

Como manter seguro o seu ambiente na nuvem

A cibersegurança é um assunto sério, um problema crescente que afeta usuários e negócios, dos pequenos aos gigantes. Ele é inerente a todos os ambientes conectados à rede – sejam eles computadores, smartphones, servidores dentro das empresas (on-premises) ou na nuvem

Como então todos, em especial as empresas, podem manter-se seguros? São três os principais pilares da segurança para os negócios: pessoas, processos e tecnologia.

“Para contemplar todas estas etapas, as pessoas precisam encarar a segurança como aspecto fundamental de sua jornada; os processos devem existir para facilitar o dia a dia e evitar que seja necessário lembrar de cada detalhe das tarefas; e as tecnologias, por fim, precisam ser aplicadas com precisão e sabedoria”, afirma Diego Santos, head de inovação e tecnologia da Nextios, unidade de negócios corporativos dedicada à computação em nuvem para o mercado B2B da Locaweb.

E a nuvem é mais ou menos segura que um ambiente próprio? Ela é, sem dúvida, mais segura. Os grandes provedores de cloud investem pesado nestes três pilares para oferecer o que há de melhor nesses quesitos, com uma imensa quantidade de certificações, feitas por entidades independentes, para testar e comprovar essa segurança.

De acordo com Diego, “usando as tecnologias em



São três os principais pilares da segurança para os negócios: pessoas, processos e tecnologia.

cloud a empresa passa a ter naturalmente uma infraestrutura mais segura se comparada ao que se tem dentro de casa, com mais governança, conformidades de altíssimo nível (Enterprise Level), e muito mais investimento em pessoas altamente capacitadas e tecnologias de ponta”. A migração para a nuvem já é algo que colabora para manter a segurança. Com ela vem, necessariamente, um estudo de processos e aplicações, o que pode ser modernizado, o que fica em casa e o que vai para a cloud.

“A nuvem impulsiona o pensamento a respeito

da segurança de forma natural. Para quem tem menos conhecimento sobre as tecnologias em cloud, pode parecer que uma nuvem pública, pelo nome, é menos segura, o que não é verdade. Mas, mesmo na nuvem, deve-se ter cuidado: ela em si é mais segura, mas proporciona tantas novas possibilidades que pode me tornar mais vulnerável por não ter clareza do que estou fazendo”, afirma Santos.

Além disso, os três pilares continuam válidos na nuvem. Não adianta contar com tecnologia de ponta se os processos e pessoas dentro dos negó-

cios contratantes não estiverem preparados. Muitos diretores de tecnologia acham que terceirizaram a segurança e não precisam mais se preocupar com isso - o que é exatamente o oposto. Para o executivo, “as empresas precisam ter clareza que continuam responsáveis pelas aplicações e seus dados. Isto posto, significa que o time de desenvolvimento precisa construir aplicações seguras, os dados precisam ser armazenados de maneira segura etc.”.

A relação entre a nuvem e segurança é semelhante a de um carro super seguro e um motorista com sono. Não adianta contar com tecnologias de última geração para evitar problemas se a pessoa (no caso da nuvem todas as pessoas) não está preparada. Se o motorista dormir ao volante, a responsabilidade do acidente é do carro ou dele mesmo? “A segurança é uma filosofia que precisa existir independente de onde se encontram as aplicações e os dados. É uma responsabilidade compartilhada top-down por todos os colaboradores da empresa”, finaliza Diego. - Fonte e outras informações: (www.nextios.com.br).

Mulheres contribuem para aumento do consumo de cerveja

Não é novidade dizer que a cerveja é preferência nacional. Esse favoritismo aumentou durante a pandemia. Tanto é que o terceiro trimestre de 2021 atingiu o maior número de consumidores da bebida desde o terceiro trimestre de 2019, com alta de 27%. Os dados são da mais recente edição do Consumer Insights, análise feita pela Kantar, líder em dados, insights e consultoria.

O estudo notou também que o perfil que mais contribuiu para o aumento de consumo foi o composto por mulheres de 40 a 49 anos e pertencentes às classes A e B. Por outro lado, os homens que fazem parte das mesmas faixas etárias e classes sociais foram responsáveis pela queda na frequência, da ordem de 42%. É válido destacar que a alta de consumo é consequência direta da flexibilização das regras de distanciamento da Covid-19 e da reabertura

gradual do comércio.

E que a consumação ocorre, principalmente, em dois momentos: locais públicos e casas de amigos e familiares. Em locais públicos, a penetração de mulheres passou de 14,5% para 21,2% – um crescimento de 6,7 pontos de penetração nos últimos 12 meses, terminados em setembro de 2021, contra o mesmo período do ano anterior. Nas casas de amigos e familiares, por sua vez, o consumo cresceu 4 pontos de penetração, atingindo 18,3%, segundo Hudson Romano, gerente sênior de consumo fora do lar da Kantar.

Ainda é importante ressaltar que a preferência por cerveja cresceu, principalmente, em momentos de happy hours e aos fins de semana. Neste contexto, o aumento foi de 10 pontos de penetração, chegando a 45%. - Fonte e outras informações: (www.kantar.com/brazil).

Edital de Citação Prazo de 20 dias. Processo Nº 1006382-70.2020.8.26.0008 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ªVC, do Foro Regional VIII Tatuapé, Estado de SP, Dr(a). Rubens Pedreiro Lopes, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Ivanildo Albuquerque de Freitas, CPF 033.706.354-02, e Fabiana Domingos de Araújo Rodrigues Freitas, CPF 009.317.284-28, que lhe foi proposta uma ação de Execução de Título Extrajudicial por parte de Marino Pravatto Junior, que lhes foi proposta ação de despejo por falta de pagamento c.c. Cobrança de aluguéis e acessórios, que foi convertida em Execução de Título Extrajudicial, dívida esta oriunda do imóvel localizado na Rua Asfaltite, 193, Vila Formosa, CEP 03358-130, /SP, que se encontra locado aos executados, para fins residenciais através do contrato de locação, entretanto que os executados estão em débito com os aluguéis e acessórios vencidos entre abril e junho de 2020 importando o débito em R\$ 8.791,92. Encontrando-se os réus em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para, no prazo de 03 (três) dias que fluir após o decurso do prazo do presente edital, paguem a dívida no valor de R\$ 8.791,92, que deverá ser atualizada até a data do efetivo pagamento (art. 829 do Novo Código de Processo Civil). Ficam ainda intimados, para indicação de bens passíveis de penhora, sua localização e valores respectivos (art. 774.V,NCPC) bem como para eventual oposição de embargos (art. 915, NCPC), ficando o cliente de que desde já resta deferido o pagamento parcelado do débito, na forma disposta no art. 915 do Novo Código de Processo Civil. No caso de não oposição de embargos, fixados os honorários advocatícios em 10% (dez por cento) sobre o valor da execução ficando reduzidos à metade no caso de pagamento integral do débito (art. 827, caput e § 1º do NCPC). Prazo Para Embargos: 15 (quinze) dias, que fluir após o decurso do prazo do presente edital. Não havendo interposição de embargos, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial (art. 257, IV, do CPC). Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 16 de novembro de 2021



Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Anfavea espera que 2021 seja um ano de recuperação

No balanço sobre o ano de 2021, a Anfavea, Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores registrou avanço de 11,6% na produção total de veículos leves e pesados no Brasil, com maior peso nos caminhões (alta de 74,6%) e comerciais leves (21,9%), puxados pelas picapes. No total, foram produzidas 2.248.253 unidades em 2021.

As vendas cresceram apenas 3%. Os emplacamentos totais somaram 2.119.851 unidades. A perda estimada pela crise mundial de semicondutores foi de 300 mil unidades. “Para este ano, a previsão ainda é de restrições na oferta por falta de componentes, mas num grau inferior ao de 2021, o que projeta mais um grau de recuperação”, afirmou Luiz Carlos Moraes, presidente da entidade.

A Anfavea projeta vendas de 2,3 milhões de autoveículos em 2022, uma alta de 8,5% sobre 2021. Já na produção, a estimativa é de aumentar 9,4% este ano, para chegar a 2,46 milhões de unidades.



Expectativa de crescimento em 22.

Empregos estáveis

As vagas diretas em fábricas de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus ficaram estáveis, com 101,1 mil empregados no ano.

“Temos uma indústria resiliente, que trabalhou de forma intensa para proteger seus funcionários nesses dois anos de crise, mitigar perdas e manter investimentos em produtos, dado que entramos em 2022 com uma nova e rigorosa fase do Proconve para veículos leves, que reduz ainda mais as emissões dos automóveis brasileiros”, ressaltou Moraes.

“Apesar das turbulências econômicas e do ano eleitoral, apostamos numa recuperação de todos os indicadores da indústria, que poderiam ser ainda melhores se houvesse um

ambiente de negócios mais favorável e uma reestruturação tributária sobre os produtos industrializados”, concluiu o executivo.

Fusão de sucesso

O Grupo Stellantis, nascido no início de 2021, foi o maior destaque do ano no segmento automotivo na América do Sul. Com 22,9% de participação na região, as marcas de FCA (Fiat, Jeep e RAM) e da PSA (Peugeot e Citroën) somaram 811.600 veículos vendidos. Deste total, mais de 493 mil veículos são da Fiat.

O Brasil representou 635,5 mil veículos e as marcas juntas responderam por 32% do mercado. A Fiat contribuiu com 431 mil veículos vendidos, o equivalente a 21,7% de participação de mercado. A marca está 125 mil unidades à frente do segundo colocado.

A Jeep somou mais de 148,7 mil unidades vendidas e 7,5% de participação. A Peugeot mais do que dobrou suas vendas em relação ao ano anterior, com 29,4 mil unidades e 1,5% de participação de mercado. A Citroën fechou o ano com 23,3 mil unidades vendidas e 1,2% de market share. E a Ram teve seu recorde de vendas no mercado brasileiro, com 2.759 unidades emplacadas e um crescimento de 87% em relação ao ano anterior.

Strada é líder no Brasil e Onix atinge 5º lugar

O ano encerra com um comercial leve no topo das vendas. A Fiat Strada foi a líder isolada de emplacamentos no Brasil, seguida pelo Hyundai HB20 e Fiat Argo. O Onix, apesar de ficar sem produção por quase 6 meses, arrancou boa recuperação no segundo semestre e ficou em 5º. Em um cenário nacional mais dissolvido, os SUVs têm menos destaque, mas devem avançar mais em 2022. Confira o ranking do país em 2021.



Strada

Top 10 dos carros mais vendidos no Brasil em 2021

Modelo	Unidades
1º Fiat Strada	109.107
2º Hyundai HB20	86.455
3º Fiat Argo	84.644
4º Jeep Renegade	73.913
5º Chevrolet Onix	73.623
6º Jeep Compass	70.906
7º Fiat Toro	70.890
8º Volkswagen Gol	66.228
9º Fiat Mobi	65.847
10º Hyundai Creta	64.759

Fonte: Fenabrave

Distribuidores projetam com cautela

Já a Fenabrave, entidade que reúne os distribuidores de veículos, faz uma projeção conservadora para 2021, com alta de 5,2% para todo o setor este ano (leves e pesados), ante 10,57% de 2021 sobre 2020.

“Nossos estudos apontam para o crescimento de todos os segmentos automotivos. Mas, é claro que situações conjunturais podem afetar essas estimativas, considerando que a indústria ainda sofre com a falta de insumos e componentes eletrônicos, que estamos diante de uma economia ainda turbulenta e iniciando um ano em que teremos eleições, que costumam criar um cenário de incertezas”, afirmou José Maurício Andreta Júnior, presidente da Fenabrave, recém-eleito para o triênio 2022-2024.



Vendas de caminhões cresceram 43,5% em 2021 sobre 2020 e ajudaram na performance da indústria. Caminhão mais vendido foi modelo FH 540, da Volvo.

*Lucia Camargo Nunes é economista e jornalista especializada no setor automotivo. E-mail: lucia@viadigital.com.br