

Como pode a intelligence alavancar o meu negócio?

 dinheirovivo.pt/opiniao/como-pode-a-intelligence-alavancar-o-meu-negocio-12894806.html

27 de agosto de 2020



Pergunte-se se tem uma boa estratégia para alcançar legitimamente os seus objetivos, em paralelo com a proteção dos seus ativos.

Ao longo do último ano e meio temos vindo a dedicar este fórum aos desafios que o mundo cibernauta apresenta à segurança da informação. Mas o ciberespaço pode, também, ser uma oportunidade para alavancar o seu negócio e obter vantagens competitivas, através, precisamente, da informação que nele está disponível.

A informação é o valor mais importante dos tempos modernos. O que fazemos, com quem, como, quando, e porque, são algumas das questões que determinam o segredo do negócio. Se, por um lado, são as boas práticas de cibersegurança e a maturidade na gestão da informação que permitem que a informação crítica não seja deixada à mercê de cibercriminosos ou competidores de mercado, por outro, a sua ausência facilitará o trabalho de *intelligence*.

Os serviços de *intelligence* têm vindo a ganhar cada vez mais adeptos, à medida que pessoas e empresas concluem que necessitam de compreender a realidade em que se movem, prevenir-se face às ameaças e encontrar oportunidades. Estes serviços podem ser determinantes no trabalho dos recursos humanos, nomeadamente no recrutamento, sustentar análises de mercado, identificar oportunidades de negócio, contribuir para a resolução de litígios, ou melhorar a densidade de processos de auditorias, mas, sobretudo, para complementar a qualidade de informação disponibilizada à gestão de topo para tomadas de decisão estratégica.

Vejam-se alguns exemplos:

- A minha organização tem negócios dispersos por todo o mundo. Num contexto pandémico, como o que enfrentamos, que exige uma capacidade de adaptação tremenda, como sei o que devo fazer? Que medidas devo tomar? Qual o impacto na continuidade do meu negócio ou na segurança dos meus trabalhadores?

Através da monitorização constante da realidade social e política de um país poderei compreender o risco e tomar decisões acertadas. Para tal, necessito de um serviço especializado de *intelligence* capaz de fazer essa leitura, através de, por exemplo, fontes abertas (OSINT), e de justificar a tomada de decisões estratégicas com a maior brevidade possível. Ter informação de qualidade em tempo útil é um fator preponderante para o sucesso.

- A minha organização quer contratar determinado indivíduo para um cargo de topo, que lidará com informação sensível ou será sujeito a escrutínio público. Como sei se o candidato tem o perfil certo, se o histórico é verdadeiro e se não constitui um risco?

Através de uma “investigação” prévia do seu perfil digital, poderei conhecê-lo com maior acuidade e, assim, decidir se posso confiar nele para assumir a responsabilidade de um cargo na minha empresa. O mesmo se aplicaria se estivesse perante um processo de aquisição ou fusão empresarial, em que o conhecimento me permitiria obter vantagens competitivas ou avaliar melhor os riscos da operação.

- Sou uma figura pública e tenho sido alvo de ataques sucessivos à minha imagem e bom nome, o que posso fazer?

Posso detetar e neutralizar perfis falsos e até identificar a sua origem, estando mais preparado para responder aos meus competidores e agir juridicamente, se for caso disso. É, aliás, uma ferramenta muito procurada por políticos ou agências de comunicação.

Para responder a estas necessidades, são necessárias equipas com capacidade tecnológica e técnica para angariar informação pelo mundo cibernauta, mas também é determinante o processamento da informação reunida e a sua transformação em conhecimento. Assim, este trabalho depende também da equipa de analistas, cujo profundo conhecimento do contexto – geopolítico, social ou outro – permite ao cliente saber qual a melhor decisão a tomar. As equipas envolvidas devem ainda ter uma enorme capacidade de discrição e ética, agindo no respeito da lei e do cliente.

Num mercado cada vez mais exigente e numa realidade tão mutável como aquela que vivemos, deve perguntar-se se tem uma boa estratégia para alcançar legitimamente os seus objetivos, em paralelo com a proteção dos seus ativos. Este é o futuro.

Bruno Castro, CEO da Visionware