

ANEXO I - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO TÉCNICA

CHAMAMENTO PÚBLICO 014/2026

→ Serão atribuídos 60 (sessenta) pontos para a avaliação destes critérios.

→ A Comissão Técnica de Avaliação levará em consideração os seguintes fatores em sua análise:

- A base de fatos declarados e evidências comprovadas, entende-se por evidências comprovadas tudo aquilo que o projeto consegue demonstrar por meio documental;
- A aplicação consistente dos critérios previamente definidos;
- A avaliação dos projetos de diferentes perspectivas;

→ **Observações:**

- O preenchimento ou descrição das ações em cada seção do anexo projeto não garantem ao proponente nota total nos quesitos.
- O julgamento dos quesitos será realizado com base no mérito das ações, detalhamentos e comprovações constantes na proposta inscrita.

1 - Potencial e Relevância Turística	Pontuação Máxima	Peso
Avalia o impacto do evento no turismo da cidade, considerando:	6	4
A. Atração de público externo: o evento atrai turistas de fora da região metropolitana. B. Impacto na cadeia turística local: o evento promove Integração com a cadeia produtiva do turismo em BH. C. Fortalecimento de segmentos turísticos estratégicos: o evento contribui para consolidar BH como referência em segmentos como gastronomia, negócios, lazer ou técnico-científico. D. Potencial de geração de permanência e consumo turístico: o evento gera pernoite e gasto turístico. E. Projeção da cidade: o projeto incorpora atrativos e espaços turísticos da cidade à dinâmica do evento.		

F. Posicionamento de Belo Horizonte como destino: o evento promove a cidade como destino turístico para os públicos-alvo		
2 - Local, Acessibilidade e Programação		
Considera a execução do evento no que diz respeito: A. Inclusão da pessoa com deficiência (PCD): o evento é acessível para as pessoas com deficiência. B. Clareza e detalhamento da programação: a programação é bem estruturada e diversa	6	1.5
3 - Inovação e Criatividade		
Examina elementos inovadores na experiência do evento, como: A. Uso de tecnologia (apps, uso de IA, realidade aumentada, inscrições facilitadas, check ins virtuais). B. Formatos interativos para engajamento do público. C. Propostas diferenciadas em conceito, atrações, ambientação e engajamento com o público.	6	1
4 - Visibilidade e Plano de Comunicação		
Avalia a robustez do plano de mídia e divulgação, considerando: 1. Alcance e diversidade de canais de mídia: o evento apresenta bom mix de mídias como TV, rádio, jornais, redes sociais e sites especializados. 2. Clareza e organização dos planos de mídia e divulgação: o plano de comunicação é detalhado e consistente. 3. Coerência, efetividade e parcerias estratégicas do plano de comunicação: o plano é coerente com o objeto proposto. 4. Timing adequado da divulgação para garantir engajamento do público.	6	2

5 - ESG e Sustentabilidade no Evento		
Avalia práticas sustentáveis sob os eixos ESG - Ambiental, Social e de Governança adotadas pelo evento, nos termos do item 2.4 ESG nos Eventos do Termo de Referência.	6	1,5

Pontuação Total: 60 pontos

1. Potencial e Relevância Turística: avalia a relação do evento com a atividade turística da cidade, levando em consideração os seguintes aspectos:

- **Fortalecimento de segmentos turísticos estratégicos:** o evento deve ter a capacidade de promover ou fortalecer um ou mais segmentos turísticos da cidade, como os relacionados à gastronomia, entretenimento e lazer, de negócios, técnico-científicos, entre outros considerados eixos prioritários ou potenciais, contribuindo para consolidar Belo Horizonte como destino de referência no(s) segmento(s).
- **Projeção da cidade:** o evento deve ser capaz de colocar em evidência os espaços turísticos da cidade, destacando seus atrativos e singularidades de maneira integrada à proposta do evento. Deve também valorizar a identidade, a cultura e as experiências que caracterizam Belo Horizonte, estabelecendo conexões entre a realização do evento e os elementos que compõem a oferta turística da cidade.
- **Impacto na cadeia turística local:** o evento deve estar integrado à cadeia do turismo, movimentando e/ou estabelecendo parcerias com empresas e serviços locais como hotéis, restaurantes, agências de viagem, transporte turístico, atrativos, entre outros. É importante que o projeto promova conexões sistêmicas e duradouras entre os integrantes do trade, de forma a contribuir para a valorização da economia local.
- **Atração de público externo:** o evento deve ter a capacidade de atrair público de outras cidades ou regiões, ampliando seu alcance geográfico e contribuindo para a promoção do turismo na cidade. O evento deve adotar estratégias adequadas para atrair esse público, como a divulgação em meios de comunicação de outras regiões, e o estabelecimento de parcerias com os mercados-alvos, entre outros.
- **Potencial de geração de permanência e consumo turístico:** capacidade do evento de induzir pernoite e gasto turístico na cidade, ampliando o tempo de estada do visitante e sua

movimentação econômica local. Considera também histórico mensurável de permanência ampliada em edições anteriores, quando existente.

- **Posicionamento de Belo Horizonte como destino:** contribuição do evento para construir e comunicar uma imagem estratégica de BH enquanto destino turístico. De que forma o evento atua como plataforma de branding territorial, projetando BH para públicos externos de forma consistente.

2. Local, Acessibilidade e Programação: Avalia-se o local, em termos de acessibilidade, e a programação do evento levando em consideração:

- O local é viável em termos de acessibilidade, contemplando as necessidades das pessoas com deficiência e apresentando estrutura física adequada, inclusive sinalização.
- A programação do evento é estruturada e detalhada, contendo informações abrangentes sobre todas as atrações e atividades. A programação é diversificada, contemplando diferentes perfis de público.

3. Inovação e Criatividade: Avalia-se os elementos inovadores na experiência do evento levando em consideração:

- O evento adota soluções tecnológicas, integradas de forma inovadora e estratégica, gerando impacto na experiência do participante.
- O evento se destaca por apresentar conceito e ambientação originais e bem definidos, além de uma proposta diferenciada capaz de promover engajamento com o público.

4 - Visibilidade e Plano de Comunicação do Evento: Avalia os planos de divulgação e de mídia do evento levando em consideração os seguintes aspectos:

- Abrangência, capacidade do plano de divulgação atingir o público pretendido entre os diferentes canais de mídia, por exemplo, TV, rádio, jornais, mídias sociais, sites especializados, etc.
- Clareza do plano de mídia e divulgação, isto é, as informações sobre o evento estão claras, bem organizadas e fáceis de entender.
- Coerência, efetividade e parcerias estratégicas do plano de comunicação, as informações do evento estão sendo divulgadas em locais estratégicos com perspectiva de retorno para o patrocinador, quanto às marcas institucionais e do destino. O projeto descreve parcerias estratégicas sólidas, com comprovado potencial de ampliação do impacto turístico e promocional.

- Timing, considera se o plano de mídia está sendo implementado com antecedência suficiente para que os públicos saibam do evento e possam se planejar para participar.

5. ESG no Evento: avalia a capacidade do evento ter ações que envolvem a gestão para sustentabilidade do evento alinhadas às práticas ESG.

- Sustentabilidade do evento, isto é, se as medidas propostas estão em conformidade com os subitens 2.4 e 2.4.1, além da ABNT NBR ISO 20121.
- A aplicação de práticas ESG no evento demonstra o compromisso com a sustentabilidade, promovendo a gestão responsável dos recursos, a inclusão social e a governança ética.
- O projeto descreve ações efetivas, aferíveis e, preferencialmente, quantificáveis.