

PASO A PASO

¿Cómo proteger su información?

→ Abundan virus y 'hackers' que pueden violar la seguridad de su empresa

No es fácil proteger un sistema. Es más fácil robar información y dañar sus equipos. Según Christopher Hafer, gerente general de Fon Perú, empresa especializada en la consultoría para sistemas de seguridad, la mayor cantidad de peligros no vienen a través de Internet, sino que se originan dentro de las empresas, por el mal manejo de la información de algún empleado. Por eso es necesario establecer una norma de seguridad interna que se cumpla. Por ejemplo: no permitir el uso

1



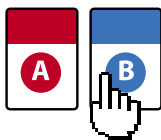
MANEJAR UN CONCEPTO INTEGRAL. Identificar los valores en riesgo de la empresa, el valor del proceso de negociación con sus clientes o de su producción. Se deben evaluar los activos actuales del sistema y la gerencia debe sensibilizarse con la importancia de la seguridad de su información.

2



DEFINIR UNA POLÍTICA DE SEGURIDAD. La gerencia debe aprobar y comunicar los procedimientos específicos, detallados para el uso de su sistema y reglas de seguridad que los usuarios deben cumplir. Otro punto es definir las configuraciones y aplicaciones de los equipos (computadores y servidores) para su buen uso.

3



CONOCER LA UTILIDAD DE LOS PRODUCTOS. Antes de comprar un antivirus, firewall u otros productos de seguridad debemos tener en cuenta un concepto global de las necesidades propias de la empresa, para implementarlas, aplicarlas y configurarlas correctamente bajo nuestra política de seguridad.

4



CAPACITACIÓN. Un buen nivel de conocimiento en procedimientos de seguridad minimizan los posibles riesgos. La capacitación del personal debe incluir normas de seguridad, responsabilidades legales, así como prácticas en el uso correcto de procedimientos de concesión (log-on), uso de paquetes de software, etc.

del chat, no bajar ningún tipo de archivos (fotos y música), pues es un medio de transmisión de virus y 'spam'. Esta política debe distribuirse a todos los empleados en forma apropiada y entendible. "Antes que todo minimizar el riesgo", sostiene Hafer. Si fuera necesario la gerencia debería facilitar el acceso a un equipo de consultores externos.

La seguridad de las redes no dependerá del número de servidores o usuarios conectados, sino del tamaño de la información y del tipo de operaciones propias del negocio (por ejemplo, ¿cómo funciona su contabilidad?). Y por otro lado, no solo se trata de adquirir productos como antivirus y firewall sino el uso de técnicas para configuraciones y aplicaciones. "Hay muy buenos

productos en el mercado, pero lo más importante es conseguir su correcta aplicación. Hay muchas empresas que compran programas costosos que no se adaptan a sus necesidades, las cuales resultan siendo menores", dice Christopher Hafer.

Otro punto clave es tener una revisión permanente. Dependiendo del tamaño de la empresa u organización, el control de la política de seguridad puede ser manejado por un asesor especialista ya sea interno o externo. No hay que olvidar los requerimientos de confidencialidad o acuerdos de no divulgación de necesidades de la empresa para la protección de información, pues estas deben ser identificadas y revisadas con regularidad. Más información en www.fonperu.com.

KALPA EXPORTA ARTESANÍAS DE CHULUCANAS

"Le doy un valor agregado al producto"

El primer comprador de artesanías que tuvo Luis Sala fue un puertorriqueño que conoció en Miami y quien nunca más le volvió a comprar. ¿La razón? Sala dice que le vendió a un precio muy alto 100 piezas de cerámica, y que eso no fue por viveza o criollada sino porque aún no conocía bien el negocio. Este incidente lo impulsó a pasar de la venta de piezas de Chulucanas a crear sus propios diseños, bajo el mismo estilo, y producir.

Luego de haber sido visitador médico durante trece años, conoció en un viaje a Piura el arte de Chulucanas y fue allí donde compró los cuatro primeros jarrones con los

que viajó a Estados Unidos. Hoy con una marca ya constituida (Kalpa) vende 4.500 piezas al extranjero y 1.500 en el mercado interno. En el 2004, sin ningún cliente aún, su esposa (abogada especialista en comercio exterior) le aconsejó que fuera a Prompex allí se capacitó y viajó con sus diseños en 3D a California Gift Show, su primera feria internacional. Allí estableció contacto con importadores y así exportó 200 artesanías que mandó a producir a un taller de Piura.

Sin embargo, para seguir creciendo sabía que era necesario producir y no tercerizar, por esa razón en el 2005 se asoció con un



SEBASTIÁN CASTAÑEDA

DECORACIÓN. Más de 6.000 piezas vendió el año pasado. El doble que el 2006.

artesano de Chulucanas, quien tenía toda la experiencia en la elaboración de estas piezas. "Yo me encargo de darle un valor agregado a las artesanías en diseño, forma, acabado y presentación", dice.

Para Luis Sala es muy importante darle un lugar a su marca en el mercado de las artesanías, una de sus últimas innovaciones fue colocar aplicaciones de plata y ahora está produciendo cerámicas no solo decorativas sino también utilitarias. El año pasado participó en cuatro ferias de venta al detalle en Lima y hoy las artesanías Kalpa ya se venden por temporadas en una tienda por departamentos de Lima. Ahora el reto es introducir su producto durante todo el año en supermercados y tiendas de decoración.