

A necessidade de criar um novo ecossistema de segurança de rede

Fernando Guerra (*)

A cibersegurança tem gradativamente se tornado um tópico de preocupação mundial

Especialmente depois dos ataques DDoS de larga escala, que quase paralisou o que entendíamos por segurança de rede. Em contrapartida, grandes empresas operam a criação de um novo "ecossistema" de segurança de rede, a proteção de três elos - usuários, clientes e dispositivos.

O ataque DDoS ameaçou a porta de segurança de rede

Não é exagero afirmar que globalmente estamos passando por uma crise que adentrou pela "Porta de segurança de Rede". Especificamente em 2016 quando o site de uma joalheria americana foi atacado por hackers. O endereço eletrônico operava com taxa de usual de 3500 solicitações via HTTP por segundo e, após investigações, todas essas solicitações partiram de câmeras IP. O ataque DDoS partiu de um botnet que atingiu 25 mil câmeras de rede, o maior que se têm notícia.

Mas este foi apenas o ponto de partida, em outubro do mesmo ano os Estados Unidos sofreram o maior ataque do tipo, os websites de praticamente toda costa leste saíram do ar e, mais uma vez, descobrimos que o problema partiu de câmeras e outros dispositivos inteligentes. Foram alguns eventos desse tipo que trouxeram novos desafios ao IoT e a Segurança IP. Autoridades ao redor do mundo se esforçam em pensar leis e diretrizes para a Internet das Coisas e, mais do que isso, esses casos mostram que os incidentes estão intimamente atrelados aos sistemas de videomonitoramento.

Sim, há vulnerabilidades na Rede de videomonitoramento baseada em IoT

Com a tecnologia IP, IoT e Big data, os sistemas de videomonitoramento alcançaram um novo patamar. No entanto, enfrenta também novos problemas: As novas tecnologias estão por toda parte porque atendem as principais necessidades de segurança e de custo-benefício. Na maioria das vezes, os equipamentos de videomonitoramento estão conectados com banda larga não protegida ou via internet móvel para diminuir os custos de largura de banda e uso de dados. Há também o uso de aplicativos de videomonitoramento remoto e isso cria um ambiente relativamente fácil para potenciais hackers.

E ainda, faltam regulamentações para a edificação de projetos - a cibersegurança é ignorada com a falta de regulação e diretrizes. Outro pro-

blema é que muitos usuários apostam em senhas simples como "1234 admin" ou equivalentes que facilitam a entrada de hackers no sistema.

Finalmente, alguns fabricantes de dispositivos de segurança exportam para diversos países e, em ordem de economizar, utilizam firmwares genéricos ou de Open Source, ou adotam produtos OEM sem reforçar a segurança. Como resultado, dispositivos de segurança de diversas marcas são combinados em um projeto com uma senha fraca e, em comum, as mesmas vulnerabilidades que uma vez expostas, dificilmente são corrigidas.

Estabelecendo um novo ecossistema de Segurança em Rede

Desde os ataques em 2016, os dispositivos de cibersegurança IoT receberam mais atenção para prevenir que dados e informações sejam roubados, proteger os sistemas de videomonitoramento contra sabotagem e prevenir ataques de botnet. Estabelecer uma nova dinâmica interdependente de segurança para todas as pontas da cadeia de segurança de rede é crucial para resistir aos ataques. Um equipamento atacado por um hacker representa um dano a privacidade individual, social e até nacional. Na trilha para promover um novo patamar de segurança de rede, empresas como a nossa têm investido em estabelecer uma nova estrutura e sistema de cibersegurança para clientes finais (ensinando bons hábitos de segurança) e para instaladores (criando programas de verificação de manutenção regular e também ensinando como evitar o ataque DDoS).

No ano passado criamos o DHCC - Dahua Cybersecurity Center, que visa fornecer produtos e soluções mais robustas e seguras para os nossos clientes. As operações consistem em relatórios de vulnerabilidade de segurança, comunicados e notícias sobre cibersegurança para a nossa base de clientes global.

É papel dos fabricantes incorporar elementos de segurança desde o processo de Pesquisa e Desenvolvimento de produtos. Como um próximo passo, estamos considerando configurar um esquema de teste padrão para dispositivos de monitoramento de rede e adicionar processos de Q&A e não há dúvida que será necessário investir mais em pesquisa e desenvolvimento, treinar contingentes profissionais, implementar gerenciamento, controle rígidos e cooperar com a indústria de TI - uma nova oportunidade de agregar valor às companhias.

(*) É diretor comercial de projetos da Dahua Technology

Pesquisa revela que 79% dos consumidores querem entrar em contato com empresas online

De acordo com dados da Enghouse Interactive, mudanças de atitudes em relação ao atendimento ao cliente e tecnologia imprimem um novo comportamento no mercado de contact center

Mais de três quartos (79%) dos consumidores de serviços de contact centers no Reino Unido acreditam que as empresas devam possibilitar um modo dos clientes se envolverem online, segundo pesquisa da Enghouse Interactive realizada neste ano com 1000 pessoas. Quando a mesma pergunta foi feita em 2014, apenas 29% dos entrevistados disseram que isso era importante, demonstrando como as atitudes mudaram ao longo dos últimos três anos.

"Essa última pesquisa mostra um aumento significativo", diz Jeremy Payne, vice-presidente de marketing internacional da Enghouse Interactive, "e com 53% dos entrevistados selecionando o e-mail como seu método preferido de comunicação, é claro que, seja qual for seu mercado-alvo, as empresas devem ter uma rede online estratégica em vigor para competir".

No entanto, quando a interação humana é necessária, 88% dos consumidores disseram que é importante ser encaminhado rapidamente para um especialista. Este é um igualmente surpreendente aumento de 66% em relação à pesquisa de 2014. "Não está claro se esses resultados mostram uma crescente impaciência, uma crescente complexidade dos problemas do consumidor, maiores expectativas de atendimento ao cliente ou uma combinação dos três", observa Payne.

Mas é evidente que ser capaz de se comunicar com alguém que conheça sua história, que tenha os dados certos prontamente disponíveis e possa oferecer um serviço personalizado é altamente avaliado pelos clientes. De acordo com isso, 60% dos entrevistados citaram a transferência de chamada de um agente para outro como um dos três fatos que mais os incomodam.

Brasil

Maurício Visnardi, country manager da Enghouse Interactive no Brasil, analisa que essas mudanças de atitude também são refletidas nos brasileiros, especialmente quando o foco é a forma de interação no atendimento de clientes, considerando, inclusive, a mescla de gerações na faixa economicamente ativa.

No entanto, mesmo havendo ainda a preferência pelo atendimento por voz, por meio de um contato telefônico, o comportamento do cliente vem mudando muito rapidamente: "Cada vez mais é maior o número de pessoas que querem resolver seus problemas ou interagir com as empresas sem a necessidade de falar com o agente. Para esse público crescente o melhor atendimento é aquele que flui sem a necessidade de muitas interações. Arrisco em dizer que no momento ainda exista um grande número de pessoas que preferem falar com alguém porque não confiam nas alternativas oferecidas atualmente, por achar que não trarão a resposta às suas necessidades", pontua Visnardi.

Segundo o executivo, dentro desse cenário há um outro tipo de desafio: fazer com que as tecnologias de autosserviços atuais atendam às necessidades dos clientes de forma eficiente e que proporcionem uma experiência positiva, ou seja, que resolva o problema / desejo do cliente sem que este tenha que passar para um contato humano em 100% dos casos: "Questões mais rotineiras podem facilmente ser resolvidas através de processos bem desenhados e da tecnologia adequada".

Esses resultados mostram que os revendedores, os proprietários de marcas e os provedores de serviços de hoje devem fornecer uma escolha de opções de contato: "O e-mail é popular porque ele "data selos" à comunicação, fornece um registro de correspondência facilmente pesquisável e pode ser visto em vários dispositivos", destaca.

"No entanto, é interessante que, quando se trata de uma consulta que precisa de entrada humana, não queremos apenas falar com qualquer pessoa, queremos a pessoa certa que possa resolver nosso problema rapidamente", observa.

Visnardi entende que quando existem dificuldades para falar com um agente ao vivo, isso só causará agravamento em todo o processo, mas se tornará ainda mais grave se o atendimento não for resolvido logo na primeira interação: "A maneira de fazer isso é adotar um sistema de inteligência no roteamento destas chamadas e criar uma solução que dê uma visão unificada de



todas as interações do cliente, para garantir que todos os agentes tenham uma visão completa do histórico multicanal de um cliente, independente do canal que tenha escolhido em outras interações com a mesma empresa", explica Visnardi.

Os resultados da pesquisa também fornecem uma indicação do que acontece com empresas e marcas que falham na entrega do serviço. Metade (50%) daqueles solicitados se recusam a fazer negócios com essa marca ou provedor de serviços novamente. No entanto, embora o e-mail seja o método mais popular de comunicação, a mídia social é de longe o canal mais popular para queixas.

Além da obrigatoriedade por um atendimento omnichannel de qualidade, há uma forte tendência pelos autosserviços em todos os níveis e plataformas, desde um contato por telefone, em que o cliente pode chegar ao ponto de até realizar negociações, por exemplo, sem a necessidade de falar com um agente, até as interações com componentes advindas das possibilidades da IoT, onde o cliente passará a interagir com as empresas, seus produtos e serviços, de diversas maneiras: "Ainda nestes casos podemos considerar que são nada mais do que "outros canais" de interação que devem ser gerenciados de forma única para manter a boa experiência do cliente".

Por outro lado, o próprio cenário econômico brasileiro manterá a necessidade de as empresas reduzirem continuamente seus custos para simplesmente se manterem competitivas ou, em muitos casos, vivas no mercado. Com isso, conseqüentemente, a necessidade de empregarem mais tecnologia para atingirem tais objetivos. A jornada passará sempre pela automação contínua de seus processos, além de disponibilizarem aos seus clientes mecanismos de autosserviços para que sejam devidamente atendidos. Cada vez menos encontraremos o aspecto humano muito relevante neste cenário, querendo ou não. A correlação dos desafios financeiros com a transformação natural do comportamento do cliente, que não preferirá mais o contato com alguém do outro lado da linha, as interações serão através de inúmeros canais, mas sem o aspecto humano, que diminuirá ainda mais nos próximos anos.

As empresas terão a real necessidade de entender, por exemplo, de forma unificada, como foi a experiência de um determinado cliente que realizou sua compra através da internet depois de ter tirado suas dúvidas quanto ao produto que estava pesquisando com uma interação via chat, que recebeu informações deste processo de compras através de algumas mensagens de e-mail, que recebeu este mesmo produto via entrega por um drone, que pesquisou sobre as instruções e dicas de uso via conteúdo website e posts em comunidades virtuais ou em redes sociais, onde o mesmo produto foi extensamente avaliado.

Visnardi acredita que a maratona das empresas não para por aí, pois terá que engajar o cliente para que o mesmo esteja sempre em contato e atendido da melhor forma possível onde, quando e da forma que este escolher: "As tecnologias que possibilitem condições de ajudar as empresas neste cenário cada vez mais complexo terão o controle quando o assunto for atendimento ao cliente".

Tecnologia agiliza processo de adaptação das empresas ao eSocial

O objetivo do eSocial de simplificar e informatizar as informações hoje dispersas em diferentes meios e plataformas, fundamental na modernização da fiscalização e transparência trabalhista no Brasil, exige das empresas, neste primeiro momento de implantação, elevados esforços de adequação em seus processos. Nesse cenário, a Questor, uma das principais provedoras de soluções tecnológicas voltadas à área de contabilidade fiscal do país, vem desenvolvendo projetos customizados que ganham importância no apoio às empresas nesse momento crucial de transformação organizacional para adaptação ao novo modelo do governo.

De acordo com uma recente pesquisa da Fenacon (Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas), somente 4,4% dizem estar prontas para a operação do novo sistema. O levantamento revelou que 42,9% das companhias ainda não iniciaram a implantação, enquanto o restante está começando a se adaptar agora (29,1%), ou em fase intermediária (23,7%). O principal desafio, segundo o relatório, é conseguir mudar a cultura organizacional e repensar os processos.

Considerada uma das mais destacadas empresas contábeis do país, a Rui Cadete Consultores, sediada em Natal (RN), contou com o Sistema Operacional Questor para realizar a unificação e qualificação de seus cadastros. O projeto, iniciado em Agosto e concluído em Setembro, contemplou o mapeamento de todas as ocorrências previstas na Lei, planejamento de execução destas com prazos e responsáveis, treinamento da equipe de atendimento e aos seus clientes. Desta forma, a Rui Cadete conseguiu adequar toda a carteira de clientes a estarem qualificados ao eSocial. "O projeto nos possibilitou uma regularização cadastral com o Fisco trabalhista e previdenciário e maior organização das rotinas internas da empresa. Desenvolvemos uma ferramenta de levantamento de indicadores e diagnóstico



dos clientes perante as obrigações. A Questor tem nos apoiado desde 2011, com todos os módulos necessários para atender com eficiência nossas demandas", ressalta Ethel Cristina Maia Mesquita, Diretora Administrativa Financeiro da Rui Cadete.

Já a Soma Contabilidade e Auditoria, empresa catarinense com quase 30 anos atuando na prestação de serviços de contabilidade, utilizou a tecnologia Questor para sanar os problemas cadastrais na adequação ao eSocial. O processo de implementação levou cerca

de cinco meses, de agosto a dezembro, e priorizou a qualificação interna do sistema, auditorias, além da unificação dos cadastros gerais. "A Questor nos forneceu treinamentos, tutoriais e auxílio integral no suporte da ferramenta. Desta forma, foi possível antecipar o processo sem a pressão dos prazos, transparecendo maior segurança aos nossos clientes e melhorando a qualidade da informação" explica Eugênio Vicenzi, da Soma.

Fernando Abrantes, Diretor de Tecnologia da ORCOSE - Organização Contábil Serafim - uma das mais tradicionais empresas contábeis do país, explica que o objetivo principal do projeto era preparar todos os clientes para o eSocial de forma antecipada. "Primeiramente focamos na parte cadastral visto a exigência bem detalhada de informações que este projeto possui. Com o auxílio do sistema da Questor conseguimos apontar as falhas cadastrais de forma dinâmica para então levantar as informações com os clientes", diz Abrantes. O processo iniciado em Junho, que promoveu a qualidade no atendimento ao cliente, já está com 70% dos trabalhos concluídos. "Trata-se de uma mudança total na maneira de executar os trabalhos, no qual o cliente passa a ser parte integrante do início até ao fim do processo. Por isso precisávamos de uma tecnologia capaz de atender todo o aspecto legal pertinente aos setores contábil, fiscal e folha de pagamento. Os sistemas da Questor, por meio de sua equipe, têm atendido com excelência todas as demandas atuais", completa Abrantes.

News @TI

TCL revela lançamentos de TVs globais na CES 2018

@A TCL, uma das três maiores fabricantes de televisores do mundo e líder mundial em aparelhos eletrônicos, sinalizou hoje, na CES 2018 em Las Vegas, suas intenções de continuar inovando em 2018 com a divulgação de suas mais recentes Smart TVs e outras tecnologias Smart, incluindo o seu carro-chefe, a TV QLED X6, a Smart TV UHD Série C6 e a Série P5. "Os produtos que estamos lançando hoje incorporam as tecnologias mais importantes e dinâmicas da indústria atual, e que continuam a manter a TCL na vanguarda mundial da produção de tecnologia Smart e prestação de serviços de aplicativos de internet", disse Tomson Li, Presidente e CEO da TCL Corporation. "A TCL teve um excelente 2017 e, o que é mais importante, estamos muito confiantes de que 2018 será outro ano de sucesso tanto nos Estados Unidos quanto globalmente", acrescentou (www.semptcl.com.br).

ABB e Formula E fecham parceria

@A ABB e a Fórmula E acabam de fechar uma parceria inovadora que irá fortalecer a mobilidade elétrica para um futuro sustentável. A Fórmula E estabeleceu-se como o esporte automobilístico internacional totalmente elétrico desde a primeira corrida realizada em Pequim, em setembro de 2014. A ABB, líder global em tecnologia, traz seu nome, inovação e liderança em tecnologia para a competição, que passa a ser conhecida como "ABB FIA Formula E Championship". Com sua expertise em eletrificação e liderança em soluções de carregamento para veículos elétricos e a maior base instalada de estações de carregamento ultrarrápidas em todo o mundo, a ABB é o parceiro ideal da Fórmula E (www.FIAFormulaE.com).