



## Brasil tem 214 salas antigrafo para proteger empresas de espionagem

Existem, hoje, no Brasil 214 salas antigrafo, chamadas salas-cofre, para permitir que empresários façam negócios sem correr risco de ser alvo de espionagem empresarial. Os preços variam de US\$ 75 mil a US\$ 500 mil. Nelas são definidos o lançamento de novos produtos ou a fusão de companhias ou ainda a criação de consórcios que disputarão as principais licitações do país. A reportagem é do jornal *Folha de S. Paulo*.

Nas salas, sem janelas e com paredes construídas com camadas de isolamento térmico, acústico e chapas de aço, os empresários devem deixar objetos em armários e serem submetidos a uma espécie de raio-X.

De acordo com a estimativa da RCI First Security and Intelligence Advising, especializada em análise e gestão de riscos e contraespionagem, as empresas no Brasil perdem, por ano, entre R\$ 1 bilhão e R\$ 1,5 bilhão com espionagem empresarial. Com sede em Nova York, a empresa atua em 17 países, além do Brasil.

O mercado de espionagem e contraespionagem movimentou R\$ 1,1 bilhão no ano passado, incluindo gastos com serviços e equipamentos usados para atacar e se proteger dos concorrentes. "O Brasil demorou para entender o valor da informação. Nos Estados Unidos, o gasto com espionagem e contraespionagem é 15 vezes maior", explica Ricardo Chilelli, diretor-presidente da RCI.

Enquanto 92% das empresas norte-americanas de médio e grande porte investem em proteção, no Brasil somente 17% delas têm essa preocupação. E somente 3% das brasileiras têm equipamentos próprios de proteção. Nos EUA, são 21%.

### Emergentes

"Os mercados emergentes estão especialmente vulneráveis porque muitas empresas só agora estão se dando conta do valor de proteger suas informações", diz Larry Ponemon, presidente da consultoria americana Ponemon Institute.

A espionagem de segredos custa às empresas entre US\$ 100 mil e US\$ 50 milhões, dependendo do nível de informação furtada.

A proteção não existe apenas entre quatro paredes físicas, com as salas-cofre. Há seis meses a Positivo Informática, do Paraná, adotou uma espécie de sala virtual secreta, em que apenas poucos executivos têm acesso a projetos estratégicos. A prática foi adotada após diversos projetos vazarem.

O episódio mais recente ocorreu em 2010, quando imagens do leitor digital Alfa, concorrente brasileiro do Kindle, chegaram ao mercado em maio, três meses antes do lançamento.

Oito em cada 10 empresas que contratam serviços de espionagem buscam informações sobre estratégias e planejamento de marketing dos concorrentes.

"A ideia é neutralizar ou amenizar o impacto do lançamento de um novo produto. Ou correr para lançar



antes", diz Chilelli. "Ao contrário do que se pensa, somente 5% dos casos estão ligados ao furto de documentos e projetos."

**Date Created**

15/05/2011