



Revista

da

ASSOCIAÇÃO DOS

EMBAIXADORES

DE TURISMO **DO RIO DE JANEIRO**

v. 1 • n. 2 DEZEMBRO | 2021

LANÇAMENTO DE LIVRO E EBOOK E
EXPOSIÇÃO SÃO ALGUNS DOS DESTAQUES
DA SEÇÃO 'DICAS' DESTA EDIÇÃO

JULIAN TONIOLI FALA SOBRE VALORIZAÇÃO
PROFISSIONAL E RETENÇÃO DE TALENTOS

PESQUISA

SERÁ A HORA DE RETOMAR OS GRANDES EVENTOS?

ENQUETE VIRTUAL REALIZADA PELA
ASSOCIAÇÃO DOS EMBAIXADORES DE
TURISMO DO RJ REVELA OPINIÕES SOBRE
A VOLTA DE EVENTOS E UM PÚBLICO
DIVIDIDO

A RETOMADA DAS ATIVIDADES DO TURISMO
TAMBÉM É ASSUNTO DO ARTIGO
DE BAYARD DO COUTTO BOITEUX



6 | *Capa | Pesquisa*
Retomada de grandes eventos, importantes para o turismo na cidade, é pauta de pesquisa feita pela Associação e indica população dividida

12 | Dia Mundial do Turismo: data é celebrada pela Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ

Colunas

4 | Coluna de Arnaldo Bichucher

17 | Coluna Christiane Michelin

Artigos

8 | Boiteux: Uma retomada do Turismo intempestiva que merece reflexões | Bayard Do Coutto Boiteux

13 | Modelos de remuneração variável: como atrair e reter os melhores talentos | Julian Tonioli

Opinião

5 | A redescoberta de um prazer único | Christovam Chevalier

10 | DICAS

Roteiro para fazer a pé
Vem aí: o prêmio embaixadores de turismo do RJ
Na estante: lançamento de livro impresso e ebook gratuito

Presidência de honra: Carlos Serpa e Aloysio Teixeira
Presidente: Claudio Castro
Vice-Presidente Executivo: Bayard Do Coutto Boiteux
Vice-Presidente de assuntos internacionais: Rawlson de Thuin
Vice-Presidente de Turismo e Eventos: Constança Carvalho
Vice-Presidente de Projetos Especiais e Convênios: Claudio Aboim
Vice-Presidente de Assuntos Culturais: Ana Botafogo
Vice-Presidente de Assuntos Comunitários: Rogério Van Rybroek
Vice-Presidente para o interior: Voltaire Varão
Vice-Presidente de Campanhas Institucionais: Gustavo Delesderrier
Vice-Presidente de Relações Públicas: Viviane Fernandes
Vice-Presidente de Novos Negócios Turísticos: Netto Moreira
Vice-Presidente de Gastronomia: Renan Ferreira
Tesoureiro: Gustavo Delesderrier
Assessora de Imprensa: Ana Cristina Rosado
Assessor Jurídico: João Pedro Figueira
Conselho Fiscal: Joana Teixeira, Maria Luiza Nobre e Vinicius Fernandes

...

A Revista da Associação dos Embaixadores do Turismo do Rio de Janeiro é uma publicação mensal da Abentur-RJ.

Publicação gratuita com distribuição digital.

O conteúdo dos artigos publicados é de inteira responsabilidade de seus autores, não representando a posição oficial dos editores e nem do conselho editorial da revista.

Diretor: Claudio Castro

Editora e jornalista responsável: Ana Cristina Rosado

Secretária de Redação: Thamiris Vieira

Conselho editorial: Ana Botafogo, Arnaldo Bichucher, Bayard Boiteux, Marcelo Tesserolli, Rawlson de Thuin, Thiago Oliveira e Viviane Fernandes

Projeto gráfico e diagramação: Érica Ribeiro

Foto de Capa: Sandro Vox

Departamento Comercial: Gustavo Delesderrier

...

Quer falar com a gente?



iVentura Editora Comercial Ltda.

Editor

Luís Bittencourt

www.iventura.com.br

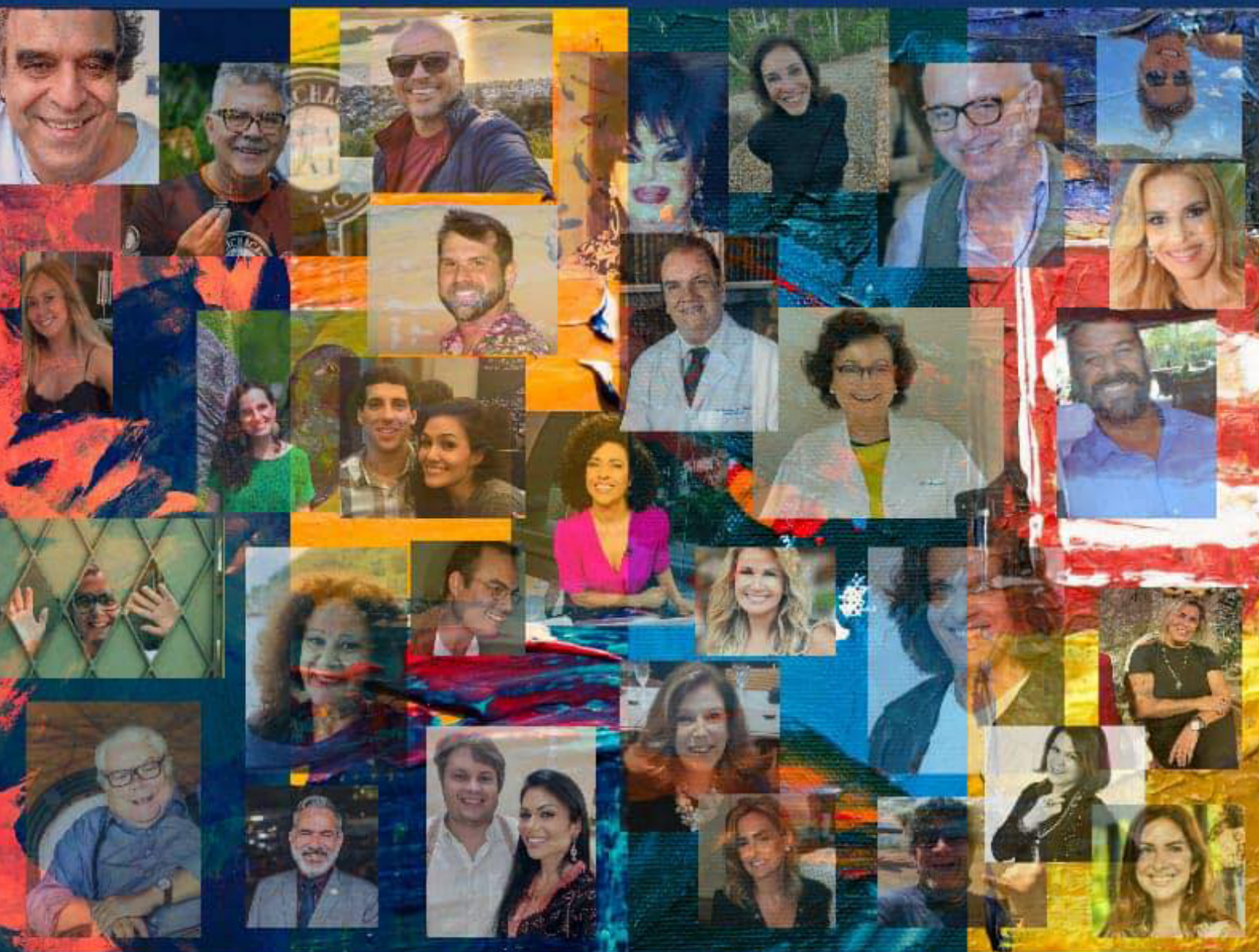
e-mail: editora@iventura.com.br

Tel.: (21) 97616-6968

Rua da Maçonaria, 10 - Centro
Três Rios - RJ - CEP: 25.805-023

Associação dos embaixadores de turismo do Rio de Janeiro convida para:

EXPOSIÇÃO VIRTUAL Sou Risos



DE 03 DE NOVEMBRO A 12 DE JANEIRO

Curadores: Viviane Fernandes e Bayard Do Coutto Boiteux

Montagem: Matheus Oliveira

LINK: www.facebook.com/exposicaovirtual-sou-risos-107121285105045/

APOIO:



O TURISMO LIDERANDO O PROCESSO



Turismo proporciona o encontro de pessoas, a descoberta de lugares, novos conhecimentos, troca de experiências e para que isso aconteça é necessário que haja deslocamento. Atrativos e equipamentos turísticos somados a infraestrutura local, são a chave para o sucesso dessa atividade, dependendo de parcerias intersetoriais entre setor público, privado e terceiro setor.

Cada vez mais a competição entre destinos turísticos se acirra, sendo os serviços de hospedagem, de transporte, de alimentação e de lazer obrigados a buscar um nível alto de profissionalização.

Por ser uma atividade que depende de produtos compostos, faz-se necessária uma articulação constante, incluindo todos os entes envolvidos nas tomadas de decisão. Por isso, é fundamental que haja parceria na condução de estratégias, destacando-se a intersetorialidade, onde os três setores cuidem da gestão e do desenvolvimento do turismo.

Ações intersetoriais ajudam a resolver problemas sociais, dando vida real e objetiva ao jargão mais repetido nos últimos anos, de que uma cidade boa para o turista é boa para o cidadão e vice-versa. Inclusão social, qualificação e capacitação profissional, valorização cultural e étnica, são alguns resultados diretamente relacionados a essas ações.

Enquanto o privado se encarrega dos investimentos em bens e serviços, o setor público é responsável pelas políticas de fomento, promoção e infraestrutura que garantam a melhor experiência de turistas e visitantes. Paralelo a isso o terceiro setor, representado por sindicatos, associações e conventions bureau, atuam em diversas frentes, principalmente na formação de mão-de-obra, na proteção do meio ambiente e na defesa de direitos dos profissionais.

Tradicionalmente os três setores atuam de forma isolada no setor turístico, mesmo que, de vez em quando vejamos movimentos de alinhamento. É mais comum vermos a parceria acontecer no campo de promoção do destino, do que no cuidado com ordenamento, fiscalização e os reais benefícios que a cidade e seus moradores podem obter.

Sendo assim, é preciso entender e acreditar que somente com a ocupação de cargos de comando nas secretarias de turismo e nas autarquias e empresas do ramo por técnicos, é que veremos o turismo liderando o processo que pode nos levar ao aumento da demanda e a excelência nos serviços prestados. Por muito tempo nos deixamos levar por um discurso ideológico, político, eleitoral, que vereadores e deputados travestidos de gestores seriam suficiente para o sucesso da atividade turística. Mas o tempo e os resultados pífios alcançados nas últimas décadas, já nos provaram o contrário.

A falta de uma gestão técnica e a descontinuidade das políticas implementadas são fatos que temos visto nas esferas municipais, estaduais e federal. O turismo não varre rua, não faz obras, não prende delinquentes e não multa veículos, mas é capaz de liderar o processo que nos faça testemunhar uma era de resultados sócio-econômicos positivos, contribuindo para um desenvolvimento ainda não visto no Brasil.

UM OUTRO TURISMO É POSSÍVEL!

Jornalista e Guia de Turismo, Bichucher é ex-coordenador de Operações Turísticas da Secretaria Municipal de Turismo do Rio de Janeiro e ex-presidente da LIGUIA



Foto: Sandro Vox

A REDESCOBERTA DE UM PRAZER ÚNICO

Christovam Chevalier

Um dos prazeres que tenho é o de ir ao teatro. Esse hábito foi adquirido na infância e foi mantido até a pandemia fechar as casas de espetáculos. Esses locais ficaram inacessíveis por um ano e seis meses. Alguns abriram antes, outros mantêm as cortinas cerradas. As apresentações musicais e as entrevistas migraram logo para o formato das lives. O teatro levou mais tempo até render-se às sessões remotas.

Cheguei a assistir a algumas delas. Alguns resultados foram atraentes; outros, entediantes. Em todos os casos, faltava algo: o encontro entre público e atores. Os artistas estão no palco, o público, na plateia e, juntos, ocupam a sala de espetáculos. E a relação que se estabelece entre eles é única. Guardo na memória espetáculos que resultaram em experiências memoráveis.

Assisti recentemente a “Ninguém dirá que é tarde demais”, no Teatro Riachuelo. A prefeitura havia liberado, poucos dias antes, a ocupação máxima dos teatros. Como teria de cumprir protocolos de segurança, cheguei cedo. Tive de apresentar o comprovante de vacinação, como esperado, e a identidade, o que achei coerente. Vai que o comprovante não era meu?

Havia na plateia distanciamento – o que me fez respirar, apesar da máscara, aliviado. Em cena, sob a direção de Amir Haddad, quatro atores: Arlete Salles, Edwin Luisi, Alexandre Barbalho e Pedro Medina – também ele o autor do texto. Na trama, a pandemia leva um aposentado (Edwin) a voltar a viver com o filho (Barbalho) enquanto uma avó (Arlete) acolhe o neto (Medina), vindo do exterior. As famílias são vizinhas e a convivência não será fácil.

Arlete e Edwin poderiam, pela tarimba que têm, fazer mais do mesmo, mas não. Eles preservam a capacidade de nos surpreender. É prazeroso ver como trabalham as intenções, a escuta do outro e as pausas. Os dois mostram, mais uma vez, os grandes artistas que são.

Alexandre Barbalho tem no palco seu habitat. Sua sintonia com Edwin é perfeita e ambos emocionam. Sintonia é o que se estabelece também entre Arlete e Medina, neto da atriz na vida real. A cena em que ele lê a carta entregue por ela quando deixa a casa da avó é de marejar os olhos – os meus pelo menos.

E Pedro Medina mostra-se um autor cuidadoso. O texto traz cenas bem elaboradas e muito bem costuradas umas às outras, culminando num desfecho ansiado pelo público e que foge do óbvio. A peça tem tudo, inclusive, para chegar à telona, a exemplo do que ocorreu com “A partilha” (cujo primeiro elenco contou com Arlete, aliás), de Miguel Falabella, e “Divã”, adaptação teatral do livro de Martha Medeiros.

O teatro é um casamento aberto a muitas participações: do autor, do elenco, do diretor e da equipe (iluminador, figurinista, produtores, entre outros). Quando cada um desempenha bem seu papel, o teatro resulta numa experiência inesquecível – para artistas e plateia.

“Ninguém dirá que é tarde demais” vai ficar na minha memória por ter sido a primeira peça a que assisti após os teatros serem reabertos nesta pandemia que ainda não terminou. Vou lembrar dela também por ter tido a oportunidade de ver o teatro sendo feito com entrega, verdade, prazer e apuro. E a junção disso tudo faz dele algo único.

Christovam Chevalier é carioca, poeta, jornalista e autor



A RETOMADA DOS EVENTOS



Réveillon, Carnaval, Rock In Rio. Eventos que atraem milhares de turistas todos os anos na cidade do Rio de Janeiro. Mas, com a vinda da pandemia, todos esses ficaram em segundo plano e a prioridade foi estabelecer medidas de combate à doença. Mas, com a vacinação em massa e os casos de internação por Covid em queda na cidade, para saber com mais clareza a opinião das pessoas sobre o assunto que divide posições, maiores de 18 anos e especificamente residentes do Rio de Janeiro foram entrevistados. A Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ promoveu, recentemente, a pesquisa "A retomada dos eventos". A enquete foi compartilhada de forma virtual e feita por meio do Ipetur (Instituto de Pesquisas de Estudos do Turismo) e coordenada por Constança Carvalho, vice-presidente de eventos da Associação, sob o apoio da Fundação Cesgranrio e do Portal Consultoria em Turismo.

A pesquisa mostrou a conscientização e a sensibilidade das pessoas em relação à Covid e à vacinação global. Para Constança Carvalho, o setor de eventos é importante não só para a retomada econômica, mas também para o desenvolvimento técnico-científico. "Nos eventos são apresentados e discutidos muitos projetos e avanços tecnológicos. Não esquecendo ainda da importância da socialização para bem-estar físico e mental", declara.

No total, 600 cidadãos responderam ao questionário. Trinta e dois por cento dos respondentes moram na Zona Norte, 47% na Zona Sul e 22% na Zona Oeste. Trinta e três por cento dos entrevistados possuem curso de graduação e 38% pós-graduação. Quanto à principal questão a ser discutida na entrevista, "A retomada dos eventos", 44% das pessoas acham que devem voltar, enquanto 56%, contrariam tal afirmação. Ainda assim, destes, 52% disseram que iriam participar de algum evento e 49% negaram.

Já para a apresentação do certificado de vacinação da Covid 19, na entrada de qualquer evento, 90% falaram ser necessário. Entretanto, 10% disseram que não. Se o assunto for festas futuras, 44% aprovaram a realização do Réveillon 2022, porém, 57% dos entrevistados não concordam que a festividade aconteça. Quanto ao carnaval, 52% das pessoas entrevistadas concordaram com a realização da festa.

Carvalho ressalta, ainda, que a retomada dos eventos impacta no turismo nacional, porque movimenta diretamente mais de 50 setores de serviços. "O resultado da pesquisa realizada pela Associação dos Embaixadores do Turismo- RJ reflete essa situação. Podemos afirmar pelo resultado que as opiniões estão bem divididas. Importante a volta, mas com protocolos firmes e respeitados".

Em relação à retomada dos desfiles na Marquês de Sapucaí e não a realização do Réveillon, a vice-presidente de eventos da Associação fala que a razão principal é o distanciamento da data. Segundo ela, provavelmente em fevereiro de 2022, haverá mais pessoas vacinadas do que em dezembro de 2021, não apenas no Brasil, mas no mundo todo.



Podemos afirmar pelo resultado que as opiniões estão bem divididas. Importante a volta, mas com protocolos firmes e respeitados



Foto: Divulgação

Constança Carvalho

Vice-presidente de eventos da Associação, sob o apoio da Fundação Cesgranrio e do Portal Consultoria em Turismo



Foto: Pixabay

BOITEUX: UMA RETOMADA DO TURISMO INTEMPESTIVA QUE MERECE REFLEXÕES

Bayard Do Coutto Boiteux

A cautela é um instrumento vital no planejamento e deve se acoplar no pensamento científico, no momento de tomar decisões, para que não sejam constantemente feitos desmentidos e não cause esperanças falsas.

Quem não tem ânsia em ver o turismo sendo retomado e as pessoas voltando a viajar? Quem não quer o restabelecimento das empresas de turismo que foram tão prejudicadas com a pandemia? Devo confessar que todos nós, que fazemos parte do trade turístico, estamos com um pensamento único: desafios para reviver a atividade, que já ia muito mal no Brasil e no último verão, antes da pandemia e que despencou.

No entanto, é necessário termos em mente, a todo tempo, que a pandemia não acabou e que não são medidas, que considero politiquinhas em anunciar fim das máscaras ou retomada do Carnaval e do Réveillon, que vão nos ajudar.

A vacinação avança muito em nosso país, apesar do negacionismo de algumas autoridades federais, inclusive o Presidente da República que insiste em incentivar



Foto: Sandro Vox

eventos populares em sua defesa, que trazem aglomeração, falta de máscara e um caos na imagem internacional, que não entende até hoje a indicação por ele de fármacos, não reconhecidos pela OMS. Volto a dizer que não se trata de alternância de poder ou de coloração partidária. Líderes de direita no Poder, como Macron e Merkel, para citar como dois exemplos, se comportam como Estadistas, seres pensantes e não vivem de casuísmos diários, que afetam, eles sim, a economia.

Já estamos cientes de que nos próximos dois anos pelo menos, viveremos do turismo doméstico e de proximidade. Os turistas internacionais só deverão optar por destinos mais longínquos, num segundo momento. Assim, os esforços promocionais com os poucos recursos que existem e podem ser alocados devem priorizar o mercado brasileiro ou no máximo a América do Sul. Partamos também para políticas públicas de destinos

complementares e que o diferencial competitivo seja justamente a adoção de protocolos de segurança. O marketing da pandemia é mostrar que o turista que vai nos visitar está cercado de cuidados, que vão protegê-lo. Um deles é o passaporte da vacina, que mostra respeito pelo outro e pela viabilidade de retomada.

Acompanho, com muita atenção, o que vem ocorrendo em outros países e sinto que cada realidade é diferente e se baseia em parâmetros ditados por situações peculiares. É bom lembrar que em vários lugares, mundo a fora, a vacinação não chegou nem a 10 % da população, o que é preocupante e alarmante. É o caso da África, do Haiti, para citar alguns exemplos, que demandam ajuda internacional urgente, além de alguns asiáticos, como o Vietnã. É tempo de solidariedade, cada dia mais esquecida e preconizada. Não tivemos nenhuma lição efetiva em quase dois anos de pandemia?

O maior evento do turismo brasileiro, o Abav Collab tenta acontecer em Fortaleza, de forma híbrida. É um esforço muito grande dos agentes de viagens e que merece nossa atenção e apoio. Buscam colocar em prática protocolos avançados de realização e esperamos que ali nasçam grandes discussões e busca de soluções viáveis. Parte das lideranças dos agentes se mostra combativa e não chapa branca. Outro grande problema é a falta de discernimento de alguns líderes do trade, que fazem política de boa vizinhança com todo o sistema oficial.

As empresas aéreas brasileiras seguem caminhos de voos lotados, em seus deslocamentos nacionais e os aeroportos não se estruturaram devidamente com álcool em gel, cartazes de orientação e embarques sem filas nos fingers que levam aos aviões. Algumas empresas internacionais mostram apreço pelo passageiro e criaram além de novas configurações internas, políticas específicas de proteção.

A vontade de retomar custe o que custar ou com projetos irreais vai custar caro, para os empresários de turismo, que precisam entender seu posicionamento estratégico no turismo de proximidade e familiar. É hora de parar, pensar, seguir com a cabeça erguida, mas com indagações e questionamentos!



Foto: Divulgação

Bayard Do Coutto Boiteux é professor universitário, escritor e pesquisador. Atualmente, além de servidor público, colabora de forma voluntária com o Instituto Preservale e a Associação de Embaixadores de Turismo do RJ.

“TRADIÇÃO E IDENTIDADE” É A NOVA EXPOSIÇÃO DO VALE DO CAFÉ

Já está aberta a “Exposição Virtual de Artesanato do Vale do Café, Tradição e Identidade”. Realizada via Facebook, o evento que segue até 12 de novembro, é uma iniciativa do Instituto Preservale e da Fundação Cesgranrio, com curadoria do artista plástico Cocco Barçante e a produção de Bayard Boiteux. A atividade conta com o apoio do Museu do Artesanato do Estado do Rio de Janeiro e do Portal Consultoria em Turismo. Para visitar e prestigiar, basta acessar a fanpage da [Exposição Virtual Artesanato do Vale do Café, Identidade e Tradição | Facebook](#).

“Mostrar o artesanato da região a fim de honrá-lo é o principal objetivo”, afirma Cocco. Para ele, o artesanato tem como característica a valorização da identidade local de cada território, onde peças são produzidas, além de apresentar ao público o resultado de um trabalho artesão, voltado à memória afetiva do turismo. “O turista leva em sua bagagem aquele momento em que viveu, da história do Brasil, naquela região ou algum específico”, completa.

As peças da Associação de Bordadeiras, de Paraíba do Sul; de Mário Luiz, de Conservatória; da Florart, de Rio das Flores, de Cristina Cruz, de Volta Redonda, de Mônica Lisboa, de Vassouras, de Cíntia Neves, de Cláudia Campos, de Andreia Lima, de Jaqueline Miranda e de Josielio Nascimento, fazem parte do acervo da mostra.



A 22ª EDIÇÃO DA RESTAURANT WEEK CHEGA AO RIO DE JANEIRO CERCA DE 45 RESTAURANTES PARTICIPAM DO EVENTO GASTRONÔMICO QUE ACONTECE ENTRE ATÉ O DIA 5 DE DEZEMBRO

Desfrutar da boa gastronomia por um valor justo e acessível. Essa é a proposta da Rio Restaurant Week, que chega à sua 22ª edição, em cerca de 45 restaurantes do Rio de Janeiro. Desta vez, o evento apresenta o tema “Sabores da Infância”, que vem em boa hora, uma vez que, após o período de isolamento social, as pessoas começam a sair e buscam exatamente isso, memórias afetivas e comfort food, para aquecer corpo e alma.

“O tema foi pensado como uma forma de levar ânimo na retomada da gastronomia e o festival, que há mais de 10 anos traz alegria para a cidade, chega em um momento em que as pessoas buscam este acolhimento, que pode ser recebido através da gastronomia afetiva”, afirma Fernando Reis, idealizador do evento no Brasil.

O tour gastronômico é o momento ideal para o público curtir restaurantes que gostaria de ir, mas em um período normal fica acima da média financeira. Durante o festival, as casas participantes criam um menu especial para a ocasião, com entrada + prato principal + sobremesa, em três categorias diferentes: tradicional, plus e premium.

Essa edição segue o padrão de valores fixos para cada menu. No tradicional, o almoço custa R\$49,90 e o jantar R\$64,90 e R\$59 e R\$74 para o almoço e jantar do plus, respectivamente. Já no premium, R\$79 é o valor do almoço e R\$109 do jantar. A Diamond é a nova categoria do evento e abrange os restaurantes de excelência da Cidade, com valores de R\$95,00 no almoço e R\$149 no jantar. Em todos os circuitos, são acrescentados, opcionalmente, R\$1 de doação para o Instituto da Criança. Cada restaurante participante oferece duas opções de cada item, para que o cliente escolha a de sua preferência. Bebidas, couvert e serviço não estão incluídos no valor.



Novidades da 22ª Edição:

Seara – Nesta edição, os menus poderão ser harmonizados com a Seara Gourmet. Essa é uma ação para facilitar as casas participantes com um produto que traz um valor diferenciado e excelente qualidade.

Diageo Brasil – A @diageo-brasil apoiará a edição da Rio Restaurant Week e traz uma ação inédita para o evento. Ao pedir o Menu Week, o comensal ganha, como cortesia, uma lata do Gordon's Gin&Tonic para levar para a casa. Ação válida, exclusivamente, para maiores de 18 anos.

Menu digital – Através do QR code disponível em um display de mesa, os clientes podem acessar o menu, através do celular pessoal.

"CONHEÇA O RIO A PÉ"

O "Conheça o Rio a Pé" online, desenvolvido desde janeiro de 2021 pela Associação em parceria com o Portal Consultoria em Turismo e com a Escola Cieth, promoveu um passeio à região do Vale do Café, conduzido pela professora de história e guia de turismo, Priscila Monteiro.

No percurso, os participantes souberam mais sobre a história do café até chegar ao Vale. Quanto à Conservatória, foram em algumas atrações, tais como o "Cine Centímetro", que se trata de um colecionador de coisas de cinema: objetos, rolos de filme, cine metro. Já no trajeto a Vassouras, seguiram à origem dessa região a partir de uma grande fazenda, que existia em 1792 e já produzia café para o consumo da família e não para o de exportação.



Claudio Castro, presidente da Associação, menciona que o projeto "Conheça o Rio a pé" é uma forma de valorização do potencial turístico, divulgação e melhoria da autoestima.

15 DE JANEIRO DE 2021

ANOTA NA AGENDA: O PRÊMIO EMBAIXADORES DE TURISMO DO RJ

O ano começa com a nomeação de novos Embaixadores de Turismo. O Prêmio Embaixadores de Turismo do RJ acontece, mais uma vez, por meio de cerimônia virtual. O dia 15 de janeiro é a data escolhida para conhecer os agraciados de 2022. Este evento, que chega em sua 40ª. edição, visa homenagear pessoas que, durante o seu dia a dia, enaltecem o nome do Rio de Janeiro, em setores como cultura, música, esporte, turismo,

gastronomia, jornalismo e outros.

A escolha é dada às pessoas com diferentes credos, opções sexuais e opções políticas, a fim de ter um grupo heterogêneo. Bayard Do Coutto Boiteux, vice-presidente da Associação, diz que cada um dos escolhidos demonstra a sua participação efetiva com a cidade. "Que todos se sintam empossados novos Embaixadores de Turismo do RJ".

NA ESTANTE



Pandemia retomada

Um novo livro, pela Editora CRV, será lançado com relatos de 30 coautores sobre a Retomada. O lançamento virtual acontece na primeira semana de fevereiro. Viviane Fernandes, Alexandre Bianco Netto Moreira, Lu Valença, Sávio Neves, Marcos Neves, Marco Navega, Carlos Decastro Lyra, Arnaldo Bichucher, Luciana De Lamare, Paulo Roberto Dos Santos, Vanessa Campos, Vanuza Monteiro Campos, Sergio Costa, Voltaire Varão, Claudio Gutierrez, Patrick Sabatier, Hanna Cantora, Jorge Ramos, Alana Morgana, Douglas Andrade, José Luiz Júnior, Allen Brooks, Matheus Oliveira, Alexandre Murucci estão preparando textos emocionantes e com lições desse período de aprendizado que todos passaram.

E-book gratuito sobre Inteligência Artificial e jurimetria será disponibilizado gratuitamente para os leitores da Revista dos Embaixadores de Turismo do Rio

Oito anos após a sua criação, em 2013, a Finch lança seu e-book pioneiro intitulado "Jurimetria: indo muito além dos dashboards". A partir de um breve histórico sobre o desenvolvimento da Inteligência Artificial (IA) no mundo, a obra aponta as principais utilizações desta tecnologia no meio jurídico. Segundo Renato Mandaliti, CEO da Finch, a aplicação dessa metodologia em grandes empresas do país para determinar padrões, montar modelos e prever comportamentos sobre resultados de ações

judiciais, recomendações de acordos e, ainda, sugerir provisionamentos pode gerar uma economia de até 40% dos valores que seriam gastos com processos, em algumas situações.



Adquira o seu exemplar gratuitamente, basta acessar: <https://conteudo.finchsolucoes.com.br/h-landing-page-e-book-jurimetria>.



CAFÉ DA MANHÃ DO CORPO CONSULAR



Um memorável encontro foi idealizado pela Associação dos Embaixadores e contou com a presença de cónsules atuantes na cidade carioca. Antes da cerimônia virtual, os convidados receberam, em suas casas, um delicioso café, entregue pelo hotel Fairmont Rio. Bayard Boiteux fez a abertura oficial e, em seguida, passou a palavra para Netto Moreira, diretor do Fairmont; à Dra. Margareth Dalcolmo, pneumologista e pesquisadora da Fiocruz; e a Paulo Roberto dos Santos, gestor da Fazenda Florença e vice-presidente da Asca RJ, que palestraram para os representantes dos países.

Na ocasião, o grupo debateu sobre a atual



Não acreditem em nada que digam ao contrário, porque nós estudamos isso



Dra. Margareth Dalcolmo
Pneumologista e pesquisadora da Fiocruz

pandemia e as medidas corretas para se continuar se protegendo. Segundo a Dra Dalcolmo, o uso das máscaras, nesse período, também é uma arma poderosa e eficiente. “Não acreditem em nada que digam ao contrário,

porque nós estudamos isso”, enfatiza.

A nomeação de quatro novos embaixadores de Turismo da cidade do RJ aprimorou a solididade. São eles: Jane Sampaio, Diretora Administrativa Vale do

Café Convention & Visitors Bureau, Fábio Queiroz, presidente da Associação dos Supermercados do RJ (Asserj), a Suma Sacerdotisa Wicca Alana Morgana e Alexandre Bianco, arquiteto e paisagista.

Prestigiaram a cerimônia os cónsules da Argentina, do Canadá, da China, dos EUA, da Finlândia, da França, da Grã-Bretanha, da Itália, do Japão, de Luxemburgo, do México, da Suíça e do Uruguai. A apresentação da cerimônia ficou por conta de Viviane Fernandes e o encerramento, com a cantora Juliana Muniz.

Assista ao evento completo: [Café da Manhã do Corpo Consular - YouTube](#).

DIA MUNDIAL DO TURISMO: DATA É CELEBRADA PELA ASSOCIAÇÃO DOS EMBAIXADORES DE TURISMO DO RJ

O mês de setembro é especial para os turismólogos, pois no dia 27 se comemora o Dia Mundial do Turismo. E para comemorar, a Associação preparou uma homenagem, via Youtube, para o setor, primordial não apenas para o Estado, mas também para o mundo. A data passou a ser festejada em 1980, entretanto, estabelecida no ano anterior pela 3ª conferência da Assembleia Geral da OMT (Organização Mundial do Turismo), em Torremolinos, na Espanha.

Bayard Boiteux, vice-presidente da entidade, relata que é um momento de reflexão pelo fato de o setor turístico ter perdido muito por conta da pandemia, devido a sua paralisação por meses. “Nós sabemos que ele é importante para a nossa retomada econômica e precisamos trabalhar em prol do Turismo, sobretudo, porque nós moramos no Estado do RJ, que é um conjunto de cidade maravilhosa. Abençoado! A retomada precisa ser feita em termos de sustentabilidade, ou seja, respeito a todos os protocolos de segurança: a máscara, o distanciamento e o apreço ao respeito de tudo o que está ao nosso redor”.

Clóvis Casemiro relata que para celebrar, nada melhor que o RJ, já que é uma dessas capitais do mundo do Turismo. “Está nas nossas veias, no RJ, por essa mistura de gente bacana, gastronomia, monumentos e natureza”.

Fazem parte também da promoção ícones do Rio como Maria Luíza Nobre, Patrick Sabatier, Marco Rodrigues, Christiane Michelin, Neyse de Aguiar Liroy, Sheila Grosman, Voltaire Varão Sávio Neves, Bernadete Simionelli, Andrea Nakane, Constança Carvalho, Suma Sacerdotisa Alana Morgana, Fábio Queiroz, Marisa Araújo, Sérgio Costa e Silva, Viviane Fernandes, Luís Strauss, Ricardo Caffarelli, Arnaldo Bichuchner, Nilo Sérgio Félix e Luciana Delamare também deram seus depoimentos.

Confira a homenagem por meio do [link Homenagem ao Dia Mundial do Turismo - YouTube](#).



MODELOS DE REMUNERAÇÃO VARIÁVEL: COMO ATRAIR E RETER OS MELHORES TALENTOS

Imagem: Pixabay



A ALTA DEMANDA POR PROFISSIONAIS QUALIFICADOS EM ALGUNS SETORES DA ECONOMIA TEM MOTIVADO EMPRESAS A ADOTAR PLANOS DE REMUNERAÇÃO VARIÁVEL PARA MELHOR CONTRATAR E RETER COLABORADORES

Os planos de incentivo de longo prazo não são apenas uma realidade nos segmentos de mercado com maior carência de profissionais especializados como tecnologia e saúde, mas, sobretudo, uma necessidade competitiva neste novo ambiente profissional, onde existe um sentimento muito claro de que as pessoas querem ser sócias e fazer parte dos negócios que contribuem diariamente. Isso acontece, principalmente no dinâmico ecossistema de negócios das startups.

Dessa forma, os incentivos de longo prazo se tornaram não só um grande atrativo mas, em alguns mercados, uma premissa para que a empresa contrate e retenha as melhores pessoas a fim de garantir a execução das sua missão e visão.

Aliado a isso, o fato de estarem havendo cada vez mais transações de M&A, IPO e outras que geram mais liquidez, do ponto de vista de equity dos empreendedores, também têm reforçado no mercado, a procura por planos de remuneração variável que envolvam a participação societária

nestes negócios. Assim, a remuneração variável também é uma valiosa ferramenta para o empreendedor conseguir alinhar os interesses de longo prazo entre a forma que cada um, ele e o colaborador, percebe riqueza. Além de ser um eficiente instrumento motivador da cultura de dono do negócio e para o alinhamento da cultura organizacional.



Tradicionalmente utilizados quase que exclusivamente por empresas do tipo enterprise, no topo da cadeia, atualmente os planos de remuneração variável de incentivo de longo prazo começam a ser aplicados em outras empresas do middle market e, obviamente, nas startups



Nesse sentido, todo pacote de remuneração variável tem, tipicamente, três componentes: um componente de remuneração fixa, como o salário e benefícios; um componente de remuneração variável, geralmente de curto prazo (bônus, comissão) e um componente de incentivo de longo prazo, que podem ser de diversos modelos, como por exemplo, um plano de ações (Stock Options - SOP), um plano de Partnership/Vesting, incentivos de longo prazo baseados em Phantom Stocks/Shares (ações fantasmas) (04:18) e outros instrumentos e estruturas.

Tradicionalmente utilizados quase que exclusivamente por empresas do tipo enterprise, no topo da cadeia, atualmente os planos de remuneração variável de incentivo de longo prazo começam a ser aplicados em outras empresas do middle market e, obviamente, nas startups. Na verdade, estas empresas começaram a utilizar este modelo na década passada, bem antes do middle market, com a adaptação do modelo americano de stock options e o modelo que o mercado corporativo das enterprises oferecia a seus colaboradores.

Dessa forma, no contexto atual, o modelo de remuneração variável é amplamente utilizado pelas startups em todo o mundo, mesmo aquelas nas fases mais iniciais, antes ainda da rodada da série A, por exemplo. Portanto, há uma pluralidade de planos que podem ser uti-

lizados, dependendo das características da empresa e do modelo de negócio. Os mais utilizados são o Stock Options Plan (SOP), o modelo de Partnership/Vesting e o modelo de Phantom Shares. Os Stock Option Plans (SOP) são planos nos quais os indivíduos recebem participações percentuais (volumes de opções ou ações) ao longo do tempo, com base no seu engajamento com a cia. Tipicamente, é utilizado em startups, empresas com crescimento acelerado e empresas listadas. Os planos de Partnership são aqueles em que os indivíduos conseguem converter a remuneração em R\$ em participação acionária e permitem mobilidade acionária interna na cia. O vesting é uma forma de remuneração não fixa, que procura recompensar os melhores talentos, com ofertas de participação na sociedade do negócio. Com base na expectativa de valorização do empreendimento (upside) e no share de contribuição individual para este crescimento. Por fim, o modelo de Phantom Shares é a divisão de ações virtuais da organização entre seus colaboradores e é igualmente bastante utilizado no universo das startups.

E como citado acima, a escolha do modelo ideal de remuneração variável para a sua empresa deve considerar os objetivos e as peculiaridades do negócio. Logo, a complexidade e o nível de maturidade do plano também devem acompanhar o estágio de desenvolvimento da companhia.

Portanto, os modelos de remuneração variável podem ser aplicados em diversos tipos de empresas privadas, independente do seu tamanho e da sua caracterização jurídica. Porém, um fator relevante para startups que já estão num estágio mais avançado de maturidade, como uma unicórnio, por exemplo, diz respeito à sua constituição societária e as características jurídicas e administrativas. Numa sociedade limitada, onde é necessário que os sócios estejam de acordo e assinem todas as decisões e alterações inerentes à empresa, podem acabar gerando obstáculos à aplicação do SOP. Por outro lado, nas empresas do tipo S/A, existem mecanismos decisórios mais simples e eficientes, como o livro de ações, por exemplo. Além disso, há alguns aspectos tributários e trabalhistas que podem trazer maior qualidade para o modelo de SOP nas sociedades anônimas.

Em conclusão, seja qual for a forma de remuneração variável escolhida pela sua empresa, é fundamental que o valor financeiro seja apenas uma parte (importante) do salário do colaborador. O fator meritocrático, nestes casos, deve sempre prevalecer, como forma de valorizar o seu funcionário e induzir o sentimento de pertencimento, como dono do próprio negócio. Além disso, é fundamental que o modelo de remuneração variável esteja de acordo com o planejamento estratégico e orçamentário da organização, assim como, com as demandas da empresa e os resultados dos indivíduos, que devem estar alinhados com as competências exigidas em cada cadeira e as suas respectivas entregas.

Julian Tonioli é Engenheiro pela USP, sócio da Auddas e autor do livro "Remuneração Variável como uma ferramenta de Gestão Estratégica"



FAIRMONT RIO: UM DIA DE PRÍNCIPE

Bayard Do Coutto Boiteux

O desconfinamento da semana acontece num hotel da cadeia Accor, a cadeia francesa que mais investe no Rio de Janeiro. Escolho o Fairmont Rio, único da América Latina, situado em Copacabana. O *check in* é feito *online* e ao chegar ao hotel, me dirijo à recepção, que fica no sexto andar. A primeira surpresa é que nosso *check in* será feito no próprio apartamento. A suíte com três varandas, que descortinam a imensidão de Copacabana tem uma decoração sóbria e integrada com a paisagem que nos fascina. Somos recebidos com um balão que nos dá as boas-vindas! Começa assim meu dia de príncipe!

Minha primeira percepção é que me sinto protegido o tempo inteiro. Os protocolos de segurança em vigor, auditados pelo bureau Veritas trazem uma paz necessária para o período pandêmico. Tudo é feito para que o hóspede se sinta bem e possa usufruir de cada momento. Começamos pelo café da manhã. Peço uma mesa na parte externa, que é higienizada não nossa frente pois tinha sido utilizada por outro hóspede. Antes de nos servirmos, nossas mãos são higienizadas por uma colaboradora sorridente, atrás de sua máscara. Aliás, se por ventura alguém esquecer a máscara, o hotel dispõe de algumas. O buffet traz variedade de pães, frutas, sucos, frios, queijos, pratos quentes, sobremesas e espumante. Tenho a felicidade de encontrar o colaborador Pereira no serviço, que conheço desde o Caesar Park, que virou Sofitel e se encontra em obras. Pereira é um patrimônio da hotelaria e um exemplo de acolhimento.

A área de lazer fica no sexto andar e meu primeiro compromisso é um banho de piscina. São duas aquecidas, com distanciamento, toalhas embrulhadas em plástico e serviço de bar. Peço um Aperol Spritz que vem rapidamente e está delicioso. Como o dia está começando, aproveito também a academia, aliás um verdadeiro espaço fitness com equipamentos de primeira geração.

Volto para o quarto para descansar um pouco, tomo banho e aproveito o roupão para ficar mais a vontade e me deliciar na varanda, fotografando. Após a pequena siesta, é hora de almoçar. São 15h30min e me dirijo para o sexto andar, para o bonito restaurante ao lado da piscina. A opção é pelo menu executivo, servido de segunda a quinta no almoço. A *formule*, como chamamos em francês traz uma entrada, prato principal e sobremesa. Um manjar dos deuses acompanhado de um excelente vinho nacional, que optamos por taça. O local é aberto para passantes ou seja não hóspedes.

Volto para a suíte e sou surpreendido com um novo “mimo” um plateau de chocolates e uma linda caneta de presente. Após novo banho, desço para o bar do sexto andar, um templo de drinks em homenagem ao Rio de Janeiro. Degusto uns dois e já ouço os primeiros acordes do show de música popular brasileira, que acontece das 20 horas às 22 horas. Tenho que voltar para casa, pois foi só um day use especial e o 99 me leva de volta para o Villas da Barra, onde resido. Sinceramente, um dia de príncipe! Parabéns ao Sr. Netto Moreira e equipe por fazer do meu dia uma experiência que não vou esquecer.

Bayard Do Coutto Boiteux é professor universitário, escritor e pesquisador. Atualmente, além de servidor público, colabora de forma voluntária com o Instituto Preservale e a Associação de Embaixadores de Turismo do RJ.



Projeto Boas Práticas de Fabricação em Alimentos

**INICIATIVA: INSTITUTO PRESERVALE
- GERÊNCIA DE EDUCAÇÃO**

Abrangência: municípios do Vale do café do estado do Rio de Janeiro.

Responsável técnico: O Instituto Preservale convida o nutricionista Matheus Oliveira, CRN nº 19100930, para coordenar o projeto e participar como consultor do desenvolvimento da mesma.

MODUS OPERANDI:

A) QUESTIONÁRIO PRÉVIO DE AVALIAÇÃO

B) VISITA DO NUTRICIONISTA IN LOCO PARA CONHECER AS PRÁTICAS ADOTADAS, AVALIA-LAS, CONVERSAR COM A EQUIPE

C) APRESENTAÇÃO DE UM DIAGNÓSTICO COM SUGESTÃO

Parceiros Institucionais: Vale do Café Convention & Visitors Bureau
Associação dos Embaixadores de Turismo RJ

Maiores informações:

Bayard Boiteux- Gerente de educação do Preservale.

E-mail: professorbayardboiteux@gmail.com

Insta: @preservale



COLUNA CHRISTIANE MICHELIN

BOA MESA EM FRENTE AO PALÁCIO DE CRISTAL

A cidade de Pedro possui algumas particularidades. Nossa rua principal, a Rua do Imperador – um dos Pedros –, cortada pelo rio Piabanha, é curiosamente conhecida entre os da terra por “Avenida”. Nenhum petropolitano que se prese diz que vai à Rua do Imperador. Vai à Avenida. E todos os seus iguais compreendem de imediato. A questão é que, depois de proclamada a República, a rua deixou de ser do Imperador, posto que o dito foi deposto, ganhando a alcunha de Avenida Quinze de Novembro, data da instauração do regime republicano no Brasil. Águas passaram sob as pontes do rio até que o nome foi encurtando, encurtando, e restou, apenas, Avenida. Cá entre nós, sabemos todos que Avenida não é nome, mas, designação e, que, há bem da verdade, não se encaixa à sua suposta vocação, já que avenidas são vias geralmente bem mais largas, com diversas pistas para circulação de veículos, o que não é o caso da nossa “Avenida”. Na contramão do tempo, quando tentaram restaurar a tradição do século XIX, época em que o imperador tinha sua “casa” de veraneio aqui, voltou-se ao nome “Rua do Imperador”. Mas, por preguiça ou hábito, por direito adquirido ou por simples “petropolitanice”, o fato é que ninguém vai à Rua do Imperador, nem mesmo fosse para uma lauta refeição. Mas, se o repasto for na “Avenida” ...

E por falar em repasto, vamos ao que de fato interessa. Recentemente fui à simpática Giulietta, que, embora não fique na Avenida, fica no Centro Histórico. Inaugurada em plena pandemia, trata-se de uma cantina e pizzaria e, ao contrário do que acontece em quase todas as pizzarias da região, servem as redondas na hora do almoço. Iniciamos o repasto com um pão de alho que foge ao tradicional, posto que é um pão francês, inteiro, crocante, e vem acompanhado por um vina-

grete que dá vontade de repetir, repetir... Para comemorar o fato de poderemos comer pizzas no almoço, um de nós optou por ela. Chegou com as bordas crocantes, derramando-se em queijos e sabores. Tudo na medida certa. Deliciosa! O segundo à mesa optou por uma lasanha que se apresentou generosa em recheio e aromas. O cardápio oferece, ainda, opções ravioles, rondele e gnochi, além de medalhão de mignon na manteiga temperada, servido com risoto de parmesão, risoto de Parma na cesta de parmesão e sorrentino de figo e nozes ao molho de queijo, só para citar alguns. Vale dizer que há um sommelier a postos e os vinhos ficam em prateleiras, para a escolha dos comensais. A localização não poderia ser mais privilegiada, em frente ao Palácio de Cristal, com a opção de mesas externas.



Serviço - Giulietta

Endereço: R. Alfredo Pachá, 88 - Centro, Petrópolis

Tel.: 24 974009494.



Foto: Divulgação

Tarifa Carioca

Descubra o Rio de um jeito ainda mais inesquecível. O Fairmont Rio está oferecendo uma tarifa especial para todos os cariocas e residentes da Cidade Maravilhosa.*

Reserve momentos inesquecíveis:

copacabana.reservations@fairmont.com

(21) 2525-1232

fairmontrio.com

 @fairmontrio

Código promocional: **CARIOCA**

*Esta reserva é válida até 20/12/2021, exceto para datas comemorativas, e pode ser feita on-line ou por telefone. É necessário apresentar um documento na hora do check-in para comprovar que o hóspede é carioca ou reside na cidade do Rio de Janeiro.



Fairmont
RIO DE JANEIRO COPACABANA



ASSOCIAÇÃO DOS
EMBAIXADORES
DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO