



Auditorías de seguridad para detectar los cabos sueltos

La vigilancia preventiva pueden servir para evitar atentados o fugas de información en las empresas

CARLOS GÓMEZ ABAJO *Madrid*

Las auditorías de seguridad sirven para detectar posibles fugas de información y prevenir atentados a directivos, pero mal utilizadas se convierten en material para el chantaje. El caso de los vicepresidentes del Barcelona, que estaban siendo seguidos por el departamento de seguridad del club, en principio dentro de una auditoría, ha traído a la actualidad una práctica más habitual en países anglosajones que en los latinos.

Del asunto del Barcelona se encargó Método 3, la agencia dirigida por Francisco Marco, que no quiere comentarlo, pero explica que en Europa una empresa normal suele hacer auditorías cada dos años, y en Estados Unidos cada año. En las empresas que viven de patentes, cada mes. A su juicio conviene avisar al afectado cuando empieza; Juan de Dios Vargas, director de la agencia de detectives Distrito 46, considera que basta con que sepa que va a hacer, pero no concretamente cuándo, y que una buena auditoría debe hacerse de forma aleatoria, unas dos veces al año.

Se hacen empezando por el puesto más alto, y bajan hasta un cierto nivel, como vicepresidentes o consejeros. Una vez realizada hay que notificarles todo lo averiguado: costumbres poco recomendables por poco seguras, posibles fuentes de chantajes, y sugerencias para mejorar de forma sencilla la seguridad.

Por ejemplo, estar atentos si el teléfono hace cosas raras, por si hay un pinchazo, o que el chófer o algún empleado, o incluso el propio directivo, revisen el coche en busca de un GPS. "Es un aparato que cuesta 200 euros, que se coloca muy fácilmente, y que evita la necesidad de seguir a la persona para conocer sus movimientos, si va al banco, etcétera", explica Vargas. "Nosotros mismos lo colocamos para hacer auditorías, y comprobamos que la gente realiza el mismo recorrido todos los días", en lugar de variarlo, como sería más recomendable.

Cuando la auditoría se utiliza con malos fines, el informe se entrega, pero con zonas "blanqueadas". "En principio no debe incluir asuntos personales, como si paga la pensión de divorcio a



Las agencias de detectives analizan las costumbres de los directivos para descubrir fallos en la seguridad.



Joan Laporta, presidente del Barcelona. REUTERS

su mujer", cuenta Vargas. Investigar a alguien es legal, pero los problemas pueden venir si la policía se interesa por el informe o por quién lo encargó. Dependiendo de la agencia, hay quien revela el nombre de sus clientes a la policía, caso de Distrito 46, y quien no lo hace, caso de Método 3, en cuyo caso se arriesgan a una sanción.

En los periodos de crisis los presupuestos para seguridad disminuyen, es-

El informe debe entregarse completo al interesado al terminar

En la frontera del espionaje

El 9 de octubre *El Periódico* contó que cuatro de los cinco vicepresidentes del Barcelona habían sido espiados por el departamento de seguridad del club, por medio de Método 3. Joan Oliver, director corporativo del club, aseguró que se trataba de auditorías de seguridad, puesto que uno de ellos sospechaba que le estaban siguiendo. Oliver añadió que el presidente, Joan Laporta, no conocía estas auditorías.

Juan de Dios Vargas, director de Distrito 46, considera "extraño" que sólo

se vigilara a cuatro de los cinco vicepresidentes, y no al quinto ni al propio presidente, así como que Laporta no lo supiera. Además, los informes abordaban asuntos personales de los vicepresidentes, como amistades y problemas judiciales, y no tanto cuestiones puramente de seguridad.

El espionaje y contraespionaje están a la orden del día en las empresas, según Vargas, aunque va por ciclos. "En ocasiones los propios organismos públicos recurren a agencias privadas, que funcionan

con más rapidez y sin mandatos judiciales", a veces bordeando la ley, pero sin dejar flecos sueltos que pudieran traerles problemas.

"Un cliente te puede contratar porque quiere comprar acciones de una empresa, para saber cómo funciona", cuenta. Pero los clientes a veces no son trigo limpio. "Uno dijo que vigiláramos a alguien porque le debía dinero, para conocer el estado de sus bienes, y en realidad usó nuestra información para secuestrar a la hija de unos industriales. Pudimos explicárselo a la policía".

pecialmente en las pymes, señala Marco. El precio depende de la agencia, pero varía de los 3.000 euros a los 100.000, dependiendo del tamaño de la empresa y de la agencia. "Lo lógico es llegar a acuerdos para hacerlo periódicamente, a un precio fijo", explica Vargas.

Además están aumentando los secuestros exprés, no solo de empresarios, en opinión de Vargas por la crisis. "No

se está contando pero está habiendo más. La gente debería acudir a la policía, que tiene unidades especializadas, pero por miedo no se atreven", cuenta Vargas. A su juicio, cree que algunos millonarios gastan muy poco en seguridad, y con una inversión razonable se puede mejorar mucho, sin necesidad de vivir con miedo. En la seguridad, en cualquier caso, hay que poner los cinco sentidos.