PUBLICAÇÃO DA
CÂMARA DE COMÉRCIO
FRANÇA–BRASIL

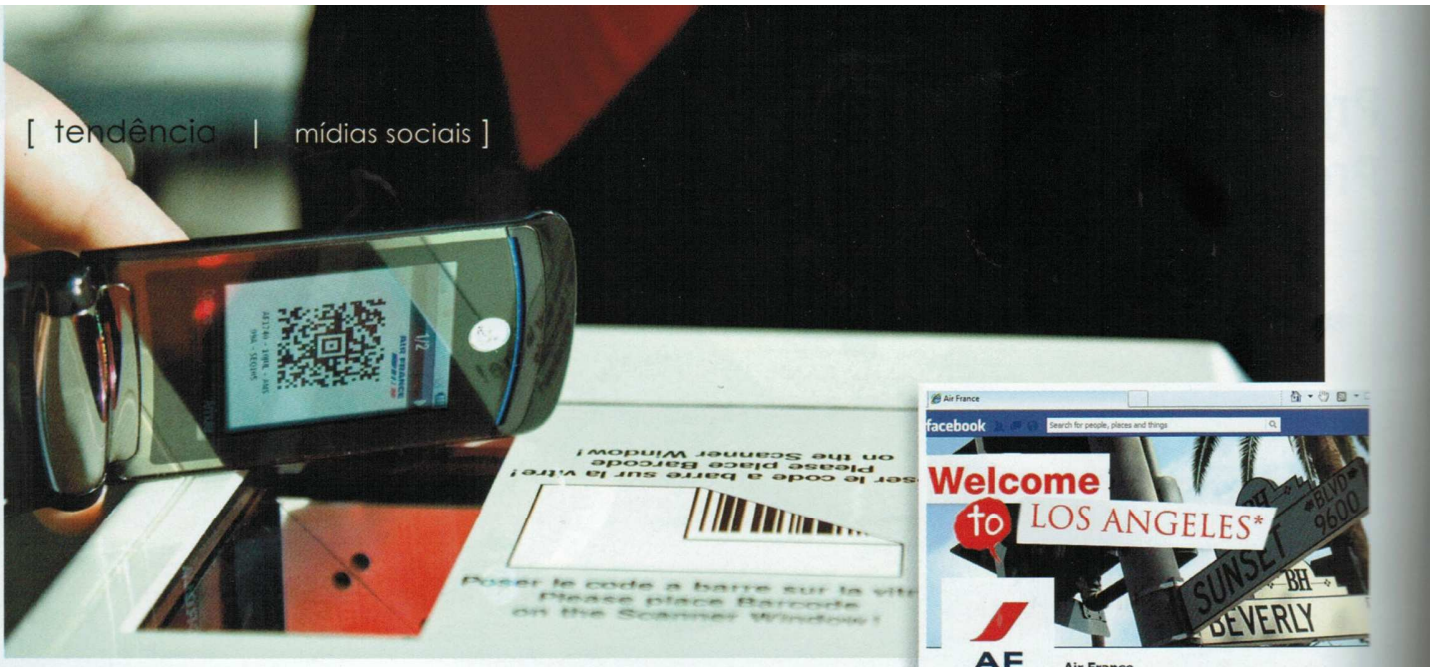
FRANÇA BRASIL

JULHO / AGOSTO 2012 • Nº 308

Luxo emergente

DESEMBARQUE DE GRIFES ESTRANGEIRAS COMO GOYARD, VAN CLEEF & ARPELS E LANVIN E ABERTURA DE SHOPPING CENTERS EM DIFERENTES REGIÕES DO PAÍS DEMONSTRAM O POTENCIAL DO MERCADO BRASILEIRO NESSE SETOR, QUE DEVE FECHAR 2012 COM UM CRESCIMENTO DE CERCA DE 20% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR

OUR DE FRANCE: OS CAMINHOS PERCORRIDOS PELOS ARTISTAS DE VÁRIAS PARTES DO MUNDO EM PARIS



Com base nos comentários expressos nas redes sociais, o Marketing do grupo Air France/KLM cria ações diferenciadas

CONEXÃO GLOBAL

Os dez países com maior número de usuários de internet (em milhões):

China	513,1
E.U.A	245,2
Índia	121,0
Japão	101,2
Brasil	81,8
Alemanha	67,4
Rússia	61,5
Indonésia	55,0
UK	52,7
França	50,3

Ranking dos maiores usuários de internet na América Latina:

Países	Em milhões	% na região
Brasil	79,2	30,3
México	42,0	16,1
Argentina	28,0	10,7
Colômbia	25,0	9,6
Venezuela	10,9	4,8
Chile	10,0	3,8
Peru	9,9	3,6
República Dominicana	4,1	1,6
Equador	4,0	1,6
Bolívia	1,9	0,8
Uruguai	1,8	0,8

Fontes: Internet World Stats (Dezembro 2011) SocialBakers 2012

Guimarães, gerente da divisão de mercado financeiro da Robert Half, a partir do LinkedIn, por exemplo, pode-se analisar o histórico de um profissional antes mesmo de receber seu currículo, além de ter uma noção sobre o seu círculo de relacionamento. A consultoria costuma valer-se dessa ferramenta na etapa de triagem. "No LinkedIn, as pessoas têm espaço para expor seu *background* profissional, enquanto as empresas podem divulgar posições em grupos específicos da sua área de atuação", destaca Ana.

Como sétimo maior grupo do LinkedIn em língua portuguesa do mundo, a Michael Page Brasil, de acordo com Sergio Sabino, diretor de marketing do Grupo para a América Latina, tem sido bastante criteriosa ao compartilhar conteúdos sobre carreira, mercado e economia, a fim de melhor preparar os candidatos. "No Brasil, onde mais de 10% dos contatos com candidatos são gerados por meio das redes sociais e temos cerca de 65 mil seguidores, o efeito multiplicador disso é bastante positivo", afirma. De acordo com ele, novas redes podem surgir e outras desaparecer, mas essa nova maneira de se comunicar deve durar por muitas gerações.

No contexto da comunicação global em que surgem as redes sociais, um perigo constante para as empresas é o vazamento de informações estratégicas. "Como milhares de pessoas possuem entre seus contatos na internet gente que não conhece e que pode ter más intenções, as empresas ficam suscetíveis a golpes cada vez mais sofisticados", avalia Laurent Serrafini, sócio-diretor da Velours International, consultoria especializada em segurança e gestão de riscos instalada no Brasil. "Durante a elaboração de uma palestra, ao tentar obter informações sobre uma empresa participante graças à análise das redes sociais, a título de pesquisa, inesperadamente chegamos aos seus dados bancários em apenas 30 minutos."

Outros estudos sobre o tema demonstraram que vários dirigentes de empresas transmitiam, sem saber, informações sigilosas para concorrentes. "A formação dos colaboradores para instruí-los a não divulgar dados sobre as atividades da empresa, principalmente em suas páginas pessoais da web, diminui em cerca de 80% os riscos de tentativa de fraudes por meio das redes sociais", destaca Serrafini. Além disso, é preciso implantar procedimentos específicos para limitar o acesso a informações estratégicas, a fim de evitar que cheguem a pessoas não autorizadas na empresa. "Não podemos esquecer que o vazamento de informações e as fraudes custam milhões a cada ano."