

Ataques às prefeituras e a fragilidade na cibersegurança do setor

José Ricardo Maia Moraes (*)

Nas últimas semanas, os ataques cibernéticos à Prefeitura do Rio de Janeiro ganharam destaque nas manchetes

Incidente cibernético que afetou o Datacenter da Prefeitura do Rio parou o sistema do município por quinze dias! Mas esse não foi um episódio isolado. No último ano, as prefeituras de Taboão da Serra (SP), Brumadinho (MG), Macapá (AP), Apucarana (PR), Balneário Camboriú (SC), foram algumas que também relataram terem sofrido um ataque hacker.

Por que esses ataques têm se tornado cada vez mais recorrentes? Os sistemas municipais armazenam várias informações sobre os cidadãos para suas atividades diárias como parte do trabalho administrativo. Assim, os dados armazenados são um alvo potencial e atraente para os cibercriminosos. As apostas são altas porque as informações roubadas podem levar a fraudes ou crimes em grande escala.

Adicionalmente, os escritórios municipais são mais vulneráveis a crimes cibernéticos porque seus sistemas de TI não são atualizados regularmente como os de uma empresa privada, por exemplo. Além disso, há também o fato de possuírem baixa competência técnica para lidar com esses ataques. Esse conjunto de fatores as tornam presas fáceis para os hackers, que contam com estratégias avançadas de ataque.

Nesse segmento, ainda existe outra questão crítica: não há previsão em nenhum orçamento para o pagamento de resgate de informações, no caso de um ataque de ransomware. O ransomware é uma forma de malware que criptografa os arquivos da vítima. O criminoso então exige um resgate da vítima para restaurar o acesso aos dados mediante o pagamento. O ransomware se tornou uma das ameaças mais temidas atualmente devido ao seu poder de causar prejuízos elevados.

Desta forma, os ataques cibernéticos municipais são um sinal claro de

como a facilidade de armazenamento pode se tornar um problema se as informações armazenadas não forem adequadamente protegidas. As implicações de um ataque cibernético a um município, geralmente são mais prejudiciais do que parecem.

Sem orçamento e sem a mão de obra qualificada necessária, quais medidas as Prefeituras podem tomar para se defender? Neste cenário surge uma opção tecnológica no modelo de serviços gerenciados, a criptografia como serviço. A criptografia como um serviço gerenciado oferece uma maneira eficiente e econômica de proteger os dados da população onde quer que eles estejam armazenados. Primeiro, vamos entender o porquê da criptografia.

A criptografia de arquivos garante que os dados sejam armazenados criptografados com um controle de acesso rigoroso. Isso significa que um invasor ou malware com acesso ao sistema não pode ler os dados, a menos que possua uma credencial com privilégios para tal. A criptografia protege os arquivos de dados permitindo que apenas o processo do banco de dados (assinado digitalmente) possa acessar esses arquivos.

Assim, mesmo que seu servidor de banco de dados esteja comprometido por algum tipo de malware, os arquivos do banco de dados não serão comprometidos. Ao adotar a criptografia como serviço, não há necessidade de adquirir nenhuma nova tecnologia ou fazer novas contratações. Tudo é fornecido de forma "emprestada", com pagamento conforme o uso. A Prefeitura precisa apenas fornecer as políticas de segurança e o local onde os dados precisam ser protegidos.

A maneira mais eficaz de proteger os dados e garantir a integridade de uma Prefeitura é implantar a criptografia e gerenciar adequadamente as chaves de criptografia, o que não é fácil. Desta forma, a criptografia como serviço pode ser uma barreira crucial e direta contra o cibercrime.

(*) - É executivo de desenvolvimento de negócios da Neotel (https://www.neotel.com.br/).

Como a Copa do Mundo impacta o consumo dos brasileiros

Vem aí a Copa do Mundo, que será realizada no final do ano, no Qatar. Junto com a competição, além das esperanças de que a seleção brasileira fature mais um título, vêm também a expectativa do comércio e serviços de aumentar os lucros durante os jogos



O evento é uma 'paixão' nacional e envolve uma grande mobilização popular.

Segundo levantamento do SPC Brasil e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), cerca de 60 milhões de pessoas pretendem fazer compras no comércio e no setor de serviços para o mundial de futebol, injetando R\$ 20,3 bilhões na economia brasileira.

Além disso, a Confederação Nacional do Comércio (CNC) estima um crescimento nominal de 7,9% em relação ao faturamento de 2014, ano em que o Brasil foi sede da Copa. Segundo o professor de Empreendedorismo e Marketing da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), Artur Motta, a Copa do Mundo é um grande evento festivo que faz com que as pessoas ampliem seu consumo, assim como durante ocasiões como as Olimpíadas, Carnaval, entre outros.

"No caso da Copa do Mundo, o evento é uma 'paixão' nacional e envolve uma grande mobilização popular. As pessoas decoram casas, ruas, carros e ampliam o consumo de petiscos e bebidas, reflexo da integração social nos dias de jogos. Mas há também o aumento no consumo de bens duráveis, sendo a televisão o mais icônico deles. As pessoas aproveitam a oportunidade para trocar o aparelho e obter um de maior qualidade e mais modernos", explica o especialista.

Expectativas para a economia são gran-

des - Esse ano haverá um fator ainda mais interessante: a Copa do Mundo começará em 20 de novembro e a famosa Black Friday será cinco dias depois, em 25 de novembro. Não será difícil ver os varejistas trabalhando com estratégias criativas para o período. Independente do setor, utilizando de criatividade, o empresário poderá aproveitar essa oportunidade. Comidas com temas dos países, acessórios de celular, unhas pintadas para os jogos... enfim, há grandes oportunidades.

Sectores mais beneficiados - Na opinião de Motta, vários são os setores que se beneficiam da copa do mundo. Os eletrodomésticos crescem muito, principalmente as televisões, mas podemos esperar também o crescimento

das novas e modernas cervejeiras aumentando. Além desses, o varejo de vestuário também deve crescer. Além do evento social que já resulta em aquisições de novas roupas, haverá a venda de roupas temáticas com as cores do Brasil. Nesse sentido, os artigos de festa como fantasias, tintas, maquiagens, entre outros também devem ser beneficiados.

Como vender mais? - Para o empresário que quer pegar carona nessa época para fazer mais negócios, Motta recomenda que o varejo deve se antecipar à demanda e começar a ofertar os produtos antes do clima da Copa começar, e que é importante também criar o relacionamento com o consumidor o quanto antes. Com isso, ele poderá usufruir da compra por impulso e o consumidor

irá lembrar dele quando pensar onde comprar os produtos.

É importante recordar também que os hábitos de compra estão passando por grandes transformações. O consumidor aprendeu a utilizar canais digitais e adora comprar e receber em casa (delivery). Essa tendência também serve para os produtos e dias relacionados à Copa do Mundo.

Como exemplos, o professor diz que o varejo pode e deve utilizar promoções criativas para atrair o consumidor:

- O Brasil é Hexa, compre 7 e pague 6.
• Aqui o barulho começa antes do jogo, tudo com 10% de desconto.
• Em cada gol do Brasil, você ganha um brinde diferente.
• Hoje é Brasil e Alemanha, Vinhos alemães com desconto!
"Vale a atenção de sempre... Comparar preços, evitar as compras por impulso e pesquisar. Uma boa dica é pensar na Copa do Mundo não como um evento pontual, mas algo que ocorre a cada quatro anos. Com isso o consumidor poderá comprar coisas de melhor qualidade e guardá-las para os anos seguintes", finaliza - Fonte e mais informações: (www.fecap.br).

A importância de cumprir o prazo de entrega

Cicero Mário (*)

Em uma sociedade pautada no imediatismo em tudo à nossa volta, em especial aos consumidores, o velho ditado que prevalece é o famoso "tempo é dinheiro".

Quando compramos algo ou recebemos uma promessa de determinada coisa, o mínimo que todos esperamos é o cumprimento do que foi acordado por todas as partes. Falando da parte comercial, empresas, não importa em qual segmento estejam inseridas, têm o dever e responsabilidade de respeitar os prazos assumidos com os clientes. Portanto, um planejamento eficaz ajudará na gestão de entrega.

Nesse sentido, devemos questionar o que significa a expressão "prazo de entrega". Em mais de 40 anos no mercado de papelão ondulado, posso afirmar com toda a certeza, que muitas pessoas desconhecem o real significado da expressão. Por essa razão, recorro à internet e descubro que uma definição muito comum: 'é o período de tempo em que determinada atividade deverá ser realizada ou em um contexto de produção e de controle de estoque'. A atividade em questão é normalmente a aquisição dos materiais e/ou dos produtos de um fornecedor externo ou da própria instalação de manufatura.

Esse importante componente da venda determina inclusive muitas vezes a compra

de alguém que tem tradição na entrega em detrimento de outro fornecedor habituado ao não cumprimento do prazo de entrega. E o tempo nesse mercado me ensinou que além de trabalhar efetivamente com entregas agendadas e pontuais, é necessário ter novas opções de transportes para mercadorias, um carro quebrado ou um simples congestionamento podem prejudicar a logística de todo um dia.

A melhoria dos processos internos, aliado a ajuda de parceiros e fornecedores, serão importantes para além da entrega, mas também no efetivo controle dos estoques e produtos disponíveis no momento. A tecnologia ajudou muito na evolução desse mercado nos últimos anos, em especial na pandemia, quando boa parte da sociedade se viu em isolamento social e aumentou consideravelmente os pedidos feitos pela internet.

Além da distribuição em prazo acordado, disponibilizar opções para rastreamento de entrega ajudará na confiança do cliente, que poderá acompanhar passo a passo a sua entrega, desde a confirmação do pedido até a saída para o endereço destinado. A agilidade é importante do começo ao fim da fabricação, o que vai permitir não só produtos de qualidade, mas também entregas na data determinada. A eficiência de gestão ajudará tanto na questão financeira como também na fidelização de atuais e novos clientes, que confiaram na empresa

na hora de utilizar ou indicar o serviço.

A fabricação de embalagens deve ter foco nas necessidades dos clientes, de acordo com as tendências no mercado, além de atender projetos específicos, com variação de medidas, mas no prazo determinado, é importante que o fornecedor um orçamento para confecção de um produto, seja feito um estudo e uma análise detalhada sobre as várias etapas do projeto que será desenvolvido.

Profissionais capacitados e tecnologia de ponta são imprescindíveis para confeccionar amostras com mais rapidez e eficiência, permitindo o estudo, análise e a criação de soluções para várias aplicações, quando se trata de embalagens de papelão. O objetivo dessa atividade é levar ao consumidor o melhor custo-benefício e construir novas parcerias no mercado, com alta produtividade que garantam a entrega dos pedidos no prazo estipulado ao cliente e atendimento de qualidade personalizado.

Cada pessoa possui diferentes necessidades. Portanto, requer-se atenção especial para cada caso e avaliar a capacidade de atendimento interno, para que se tenha um crescimento saudável que atenda às necessidades e possíveis imprevistos, evitando desistências e má reputação no setor.

(*) - É diretor comercial da Delta Indústria de Caixas de Papelão (www.deltacaixaspapelao.com.br).

Número de cervejarias no país cresceu 12% em 2021

O número de cervejarias registradas no Brasil cresceu 12% em 2021 na comparação com o ano anterior, mostra a mais nova edição do Anuário da Cerveja, lançado em São Paulo, pelo Ministério da Agricultura. O levantamento indica que existem 1.549 estabelecimentos do tipo no país. Em 2020, primeiro ano da publicação, eram 1.383 cervejarias. Em relação a 2000, quando existiam 40 unidades, o crescimento do setor é de 3.678%.

Em 2021 foram registrados 200 novos estabelecimentos, enquanto outros 34 cancelaram o registro. Houve, portanto, um aumento real de 166 cervejarias em relação a 2020. A secretária-executiva adjunta do

ministério, Mara Papini, destacou que, "apesar da pandemia, das dificuldades", há motivos para comemorar os números e que o ministério tem se empenhado em desenvolver o setor.

O Ministério da Agricultura é o órgão responsável por registrar e autorizar as cervejarias a funcionar, considerando a atividade e linha de produção, bem como a capacidade técnica e condições higiênicas sanitárias. Todos os estabelecimentos produtores, padronizadores, engarrafadores, atacadistas, exportadores e importadores devem ser registrados, assim como todas as bebidas produzidas no país. O certificado de registro tem validade de 10 anos (ABR).

Table with financial data for GOL COMBUSTÍVEIS S/A, including balance sheet, income statement, and tax information.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/D23E-F20C-588F-ACFB> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: D23E-F20C-588F-ACFB



Hash do Documento

8419A2F21CDA1DA7FF5534136B39E434197F9BE778BECC1CEFFC420A1AA7B8B4

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 01/09/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 01/09/2022 19:29 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Thu Sep 01 2022 19:29:18 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.4937713 Longitude: -46.7234681 Accuracy: 11.838

IP 177.197.97.137

Hash Evidências:

A49F48FC41E4899E7078D47DC09781C20E32FA23BE7AAC0DCEDF5CCD62EBAC73



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/gol-combustiveis-s-agol-combustiveis-s-a-gol-combustiveis-s-agol-combustiveis-s-agol-combustiveis-s-a/

The logo for 'Empresas & Negócios' features the word 'Empresas' in a dark red serif font. Below it, the word '&' is in a smaller, grey sans-serif font, with a blue arrow pointing to the right. To the right of the arrow, the word 'Negócios' is written in a blue sans-serif font.

Empresas
& Negócios