

ENTREVISTA RUI SHANTILAL Managing Director da Integrity

“Área financeira é das com maior maturidade na cibersegurança”

Maior utilização de canais digitais aumentou o risco, mas Rui Shantilal diz que a preocupação é com o utilizador final, alvo prioritário dos ataques.

RICARDO SANTOS FERREIRA
rsferreira@jornaleconomico.pt

A pandemia aumentou o recurso a canais digitais. Em entrevista, Rui Shantilal, managing director da Integrity, diz que a indústria financeira é das mais experientes e que os riscos que têm vindo a crescer têm como principal alvo o utilizador final, mais do que as organizações.

O crescimento das comunicações digitais entre instituições financeiras e clientes fez aumentar o risco da relação?

Não diria que aumentou o risco da relação, diria que incrementou o risco no canal digital em detrimento do canal presencial, ou seja, existe um shift do risco. Se antes existia maior perigo de roubo ou fraude física, porque a relação era mais “física”, agora, com a crescente utilização do canal digital, de facto densificou-se gradualmente o risco nesta componente, que na realidade já não é nova, pois a banca online existe em Portugal há mais de 20 anos.

Que tipos de riscos aumentaram?

Os riscos têm vindo a crescer principalmente nos que têm como alvo o utilizador final. Veja-se, qualquer ação de ciberataque pode ter como alvo direto a própria entidade financeira, o utilizador final, ou ambos. No vetor da entidade financeira, estamos a falar de uma indústria com uma considerável maturidade e cada vez será mais complexo e desafiante um atacante conseguir ter sucesso neste vetor. O que tem acontecido com naturalidade é estes orientarem os ataques aos utilizadores finais com o objetivo de roubo ou interceção de credenciais e/ou transações com o natural objetivo de monetizarem o resultado do ciberataque. Uma das formas mais sofisticadas para além dos usuais phishing ou smishing, tem consistido na instalação “silenciosa” de software malicioso, em técnicas de engenharia social com personificação, ou até de sequestro do dispositivo móvel ou do cartão SIM da vítima.

As organizações têm-se mostrado preparadas para lidar com o aumento do risco? O investimento foi suficiente?



Foto cedida

A questão do investimento é muito pertinente, mas como em qualquer área que envolva segurança, tal como nas áreas da saúde, segurança física, mobilidade, estamos a falar sempre de tentar equilibrar o custo/benefício e o *fine tuning* entre estas variáveis é a chave. O sistema mais seguro é o que está desligado, mas sabemos que o sistema desligado não serve o propósito. A área financeira é das com maior maturidade, há décadas que trabalham a área da cibersegurança com estrutura, organização, processos, tecnologia, testes certificados e com uma sofisticação em crescendo. Atualmente, as entidades financeiras, para além de ações crescentes de consciencialização dos utilizadores, estão cada vez mais proativos na identificação de ameaças que visam não só a organização de forma direta, mas também de forma indireta, ou seja, através da vitimização dos seus utilizadores. Um exemplo típico é a capacidade que as entidades financeiras hoje em dia têm de conseguirem identificar um site “falso” que se tenta fazer passar pelo banco, no contexto de um ataque de phishing, e conseguir, em alguns contextos, desencadear a sua desativação, ainda antes da campanha de phishing se iniciar.

E os particulares?

Os utilizadores finais, sejam particulares ou empresas, é de facto o vetor mais suscetível neste momento, porque estamos a falar de recursos com menor maturidade e consciência para com os riscos quando em comparação com as entidades financeiras.

No contexto das empresas, principalmente quando falamos de PME, há um longo caminho a percorrer, principalmente porque estamos a falar de recursos que podem ser dispendiosos. Há muito por fazer, desde a questão da consciencialização, organização, arquitetura, resiliência, tecnologia, processos, testes, etc. Existem ainda organizações que tratam a tecnologia como um simples utilitário, uma calculadora, por exemplo. Mas a tecnologia, hoje, é muito mais do que isso. É um meio potente de interação com benefícios gigantescos na eficiência e eficácia, mas com todos os riscos inerentes. Mais que nunca, as organizações devem ganhar consciência destes riscos e, infelizmente, em muitos casos esta consciência é ganha através de más experiências. E como as “fichas” são sempre limitadas, podem começar por garantir a formação, consciencialização e responsabilização das pessoas, o vetor que está cada vez mais a ser explorado no contexto dos riscos de que estamos a falar.

Falando estritamente de particulares, é de facto o elo mais fraco desta relação e de forma similar às empresas, existe um longo caminho de consciencialização e execução a percorrer, sendo, no entanto, de realçar que já se denota um shift nos últimos anos, as pessoas estão cada vez mais despertas e “donas” dos seus recursos e da sua informação, talvez como resultado indireto da aplicabilidade do RGPD, mas também de todas as ações de consciencialização que têm sido realizadas em crescendo. ●

OPINIÃO

A Pandemia na aceleração digital da Banca



RODOLFO LUÍS PEREIRA
Enterprise Solutions
Director da Noesis

Vivemos momentos difíceis para todos os sectores económicos e também para o sector financeiro. Num contexto de moratórias e quando se perspetiva o final das mesmas, este foi um mecanismo bastante utilizado para aliviar o esforço financeiro dos nossos cidadãos e empresas.

Se por um lado, esta iniciativa procurou mitigar parte do impacto causado por esta pandemia, veio também criar um problema processual para as instituições financeiras, com o surgimento súbito de pedidos e a necessidade de resposta rápida, acrescido da situação de confinamento em que nos encontrávamos.

Este é um bom exemplo de como pode a pandemia (e a tecnologia) acelerar a transformação digital do sector financeiro. Na maioria dos processos que foram implementados pela maioria dos Bancos, para fazer face aos pedidos de moratórias de crédito, foram disponibilizados os tradicionais documentos PDF, solicitando-se ao cliente um conjunto de passos pouco ágeis – download do documento, impressão do mesmo, preenchimento e assinatura manual, digitalização do papel e envio para uma conta de email criada para o efeito. A este processo pouco “ágil” e muito pouco user friendly para o cliente, juntou-se o processo de back-office subsequente onde, atarefadamente, sem quaisquer (ou poucas) integrações ou automatizações, funcionários dedicados dessas instituições tiveram de processar todos esses pedidos e “dar andamento” aos processos. Enfim, uma tarefa dantesca de ineficiência burocrática mais ou menos visível ao cliente final, que, entretanto, desesperou por uma resposta ao seu pedido.

É perante este tipo de ineficiências que a tecnologia pode fazer realmente a diferença. É necessário inovar nos processos, apostando numa visão de efetiva digitalização do canal e dos touchpoints com os clientes. Mas esta aposta deve incidir não apenas na customer

experience, facilitando quem procura submeter um pedido, mas também no próprio fluxo interno de resposta da instituição, apoiando quem tem depois a missão de avaliar o pedido e dar provimento interno ao mesmo.

Essa inovação, na abordagem e nas ferramentas utilizadas, possibilita, por exemplo, desenhar um serviço de atendimento personalizado 24x7 com recurso a inteligência artificial em conversação – bot ou chatbot. O Bot permite “guiar” um cliente em todo o processo, ao longo dos diferentes passos necessários à submissão dos seus pedidos. É também responsável por validar previamente a elegibilidade desses pedidos, bem como a documentação exigida em cada passo. Integrando este bot com outro tipo de soluções, é possível desmaterializar verdadeiramente todo o processo, com recurso a funcionalidades de assinatura eletrónica e com integração com os sistemas informáticos da organização.

Garante-se assim uma maior rapidez em todo o processo, acessível a partir de qualquer dispositivo, com baixa necessidade de literacia técnica, processual ou informática e, mais importante, proporcionando ao cliente uma experiência de interação mais fácil e eficiente com o seu Banco. Também ao nível da eficiência interna e custos associados, os ganhos são evidentes.

Esta visão de que um cliente, com o seu dispositivo móvel, pode interagir com um assistente virtual, beneficiando de um serviço completamente desmaterializado sem recurso ao uso de papel e, garantindo uma redução clara de esforço quer do próprio quer da instituição financeira, pode parecer quase uma miragem, mas está à disposição de qualquer organização.

Voltando ao exemplo das moratórias, a aplicação prática deste conceito, foi testada numa instituição bancária, com um aumento de até 10x mais processos no mesmo período de tempo e com os mesmos recursos humanos. Algo que anteriormente demorava horas passou a ser executado em poucos minutos.

Uma solução relativamente simples, de baixo investimento, com resultados comprovados e de rápida implementação, que é um claro exemplo da aceleração digital que o contexto de pandemia veio proporcionar. ●