

Guerra cibernética: os riscos dos baixos investimentos no Brasil

Cristiano Bernardi Júnior (*)

Quando ouvimos falar ou lemos alguma matéria sobre ataques cibernéticos, normalmente observamos que são ocorrências contra indivíduos ou empresas

Porém, podem existir ataques cibernéticos mais sofisticados, com objetivos estratégicos e, ou, geopolíticos. As consequências também podem romper a barreira tecnológica e trazer impactos físicos ou cinéticos, que são raros, porém mais temidos, porque geralmente estão associados à espionagem industrial e financeira.

Ao contrário de uma guerra convencional, a cibernética não tem fronteiras, ou seja, não se limita a determinado espaço geográfico, por isso os países não envolvidos diretamente na questão motivadora também podem ser afetados. E como as empresas do setor privado poderiam ser afetadas em caso de um ataque cibernético?

A título de exemplo, um ataque direcionado a um site que esteja armazenado em uma nuvem pode afetar também outros serviços que estejam utilizando o mesmo ambiente, como uma loja virtual ou até mesmo uma base de dados. Ou seja, quanto mais uma empresa se desenvolve e expande seu ambiente tecnológico, mais suscetível a ataques ela está.

Dessa forma, não ter um bom plano de continuidade, backups e outros controles pode significar a indisponibilidade de diversos serviços em uma guerra cibernética, mesmo que o país não esteja participando diretamente.

Outros fatores, como o crescimento econômico e a liderança de mercados, como a importação de proteína animal, podem fazer com que empresas e países se tornem cada vez mais alvos de ataques e espionagem. No Brasil, por exemplo, algumas das tentativas de ataque recentes foram identificadas em players do agronegócio e em órgãos

governamentais.

Mesmo com o avanço da Segurança da Informação e da proteção de dados, o Brasil ainda aparece como um dos países com mais credenciais e dados vazados no último ano. Segundo um relatório da Netscout, empresa especializada em cibersegurança, o Brasil é segundo maior alvo mundial de ciberataques, atrás apenas dos Estados Unidos, que lidera o ranking.

O baixo investimento frente ao cenário, a falta de conscientização e a elevada quantidade de sistemas legados utilizados são fatores que contribuem para esta marca. É importante considerar que praticamente 100% dos colaboradores das empresas possuem dados pessoais armazenados em sistemas públicos, e essas informações podem, sim, ser utilizadas para ataques direcionados ao setor privado.

Outro ponto importante também é a consolidação das organizações criminosas, que utilizam o cibercrime como um negócio, com estratégias, metas definidas e até mesmo plano de carreira para seus integrantes, além de um alto retorno financeiro.

Em um cenário cujo aumento do interesse de cibercriminosos no Brasil é uma tendência, será necessária a disseminação de informação em todas as esferas populacionais, assim como um desenvolvimento de segurança em camadas para todas as empresas, especialmente as do setor público, que têm uma responsabilidade ainda maior em relação à proteção das informações pessoais.

É essencial que as lideranças dos setores privado e público estejam atentas e dispostas a aperfeiçoar a sua postura de Segurança da Informação dado que o setor de atuação e a relevância de suas informações sob custódia, entre outros fatores, podem ser motivadores para uma tentativa de ataque cibernético.

(*) - É consultor de Cyber Security & Data Privacy da ICTS Protiviti, especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, ESG, auditoria interna, investigação, proteção e privacidade de dados.

Vender mais não depende apenas de esforços comerciais

Em mais de 20 anos de carreira nunca vi quem não quisesse vender mais. A busca frenética pelo aumento de vendas é uma premissa que vale tanto nos negócios mais maduros, quanto nas startups, além de ser um dos principais pilares para o crescimento de um negócio

Guilherme Wiering (*)

Hoje, enxergo que a forma mais simples e direta de expressar esse desafio comercial que encontramos é uma equação de matemática simples: a venda resulta da combinação de variados níveis de Esforços Comerciais - de marketing, relacionamento e vendas - e de um determinado padrão de Eficiência Comercial sobre esses mesmos esforços.

Percebe-se, então, que não há vendas sem um esforço mínimo, isto é, sem o trabalho de oferecer o produto ou serviço a um número mínimo de potenciais compradores. O vendedor porta a porta não vende se não gastar a sola do sapato e se não abordar muitas pessoas todos os dias. O vendedor B2B não consegue vender se ficar apenas sentado na cadeira do escritório (ou de casa) esperando os pedidos chegarem. Mas isso parece bastante óbvio, não?

Ainda assim, em anos de experiência, me deparei com um grande número de empresas que negligenciam a gestão ou o planejamento dos seus recursos e ativos comerciais. Elas não estão seguras do volume de Investimento para geração de



Planejar é muito mais que controlar, é escolher e corrigir a tempo.

leads e têm muitas dúvidas sobre sua Organização de Vendas, e isso precisa mudar, principalmente se as companhias querem aproveitar grandes momentos de mercado.

Hoje, por exemplo, o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec) subiu 5,7% em relação a abril, uma grande oportunidade para as empresas alavancarem as vendas. Mas, para isso é necessário uma boa gestão. Aplicando essa equação matemática percebemos que, além do tamanho do esforço, a eficiência é ainda mais crítica no processo de vendas. Aqui, vale dizer que quando falo em eficiência,

me refiro a dois fatores: 'Inteligência Comercial Aplicada' e o método de 'Planejamento e Gestão Comercial'.

Essas são competências acumuladas em anos de história, aprendizado e experiência no mercado, mas ficam na cabeça das pessoas e saem da empresa quando os colaboradores vão embora (e eles vão). A Inteligência Comercial Aplicada compõe todas as práticas de abordagem e conversão que otimizam os resultados, que são: segmentações aplicadas, argumentos que funcionam mais, demonstrações de produtos, a forma ideal de se relacionar com clientes e muito mais.

Já no Planejamento e Gestão Comercial, definimos os métodos de escolha dos caminhos a priori para perseguir os desafios estabelecidos, ou seja, as metas. O olhar organizado e paralelo que dá uma visão do todo antecipa mudanças de rotas, reduzindo as chances de fracassar pelo caminho.

Planejar é muito mais que controlar, é escolher e corrigir a tempo. Dito isso, vale reforçar que na Eficiência Comercial estão os verdadeiros segredos de vendas das empresas, que precisam ser às vezes desvendados, aprimorados com boas práticas e depois replicados.

Boas pistas podem surgir ao comparar vendedores ou fontes de geração de prospects, por exemplo, mas muitos poucos têm esses dados objetivos nas mãos.

Um fato é que a maturidade comercial só é alcançada quando se equilibra bem a balança entre o Esforço Comercial e a Eficiência Comercial, tirando o melhor proveito dessa combinação, sem desperdícios e com um bom equilíbrio.

(*) - Formado em Publicidade e Propaganda pela USP e Pós em Administração pela EASP-FGV, é sócio da Pratika Consultoria (www.pratikaconsultoria.com.br).

Dez habilidades que todo analista de imposto precisa desenvolver

O que preciso aprender para ser um analista de impostos? Pergunta como essa é comum no dia a dia de quem quer se dedicar à área de impostos, ou até mesmo, para quem deseja recrutar o perfil ideal para uma posição desafiadora.

A verdade é que, a gestão de impostos em uma empresa pode significar ser responsável por, muitas vezes, 30% ou mais de toda a riqueza que o negócio gera. E por esse motivo, o papel do analista de impostos dentro das empresas pode representar uma atividade de alta responsabilidade e complexidade.

“O profissional de gestão de impostos precisa investir, portanto, no desenvolvimento de competências técnicas que vão muito além do que nos ensinam nas faculdades de Contabilidade, Direito, Economia ou qualquer outra. Nesse ponto, é legal já esclarecer que isso vale tanto para quem executa funções de gestão da rotina, quanto para quem trabalha com projetos ou funções estratégicas”, destaca Fernando Silveira, CEO-Fundador da Nutax.

Então, para quem trabalha com as rotinas de apuração, tratamento de notas fiscais, ou geração de obrigações acessórias, ou para quem atua no planejamento estratégico e no suporte às áreas de negócio em decisões de alta complexidade, a Nutax ressalta competências que devem ser perseguidas por todos os profissionais que atuam na gestão de impostos, de maneira geral.

“Vamos tratar aqui dessa lista com algumas das 10 principais habilidades (mas não todas) que encontramos nos profissionais mais bem sucedidos que tivemos a oportunidade de conhecer nas mais de 100 empresas que já atendemos em nossa trajetória”, destaca Fernando.

São elas:

- Direito e Legislação Tributária
- Contabilidade
- Análise de Demonstrações Financeiras
- Tecnologia e SPED



O profissional de gestão de impostos precisa investir no desenvolvimento de competências técnicas.

- Análise de Dados e Resolução de Problemas
- Processos Corporativos
- Gestão de Projetos
- Design e Customer Centricity
- Fiscalização e Processo Administrativo Fiscal
- Processo legislativo e relacionamento com autoridades

Alguns segmentos de negócio e algumas funções específicas podem demandar outros skills além dos que trazemos aqui. Além disso, para a grande maioria dos papéis desempenhados, não se espera que um profissional seja o expert em todas as competências mas sim que:

- 1) ele esteja disposto a se desenvolver na maioria delas;
- 2) conheça as competências que não possui e, portanto, aquelas em que precisará de ajuda para atingir seus objetivos.

Fonte e outras informações: (https://nutax.digital/).

Fora do ar! Como evitar quedas em um sistema?

Tailan Oliveira (*)

Quem nunca se deparou com uma mensagem apontando que um sistema está fora do ar? E, mesmo tentando novamente mais tarde, muitas vezes, o erro persiste. Seja em sites, aplicativos bancários e até nas redes sociais, instabilidades nos servidores vem se tornando cada vez mais comuns.

Considerando a grande relevância da tecnologia em nossas vidas, quando erros como esse acontecem, é um forte indicativo de inconsistências e problemas internos que precisam ser solucionados rapidamente. Embora os sistemas estejam cada vez mais avançados, sua eficácia depende de um manuseio correto.

A prova disso está nas recorrentes notícias de que plataformas – inclusive de grandes empresas – ficam fora do ar por longos períodos, gerando um grande transtorno para os usu-

ários e prejuízos financeiros para a organização. Diante disso, para que um sistema, de fato, consiga exercer todas as suas funcionalidades com um grau mínimo de erros, é fundamental compreender de que forma a ferramenta opera. Para isso, listo cinco dicas que ajudam a evitar que o seu sistema fique fora do ar. Confira:

1. - Infraestrutura - Levando em conta a necessidade da tecnologia como fonte de compras e vendas, além de tantas outras funções, torna-se imprescindível adquirir máquinas compatíveis e homologadas, que tenham a capacidade de suportar diversos acessos simultâneos, sem que haja oscilações que impossibilitem as operações por parte dos usuários. Investir em uma infraestrutura adequada, tanto de hardware quanto de software, é primordial para garantir estabilidade ao sistema.

2. - Arquitetura - Esse também é um ponto que deve ser considerado, principalmente com o crescimento da utilização de plataformas de marketplaces e e-commerces, tendo em vista a importância de mensurar a volumetria de picos de acessos e armazenamento de dados e registros dos serviços para um controle efetivo. Empresas que trabalham com produtos ou serviço sazonais precisam de uma atenção ainda mais especial a esse ponto.

3. - Segurança - Com a alta performance da utilização do ambiente digital, o investimento em segurança está atrelado à aplicação de uma gestão de compliance, governança e cumprimento das leis vigentes, como é o caso da LGPD. Além disso, esse ponto é crucial para minimizar os riscos de ciberataques, que podem provocar não apenas a interrupção

de um sistema como também o vazamento de dados sensíveis que acarretam numa série de problemas para as companhias.

4. - Capacitação dos usuários - Muitos incidentes acontecem nas companhias justamente pela falta de treinamento para manusear as ferramentas de modo adequado – o que impacta em eventuais falhas em um efeito dominó. Por isso, mais do que adquirir um sistema de gestão, as empresas precisam investir na capacitação da equipe, para que aprendam a utilizar todos os recursos ofertados e preservar a segurança das informações.

5. - Melhorias contínuas - Ao aderir a softwares de gestão, é necessário garantir não apenas o suporte adequado, como também as atualizações de sistema. Esse é um trabalho contínuo e preventivo, que garante que

possíveis falhas sejam identificadas de forma antecipada. Esse cuidado ajuda no processo de adequações e obrigatoriedades, seguindo normas e regras das legislações específicas, evitando além de queda no sistema, penalizações graves, como multas.

Todos esses pontos são garantidos quando a empresa escolhe o sistema mais adequado para suas necessidades e conta com o suporte de uma equipe altamente qualificada não apenas durante a implementação, mas também no dia a dia de sua operação. Cabe destacar que a tecnologia está em constante mutação, necessitando de cuidado constante. Quando a empresa faz isso de maneira adequada, as chances de sofrer quedas no sistema são consideravelmente reduzidas.

(*) - É professor universitário e head de operações de vendas na Moove, uma empresa do Grupo Alfa (https://mooveconsultoria.com.br/).