

# RNP

Hackathon de Cibersegurança

Agosto/2024



Educação, Pesquisa e Inovação em Rede

# BEM-VINDOS (AS)!



### **HACKATHON**

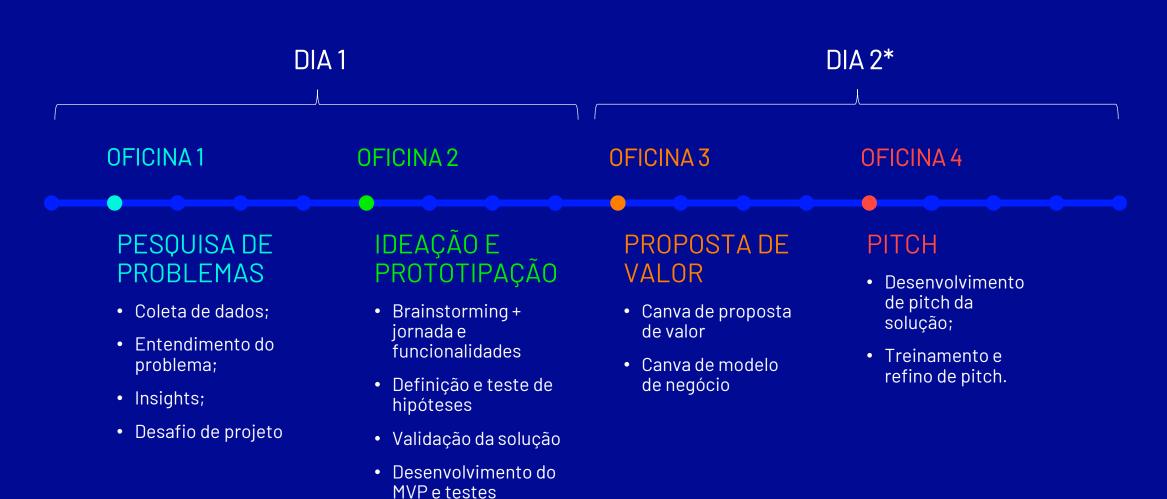
é um evento de programação que reúne programadores, designers e outros profissionais para desenvolver soluções inovadoras para um problema específico em um curto período de tempo.



### **Mentores**

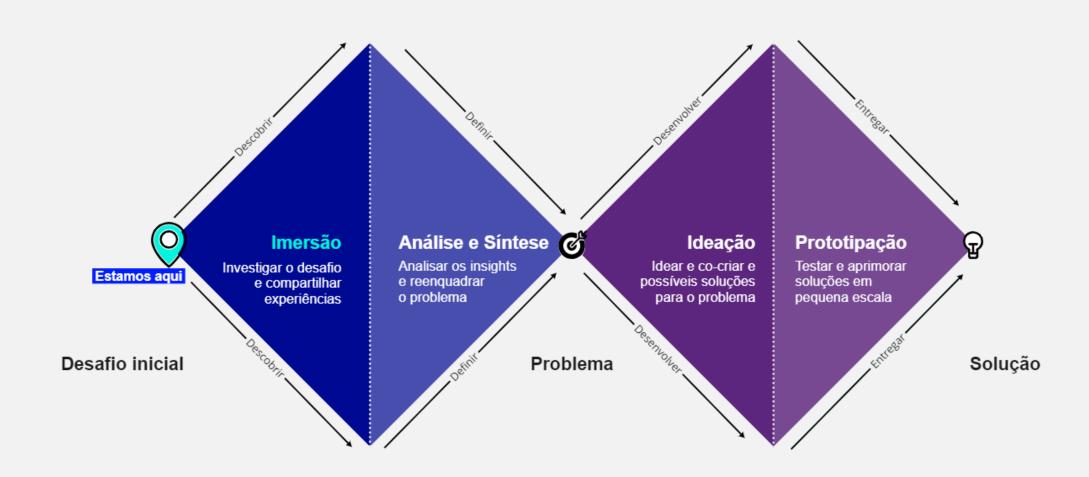


#### **HACKATHON**



<sup>\*</sup> Ao final do dia 2 teremos Submissão de projetos, Apresentação das Demos, Apresentação de pitch, Avaliação e premiação.

#### DUPLO DIAMANTE



#### DESAFIO DO HACKATHON

"Como podemos auxiliar os clientes do Sistema RNP a melhorar a eficiência e eficácia na identificação e gerenciamento de vulnerabilidades em seus sistemas e redes, garantindo a segurança e a conformidade das operações de forma automática, flexível e inovadora?"

#### DESAFIO DO HACKATHON

#### Requisitos:

- medir o nº de vulnerabilidades tratadas;
- gerar relatórios de vulnerabilidades;
- gerenciar usuários do sistema;
- armazenar e consultar histórico;
- integrar ferramentas de segurança;
- garantir proteção e integridade dos dados.



# DIA 1

#### AGENDA – Dia 1 (hoje)

#### Local Atividades

8h às 9h: Welcome Coffee / Credenciamento / Formação dos times

AUDITÓRIO 9h às 9h30: Apresentação do patrocinador - GOOGLE

9h30 às 10h30: Abertura do Evento /Felipe Nascimento

Programa Hackers do Bem e a RNP/ Michelle Wangham

Sobre o Hackathon (agenda, atividades, avisos, mentores, Desafio)/ Lis e Felipe

Lançamento do Desafio /Rildo

AUDITÓRIO 10h30: Oficina Pesquisa de problemas

MESAS 11h às 12h30: Rodada de Mentoria (foco em problema)

--- **12h30**: ALMOÇO

MESAS 14h às 15h30: Rodada de Mentoria (foco em problema)

--- 15h: COFFEE BREAK

AUDITÓRIO 15h30: Oficina de Ideação e Prototipação de Solução

MESAS 16h às 18h: Rodada de Mentoria (foco em ideação / prototipação)

--- **19h**: JANTAR

#### AGENDA – Dia 2 (amanhã)

#### **Atividades** Local --- 9h: Welcome Coffee AUDITÓRIO **09h30:** Oficina de Proposta de Valor MESAS 10h às 11h30: Rodada de Mentoria (foco em proposta de valor) AUDITÓRIO 11h30: Oficina de Pitch --- **12h30**: ALMOÇO MESAS 14h às 15h30: Rodada de Mentoria 15h30: Encerramento do período de Submissão de Projetos **--- 15h30:** COFFEE BREAK À CONFIRMAR 15h45: Apresentação das DEMO (8 min cada) **AUDITÓRIO** 17h: Evento de Pitch (5 min cada) **18h:** Avaliação dos Jurados **AUDITÓRIO** 18h30: Premiação e Encerramento do Hackathon

# APRESENTAÇÃO DO DESAFIO



# WIFI: Hackathon -HdB2024

Senha: hdb@2024



# Sala do Discord:

2º Hackathon do Programa Hackers do Bem



# OFICINA DE PESQUISA DE PROBLEMAS



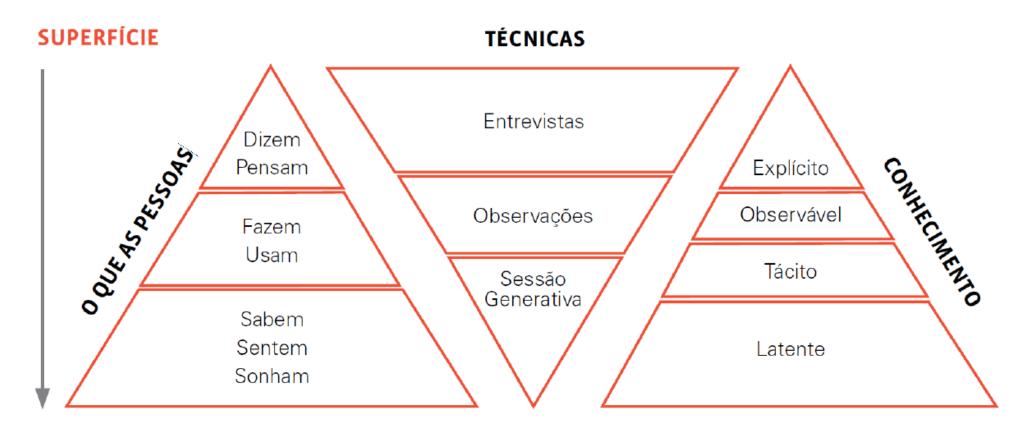


Em 1985, a Coca-Cola resolveu inovar na sua receita frente à concorrência para alavancar as vendas com um novo sabor de refrigerante, lançado como **New Coke**. E esse foi o maior fracasso da história da companhia!

Ela teve uma boa aceitação no início. Mas quando os consumidores descobriram que não seria uma edição limitada, mas que a New Coke viria para substituir a receita original...

## DEU RUIM!! Ninguém mexe na minha Coca!

(adivinha porquê? faltou pesquisa!)



**PROFUNDIDADE** 

A escolha de uma técnica depende de duas coisas:

- Tipo de informação a ser coletada
- Objetivo da pesquisa

"Minha pergunta tem a ver com quantidade (quantos)?

Ou tem a ver com o propósito (por que?) ou a maneira (como?) como as pessoas se comportam ou fazem as coisas?"

**QUANTITATIVA:** Utilizada para investigar dados mensuráveis, quantidade ou hábitos corriqueiros.

Ex: Quantas pessoas trabalham remoto na cidade X?

**QUALITATIVA:** Utilizada para coletar dados subjetivos, não numéricos, como sentimentos, desejos, percepções.

Ex: Como as pessoas se sentem trabalhando de casa?

Por que o trabalho remoto é considerado como alternativa para certas pessoas?

A escolha de uma técnica depende de duas coisas:

- Tipo de informação a ser coletada
- Objetivo da pesquisa

"Minha pergunta tem a ver com quantidade (quantos)?

Ou tem a ver com o propósito (por que?) ou a maneira (como?) como as pessoas se comportam ou fazem as coisas?"

**QUANTITATIVA:** Utilizada para investigar dados mensuráveis, quantidade ou hábitos corriqueiros.

Ex: Quantas pessoas trabalham remoto na cidade X?

**QUALITATIVA:** Utilizada para coletar dados subjetivos, não numéricos, como sentimentos, desejos, percepções.

Ex: Como as pessoas se sentem trabalhando de casa?

Por que o trabalho remoto é considerado como alternativa para certas pessoas?

CERTEZAS 0 que você já sabe sobre a situação/ projeto? Pode ser de mercado, produto, usuário, etc.	SUPOSIÇÕES 0 que você tem como hipóteses ou suposições?	DÚVIDAS Quais são as dúvidas ou perguntas a serem feitas?
Muitos usuários estão insatisfeitos com a qualidade do suporte oferecido pelo Uber.	A baixa qualidade do suporte pode estar impactando diretamente na retenção e satisfação dos usuários.	Quais são as causas específicas da insatisfação dos usuários com o suporte?
A empresa tem uma das menores notas no site "Reclame Aqui"	Melhorar a qualidade do suporte pode reduzir o número de reclamações e aumentar a nota da empresa no "Reclame Aqui"	Qual seria a melhor estratégia para melhorar a percepção do suporte ao cliente?
Há um grande número de reclamações registradas por usuários no site "Reclame Aqui".	A insatisfação com o suporte pode ser um dos principais fatores que contribuem para uma experiência negativa geral com o aplicativo	Como outras empresas de transporte se comparam em termos de suporte ao cliente e como o Uber pode se destacar?





**PESQUISA DESK** 

**ENTREVISTAS** 

#### Pesquisa desk

#### O que é?

<u>Desk Research</u> — é um método no qual você procura e reúne informações de documentos já existentes para adquirir conhecimento sobre um determinado tópico.

Pesquisa secundária: informações coletadas a partir de pesquisas feitas por outras pessoas.

#### Para que?

Para recolher informações sobre cenários semelhantes à situação de projeto por meio de pesquisa exploratória em meios digitais, livros, artigos e documentos.





- Definir o objetivo da pesquisa
- 2. Mapear as fontes de pesquisa
- 3. Estabelecer um prazo
- 4. Realizar a pesquisa
- 5. Analisar os dados

#### Dicas:

- Procure fontes confiáveis;
- Busque cenários análogos ao desejado;
- Organize os dados e crie categorias;
- Não deixe de citar a fonte da pesquisa.

#### Vantagens e Desvantagens:

- ✓ Mais rápida e barata;
- Mais fácil devido à grande disponibilidade de informações;
- x Dificuldade em encontrar fontes confiáveis;
- x Dificuldade em encontrar dados atualizados.

#### Entrevistas

#### O que é?

Entrevista é um dos métodos utilizados para gerar e coletar dados primários de pesquisa, uma vez que está indo até as pessoas para realizar uma série de perguntas qualitativas, principalmente.

#### Para que?

Para entender, de forma mais aprofundada, os sentimentos, desejos, percepções, dores e experiências do público sobre certa situação ou produto/ serviço.



#### Entrevistas

- Definir o objetivo da entrevista
- 2. Criar um roteiro de perguntas
- 3. Estabelecer um tempo
- 4. Realizar a entrevista
- 5. Analisar os dados

#### Dicas:

- Seja amigável e grato;
- Deixe claro os objetivos, assunto e tempo;
- Se possível, grave em vídeo ou áudio;
- Faça perguntas abertas;
- Uma pergunta de cada vez;
- Não vá sozinho;

#### Vantagens e Desvantagens:

- ✓ Mais rica, com mais profundidade;
- ✓ Baixo custo e alta interação;
- ✓ Permite identificar atitudes de grupo;
- x Entrevistado pode dar respostas falsas;
- x Método mais demorado para análise.

#### ● PERSONA

#### Laura Mattos

#### CITAÇÕES

Adicione uma ou mais frases que sintetize(m) o modelo mental da persona. O que ela falaria?

"A rotina é puxada, mas minha família me motiva a seguir em frente"

#### OUEM SOU?

Quais são as características pessoais e demográficas desta persona? Ex: Nome, idade, gênero, ocupação, etc

> Trabalha e ainda é dona de casa

É analista de planejamento Mora no grande ABC-SP

> Não se preocupar com qual linha de ônibus pegar

#### INTERESSES/ PREFERÊNCIAS

O que desperta o interesse desta persona? Que coisas ou situações chamam sua atenção?

DESEJOS/ OBJETIVOS

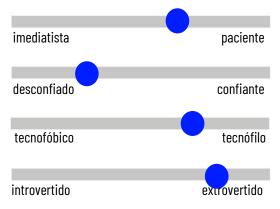
Quais são seus desejos, objetivos e idealizações? O que esta persona almeja?

Chegar em casa rápido para passar mais tempo com os filhos

Ter um tempo de lazer sozinha

#### FATORES COMPORTAMENTAIS

Defina niveis de comportamento/ personalidade. Ex: Introvertido/ Extrovertido, Criativo/ Analitico, Alto conhecimento técnico/ Baixo conhecimento técnico, etc.



#### Mulher cis

Tem dois filhos

Tem 30 anos

Uber não

chega na

minha

casa

#### MEDOS/ FRUSTRAÇÕES

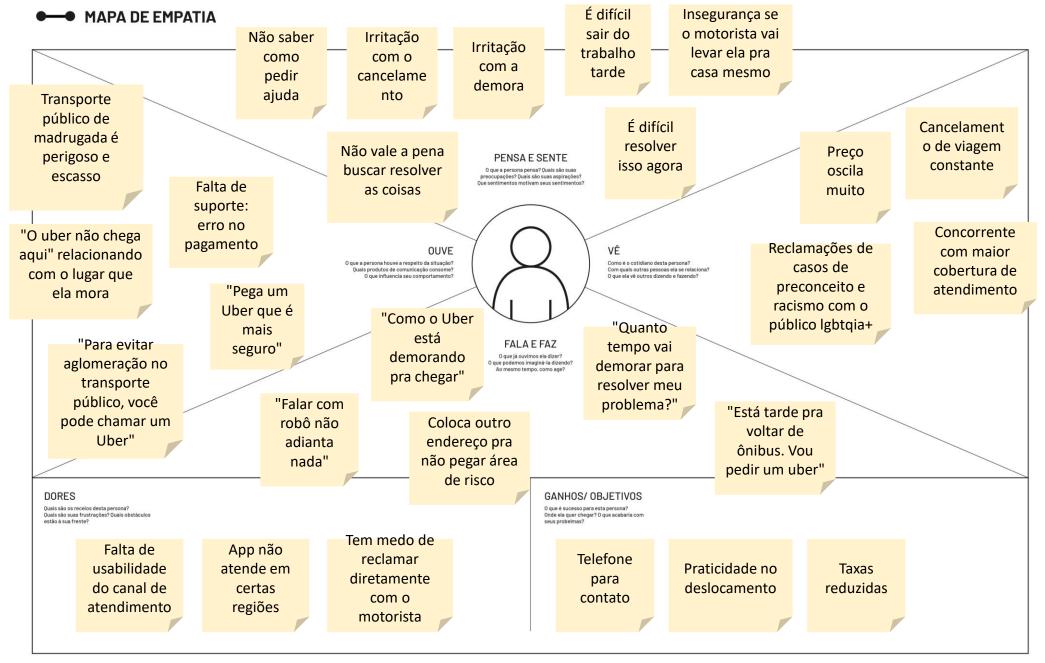
Quais são os receios desta persona? Que tipo ded dificuldades ela enfrenta no dia a dia?

> Lida com muitos problemas no dia a dia

Muitas vezes acaba saindo tarde do trabalho Mora longe do trabalho

Insegurança durante a viagem

Solucionar seus problemas rapidamente Ter a certeza de que o problema vai ser resolvido











O que saltou aos olhos?

Que dados forma mais relevantes?

Quais são os problemas enfrentados pelos usuários?

Qual é o impacto que esses problemas causam nos usuários?

**INSIGHT:** É a percepção ou compreensão de um fato por meio da observação e análise de relatos, hábitos, comportamentos e informações gerais coletadas em fase de pesquisa.

#### Do insight ao desafio – como podemos?

#### **Insight/ Problema**

As pessoas se sentem muito cansadas com o gasto de tempo e energia no deslocamento entre casa e escritório em jornadas de trabalho presenciais.

#### Desafio

- >> Ideal: Como podemos otimizar o deslocamento casa-trabalho para reduzir o cansaço das pessoas?
- >> Muito fechado (contém a solução): Como podemos promover um modelo de trabalho híbridos, com carga horária reduzida, que minimize o impacto do deslocamento aos trabalhadores?
- >> Muito aberto (genérico): Como podemos levar bem estar às pessoas que trabalham presencial?

#### Do insight ao desafio – como podemos?

#### **COMO PODEMOS?**

Como podemos (ação), de maneira que (usuário) possa (benefício ou impacto individual), ao mesmo tempo em que / gerando (benefício ou impacto coletivo), para (motivo nobre)?

Ex: Como podemos fomentar e ampliar a disponibilidade de orgânicos, de maneira que consumidores finais possam comprar com facilidade produtos de qualidade, gerando benefícios ao ambiente e a todos os envolvidos na sua cadeia de valor?

#### PROBLEM FRAMING CANVAS

#### 0 OUE?

Descreva o problema e identifique suas principais evidências.

Muitos usuários estão insatisfeitos com a qualidade do suporte oferecido pelo Uber.

A empresa tem uma das menores notas no site "Reclame Aqui", com um grande número de reclamações registradas. Observamos que a insatisfação com o suporte ao cliente do Uber ocorre durante as interações com o suporte, fazendo com que os usuários sofram com frustração e recorram a plataformas externas para buscar soluções.

Usuários do aplicativo Uber que precisam de suporte para resolver problemas relacionados ao serviço.

Quem é afetado pelo problema e de que jeito? Que consequências os afetados experimentam?

OUEM?

Eles enfrentam frustração, perda de tempo e, em alguns casos, a necessidade de recorrer a outras plataformas

#### **OUANDO? ONDE? COMO?**

Descreva as condições em que este problema ocorre. - Quando este problema ocorre?

- Onde ele ocorre na jornada do usuário:

Quando os usuários precisam de suporte para resolver problemas

A insatisfação se manifesta na dificuldade em obter respostas rápidas e eficientes

#### **DESAFIO**

Como podemos [AÇÃO PRETENDIDA] para [POTENCIAL USUÁRIO], de modo que [REESULTADO DESEJÁVEL]?

Como podemos melhorar o suporte ao cliente do Uber para aumentar a satisfação dos usuários e reduzir o número de reclamações públicas?

Melhorar o suporte pode aumentar a satisfação dos usuários e melhorar a imagem da empresa.

POR OUE? Por que devemos nos importar com o problema? Por que esse porblema é relevante para o usuário?

Um suporte ineficaz pode aumentar a frustração, diminuir a confiança no serviço e, potencialmente, levar à perda de clientes.

**PROBLEMA** 

Observamos que [DESCRIÇÃO DO PROBLEMA] ocorre [SITUAÇÃO], fazendo com que [PESSOAS AFETADAS] sofram com [CONSEQUÊNCIA DO PROBLEMA].









#### PESQUISA DE PROBLEMAS

- 1. Escolher uma ou mais ferramentas de pesquisa;
- 2. Realizar a coleta de dados;
- 3. Analisar e sintetizar os resultados coletados;
- 4. Gerar insights e definir o problema;
- 5. Transformar insights em desafios "como podemos";
- 6. Priorizar APENAS UM desafio para o projeto.