas de grande, médio e pequeno porte.

Até onde sabemos, esse estudo é um dos primeiros a estimar os retornos de privacidade para empresas em escala global. Embora as respostas da pesquisa sejam inerentemente imprecisas, acreditamos que essas descobertas – com base em dados de milhares de empresas – proporcionam informações muito úteis para as empresas que se esforçam para entender os próprios retornos e priorizar os investimentos em privacidade.

Figura 5 Média de retornos de privacidade por país
Média global: benefícios = 2,7 vezes o investimento
N = 2543



Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

“ Este estudo fornece evidências empíricas de que o investimento em privacidade gera valor comercial. ”

Harvey Jang
Vice-Presidente, diretor de privacidade da Cisco

2. Medição e valorização da responsabilidade de privacidade



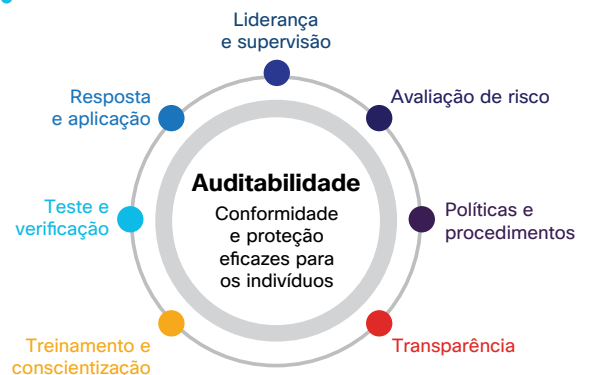
33% das empresas pontuaram acima de 4,0 na responsabilidade.

Nas últimas duas décadas, o princípio da "responsabilidade" surgiu como um tema fundamental na lei, nas políticas e nas práticas de privacidade global. De acordo com esse princípio, as empresas devem ser responsáveis pela implementação de requisitos aplicáveis de privacidade e proteção de dados, além de conseguirem demonstrar seus recursos de conformidade. O Centre for Information Policy Leadership (CIPL) trabalhou com órgãos reguladores e líderes empresariais para desenvolver a "Roda de responsabilidade" (Accountability Wheel) da CIPL, uma estrutura para ajudar as empresas a construir, gerenciar, avaliar e adaptar seu programa de privacidade.² Para entender melhor como as empresas estão posicionadas hoje, pedimos que os entrevistados avaliassem seu progresso em cada um dos sete elementos da "Roda de responsabilidade" em uma escala de 1 (pouco progresso) para 5 (completamente ou muito progresso). (Consulte a Figura 6).

Embora a variação de pontuações entre os sete elementos de responsabilidade fosse pequena, a variação entre as empresas foi bastante significativa. A pontuação média

geral foi de 3,65 para todas as empresas, mas 25% delas pontuaram 3,0 ou menos, 41% pontuaram entre 3,0 e 4,0 e 33% pontuaram mais de 4,0. (Consulte a Figura 7).

Figura 6 Roda de responsabilidade CIPL

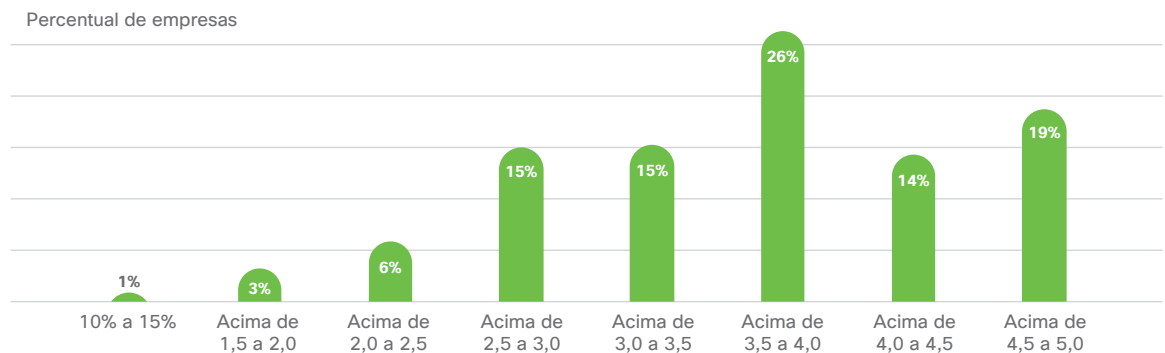


Escala de pontuação

- 1 Pouco progresso
- 2 Estamos trabalhando nisso e fizemos alguns progressos
- 3 Fizemos um progresso significativo, mas ainda temos um caminho longo a percorrer
- 4 Temos a maioria na prática
- 5 Progresso completo ou quase completo

Fonte: Estudo comparativo sobre privacidade de dados - Cisco 2020; Centre for Information Policy Leadership (CIPL)

Figura 7 Distribuição de pontuação da roda de responsabilidade
N = 2549



Observação: as barras não somam 100% devido ao arredondamento.

Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

² Centre for Information Policy Leadership é um grupo de reflexão global de política de privacidade e segurança com sede em Bruxelas, Washington e Londres. Ele funciona com líderes do setor, autoridades regulatórias e elaboradores de políticas para ajudar a estruturar e promover a privacidade e a política, a lei e a prática de segurança digital. (www.informationpolicycentre.com)



Níveis mais altos de responsabilidade de privacidade oferecem maiores retornos.

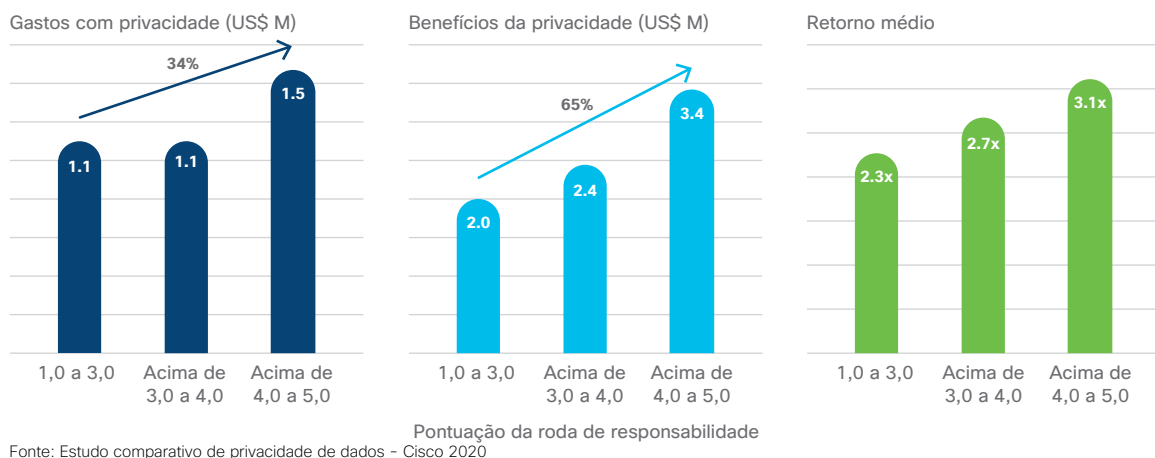
Nossa análise revela que as empresas com pontuações de roda de responsabilidade mais elevadas também têm mais benefícios relacionados à privacidade, como retornos de investimento mais altos, violações cada vez menores e atrasos de vendas mais curtos.

Retorno sobre o investimento em privacidade

As certificações de privacidade representam um fator de compra para 82% das empresas em todo o mundo. Analisamos as correlações entre os resultados das pontuações em responsabilidade e os retornos sobre o investimento em privacidade. As empresas

com alta responsabilidade gastam um pouco mais anualmente em seus programas de privacidade (US\$ 1,5 milhões) em comparação com o grupo de baixa responsabilidade (US\$ 1,1 milhões). Mas essas empresas também perceberam benefícios médios muito maiores (US\$ 3,4 milhões versus US\$ 2,0 milhões). Isso se traduz em um retorno geral de privacidade de 3,1 vezes para empresas de alta responsabilidade, 2,7 vezes para o grupo médio e 2.3 vezes para as empresas de baixa responsabilidade. **Isso significa que alcançar níveis mais altos de responsabilidade de privacidade requer investimento adicional, mas esse investimento oferece grandes retornos.** (Consulte a Figura 8).

Figura 8 Pontuação de gastos, benefícios e retornos por responsabilidade
N = 2543



“ A privacidade e a responsabilidade são fundamentais para nossa inovação orientada por dados e se tornaram principais diferenciais da nossa marca. Essa pesquisa reforça o fato de que a privacidade é um investimento fundamental para as empresas preocupadas com o futuro. ”

Caroline Louveaux
Diretora de privacidade, MasterCard



Empresas de alta responsabilidade tiveram menos tempo de inatividade de violações, menos registros afetados e custos de violação menores.

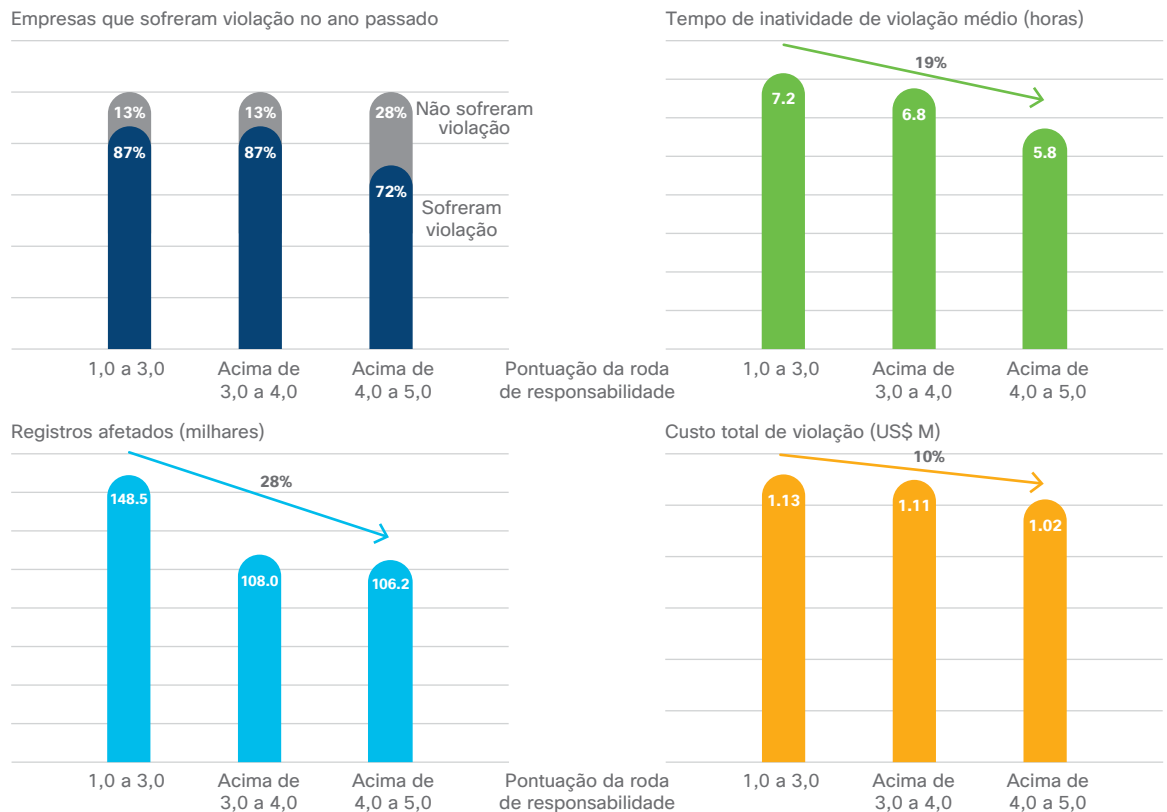
Violação e custos de perdas

Entre as empresas com pontuações de responsabilidade de 4,0 ou menos, 13% não sofreram violações de dados no ano passado. As empresas com pontuações acima de 4,0, no entanto, tinham mais de duas vezes mais chances de ficarem sem violação (28%). Além disso, o impacto e os custos de uma violação foram significativamente menores para essas empresas de alta responsabilidade. Elas tiveram 19% menos tempo de inatividade causado por violações, 28% menos registros afetados por uma violação e 10% a menos de custos com violação. **Ter processos eficientes e responsáveis para gerenciar, controlar e selecionar dados parece ajudar as empresas a evitar e/ou limitar o impacto das violações de dados.** (Consulte a Figura 9).

Atrasos de vendas relacionados à privacidade

Em termos de atrasos de vendas, a história é semelhante. As empresas com pontuação alta (acima de 4,0) na responsabilidade tiveram uma média de apenas 3,6 semanas de atraso, em comparação com 3,9 semanas para o grupo de responsabilidade média e 5,5 semanas para o grupo de responsabilidade alta. Isso se traduz em uma redução de 35% em atrasos de vendas médios, permitindo que as empresas se protejam melhor e garantam um fluxo de receita mais confiável.

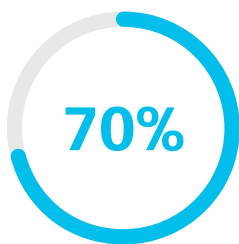
Figura 9 Pontuação de violação e implicações da violação por roda de responsabilidade
N = 2549



Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

3. Resultados de vários anos sobre os benefícios comerciais da privacidade, atrasos de vendas e preparação para GDPR

Este estudo marca o terceiro ano da Cisco na pesquisa do progresso e do impacto da privacidade nas empresas em todo o mundo. Por isso, é interessante monitorar as mudanças de ano a ano, em relação às principais métricas de privacidade.



70% dos entrevistados estão adquirindo benefícios comerciais como resultado de esforços de privacidade, incluindo vantagem competitiva, agilidade e maior atratividade da empresa.

Benefícios da privacidade para a empresa

Um dos principais temas das pesquisas anuais anteriores de estudo comparativo de privacidade foi o número crescente de empresas que reconhecem os benefícios comerciais da privacidade, além dos requisitos de conformidade. Na pesquisa do ano passado, descobrimos que cerca de 40% dos entrevistados reconheceram vários benefícios do investimento em privacidade, incluindo vantagem competitiva, agilidade organizacional e melhor atratividade da empresa para os investidores. Na pesquisa deste ano, **a porcentagem aumentou consideravelmente, e 70% dos entrevistados estão adquirindo benefícios comerciais em cada uma dessas áreas.**

Atrasos em vendas

Os atrasos de vendas relacionados às preocupações com a privacidade do cliente têm oscilado nos últimos três anos, tanto no número de empresas que sofrem atrasos quanto em seu comprimento. Esses atrasos geralmente são causados quando os clientes desejam saber quais dados são capturados no produto ou serviço de uma empresa, como os dados são armazenados e transferidos, quem os acessa e assim por diante. Há dois anos, relatamos que 65% das empresas tinham atrasos de vendas relacionados à privacidade. Isso aumentou para 87% no ano passado e caiu para 62%

este ano. Acreditamos que o aumento no ano passado foi provocado principalmente pela aplicação do GDPR, o que levou os fornecedores a lidar com as expectativas e os requisitos do cliente relacionados ao novo regulamento. O atraso médio foi de 4,2 semanas na pesquisa deste ano, que é semelhante às 3,9 semanas que relatamos no ano passado. Com o tempo, esperamos que os percentuais e os atrasos médios diminuam, à medida que as empresas desenvolvem processos mais eficientes para lidar com as perguntas dos clientes e integrar processos de privacidade em seus ciclos de vendas.

Preparação para o GDPR

Monitoramos o progresso das empresas em relação à preparação para o GDPR, já que ele começou a ser aplicado em maio de 2018. Entre os entrevistados na pesquisa deste ano, 55% disseram que agora estão prontos para o GDPR, 29% disseram que estarão prontos dentro de um ano, 12% esperam estar prontos em mais de um ano e 3% disseram que o GDPR não se aplica a eles.

Esses resultados são quase idênticos aos resultados no estudo do ano passado, talvez insinuando que as empresas não fizeram progressos significativos na preparação do GDPR desde o ano passado. No entanto, acreditamos que a explicação mais provável é que as empresas visualizem os requisitos de GDPR como um processo contínuo corporativo e operacional. As que pensavam que ainda tinham trabalho a fazer no ano passado provavelmente se sentem da mesma maneira este ano.

Curiosamente, a porcentagem de empresas que afirmam que o GDPR não se aplica a elas permaneceu baixa, em 3%, então a maioria dos entrevistados em todo o mundo reconhece a importância de cumprir esse regulamento baseado na UE.



As certificações de privacidade representam um fator de compra para 82% das empresas em todo o mundo.

4. Valor das certificações de privacidade no processo de compra

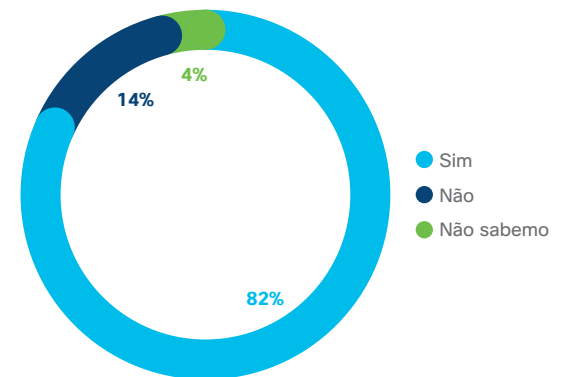
Muitas empresas exploraram a obtenção de certificações que disponibilizam validação externa para seus programas e práticas de privacidade. Entre elas estão a ISO 27701 (uma extensão de privacidade para a ISO 27001), a Privacy Shield da UE/Suíça-EUA (um mecanismo legal para a transferência de dados para os EUA), Regras de privacidade entre fronteiras da APEC (demonstrando a conformidade com a estrutura de privacidade da APEC e possibilitando transferências de dados internacionais) e as regras corporativas vinculativas da UE (demonstrando aderência aos padrões da UE e possibilitando transferências de dados globais de dentro da empresa).

De acordo com os entrevistados da pesquisa, a validação externa tornou-se muito importante no ambiente de negócios atual. Quando perguntados se **essas certificações representaram um fator de compra ao selecionar um fornecedor ou um produto, a grande maioria (82%) respondeu afirmativamente.** (Veja a Figura 10).

Por país, os percentuais mais altos eram do Brasil (95%), da Índia (95%) e da China (94%). Mas, mesmo nos países com percentuais mais baixos (por exemplo, Canadá), cerca de dois terços das empresas ainda responderam afirmativamente.

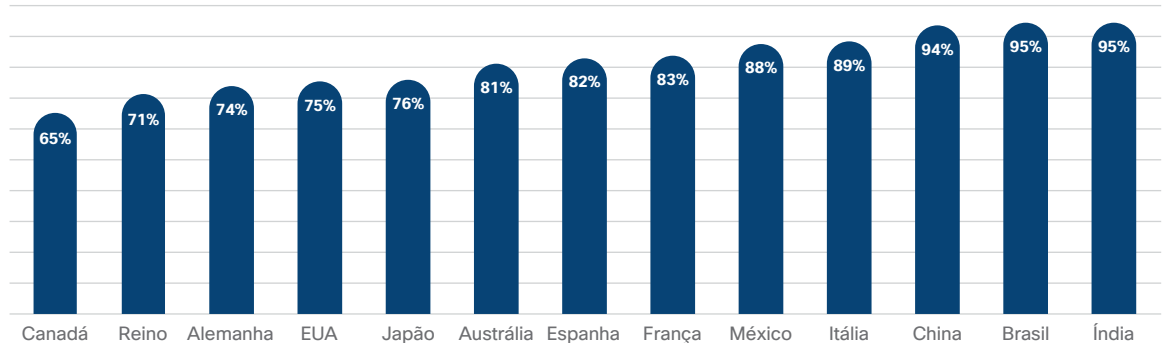
Devido a esse ambiente, parece que a obtenção de uma ou mais dessas certificações é um investimento muito positivo para as empresas. (Consulte a Figura 11.)

Figura 10 Importância das certificações de privacidade como fator de compra
N = 2549



Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

Figura 11 Importância das certificações de privacidade
Percentual concordando que as certificações são um fator de compra, por país, N = 2549



Fonte: Estudo comparativo de privacidade de dados - Cisco 2020

Conclusão: o caso de negócios para a privacidade

Essa pesquisa quantifica o valor comercial associado aos investimentos em privacidade das empresas. Indo além dos benefícios inicialmente identificados em nossos estudos comparativos de privacidade de dados de 2018 e 2019, **agora calculamos um ROI para a privacidade, e mostramos que a maioria das empresas tem um retorno muito positivo sobre seus investimentos em privacidade.** Também medimos o progresso delas usando a Roda de responsabilidade da CIPL e encontramos uma forte conexão entre maior responsabilidade e benefícios comerciais mais elevados. Por fim, descobrimos que a validação externa e as certificações de privacidade são um fator importante na seleção de fornecedores e nas decisões de compra.

A pesquisa futura explorará como esses investimentos, benefícios e retornos podem mudar ao longo do tempo, em resposta à evolução dos regulamentos de privacidade e às expectativas do cliente em todo o mundo. A Cisco continuará trabalhando com nossos clientes e outros líderes de privacidade para permitir melhor proteção dos dados pessoais dos clientes, tomada de decisão aprimorada sobre investimentos em privacidade aumento de confiança por parte dos clientes.

Para obter mais informações sobre a pesquisa de privacidade da Cisco, entre em contato com Robert Walter, diretor de insights de privacidade e inovação na Cisco, em rwaitman@cisco.com.



Sobre a Cisco Cybersecurity Series

Ao longo da última década, a Cisco publicou uma série de informações sobre inteligência de ameaças para profissionais de segurança interessados no status global da segurança digital. Estes relatórios abrangentes têm fornecido detalhes dos cenários de ameaças e as implicações para as empresas, bem como as melhores práticas para se defenderem contra os impactos das violações de dados.

Atualmente, a Cisco Security está publicando vários artigos baseados em pesquisas e orientados por dados sob o banner Cisco Cybersecurity Series. Ampliamos o número de títulos para incluir relatórios diferentes para profissionais de segurança com interesses distintos. Apelando para a profunda e vasta experiência de pesquisadores de ameaças e inovadores no setor de segurança, os relatórios da série por ano incluem o Estudo de Referência de Privacidade de Dados, o Relatório de Ameaças e o Estudo de Referência do CISO, e outros ainda serão publicados a cada ano.

Para obter mais informações e todos os relatórios e cópias arquivadas, acesse: www.cisco.com/go/securityreports.



Sede nas Américas
Cisco Systems, Inc.
San Jose, CA

Sede na Ásia-Pacífico
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.
Cingapura

Sede na Europa
Cisco Systems International BV Amsterdam,
Holanda

A Cisco possui mais de 200 escritórios em todo o mundo. Os endereços, números de telefone e de fax estão disponíveis no site da Cisco www.cisco.com/go/offices.

Publicação: janeiro de 2020

PRIV_09_0120

© 2020 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

Cisco e o logotipo da Cisco são marcas comerciais ou marcas comerciais registradas da Cisco e/ou de suas afiliadas nos EUA e em outros países. Para ver uma lista das marcas comerciais da Cisco, acesse: www.cisco.com/go/trademarks. Todas as marcas de terceiros citadas pertencem a seus respectivos detentores. O uso do termo "parceiro" não implica uma relação de sociedade entre a Cisco e qualquer outra empresa. (1957701)