

Empresas no Brasil perdem bilhões com ataques cibernéticos em 2017 e Aon lança campanha educativa para ajudar empresas brasileiras

Portal com conteúdos e boas práticas é lançado para evitar que empresas tenham prejuízos reputacionais e financeiros

Há centenas de anos, o desenvolvimento específico de seguros para navios e suas cargas foi considerado revolucionário para o segmento. Esse foi um marco para o mercado securitário. A simples proteção das mercadorias fomentava o setor mundialmente e movimentava toda a economia.

Com o passar dos tempos, houve uma evolução natural e substancial dos negócios. Se antes a maior preocupação era assegurar máquinas, propriedades e produtos das companhias, atualmente, os ativos mais valiosos das organizações são intangíveis, como quesitos intelectuais, imagem e reputação organizacional. Nesse cenário, a tecnologia e o universo digital apresentam grandes oportunidades e ameaças, principalmente no que tange à segurança cibernética.

"O vazamento de informações, ou mesmo um simples post mal pensando, podem causar danos irreparáveis à imagem e reputação de uma empresa. Por isso, acreditamos que é de suma importância realizar um trabalho de conscientização, tanto com as empresas, como com seus colaboradores, nessa era cibernética em que vivemos", comenta Luis Felipe Barranco, diretor de marketing, comunicação da Aon Brasil.

Partindo dessa premissa, a Aon, empresa global líder de serviços profissionais, que oferece ampla gama de soluções em riscos, previdência e saúde, criou uma campanha que aborda questões sobre os riscos cibernéticos. A iniciativa visa disponibilizar conteúdos exclusivos e didáticos. O intuito é disponibilizar à população informações capazes de evitar a ocorrência desse tipo de problema no ambiente corporativo.

A reputação corporativa é um dos ativos atuais mais valorizados no mundo corporativo. Um levantamento realizado pelo [Ocean Tomo](#), importante banco comercial norte-americano, revela que os bens intangíveis de grandes empresas presentes no S&P 500 representam, em média, 84% do valor das companhias. Isso vai ao encontro do que também é apontado pelo [Relatório de Risco de Reputação na Era Cibernética 2018](#), divulgado recentemente pela Aon. O estudo afirma que o impacto das crises de reputação no valor acionário das companhias duplicou desde o surgimento das mídias sociais.

"Esse crescimento evidência a necessidade da adoção de novas práticas e procedimentos de gestão de riscos que resguardem as empresas, seja contra um ataque hacker, ou mesmo no caso de uma ação negativa nas redes sociais. Utilizaremos nossos canais de comunicação, campanhas de mídia e todo o know-how que temos para compartilhar conhecimento, debater e trabalhar junto com o mercado no combate aos riscos cibernéticos", finaliza Barranco.

A Aon compõe o [Privacy Hub](#), formado por grandes empresas, como Baptista Luz Advogados, Brunswick, DataGuidance, Fieldfisher, PwC e Symantec.

Para mais informações, acesse www.aonriscosciberneticos.com.br

Fonte: Misasi, em 10.12.2018
