



Como o Mercado
Bitcoin usa
conscientização
para transformar
colaboradores em
source de incidentes

Palestrantes



William Borges

- Gerente de Cybersecurity do Mercado Bitcoin.
- 20 anos na área de Cybersec.
- 2,5 anos de MB.
- Tecnólogo em Redes de Computadores.
- Contato: william.borges@mb.com.br

Grazielle Alessa

- Coordenadora do SOC/CSIRT do Mercado Bitcoin.
- 10 anos na área de Cybersec.
- 2 anos de MB.
- Bacharel em Ciência da Computação.
- Contato: grazielle.alessa@mb.com.br



Sobre o MB





Mercado Bitcoin

Mas pode me chamar de MB!

Somos a maior plataforma de criptoativos da América Latina desde 2013. Com **10 anos** de experiência no mercado, democratizamos o acesso à nova economia digital para mais de 3.5 milhões de clientes.

↗ Compre e venda **mais de 200 criptoativos** (criptomoedas, tokens, fan tokens, utility tokens, NFTs e mais) a qualquer hora do dia e de onde estiver **a partir de R\$ 1***.

↗ **+ R\$70 de bilhões** de volume negociado.



Sobre a Segurança do MB



Como a
conscientização
nos ajudou?



Reforço positivo para report interno



Temos um **programa de conscientização** interno que fornece cursos em formato de vídeo e material de leitura atualizado sobre cibersegurança para todos os *MB Makers*.

Além disso, temos atividades de prática de segurança que ajudam eles a acumularem pontos. No fim de cada temporada (Trimestral) e de cada mês, os 3 melhores ganham **prêmios**.

Exemplos de atividades de boas práticas que podem valer pontos



Abuse@

Enviar report de phishing para o canal correto da segurança (abuse) vale **10 pontos** na nossa competição, por exemplo.

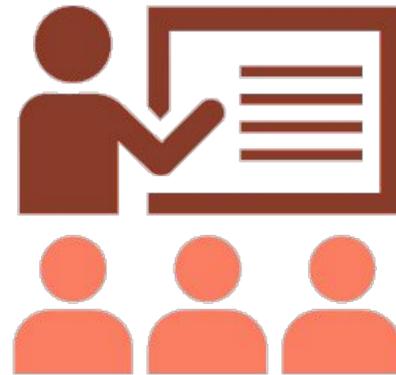


Leitura e aceitação da Política de Segurança da Informação vale **100 pontos** na nossa competição.



Reportar um risco de segurança ao CSIRT vale **10 pontos** na nossa competição.

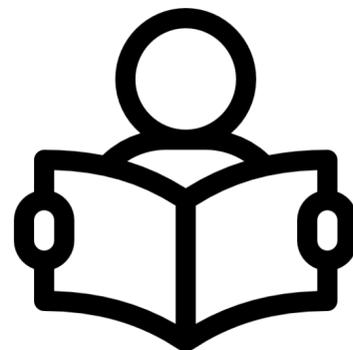
Nós testamos a conscientização!



As campanhas simuladas pelo CSIRT estão previstas na **Política de Segurança da Informação (PSI)** e **programa de conscientização** (que possui um decréscimo de pontos para os que caem).

Elas podem ser **gerais** ou **direcionadas** para algumas áreas que precisam de ações de conscientização pontuais.

Apenas os responsáveis por disparo da campanha, algumas pessoas selecionadas do CSIRT, sabem conteúdo, formato e data do disparo. Dessa forma também podemos testar o time de segurança e diretoria.



É importante testar ataques de menor e maior complexidade. Para testar se os usuários estão detectando golpes de padrões similares ou se estão conseguindo fazer a análise dos parâmetros ensinados na conscientização.

Conclusão



Segurança e ética são inegociáveis.



Em 2022, a diretoria do MB lançou os metacordos que refletem os valores mais importantes para o Mercado Bitcoin. Em um desses valores, foi "**Segurança e ética são inegociáveis**".

Oficializar que Segurança é prioridade para a empresa desperta o foco de áreas mais distantes de cybersec para a importância de proteger dados, sistemas e pessoas e traz mais autonomia para a área.

Pontos que a empresa observa em relação a Segurança nos bate-papos gerais:

- Premiação do colaborador que representa o valor "Segurança e ética são inegociáveis" (Trimestral e votação popular).
- Premiação do programa de conscientização (Maior pontuação em cursos, provas e atitudes).
- Resultado das campanhas de phishing simuladas do CSIRT.
- Novas *features* de segurança que vão evitar incidentes dentro do MB.

Construir cultura de segurança é difícil.

Mas vale a pena.

**As dores são as mesmas em toda empresa,
só muda o CNPJ:**

- **Memória curta dos colaboradores:** É preciso relembrar conceitos de boas práticas e golpes com frequência.
- **Inovação em golpes e fraudes:** É preciso de conscientização atualizada e constante.
- **Segurança não se faz sozinho, explicar o porquê é importante:** Se um colaborador não entende a importância de um processo, sua tendência é bypass. Precisamos explicar riscos e deixar procedimentos didáticos.

APESAR DISSO:

Caso nossos controles de detecção falhem, temos de backup os olhos atentos dos colaboradores.

Os canais de segurança são amplamente divulgado para clientes e dentro da empresa. São a *source* que mais recebe *input*.

É preciso levarmos a segurança até o contexto das pessoas - Só assim é possível construir a cultura de segurança.

Conscientização não é a solução pra tudo, mas é o primeiro passo.

Muito
obrigado.

