

Os cinco mitos de segurança digital que mais colocam seu negócio em risco

Carlos Rodrigues (*)

Os últimos ataques cibernéticos que impactaram grandes empresas e ganharam destaque na imprensa em todo o mundo têm feito com que cada vez mais organizações brasileiras se atentem à necessidade de estruturar e fortalecer sua estratégia de segurança digital. Porém, alguns equívocos comuns relacionados à proteção dos dados estão afetando a efetividade desses investimentos.

Veja a seguir alguns mitos que podem gerar uma série de desperdícios – de tempo e dinheiro –, além de colocar a segurança dos dados corporativos em risco.

Mito #1: “Uma senha forte é suficiente para manter a empresa segura”

Seria bom se fosse assim tão fácil. Porém, o que consideramos uma “senha forte” nada mais é do que um primeiro passo para começar a dificultar a vida dos hackers. A implementação e a aplicação de políticas de senhas fortes são uma das bases das boas práticas de segurança, porém, além disso, é preciso ter visibilidade total de todos que têm permissão para acessar cada arquivo no sistema.

Um estudo feito pela Varonis este ano revelou, por exemplo, que 41% das empresas tinham pelo menos mil arquivos confidenciais abertos a todos os funcionários. Senhas fortes não impedem que os portadores das credenciais de acesso façam mau uso dos dados. Ou seja, com tantos usuários acessando os documentos e fazendo o que quiserem sem que haja nenhum controle, é provável que seus dados estejam em perigo mesmo que você tenha adotado uma política de senhas.

Mito #2: “Sou pequeno, então os hackers não estão de olho no meu negócio”

Este pensamento é comum entre empresas de pequeno e médio porte, no entanto, dados recentes têm mostrado o oposto. De acordo com o Relatório de Investigações de Violações de Dados da Verizon, de 2018, 58% das vítimas de violação de dados são pequenas empresas.

Isso acontece porque os hackers sabem que essas organizações geralmente não contam com uma estratégia robusta de proteção dos dados. Assim, acabam fazendo várias vítimas por meio de ataques conhecidos como spray-and-pray, que são feitos por meio de sistemas automatizados que tentam invadir empresas aleatoriamente com base em vulnerabilidades comuns em sistemas populares como o Windows.

Não é raro, por exemplo, tirar proveito de falhas de segurança em sistemas desatualizados, por exemplo.

Mito #3: “As ameaças só vêm de fora”

As ameaças internas são tão perigosas quanto as externas, e respondem por 75% das violações de dados. Essas ameaças podem vir de qualquer um: funcionários insatisfeitos, ex-funcionários buscando vingança e até funcionários inocentes, porém, sem o devido treinamento de segurança.

Os funcionários geralmente têm acesso total aos dados de que precisam e, como falamos anteriormente, muitas vezes, aos dados de que não precisam. A melhor maneira de lidar com as ameaças internas é contar com uma estratégia de privilégios mínimos, que permita a cada membro da equipe ter acesso apenas aos dados necessários.

Além disso, é fundamental contar com sistemas que permitam ter controle total do que é feito em cada arquivo, como acessos, alterações, cópias, mudanças de local, entre outros. Assim, é possível identificar comportamentos que possam indicar ações maliciosas.

Mito #4: “Segurança digital é responsabilidade só da TI”

Todos os funcionários desempenham um papel na estrutura de segurança digital, mesmo que a TI acabe se responsabilizando pela implementação e revisão de políticas de proteção de dados.

Afinal, qualquer funcionário pode colocar em risco a proteção dos ativos digitais se não for treinado para identificar tentativas de phishing ou links inseguros. Por isso, além de contar com uma infraestrutura robusta de softwares de monitoramento, é fundamental contar com um programa de conscientização dos riscos cibernéticos.

Mito #5. “É possível estar totalmente protegido”

Nenhuma estratégia de segurança é capaz de blindar a empresa contra todo o tipo de ameaça, especialmente com o surgimento constante de ataques cada vez mais sofisticados usando o mais variado tipo de técnica para penetrar o perímetro da rede.

A segurança digital é algo que deve ser aprimorado de maneira contínua por meio de sistemas de monitoramento, auditorias internas, revisões, testes e planos de contingência.

(*) É vice-presidente da Varonis para a América Latina.

Dashboards e BI: como a indústria pode analisar dados com agilidade e precisão

Se pararmos para analisar, a quantidade de dados gerados em uma fábrica é imensa

Marcos Abellón (*)

Quantos funcionários uma empresa tem, qual a produtividade de cada setor, quantos produtos são fabricados por hora, quantos são vendidos ao ano, qual o ticket médio de cada cliente, etc. Esses são apenas alguns exemplos. E a melhor estratégia para o empresário no mundo atual é saber usar os dados e números a seu favor.

O Business Intelligence precisa fazer parte da rotina de toda empresa. No caso das indústrias, considero essa necessidade algo ainda mais urgente. Saber coletar, organizar e analisar os dados corretamente pode ser o diferencial entre “ser apenas mais um” e virar o líder de mercado. O BI é capaz de transformar a montanha de dados que a sua empresa gera em informações que realmente valorizam o seu negócio.

Para isso, a adoção de dashboards é essencial, já que transforma dados em informações palpáveis, tornando o fluxo de trabalho, as metas do dia, e tudo mais o que for necessário, visível para a equipe. Dependendo do seu mercado de atuação, cada indústria tem um tipo de dashboard mais indicado. Os dados mais importantes são selecionados e combinados entre si para gerar informações que alavanquem o crescimento e o lucro do negócio.

Pense no BI como uma maneira de aproveitar todos os dados gerados por colaboradores, consumidores, fornecedores, etc, e a partir disso gerar insights essenciais para reduzir custos, encontrar oportunidades, tomar decisões mais assertivas e enfrentar seus concorrentes. O BI e o uso de telas inteligentes mostram que o caminho para o sucesso já está dentro da sua organização. Resta saber explorar estes dados com sabedoria.



O dashboard em si é importante para a velocidade dessas decisões. Selecionando as principais informações e análises para ficarem disponíveis, é possível encontrar oportunidades e corrigir rotas com maior agilidade, resolvendo pequenos problemas que poderiam se tornar uma grande dor de cabeça futuramente. Uma linha de produção que apresente uma pequena lentidão em uma de suas esteiras, por exemplo. O problema pode não ser percebido imediatamente, mas essa diferença irá começar a aparecer na tela e as medidas poderão ser tomadas imediatamente. E o mais interessante: você já irá saber numericamente o quanto esse atraso pode interferir nas suas vendas.

É possível trabalhar com dashboards focados em dados internos (como quais produtos estão sendo produzidos por minuto, velocidade das linhas de produção, tempo de execução, etc), informações externas (como quantidade de pedidos que foram realizados por região do país, número de vendas por representante, acompanhamento logístico, etc) e até mesmo dados cruzados. Cabe a cada líder determinar quais são as informações essenciais para sua produção e facilitar o acesso aos dados de qualidade.

A indústria em si é algo muito complexo, pois envolve o trabalho de diferentes áreas que precisam estar funcionando em perfeita sintonia. É preciso estar a par de relatórios, conhecer a produtividade, conferir o trabalho dos colaboradores, ter toda a logística em ordem e conhecer as necessidades e preferências do seu consumidor, etc. Para conseguir aproveitar ao máximo todas as informações geradas por cada uma dessas ações, o Business Intelligence é a melhor solução. Já os dashboards são as melhores ferramentas para simplificar todos os dados e colocá-los para, efetivamente, trabalharem ao seu favor.

(*) É diretor geral da W5 Solutions, empresa brasileira que desenvolve soluções para prefeituras, BI (Business Intelligence) e aplicativo para pagamento móvel. Mais informações no site: www.w5solutions.com.br.

Os cinco superpoderes de ótimos gerentes de produtos

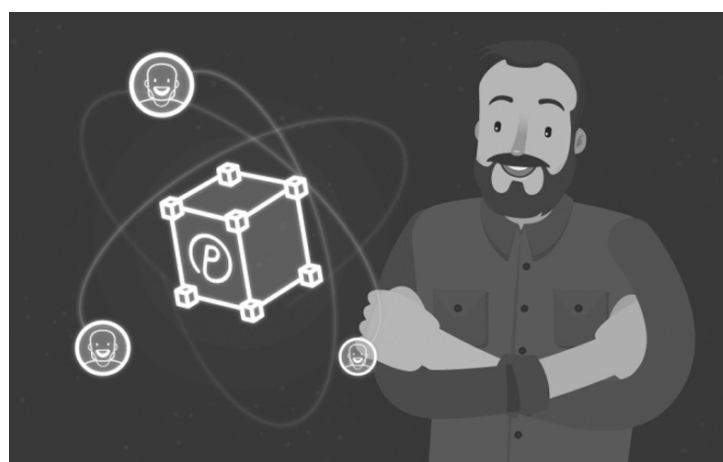
Sempre fui fascinada por histórias de super-heróis. Quando criança, gastava horas debatendo qual superpoder eu gostaria de ter e imaginando como seria a vida se eu pudesse voar ou viajar no tempo. Além de seus poderes, gosto do fato dos super-heróis terem um propósito e estarem sempre tentando causar um impacto positivo na sociedade. Isso me lembra muito o papel dos gerentes de produtos. De fato, muitos gerentes de produtos com quem tive a sorte de trabalhar desenvolveram habilidades que são, em muitos aspectos, similares aos superpoderes. Abaixo, fiz uma lista de algumas de suas habilidades especiais.

Prever o futuro

Por que as empresas fracassam? Muitas vezes, porque falharam ao prever o futuro. Ótimos gerentes de produto transformam isso em prioridade e estão constantemente identificando o que está mudando, como as necessidades e comportamentos dos consumidores estão evoluindo, quais tecnologias emergentes estão criando um impacto e quais premissas de negócios já não são mais relevantes. Além disso, eles são capazes de traduzir essas informações em uma visão convincente de como o mundo será (sem necessariamente focar em como exatamente o produto funcionará). E eles também são talentosos contadores de histórias e direcionam a organização para a visão deles.

O poder da supercomunicação

A gestão de produto tem tudo a ver com a colaboração. E ótimos colaboradores são aqueles que dominaram o poder da comunicação. Se comunicar com clareza não só é essencial, mas muitas vezes negligenciado pelos gerentes de produtos. Clareza e nitidez de pensamento, bem como a estrutura da entrega, podem fazer uma grande diferença, particularmente na hora de transmitir informações complexas para diferentes públicos. A habilidade de adaptar a sua mensagem em função da audiência e incluí-la na conversa, juntamente com a capacidade para escutar e ter empatia, são características de gerentes de produtos excepcionais.



Metamorfose

Ser um gerente de produto atualmente significa ter um forte senso de negócios, uma visão ampla da indústria ou segmento, grande conhecimento de design e pesquisa do usuário, ótimas habilidades analíticas e a habilidade para entender complexos conceitos tecnológicos. Em um momento somos estatísticos, em seguida somos pesquisadores. Desenhamos com engenheiros, nos sentamos nas mesas de vendas e negociações e algumas vezes atuamos até como consultores motivacionais. Ótimos gerentes de produtos mudam de forma e pulam de uma função para outra sem esforço.

Poderes de cura

Se pensarmos como os ótimos gerentes de produto resolvem problemas de produto ou desempenho, eles são parecidos com os médicos que resolvem os complexos casos de seus pacientes. Os médicos conversam com os pacientes e monitoram os sintomas para emitir diagnósticos. Os gerentes de produto falam com os usuários e analisam os dados para criar hipóteses do que está errado e porque uma métrica em particular está subindo/descendo. Um diagnóstico preciso é fundamental para o tratamento bem-sucedido em ambos os casos. E as iterações de produto que planejam ou os MVPs (produto mínimo viável) que criam são tão bons quanto a qualidade desses diagnósticos.

Invisibilidade

Ótimos gerentes de produtos fazem as coisas acontecerem por meio da facilitação e da colaboração. Eles institucionalizam as melhores práticas de desenvolvimento de produto e compreendem que a gestão de produtos trata do gerenciamento cultural. Eles são humildes e permitem que suas equipes brilhem, ao invés de manterem os holofotes para si mesmos. Embora eles possam ser invisíveis, o impacto e os resultados de ótimos gerentes de produtos são sempre visíveis.

(Fonte: Janet Baireva, Chief Product Officer na OLX Brasil).

Escritório reúne entidades para debater tributação de software

A questão da tributação no mercado de software, em destaque no debate nacional por conta da proximidade do julgamento da ADI 1945, será o tema central do evento "A Tributação do Software: Desafios à Inovação", organizado pelo escritório Ayres Britto, no próximo dia 17 de agosto, das 18h45 às 20h30, na Asa Sul de Brasília (SHIS, QL. 22, Conj. 4, Casa 17). Representantes de entidades (ABES

– Associação Brasileira das Empresas de Software; ABRASF - Associação Brasileira das Secretarias de Finanças das Capitais e CNS – Confederação Nacional de Serviços), além de executivos do mercado de tecnologia (Microsoft e Bentley Systems) se juntarão ao Ex-Presidente do STF, Carlos Ayres Britto e Saul Tourinho Leal, Doutor em Direito Constitucional, para debater o assunto sob diferentes perspectivas.

"O objetivo do evento é mostrar os riscos que esse cenário traria ao mercado brasileiro de tecnologia, podendo ocasionar no fechamento de diversas empresas e causando um retrocesso gravíssimo na inovação nacional", comenta o Dr. Manoel dos Santos, Diretor Jurídico da ABES e um dos palestrantes do evento. O evento é gratuito, mas participações devem ser confirmadas pelo e-mail contato@ayresbritto.com.br.

News @TI

Aplicativo sustentável estimula doações de tudo o que é útil

@Inedito, consciente e sustentável, o aplicativo Partake the Bread, “repartir o pão” na tradução literal, já está disponível em iOS e Android. O objetivo do projeto, idealizado pelo publicitário José Rodrigues Júnior, surgiu como uma maneira que pode ajudar milhões de pessoas por todo o país. “Foi na inocência das palavras da minha sobrinha que surgiu a ideia. Um dia, ela me ofereceu uma colher de iogurte dizendo: ‘Pega, tio. Tudo é de todo mundo’. Aquilo me acendeu uma luz de esperança”, relembra. Inspirado nisso, nasceu o aplicativo que possibilita o compartilhamento de doações entre usuários de todo o país, em qualquer categoria, desde alimentos até instrumentos musicais. “Para quem quiser se desfazer de alguma coisa que não gosta mais ou receber outra que precisa, esse é o lugar perfeito”, ressalta Junior.

Prazo para inscrições no Sampa Criativa é prorrogado

@As inscrições para o Sampa Criativa, programa gratuito de capacitação empreendedora de jovens talentos do audiovisual e da economia criativa, foram prorrogadas até quinta-feira (16). A iniciativa é resultado da parceria da Secretaria Municipal do Trabalho e Empreendedorismo (SMTE) com a Spcine, empresa de cinema e audiovisual de São Paulo. São 200 vagas para os cursos de jogos digitais/games, desenvolvimento de aplicativos, animação, conteúdos interativos, produção para canais de internet, videomusical, jornalismo investigativo e realidade virtual. Os interessados poderão se inscrever pelo <http://bit.ly/2LkOtv0>. Podem participar jovens com idade entre 16 e 29 anos e que tenham experiência comprovada no setor audiovisual, que pode ser presença em oficinas, workshops e palestras, assim como formação em cursos técnicos, de graduação ou pós-graduação. No processo seletivo, serão escolhidas 200 pessoas por meio de sorteio público link: <https://bit.ly/2vJffnA>.