

PLANO DE NEGÓCIOS 2022
BELO HORIZONTE - DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE
EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A – BELOTUR

Belo Horizonte, Março de 2022

Conselho de Administração

Presidente:

Claudius Vinícius Leite Pereira

Conselheiros:

Adriana Branco Cerqueira

Cláudio Beato

Gilberto César Carvalho de Castro

Iran Barbosa

Simone Maria Barbosa Silva Araújo

Diretor-Presidente

Gilberto César Carvalho de Castro

Chefia de Gabinete

Glauco Carlos Carvalho

Diretores Executivos

Alexis Oliveira Jacinto

Leonardo Bruno Nunes

Marcos Vinícius Boffa

Maria Cláudia Leonardo Costa

Assessoria Jurídica

Laura Menezes Rodrigues

Assessoria de Planejamento e Relacionamento

Jordana de Paula Menezes

Lucas Couto de Souza

Assessoria de Comunicação

Fernanda Machado Dias

Sumário

1. INTRODUÇÃO	5
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	7
3. INSTRUMENTOS NORTEADORES	8
4. VISÃO DE FUTURO PARA O TURISMO	11
5. RISCOS, AMEAÇAS E AÇÕES DE MELHORIA DA GESTÃO	12
6. OBJETIVOS.....	13
7. EIXOS ESTRATÉGICOS.....	13
8. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2022	14
9. EMENDAS IMPOSITIVAS.....	36
10. AÇÕES DE MELHORIA CONTÍNUA DA GESTÃO	37
11. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	39
12. ORÇAMENTO ANUAL	40

MENSAGEM DO PRESIDENTE

O Plano de Negócios que se apresenta agora é, sem sombras de dúvidas, um dos documentos mais importantes para o destino turístico que Belo Horizonte pretende ser: uma cidade inteligente, referência em gastronomia, conectada, atenta às tendências mundiais, ágil em sua recuperação econômica frente ao caos global causado pelos efeitos da Pandemia da Covid-19 e suas variantes. Vários setores foram drasticamente atingidos e com o turismo não foi diferente. Pelo contrário, foi um dos mais prejudicados.

Vivíamos uma realidade muito positiva até o início dos anos 2020. O turismo global crescia a passos largos e Belo Horizonte, recém-condecorada com o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco, comemorava ser dona de um dos melhores carnavais do país, quiçá o melhor. Com o Arraial de Belo Horizonte, a capital mineira alcançou a quinta posição entre os festejos juninos mais cobiçados do Brasil; o primeiro lugar do Sudeste até o Sul brasileiro. A rede hoteleira batia recordes atrás de recordes. A cadeia produtiva do turismo estava a pleno vapor.

Com as restrições necessárias para conter a disseminação da Covid-19, a Belotur precisou repensar seu planejamento e desenvolver estratégias que estimulasse uma retomada econômica eficaz do setor. O caminho se deu por meio de capacitações e qualificações, com fortalecimento institucional e governança, em um trabalho sempre em conjunto com o trade belo-horizontino. Para isso, agimos com clareza e adotamos as ferramentas capazes de executar as ações determinadas e monitorá-las.

Por outro lado, por meio de editais de fomento a eventos com potencial turístico do Projeto 4 Estações, conseguimos injetar mais de R\$16 milhões no setor, com cerca de 430 eventos aprovados e executados em Belo Horizonte até o momento. Assim, posso dizer que vejo com muito otimismo o funcionamento de casas de shows, teatros, estádios de futebol, discotecas, bares e restaurantes, entre outros tantos: mercado completamente adaptado ao cumprimento dos protocolos sanitários vigentes e o público novamente nas ruas, nas praças, nos parques da cidade. Com isso, toda a cadeia produtiva voltou à ativa, a engrenagem da nossa economia girou novamente e trouxe emprego e renda, algo bem mais próximo daquela realidade que nos encontrávamos no cenário pré-pandêmico.

Agora é hora de olhar para frente. Neste ano, realizaremos a Conferência Municipal do Turismo, o que só fortalece a Governança do Destino Belo Horizonte. Vamos potencializar as ações de promoção da cidade, aumentando a nossa participação em feiras por todo o país, além de ampliar o relacionamento com influenciadores e mídia segmentada, por meio de nossas fam tours e press trips. Vamos também mapear e disseminar roteiros e novas experiências, além de contar novamente com grandes eventos oficiais da cidade de forma presencial, como o Arraial de Belo Horizonte.

Finalizo então essa mensagem com um agradecimento especial à toda cadeia produtiva do turismo, que, com muita garra e aberta aos novos caminhos que precisamos tomar, vem se reerguendo e conquistando novamente o lugar de um dos principais pilares da economia mundial. Sigamos juntos!

Gilberto Castro,
Diretor-Presidente da Belotur

1. INTRODUÇÃO

A Belotur, consoante com o art. 1º de seu estatuto social, é a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A, constituída em uma Sociedade Anônima, criada pelo artigo 14 da Lei Municipal nº 3237, de 11 de agosto de 1980. É uma empresa pública da administração indireta municipal, com personalidade jurídica de direito privado, patrimônio próprio e autonomia administrativa, técnica e financeira vinculada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, regida por estatuto e legislação aplicável.

Tem por sua finalidade **executar a Política Municipal de Turismo de Belo Horizonte, exercendo a supervisão, coordenação e direção de todas as atividades inerentes ao desenvolvimento do turismo, lazer e serviços afins**, observadas as disposições da legislação municipal e normas regulamentares decorrentes.

A gestão da Belotur deve orientar-se pelo acatamento da legislação e normas pertinentes, ao Estatuto Social e Regimento Interno, assim como às demais disposições internas determinadas pelas instâncias competentes. Em destaque, devem ser relevados os principais instrumentos legais vigentes, que norteiam a condução da vida da Empresa. Instrumentos de planejamento como o PPAG, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Belo Horizonte (PDITS BH) e o Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte, atualizado em 2020, constituem-se como a base de informações estratégicas da Belotur.

A Belotur, a partir de sua missão, sua visão de futuro e seus negócios e valores, formula suas estratégias que são desdobradas em planos de ações anuais e acompanhadas a partir de sua implantação, oferecendo os meios necessários ao alcance dos objetivos institucionais e à maximização dos resultados.

O alcance dos objetivos decorre da aplicação das diretrizes, dos princípios e do modelo de governança adotado. Para cumprir sua função, a Belotur deve possuir e destinar os recursos adequados e o capital humano necessário de modo a atuar com eficácia, eficiência, efetividade e economicidade em benefício de seus propósitos e dos públicos interessados. Para isso, é preciso ter clareza em sua estratégia, adotar as ferramentas capazes de executar as ações previstas e monitorar o seu desempenho.

CRENÇA:

O reconhecimento das singularidades e diferenciais de uma cidade desperta orgulho e interesse em seus moradores e atrai visitantes e investidores.

PROPÓSITO:

Identificar, valorizar, qualificar e promover os aspectos que singularizam Belo Horizonte e tornam a cidade mais atrativa para moradores, visitantes e investidores.

MISSÃO:

Criar condições para que Belo Horizonte se torne um singular Destino Turístico Inteligente, mais competitivo e sustentável e cada vez mais atrativo para seus moradores, visitantes e investidores.

VISÃO DE FUTURO:

Consolidar o Turismo Urbano em Belo Horizonte, tornando a cidade um dos destinos mais atraentes em âmbito nacional e internacional, além de motivo de orgulho para moradores e visitantes.

VALORES:

- Valorização do capital humano;
- Eficiência e inovação;
- Integração e realização;
- Estímulo à participação;
- Resultado;
- Ética e transparência.

CADEIA DE VALOR:

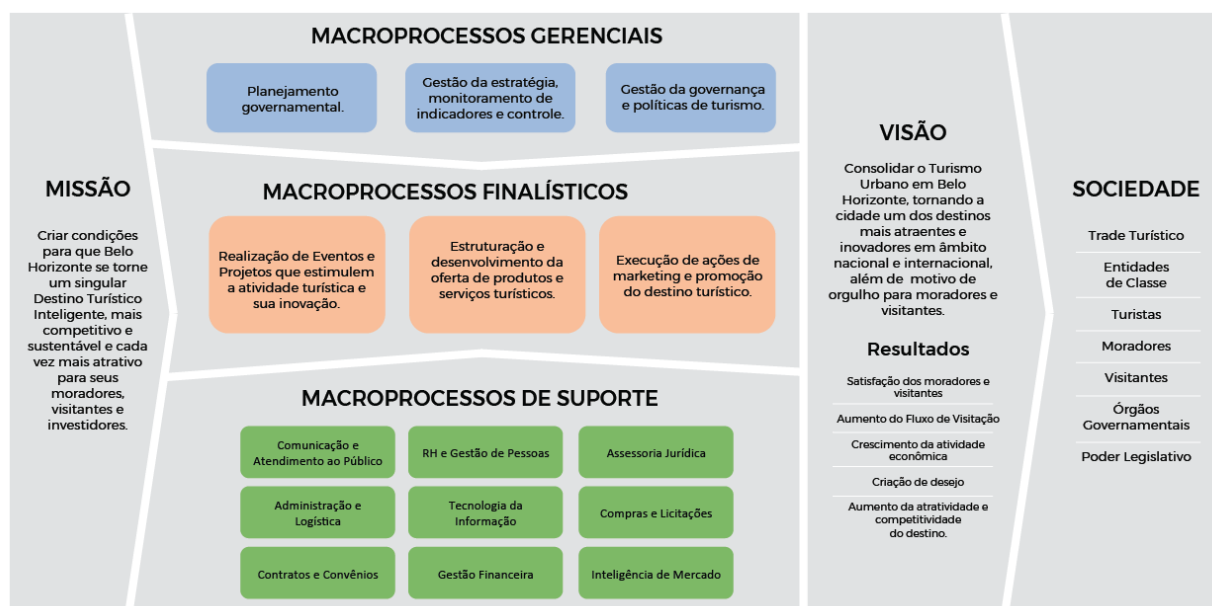


Figura 1: Cadeia de Valor da Belotur

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

No início dos anos 2020, as perspectivas do crescimento do turismo global eram bastante promissoras. Belo Horizonte vinha se estruturando com base em um novo posicionamento, lançado em 2017 – ‘Belo Horizonte Surpreendente’ – e colhendo os primeiros frutos do Programa Municipal de Turismo Gastronômico, como o título da Unesco de Cidade Criativa da Gastronomia. Ainda no primeiro trimestre do ano, as projeções eram vultosas e traziam um crescimento significativo para as economias que se desenvolvem a partir do setor. O cenário mudou drasticamente a partir do início do segundo trimestre, pela acelerada propagação do coronavírus e pelo isolamento social imposto pela instauração de uma pandemia mundial.

Nesse sentido, o planejamento do setor público para o fomento da atividade, a arrecadação oriunda das atividades do setor e, efetivamente, a movimentação gerada pela atuação do setor privado foram abruptamente descontinuados.

O isolamento e distanciamento social, estratégias adotadas em 2020 para frear o avanço da pandemia da Covid-19, impactou fortemente os setores e serviços que não são considerados essenciais. Duramente impactado, o setor de turismo, que movimenta mais de 50 segmentos da economia, foi um dos que mais sofreu. Contudo, dada a dinâmica da atividade, o segmento tenta se reerguer à medida que os níveis de risco sanitário para Covid-19 vão sendo reduzidos, o que permite a reabertura gradual da economia.

Sendo assim, em 2021, a Belotur buscou, dentro de seu planejamento, desenvolver estratégias que pudessem contribuir para estimular a retomada econômica do setor, incentivando capacitações e qualificações frente às adversidades do contexto, além de fortalecer a governança do destino, mantendo sempre o constante diálogo com as entidades representativas e medidas que pudessem aliviar a frágil situação econômica deixada por 2020.

Para 2022, o trabalho será de continuidade e avanços. O Plano de Negócios aqui apresentado, irá detalhar as atividades realizadas pela empresa neste ano, buscando fortalecer a Governança do Destino, com a realização da 1ª Conferência Municipal do Turismo de Belo Horizonte, além de potencializar as ações de promoção da capital mineira, focando no mapeamento e disseminação de roteiros de experiências e na ação com influenciadores digitais, além da retomada gradual e segura dos eventos da cidade, como o Arraial de Belo Horizonte.

Turismo em números

Os últimos anos, 2020 e 2021, trouxeram inúmeras mudanças e reflexões na condução das políticas públicas atingindo principalmente o turismo, um dos setores mais impactados pela pandemia de Covid-19. Estratégias e atividades passaram a adotar formatos híbridos, mesclando o presencial e virtual com cautela, cuidado e eficiência. Em 2021, e ainda em meio às incertezas, mas um pouco mais familiarizados com alguns dos desafios que se apresentaram, o setor do turismo pôde acompanhar, ainda que timidamente, sinais de recuperação e retomada econômica, com o crescimento das taxas de ocupação hoteleira, arrecadação de ISS e índices de embarque e desembarque de rodoviárias e aeroportos.

Desde 2020, a pesquisa de Demanda Turística, importante fonte de dados e informações a respeito do deslocamento de visitantes, não pôde ser aplicada em função do isolamento imposto pela Covid-19. No entanto, índices como a Taxa de Ocupação Hoteleira e o percentual de ISS Turístico se tornaram, junto com dados de acesso ao Portal Belo Horizonte, indicadores que nos permitiram ainda visualizar os impactos da pandemia no setor.

A Taxa de Ocupação Hoteleira, que atingiu apenas 32,65% em 2020, apresentou em 2021 uma alta de 21,8% na comparação com o ano anterior, fechando o ano em 39,75%. Ainda sobre esse indicador, novembro teve a melhor taxa do ano, atingindo 56,92%. Os dados parciais indicam uma redução da participação das atividades turísticas no ISS arrecadado no município, de 4,4% em 2019 para 3,33% em 2020. Em 2021 ainda não foi possível fazer a apuração final.

Importante também destacar o indicador de Sessões do Portal Belo Horizonte, que passou a se acompanhar desde 2021, em função da rápida digitalização ocorrida em contexto pandêmico. Em 2021, foram 1.372.581 sessões visitadas, mais que o dobro do registrado em 2020.

3. INSTRUMENTOS NORTEADORES

A) Plano de Governo

O Plano de Governo para quatro anos contempla as ações estratégicas a serem executadas ao longo do mandato do prefeito com apoio da equipe de secretários. O plano do Turismo teve como prioridades a ampliação da promoção do destino, buscando estimular o aumento do fluxo de turistas; fortalecer a imagem de Belo Horizonte como cidade dos eventos; desenvolver e promover a gastronomia para aumentar a competitividade de Belo Horizonte e posicioná-la como um destino turístico gastronômico no cenário nacional, além de qualificar a prestação de serviços promovendo maior profissionalização da atividade.

a. Plano de Metas

O Plano de Metas é um instrumento de planejamento e gestão previsto no artigo 108-A da Lei Orgânica do Município, que auxilia na definição das prioridades e ações estratégicas do governo ao longo dos quatro anos de mandato.

O documento consolida as propostas de campanha e apresenta os principais compromissos da administração municipal com a oferta e melhoria de equipamentos e serviços oferecidos à população. Para isso, são considerados como critérios básicos a promoção do desenvolvimento sustentável, a inclusão social, o respeito aos direitos humanos, a igualdade de gênero e o respeito ao meio ambiente.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/projetosestrategicos/metasdagestao>

B) Planejamento estratégico 2017 – 2021

Num mercado altamente competitivo, é crescente o número de empresas que se deparam com um cenário empresarial complexo, incerto e de grandes turbulências, que estão à procura de técnicas e ferramentas que auxiliem seus processos gerenciais. O planejamento estratégico é uma dessas ferramentas. Ele é um processo que formaliza a definição das estratégias, envolvendo toda a empresa em seu encadeamento. É neste momento que a empresa tem a oportunidade de fazer uma análise detalhada da própria organização e do mercado, incluindo seus concorrentes. Portanto, em função desta análise, a empresa tem a possibilidade de conhecer seus pontos fortes e fracos, além das oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo.

A última versão do Planejamento Estratégico da Belotur foi elaborada em 2017 e atualizada em 2020 em função da pandemia e de uma necessidade de adaptar o que havia sido planejado com o contexto que se instaurou globalmente. Essa atualização contou com novas diretrizes e estratégias para minimizar a crise que afetou fortemente o setor, e terão continuidade e atualizações na revisão para os próximos quatro anos (Planejamento Estratégico 2022/2025). Essa elaboração está sendo conduzida e será concluída ainda no 1º semestre de 2022.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/transparencia/planejamento-estrategico>

C) A ampliação do diálogo com o *trade* turístico: Dialoga Turismo

O projeto Dialoga Turismo tinha como objetivo a construção conjunta de diretrizes (Belotur, PBH e entidades organizadas da sociedade civil da área de turismo), tendo em vista subsidiar o

planejamento da próxima gestão e o desenvolvimento do turismo em Belo Horizonte. O processo de construção das diretrizes teve início em junho de 2020, com a realização de palestras, seminários e oficinas com especialistas, pesquisadores e profissionais do turismo do Brasil e de outros países. O documento final foi apresentado na reunião ampliada do COMTUR. As sete diretrizes propostas nortearão o planejamento da empresa nos próximos quatro anos e para preparar o caminho para a realização da Conferência Municipal de Turismo, prevista para este ano de 22. As diretrizes elencadas foram.

1. Governança compartilhada e gestão participativa do destino;
2. Posicionamento e comunicação orientada para o mercado;
3. Integração e qualificação da rede de serviços de hospitalidade;
4. Inovação e remodelagem da oferta turística instalada;
5. Políticas de valorização dos títulos da Unesco;
6. Suficiência de dados e inteligência de mercado;
7. Ampliação da atratividade e integração com destinos do entorno.

A segunda etapa, que foi a construção do Plano Tático e Operacional, iniciou em julho de 2021, trazendo o detalhamento dessas diretrizes e a priorização de ações, em oficinas gerais e específicas, no ambiente online, ainda em função da Pandemia.

Para o Plano Tático Operacional, foram priorizadas duas ações para cada diretriz, além de uma meta de conclusão estabelecida para cada uma delas. A partir de agora, iniciamos a implementação e monitoramento do plano, contando, inclusive, com Câmaras Temáticas dentro do COMTUR para condução desse processo.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/dialoga-turismo>

D) Programa Municipal de Turismo Gastronômico

O programa tem como principal objetivo “posicionar e qualificar Belo Horizonte e região como polo turístico e gastronômico de relevância”. Desenvolvido em 2017, já realizou ações exitosas como a conquista do Título de Cidade Criativa da Gastronomia, pela UNESCO, que se desdobrou em quatro eixos de ações estratégicas. Constantemente o documento é atualizado e readequado em função de novos desafios.

Os eixos de atuação são:

1. Governança e networking;
2. Estruturação e fomento;

3. Capacitação e geração de conhecimento;
4. Marketing, comunicação e promoção.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/turismo-gastronomico>

E) Plano de Marketing do Destino Turístico

O Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte tem como objetivo a elaboração de estratégias para orientar a Belotur na liderança do trabalho de marketing, promoção e divulgação turística do destino, bem como apoiar as atividades relativas à comercialização do produto turístico 'Belo Horizonte'.

O documento, elaborado em 2014, foi atualizado em 2017 compatibilizando-o com o atual da gestão do destino e o novo posicionamento "Belo Horizonte Supreendente". Foi atualizado novamente em 2020, diante do cenário pós-Pandemia causado pelo Novo Coronavírus (Covid-19).

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/posicionamento-e-marketing-de-destino>

4. VISÃO DE FUTURO PARA O TURISMO

Em todo o país, o turismo foi um dos setores da economia mais atingidos pela pandemia da Covid-19. No entanto, com os efeitos do avanço da vacinação e a retomada das atividades dos negócios, estudos apontam que o faturamento do setor deve retomar ao patamar anterior à pandemia neste ano de 22.

Mas, para além da vacinação em massa da população, o setor deverá se adaptar às novas tecnologias e aos desejos e necessidades do perfil desses novos turistas, com o objetivo de restabelecer a confiança dos visitantes e da própria população nos serviços e produtos ofertados pela cadeia produtiva do turismo. A criação de políticas públicas são essenciais para o setor, como forma de propiciar um ambiente favorável à abertura de novos negócios, desenvolvimento e reestruturação do mercado, além da criação de oportunidades de emprego. No entanto, os empreendedores e empresários do segmento precisarão estar cada vez mais atentos às necessidades de constante atualização. Será preciso se reinventar muitas vezes. A solução pode estar na adoção de estratégias que tenham como objetivo a satisfação e conhecimento do cliente, para se antecipar e buscar diferenciais que nos destaquem em posição nacional.

5. RISCOS, AMEAÇAS E AÇÕES DE MELHORIA DA GESTÃO

Programa de Fomento à Integridade

Riscos surgem da incerteza natural dos cenários econômico, político e social e podem se apresentar como desafios ou oportunidades, na medida em que dificultem ou facilitem o alcance dos objetivos organizacionais. A análise dos fatores de risco permite tratar com eficiência as incertezas, seja pelo melhor aproveitamento das oportunidades, ou pela redução da probabilidade e/ou impacto de eventos negativos, a fim de melhorar a capacidade de gerar valor e fornecer garantia razoável do cumprimento dos seus objetivos.

O corpo diretor e corpo técnico da Belotur estão implementando melhor controle interno para enfrentar os riscos e eventos, provenientes de fontes internas ou externas, que possam afetar a estratégia, a missão e a realização dos objetivos da empresa. Assim, a Belotur aderiu ao Programa de Integridade Pública, coordenado pela Controladoria-Geral do Município de Belo Horizonte, com intuito de aprimorar suas práticas de gestão estratégica.

Considera-se o Programa de Integridade Pública uma medida administrativa de gestão estratégica por meio da qual se identifica, trata e gerencia, de forma sistemática, os riscos de violação de integridade da empresa para melhorar a governança. Tem como foco principal estruturar, reforçar, manter a cultura de integridade institucional, bem como prevenir e combater potenciais atos de corrupção que possam impedir que a organização preste serviços à sociedade de forma eficiente, eficaz e com qualidade, que é o objetivo principal de toda política pública.

Atualmente, a Belotur encontra-se nas etapas 4 e 5 de implementação do Programa, identificando os riscos, suas causas e consequências, para elaboração da matriz e conseqüentemente do Plano de Tratamento. Após a conclusão da implementação do Programa, que prevê ainda a conclusão de mais cinco etapas, será iniciada uma fase de monitoramento contínuo e atualizações anuais, juntamente com os demais instrumentos de planejamento.

Mais do que um instrumento de conformidade, é um importante mecanismo de compromisso da Belotur com a transparência.

Ações de melhoria da gestão interna

Com objetivo de buscar aprimoramento nos processos internos, a Belotur conduziu, em 2021, um trabalho de mapeamento, análise e melhoria dos processos e procedimentos com a indicação de

eventuais desconexões e indicadores de desempenho a serem monitorados. Esse trabalho teve como principal objetivo promover a otimização dos resultados da empresa através da integração entre as áreas, simplificação de tarefas e eliminação de desperdícios. Após a conclusão do projeto a Belotur iniciou a implementação do plano de ação com monitoramento quinzenal, com a colaboração de facilitadores por área. Foram levantadas 92 ações resultantes do plano de ação prioritário, sendo que 80 já foram concluídas. As ações continuam a ser implementadas e monitoradas, buscando aprimoramento dos procedimentos, garantindo mais segurança jurídica.

6. OBJETIVOS

Planejar, estruturar e executar os **projetos prioritários da Belotur para 2022, buscando contribuir para a retomada econômica do setor e fortalecer a promoção do destino**, além do seu monitoramento que gera, ao final do ano, um relatório com os resultados alcançados.

As prioridades para o ano são:

- Fortalecer a Governança Participativa com a realização da 1ª Conferência Municipal de Turismo, e a elaboração do Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte;
- Potencializar e inovar nas ações de Promoção do Destino, por meio de ações com influenciadores digitais, mídias e assessoria de imprensa nacional;
- Retomada os eventos presenciais, com a realização do Arraial de Belo Horizonte e o Concurso Municipal de Quadrilhas;
- Dar continuidade ao Programa Municipal de Turismo Gastronômico;
- Destino Turístico Inteligente

7. EIXOS ESTRATÉGICOS

Para a elaboração dos “Programas, Projetos e Ações para 2022”, foram consolidadas as propostas do Plano de Governo 2021-2024, do Plano e Contrato de Metas, além das contribuições do Plano Estratégico, Tático e Operacional, resultantes do Dialoga Turismo.

O direcionamento estratégico da Belotur foi então construído a partir da definição de cinco eixos de atuação que organizam as estratégias de forma articulada, dinâmica e transversal, oferecendo, ao mesmo tempo, integração, a constância de propósitos – estabilidade de rumo durante períodos de incerteza – e a flexibilidade para se antecipar e responder às mudanças e aos diferentes cenários.

1. Fortalecimento Institucional:

Elaboração de políticas para consolidação da Governança do Turismo. Abarca ações de implementação de instâncias de governança, da integração de setores e políticas públicas voltadas para a atividade. Atração de investimento e captação de recursos, além da melhoria contínua da gestão.

2. Inteligência de Mercado e Incorporação de processos de inovação no turismo.

Coleta de dados e incorporação de processos de inovação para subsidiar o desenvolvimento estratégico. Este eixo abarca programas, projetos e ações que permitem ampliar a base estatística da atividade, bem como monitorá-la com inteligência de mercado, buscando a efetividade das políticas públicas do setor.

3. Desenvolvimento e Qualificação Turística:

Desenvolver produtos e territórios de vocação turística. Programas, projetos e ações que desenvolvam a cadeia produtiva de forma integrada, sustentável e que trabalhem a base da atividade turística - infraestrutura, formatação e desenvolvimento de produtos e roteiros turísticos, requalificação, capacitação da cadeia produtiva, mapeamento e desenvolvimento dos segmentos turísticos; dinamização de novos negócios.

4. Disseminação do Posicionamento e Apoio à Comercialização:

Relação direta com os mercados, apoiando na venda e comercialização da cidade, além de comunicação direta com o público-final. Contempla ações que trabalham o posicionamento da cidade, sua divulgação no mercado e, junto aos públicos-alvo, estratégias de comunicação e divulgação de produtos. A Promoção Turística estabelece o elo entre o produto turístico e sua comercialização por parte da iniciativa privada, além de atuar na linha de frente com o público final (atendimento-CATs) e na promoção da cidade nacional e internacionalmente.

5. Realização e fomento de eventos urbanos:

Ações de fortalecimento dos eventos oficiais e incentivo de eventos na cidade. Abrange projetos e ações que buscam fomentar a atividade e criar elos com o *trade* turístico, além de aprimorar a realização e a gestão integrada dos eventos oficiais.

8. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2022

Os programas, projetos e ações da Belotur foram traçados e organizados tendo como ponto de partida esses cinco eixos estratégicos, destacando-se as prioridades para os programas: **Programa Municipal de Turismo Gastronômico; Programa de Pesquisa e Inovação Turística - Futurismo** e o **Programa 4 Estações**. Importante frisar que os programas, projetos e ações abaixo descritos não

pertencem a uma Diretoria específica da Belotur, possuindo subprojetos compartilhados com todas as áreas, através de fluxos pré-orientados, prezando pela integração e combinação de esforços.

Quadro resumo dos Eixos Estratégicos (Eixos 1 a 5) :

PLANO DE NEGÓCIOS 2022	
<i>Belo Horizonte - Surpreendente</i>	
E1	Fortalecimento institucional e governança
E2	Inteligência de mercado e Processos de inovação para o Turismo
E3	Desenvolvimento e qualificação turística
E4	Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização
E5	Realização e fomento a eventos urbanos

Quadro resumo dos Programas Prioritários (Programas 1 a 3) :

PLANO DE NEGÓCIOS 2022	
<i>Belo Horizonte - Surpreendente</i>	
P1	Programa Municipal de Turismo Gastronômico
P2	Programa 4 Estações
P3	Programa de Pesquisa e Inovação Turística – Futurismo

Referências:

- As carteiras estratégicas da Belotur, junto à Secretaria de Planejamento, foram denominadas “Belo Horizonte - Destino Turístico Inteligente” e “Fomento ao Turismo de Lazer, Eventos e Negócios”;
- Os Programas supracitados se desdobrarão em **Subprojetos** - contendo os subprojetos estratégicos em estrito alinhamento com as TAP’s e os subprojetos internos.

- **PROGRAMAS PRIORITÁRIOS E TRANSVERSAIS**

PROGRAMA MUNICIPAL DE TURISMO GASTRONÔMICO

1. Implementação do Comitê Gestor da Cidade Criativa da Gastronomia - Programa Municipal de Turismo Gastronômico

Objetivos:

- Estruturar o Comitê Gestor para alinhamento e construção das políticas públicas municipais que possuem interface com a gastronomia e monitoramento e aperfeiçoamento do Programa de Turismo Gastronômico.

Entregas/resultados:

- Comitê Gestor da Cidade Criativa da Gastronomia estruturado e em funcionamento;
- Plano de Trabalho apresentado e aprovado.

Indicadores e Monitoramento:

- Portaria Intersetorial publicada;
- Plano de Trabalho aprovado e executado;
- Número de reuniões e ações do Comitê Gestor da Cidade Criativa da Gastronomia realizadas;
- Relatório anual com avaliação quantitativa e qualitativa das ações previstas e executadas no Plano de Trabalho do Comitê Gestor;
- Atas das reuniões e listas de presença divulgadas em meio eletrônico (Portal PBH).

2. Elaboração do Relatório Cidade Criativa de Gastronomia/UNESCO – 2019/2023 (ação contínua).

Consiste na organização das informações acerca das ações de gastronomia desenvolvidas pelo Município visando a manutenção do título. Essa ação tem conexão com a criação do Comitê Gestor, que seria o fórum adequado e devidamente articulado, proposição e monitoramento das ações específicas do segmento da gastronomia no município (SMDE, SUSAN, SMC e Belotur)

Objetivos:

- Monitorar as ações de gastronomia desenvolvidas pelo município em atendimento às exigências de manutenção do título de Cidade Criativa da UNESCO.

Entregas/resultados:

- Painel de indicadores da Gastronomia;
- Relatório nos parâmetros da instituição finalizado, traduzido e aprovado.

Indicadores e Monitoramento:

- Número de órgão envolvidos no grupo de trabalho;
- Número de ações registradas no relatório.

3. Promoção da Gastronomia

O projeto tem como proposta criar condições favoráveis ao posicionamento de Belo Horizonte e entorno como Polo Turístico Gastronômico, por meio de ações de valorização da produção local, da qualificação dos serviços da cadeia, da estruturação da oferta de roteiros e *tours* de experiência.

- Objetivos: posicionar o segmento gastronômico como atividade indutora do turismo em Belo Horizonte, por meio de ações de marketing, promoção e apoio à comercialização já definidas no Programa Municipal de Turismo Gastronômico.

Entregas/resultados:

- Ampliação das atividades junto à FGM, com a proposição de convergência dos planejamentos;
- Realização das ações comemorativas referente o Dia da Gastronomia Mineira (jul/2022);
- Inserir a gastronomia enquanto produto turístico nas capacitações e apresentações do destino nas feiras e eventos;
- Criar linha de materiais especiais relacionados à gastronomia de Belo Horizonte (*popcards*, adesivos, *displays*, entre outros) para ativações em feiras e eventos;
- Atuar junto aos eventos de potencial turístico realizados pela Belotur e oportunidades advindas da Rede de Cidades Criativas da UNESCO de forma a consolidar a promoção de Belo Horizonte enquanto destino turístico gastronômico.

Indicadores e monitoramento:

- Número de inserções da gastronomia nas pautas de promoção;
- Número de eventos de gastronomia apoiados/patrocinados.

PROGRAMA 4 ESTAÇÕES

O Programa 4 Estações configura-se como uma estratégia de marketing de formação e envelopamento da oferta de lazer da cidade, que considera o incentivo e o fomento à realização de eventos, de forma a ampliar e diversificar a oferta, bem como estruturar e qualificar o calendário de eventos de forma que ele seja oferecido como um produto da cidade.

Entregas/resultados:

- Publicação de editais de apoio a eventos (duas edições - Outono/Inverno e Primavera/Verão) no valor total de R\$ 8 milhões de reais;
- Sistematização do calendário de eventos (pesquisa, cadastro e publicação no portal);
- Lançamento do Guia do Planejador de Eventos;
- Concessão de apoio a eventos e projetos de potencial turístico por meio da Política estabelecida.

Indicadores e monitoramento:

- Número de eventos apoiados;
- Número de prestações de contas analisadas tecnicamente

PROGRAMA DE PESQUISA E INOVAÇÃO TURÍSTICA - FUTURISMO

O Programa permanece como o principal condutor dos projetos de inovação, seja pelo histórico, pela aceitação e pela continuidade dos bons resultados alcançados.

É dentro deste macro programa que as ações de inovação são desenvolvidas e se concentram em busca da consolidação da capital mineira como um destino turístico inteligente, competitivo e sustentável.

Tem como objetivo dar continuidade ao plano de inovação do turismo de Belo Horizonte, em consonância ao Programa Belo Horizonte Cidade Inteligente da Prefeitura de Belo Horizonte.

São subprojetos deste programa este ano:

a. Metodologia DTI – Destinos Turísticos Inteligentes

Elaboração do plano estratégico de Transformação Digital do destino turístico Belo Horizonte, visando alcançar a condição, nos próximos dois anos, de um destino turístico inteligente.

Objetivos:

- Buscar a transformação digital do turismo em Belo Horizonte;
- Obter a certificação nacional de Destino Turístico Inteligente, que será base para a elaboração do Plano Estratégico do Turismo.

Entregas/resultados:

- Plano de Transformação Digital de Belo Horizonte elaborado.

Indicadores e monitoramento:

- Número de participantes da sociedade civil envolvidos;
- Número de entidades de classe envolvidas;
- 3 oficinas realizadas;
- Porcentagem de execução do plano entregue;
- Realizar reuniões quinzenais para avaliação do projeto;
- Alinhar com cartilha e orientações do MTur.

i. Levantamento dos Indicadores de Sustentabilidade conforme quadro final da Avaliação Ambiental Estratégica (em parceria com a SMMA)

Essa ação que deverá ser incorporada na implementação dos indicadores da Metodologia Destinos Turísticos Inteligentes – DTI Brasil.

Objetivos:

- Levantar junto aos órgãos da PBH o conjunto de indicadores de sustentabilidade já monitorados pelos diversos órgãos da PBH e selecionar

aqueles que possuem interface e impacto nas atividades turísticas do município, constituindo assim um quadro específico de indicadores e relacionar os indicadores selecionados àqueles que estão incluídos na Metodologia Destinos Turísticos Inteligentes – DTI Brasil, colaborando assim para que parte do levantamento exigido seja agilizada.

Entregas/resultados:

- Quadro de Indicadores revisto e elaborado;
- Articulação com os diversos entes que monitoram indicadores que possuem interface com o turismo realizada;
- Cruzamento dos indicadores monitorados pela PBH com os indicadores da Metodologia Destinos Turísticos Inteligentes – DTI Brasil realizado.

Indicadores e monitoramento:

- Porcentagem de indicadores mapeados;
- Formas de acesso da Belotur ao monitoramento dos indicadores com interface com o turismo e alinhados à Metodologia Destinos Turísticos Inteligentes – DTI Brasil definidas;
- Porcentagem do mapeamento concluído;
- Relatório Técnico com Quadro Final de Indicadores.

b. 5ª edição do Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes

Nesta edição, o evento acontece como parte da Programação da I Conferência Municipal do Turismo.

Objetivos:

- Gerar, disseminar e promover conhecimento e informações sobre inovação no turismo para a sociedade civil participante.

Entregas/resultados:

- Evento realizado.

Indicadores e monitoramento:

- Número de participantes;
- Horas de capacitação;
- Satisfação dos participantes;
- Visualizações (virtual);
- Acompanhar a execução das ações processuais administrativas e jurídicas;
- Porcentagem de execução das ações planejadas;
- Taxa de resposta de dúvidas, perguntas, dúvidas sobre o evento;
- Número de inscrições.

c. Chamamento Público para Instituições de Ensino

Objetivos:

- Viabilizar e formalizar a parceria entre instituições de ensino e a Belotur para a aplicação e a realização de projetos-piloto de inovação tecnológica, pesquisa e estudos com impacto positivo para Belo Horizonte.

Entregas/resultados:

- Publicação de instrumento jurídico;
- Projetos viabilizados e formalizados.

Indicadores e monitoramento:

- Número de projetos realizados;
- Articulação com instituições de ensino e pesquisa;
- Acompanhamento de projetos, estudos e pesquisas no ambiente acadêmico de interesse do turismo municipal para serem captados;
- Participação da Belotur no acompanhamento da execução de cada projeto viabilizado;
- Porcentagem de projetos implantados/finalizados.

● PROJETOS E AÇÕES POR EIXOS ESTRATÉGICOS

EIXO 1: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA
--

A capital mineira destaca-se pela participação cidadã na gestão da cidade e na condução das políticas públicas. Há quase duas décadas, o Orçamento Participativo, as Conferências, os Fóruns, as Audiências Públicas, os Conselhos Municipais, as Assembleias e outros canais têm contribuído para a qualidade de vida de seus moradores, uma vez que propiciam o embasamento técnico confrontado à prática, em prol do fortalecimento e assertividade no processo de tomada de decisão entre o poder público e a sociedade civil.

Com efetivo apoio e participação do Conselho Municipal de Turismo, o referido programa tem como objetivo aprimorar e instaurar os instrumentos que permitam constituir marcos regulatórios no turismo em Belo Horizonte e que contribuam para o eficaz e eficiente funcionamento do setor por meio da implementação de instâncias de governança, da integração de setores (relações institucionais e articulação regional) e políticas públicas voltadas para a atividade.

Além disso, neste eixo destacam-se também as ações e projetos para desenvolvimento e qualificação da equipe, melhorias processuais e monitoramento e controle interno.

São Projetos deste Eixo de Atuação:

1. Elaboração do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027:

Objetivos:

- Elaborar o Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 com um desenho de ações que estejam alinhadas à metodologia DTI Brasil e outros instrumentos de planejamento mais recentes da Belotur, como o Plano Tático Dialoga Turismo, em uma perspectiva de longo prazo, definindo-se as ações, indicadores e formas de monitoramento, assim como o seu prazo de revisão. Processo que será realizado paralelamente à construção da adesão de Belo Horizonte ao DTI e que culminará na sua validação na I Conferência Municipal de Turismo de Belo Horizonte a ser realizada em novembro de 2022

Entregas/resultados:

- Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 concluído.

Indicadores e monitoramento:

- Número de participantes da envolvidos nas etapas de construção do plano;
- Número de representantes da sociedade civil organizada envolvidos nas etapas de construção do plano;
- Etapas de construção do plano concluídas.

2. Realização da I Conferência Municipal de Turismo de Belo Horizonte

Objetivos:

- Validar e publicizar o Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 junto às diversas entidades e agentes da sociedade civil organizada, garantindo seu amplo conhecimento e posterior monitoramento das políticas públicas destinadas ao setor turístico do município.

Entregas/resultados:

- I Conferência Municipal de Turismo de Belo Horizonte realizada.

Indicadores e monitoramento:

- Número de entidades e agentes da sociedade civil organizada mobilizados;
- Elaboração de relatório de acompanhamento de cada etapa necessária à realização da I Conferência Municipal de Turismo com detalhamento, listas de participantes, registro fotográfico e documental das etapas realizadas.

3. Continuidade às Ações do Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte – COMTUR-BH

Objetivos:

- Aperfeiçoar a organização das reuniões ordinárias e extraordinárias do COMTUR, estabelecendo uma regularidade de datas, assim como o registro do processo, conforme cronograma apresentado e validado junto ao Conselho na primeira reunião anual.

Entregas/resultados:

- Seis reuniões ordinárias do COMTUR realizadas ao longo de 2022 (a princípio em formato

híbrido – online e presencial), sendo que duas delas serão conjuntas com as Câmaras Temáticas (respectivamente a primeira e a última de 2022);

- Publicação das atas e demais atos do COMTUR em página específica do portal da PBH.

Indicadores e monitoramento:

- Número de reuniões realizadas conforme cronograma validado;
- Página específica no Portal PBH atualizada;
- Relatório Anual de Atividades do COMTUR com análise quantitativa e qualitativa dos resultados.

4. Continuidade das Câmaras Temáticas – COMTUR-BH

Objetivos:

- Implementar a organização das reuniões ordinárias e extraordinárias das Câmaras Temáticas (criadas em dezembro de 2021), eleger os coordenadores e designar os relatores, estabelecendo uma regularidade de datas, assim como o registro do processo, conforme cronograma apresentado a ser validado junto ao Conselho na primeira reunião anual.

Entregas/resultados:

- 17 reuniões ordinárias das Câmaras Temáticas realizadas ao longo de 2022 (a princípio em formato híbrido – online e presencial), sendo cinco específicas para cada Câmara Temáticas e duas conjuntas (todas as Câmaras Temáticas + COMTUR) respectivamente a primeira e a última de 2022;
- Publicação das atas e demais atos das Câmaras Temáticas em página específica do portal da PBH.

Indicadores e monitoramento:

- Número de reuniões das Câmaras Temáticas realizadas conforme cronograma validado;
- Página específica no Portal atualizada;
- Relatório Anual de Atividades das Câmaras Temáticas com análise quantitativa e qualitativa dos resultados.

5. Rede de Gestores do Carnaval

Objetivos:

- Intercâmbio entre gestores públicos nos âmbitos municipal e estadual;
- Inovar no planejamento e operação dos eventos realizados, a partir da troca de experiências;
- Aprimorar e/ou implantar novos processos administrativos e técnicos para realização das ações e eventos;
- Desenvolver novas formas de captar patrocínio e parcerias e ampliar o debate sobre possíveis ajustes na legislação de eventos.

Entregas:

- Formalização do termo de cooperação técnica;

- Realização de 06 encontros online entre a rede;
- Definição do formato do Seminário Presencial com a participação dos gestores que compõem a rede;
- Definição da metodologia e funcionamento dos Grupos de Trabalho.

Resultados:

- Consolidar a rede como um ponto de apoio entre as cidades;
- Elaborar uma proposta para o desenvolvimento de políticas públicas nacional para o Carnaval;
- Aprimoramento da atuação dos órgãos envolvidos nos processos a partir das trocas realizadas;
- Colher resultados tangíveis nos grupos de trabalho;
- Reconhecimento nacional da Belotur como órgão público que promove o intercâmbio entre entes públicos.

Indicadores e monitoramento:

- Número de encontros realizados;
- Número de pessoas participantes;
- Número de cidades participantes em cada GT;
- Número de encontros/seminários realizados (total e por mês).

EIXO 2: INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

Os primeiros passos foram traçados para o desenvolvimento de um trabalho voltado para a formatação e consolidação de Belo Horizonte como um Destino Turístico Inteligente. Essas ações perpassam por algumas premissas como:

- A articulação entre o poder público, a iniciativa privada e a academia;
- A intersetorialidade entre as pastas da Prefeitura de Belo Horizonte sob a ótica de cidade inteligente, com desdobramentos e impactos para que o destino seja também inteligente para o turismo;
- A relevância da inovação, tecnologia e a criatividade nesse processo;
- A qualificação da cadeia produtiva do turismo e associada;
- O fomento e incentivo ao empreendedorismo;
- A relação recíproca entre teoria e prática.

Esse eixo tem por objetivo elaborar modelos para mensurar os impactos econômicos do setor, utilizando-se de ferramentas como: pesquisas, estudos, tecnologia e processos de inovação. Essas ações contribuirão de forma eficaz para a solução das demandas do turismo e irão propiciar o desenvolvimento sustentável da atividade no município de Belo Horizonte e dos setores correlatos.

São projetos deste eixo de atuação:

2. Observatório do Turismo

a. Levantamento intersetorial e monitoramento de indicadores em consonância com

metodologia DTI Brasil.

Objetivos:

- Monitorar as características da cidade que se constituem para o desenvolvimento do destino turístico em um ambiente mais inteligente e sustentável.

Entregas/resultados:

- Diagnóstico de indicadores disponíveis;
- Parecer de prioridades de indicadores a serem trabalhados a médio e longo prazo;
- Painel com os principais indicadores.

Indicadores e monitoramento:

- Número de indicadores a serem monitorados;
- Levantamento de fontes dos indicadores;
- Atualização anual dos indicadores.

b. Pesquisa de Demanda Turística

Com o retorno das atividades, a Pesquisa de Demanda Turística encontra momento oportuno para sua retomada sua aplicação. Em função da Pandemia e do isolamento social para conter o avanço do vírus, a Pesquisa não pôde ser aplicada e a série histórica foi perdida durante esses dois últimos anos. Essa é uma importante ferramenta para coleta da percepção e avaliação do destino turístico por parte dos visitantes.

Objetivos:

- Verificar o perfil e os hábitos dos turistas na cidade de Belo Horizonte, considerando o efeito da pandemia.

Entregas/resultados:

- Relatório da pesquisa publicado;
- Base de dados publicada em informações abertas;
- Release de divulgação.

Indicadores e monitoramento:

- Índice de satisfação com o destino e taxa de intenção de retorno;
- Amostra coletada.

EIXO 3: DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

Os projetos do eixo estratégico de Desenvolvimento e Qualificação Turística representam, de forma prática e aplicável, o próprio ciclo de evolução e produção de atividades, bens e serviços turísticos em Belo Horizonte, bem como adequação dos existentes. Por seu caráter transversal, este programa possibilita a integração e convergência de ações diversas da Belotur em prol do desenvolvimento do turismo na capital mineira. Este programa tem como instrumentalização ações que visam a estruturação, a diversificação, a qualificação e a promoção dos produtos, equipamentos, atrativos e

serviços turísticos em Belo Horizonte.

São programas e projetos deste eixo de atuação:

1. Plano de Gestão Estratégica do Conjunto Moderno da Pampulha

Essa é uma ação intersetorial alinhada aos órgãos municipais SMC, SMMA, SMPU, SMOBI e órgãos de patrimônio nas esferas municipal (DPCA/FMC), estadual (IEPHA) e federal (IPHAN), que visa a elaboração do Plano de Gestão Estratégica do Conjunto Moderno da Pampulha, conforme pactuado na matriz de responsabilidades da PBH/UNESCO, na revisão realizada em novembro de 2021. Será adotada a metodologia desenvolvida pelo IPHAN para gestão de sítios com título de patrimônios da humanidade e ações previstas na Avaliação Ambiental Estratégica – AAE elaborada pela Belotur com interveniência da Secretaria Municipal de Meio Ambiente – SMMA

Entregas/resultados:

- Plano de Gestão Estratégica do Conjunto Moderno da Pampulha elaborado.

Indicadores e monitoramento:

- Órgãos da Prefeitura de Belo Horizonte envolvidos;
- Total de oficinas realizadas;
- Porcentagem de execução do plano entregue;
- Reuniões colegiadas para avaliação do plano realizadas;
- Relatório de acompanhamento do processo de construção do plano.

2. Chamamento Público para Ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha

Objetivos:

- Criar um instrumento jurídico destinado a incentivar o setor privado a explorar ônibus turístico e parcela do terminal turístico Pampulha, em parceria com a BHTrans, tendo como meta melhorar o acesso ao Conjunto Moderno da Pampulha e à orla da Lagoa da Pampulha a partir da região central do município.

Entregas/resultados:

- Chamamento Público do Ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha lançado;
- Linha do Ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha Implementada.

Indicadores e monitoramento:

- Porcentagem de etapas necessárias à finalização e lançamento do Chamamento Público do Ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha concluída;
- Qualidade dos serviços ofertados por meio da implementação da linha turística do Conjunto Moderno da Pampulha avaliadas positivamente (Belotur/BHtrans);
- Monitoramento de horários de saída e chegada e tempo de trajeto realizada via sistemas de câmeras;

- Número de usuários atendidos;
- Pesquisa com os usuários sobre a qualidade dos serviços em formulário eletrônico e guichê de sugestões.

3. Manutenção Lunetas (Sapucai/Pampulha/Mangabeiras)

Elaboração de um instrumento de contratação da manutenção dos equipamentos que o caracterize como ação contínua (curto prazo – 2022) e articular junto à SMOBI/SUDECAP um plano de manutenção (longo prazo - a partir de 2023).

Objetivos:

- Garantir que os equipamentos públicos tenham a manutenção adequada e que permaneçam em pleno funcionamento, oferecendo uma experiência qualificada das visadas da cidade a turistas, visitantes e moradores.

Entregas/resultados:

- Elaboração de instrumento jurídico adequado que garanta agilidade à manutenção dos equipamentos em pauta sob a guarda da Belotur (curto prazo);
- Articular um plano de manutenção permanente junto à SMOBI/SUDECAP (em longo prazo), uma vez que a Belotur não possui corpo técnico para efetuar a manutenção dos equipamentos.

Indicadores e monitoramento:

- Instrumento jurídico para contratação de manutenção anual dos equipamentos públicos (lunetas) concluído e publicado;
- Manutenção anual das lunetas efetivada;
- Plano de manutenção contínua dos equipamentos finalizado e validado junto à SMOBI/SUDECAP;
- Vistoria técnica realizada a cada 3 meses;
- Relatório de vistoria técnica com levantamento das condições de todos os equipamentos realizado e validado.

4. Manutenção da Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha

Revitalização da sinalização existente e possíveis adaptações ao novo padrão MTur/UNESCO/IPHAN (Manuais 2021) – após dois anos aguardando a implementação da sinalização turística padronizada do projeto da Associação Nacional dos Municípios e BNDES, a sinalização turística interpretativa da Pampulha encontra-se em péssimo estado, sendo urgente a sua revitalização, diante da falta de perspectiva da implementação do convênio supracitado, cujo acompanhamento é feito pelo DPCA/FMC.

Objetivos:

- Garantir que a sinalização interpretativa do Conjunto Moderno da Pampulha e entorno esteja em bom estado de conservação e limpeza, fornecendo aos turistas, visitantes e moradores um conteúdo turístico relevante, e que, de fato, colabore para o conhecimento e valorização do sítio patrimônio da humanidade pela UNESCO.

Entregas/resultados:

- Instrumento jurídico para contratação de manutenção anual da sinalização turística interpretativa concluído e publicado;
- Revitalização da sinalização do Conjunto Moderno da Pampulha e entorno finalizada.

Indicadores e monitoramento:

- Sinalização turística em plenas limpa e sem danos;
- Vistoria técnica a cada três meses realizada;
- Relatório técnico com documentação fotográfica e descrição do estado de conservação da sinalização interpretativa turística finalizado e validado.

EIXO 4: DISSEMINAÇÃO DO POSICIONAMENTO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

O marketing, aliado a uma comunicação estratégica, potencializam e elevam a competitividade do destino. O produto turismo é abstrato e lida com sonhos e desejos humanos, por isso devem ser trabalhados com cuidado e atenção. Um planejamento de comunicação nesta área é essencial para que seu sucesso seja alcançado.

Este eixo tem como objetivo trabalhar estratégias para consolidar o posicionamento da cidade (e de seus produtos e segmentos) junto aos mercados, propor parcerias para ampliação da oferta e competitividade do destino e propor estratégias de comunicação e publicidade.

O foco das ações e projetos propostos para 2022 é a ampliação da relação com o mercado e a retomada da promoção do destino. Serão consideradas 4 frentes de público a serem trabalhados dentro dos programas estabelecidos:

- **QUEM VIVE - Morador/residente**, por meio de ações de sensibilização e engajamento com a cidade, sua oferta, história e atributos;
- **QUEM CONSOME – Turistas e visitantes**, com a ampliação da oferta turística, incremento de experiências, dinamização do acesso à informação e ampliação da comunicação dirigida;
- **QUEM DIVULGA/PROMOVE – Influenciadores e jornalistas**, com a disseminação de conteúdos, apoio à produções audiovisuais, *press* e *influencer trips*;
- **QUEM COMERCIALIZA – Agentes e operadores**, com a ampliação do portfólio de oferta de experiências; qualificação dos serviços de comercialização; *Fam tours*.

São Projetos e Ações desse eixo de atuação:

1. Posicionamento e Marketing do Destino

O projeto destina-se à disseminação do posicionamento da cidade, alinhando as estratégias de promoção e comerciais da cidade, conferindo singularidade do destino junto ao mercado.

Objetivos:

- Orientar a integração, alinhamento e planejamento de programas, projetos e ações de interesse ao turismo da cidade com foco na divulgação e comercialização competitiva do destino junto aos mercados e públicos-alvo.

Ações/entregas:

- Chamamento Público para captação de parceiros por prazo indeterminado objetivando viabilizar ações de marketing e promoção do destino Belo Horizonte;
- Realização da 2ª Semana do Turismo de Belo Horizonte, com foco no estímulo e na implementação de boas práticas, nas ações marketing e promoção do destino e na articulação com o trade e parceiros locais;
- Ações de capacitação em parceria com o BHC&VB, para apresentação do Posicionamento (hotelaria e A&B);
- Atualizar e implementar o Programa de Relacionamento com influenciadores para realização de ações conjuntas de promoção da cidade e ampliação da presença e ranqueamento digital do destino;
- Publicar instrumento jurídico para possibilitar o credenciamento de influenciadores do destino Belo Horizonte;
- Realização de no mínimo uma ação com influenciadores em Belo Horizonte, priorizando o trabalho junto aos segmentos criativos da cidade e ações mapeadas pelo Cardápio de Experiências.

Indicadores e monitoramento:

- Número de parcerias estabelecidas;
- Número de mídias publicadas por terceiros.

2. Promoção aos Mercados e Apoio à Comercialização

O projeto é destinado à promoção e à divulgação produtos turísticos da cidade e às estratégias comerciais junto a operadores e receptivos, de forma a ampliar a oferta da cidade no mercado e, diretamente, induzir o processo que objetiva aumentar o fluxo turístico, o gasto e o tempo médio de permanência dos visitantes/turistas.

Objetivos:

- Ampliar a promoção turística de Belo Horizonte para os mercados e públicos-alvos, por meio

de ações que objetivem fomentar a atividade turística e apoiar a comercialização do destino.

Ações/Entregas:

- Contratação de empresa especializada na montagem de *stand* para participação da Belotur nas Feiras WTM e ABAV (apresentando a Gastronomia);
- Publicação do Edital para adesão ao Programa Belo Horizonte Receptiva;
- Capacitações dos agentes, receptivos locais e guias de turismo, com a introdução de novos produtos aos seus portfólios de venda via SEBRAE;
- Publicar edital para contratação dos serviços de realização de *famtours*, *press trips* e *influencer trips*;
- Participação nos principais eventos e feiras da cidade, promovendo o destino.

Indicadores e monitoramento:

- Número de receptivos aderentes ao Programa Belo Horizonte Receptiva;
- Número de agentes e guias capacitados

3. Sensibilização para o Turismo

O projeto tem como objetivo ampliar o acesso à informação e conteúdos relacionados à atividade turística da cidade, junto ao morador/residente e prestadores de serviços, de forma a aumentar o conhecimento e a apropriação dos ativos da cidade.

Objetivos:

- Sensibilizar, capacitar e qualificar a comunidade de Belo Horizonte para a atividade turística, instruindo e disseminando conhecimentos da cidade e da atividade turística, objetivando contribuir com o desenvolvimento do turismo, além de gerar diferencial competitivo para uma cidade receptiva e hospitaleira.

Ações/entregas:

- Realização de *city tour* com moradores de Belo Horizonte, de forma a sensibilizar e estimular a comunidade local da importância do turismo e criar o sentimento de pertencimento e de amor pela cidade;
- Formação de agentes multiplicadores do Turismo - sensibilização com prestadores de serviço (taxistas, motoristas de *apps*, Guarda Municipal, Polícia Militar, feirantes e mercados).

Indicadores e monitoramento:

- Número de participantes nos *city tours*;
- Número de pessoas sensibilizadas sobre o turismo da cidade

4. Qualificação da oferta e informação

O projeto busca estruturar e qualificar a oferta turística da cidade, considerando os atrativos e as experiências, promovendo maior acesso/interesse da população e do turista, impactando diretamente na competitividade da cidade.

Objetivos:

- Aprimorar o grau de profissionalização do atendimento dos receptivos e prestadores de serviços turísticos da Capital, visando uma maior competitividade no mercado.

Ações/entregas:

- Finalização e distribuição do portfólio de experiências turísticas;
- Incentivo/estímulo à criação de novos roteiros (via convênio com o Sebrae);
- Publicação da Política de Promoção, que objetiva dar autonomia à Belotur no uso de conteúdo e menção de entes privados em seus canais de comunicação;
- Publicação do Edital de cessão onerosa do CAT MF;
- Requalificação do atendimento prestado no CAT Mercado Central;
- Parceria com BH Airport para dinamização e qualificação do atendimento no CAT do Aeroporto de Confins.

Indicadores e monitoramento:

- Roteiros publicados no portal Belo Horizonte;
- Número de experiências turísticas mapeadas e qualificadas

5. Fortalecimento da Assessoria de Imprensa com foco nacional.

Objetivos:

- Aumentar e qualificar a presença de Belo Horizonte nas pautas da imprensa nacional;
- Maior aproximação e melhor relacionamento com a imprensa nacional e local;
- Dar mais visibilidade às ações da Belotur e, especialmente, a Belo Horizonte como Destino Turístico.

Ações/entregas:

- Criação de mailing específico por meio da contratação de plataforma de imprensa;
- Criação de calendário de pautas de caráter promocional (baseado no Mapeamento de Experiências da DRMT);
- Elaborar e distribuir pautas a partir dos segmentos e produtos prioritários, além da estratégia de Promoção da DRMT;
- Manutenção de fluxo de informação;
- Duas *press trips* no ano, com as temáticas Gastronomia e Experiências Urbanas;
- Mudança de estratégia: convite a veículos de TV e programas específicos sobre viagens.

Indicadores e monitoramento:

- Matérias veiculadas em canais regionais ou nacionais;

6. Produção Continuada de Conteúdo e redes Sociais

Objetivos:

- Aumentar o engajamento e visibilidade dos perfis;
- Continuar o aprimoramento dos conteúdos para as redes, trabalhando novos formatos;
- Ampliar a qualidade visual dos conteúdos, tanto em termos fotográficos, quanto de *design*.

Ações/entregas:

- Revisão de estratégia editorial das Redes Sociais com a publicação da Política de Promoção e Projeto Belo Horizonte Influencer;
- Utilização do Mapeamento de Experiências (DRMT) para elaboração de pautas;
- Análise jurídica/administrativa da viabilidade de patrocínio nas Redes Sociais;
- Trabalhar para elaboração de conteúdos de interesse - roteiros, curiosidades, calendário de eventos - na nova plataforma da *Google Web Stories*.

Indicadores e monitoramento:

- Porcentagem de ampliação do engajamento do perfil belohorizonte.mg no instagram;
- Porcentagem de crescimento orgânico dos seguidores da rede;
- Número de visualizações na plataforma *Google Web Stories*.

7. Aprimoramento contínuo do Portal Belo Horizonte

Objetivos:

- Implementar novas funcionalidades, tornando o portal mais interativo e atrativo;
- Tornar o Portal Belo Horizonte referência como canal de promoção da cidade (longo prazo).

Ações/entregas:

- Tornar o portal colaborativo, criando funcionalidade que permita que o usuário inclua e atualize conteúdos, com a aprovação prévia da Belotur;
- Substituir o uso Google Maps, que é pago, por ferramenta de mapa gratuita, gerando economicidade.

Indicadores e monitoramento:

- Melhorias implementadas;
- Número de sessões visitadas;
- Redução da taxa de rejeição.

EIXO 5: REALIZAÇÃO E FOMENTO DE EVENTOS URBANOS
--

Com uma localização privilegiada em relação aos principais centros consumidores do país e com uma rede hoteleira renovada e moderna, Belo Horizonte se destaca não só pela qualidade dos serviços oferecidos para negócios, mas também para os eventos culturais que estão cada vez mais pulsantes em toda a cidade durante todo ano, além dos eventos técnico científicos. A apropriação dos espaços urbanos pelos cidadãos mostra a renovação e o potencial de Belo Horizonte para receber grandes eventos, em seus diversos segmentos e públicos.

Destaque para os eventos realizados pela Belotur, atingindo números expressivos: a expansão das ações de promoção e comercialização do Carnaval e Arraial de Belo Horizonte superando todas as expectativas de público e mídia, incluindo a apropriação das festividades pela população local e por um novo fluxo de turistas para a capital.

São projetos desse eixo de atuação:

8. Arraial de Belo Horizonte

O Arraial de Belo Horizonte consiste em um evento com programação artística e cultural que representa, para o turismo, uma oportunidade de diferenciação e ampliação do fluxo de visitantes. Os festejos juninos são celebrações de grande expressão cultural no Brasil, representando também um importante produto econômico para alguns destinos que recebem turistas atraídos pelas festividades.

De forma geral, o evento conta com uma programação que visa continuar fortalecendo os três eixos do Arraial: quadrilhas/dança, música/show e gastronomia. A programação é composta por diversas atividades como Cortejo Junino, Blitz Juninas, Concurso Municipal de Quadrilhas Juninas, Prosas Juninas, shows de artistas de renome regional e nacional, Concurso de Prato Junino e Vila Gastronômica.

Objetivos:

- Transformar o Arraial em um produto turístico, fortalecendo a cultura junina e a gastronomia

- mineira (local, programação, experiência);
- Ampliar e diversificar a programação, incluindo a realização do Concurso Nacional em Belo Horizonte;
- Ampliar o interesse de marcas conseguindo captar patrocínio privado.

Entregas:

- Realizar o evento via MROSC;
- Realizar o evento de forma híbrida;
- Realizar o Festival Estadual de Quadrilhas;
- Realizar o Concurso Nacional de Quadrilhas.

Resultados:

- Ampliação do diálogo e implementação de ações de inclusão e sustentabilidade;
- Maior visibilidade para o evento em nível nacional, colocando Belo Horizonte dentre os destinos turísticos mais procurados no período junino;
- Melhoria do alcance da comunicação, otimizando os processos internos e antecipando a definição da programação;
- Fortalecimento da programação entregando ações nos 03 eixos (gastronomia, música/shows e quadrilhas/dança).

Indicadores e monitoramento:

- Número de quadrilhas: inscritas x desistentes;
- Número de quadrilheiros participantes;
- Número de apresentações artísticas;
- Quantidade de público nas ações presenciais do evento, na Praça da Estação;
- Quantidade de público/audiência nas ações online do evento;
- Clipping (menções na mídia).

9. Edital para estruturação dos Atores do Carnaval.

Diante da não realização do Carnaval de Belo Horizonte, também em 2022, está sendo desenvolvida uma proposta de “Edital de Estruturação” para os atores Blocos de Rua, Escolas de Samba e Blocos Caricatos. Foi criada uma comissão composta por um representante de cada ator que irá realizar uma contraproposta a partir de uma sugestão levantada pela Belotur. As propostas foram desenhadas levando em consideração as seguintes premissas: escuta ativa (diversas reuniões e pesquisas realizadas com o universo carnavalesco); demandas apresentadas em audiências e reuniões públicas; especificidades do “fazer carnavalesco” de cada ator/segmento, entendendo que as demandas são múltiplas; e alinhamento com a missão e escopo de trabalho da Belotur.

Objetivos:

- Fomentar as ações promovidas pelos atores que fortalecem o potencial turístico do Carnaval;
- Estimular a criação de conteúdos por parte dos grupos carnavalescos a fim de ampliar a promoção do Carnaval de Belo Horizonte;
- Contribuir para a manutenção das atividades realizadas pelos atores do carnaval, visando a

perenidade do evento na cidade.

Entregas:

- Três editais, sendo um para cada ator do Carnaval: Blocos de Rua, Blocos Caricatos e Escolas de Samba;
- Repasse de pelo menos R\$ 3,7 milhões aos atores do Carnaval, sendo R\$ 2,3 milhões para Blocos de Rua, R\$ 900 mil para Escolas de Samba e R\$ 418 mil para Blocos Caricatos.

Resultados:

- Movimentação da cadeia produtiva do Carnaval, a partir da realização de novas atividades pelos atores;
- Criação de produtos (oficinas, gravação musical e/ou audiovisual) pelos atores que contribuam para a qualificação e divulgação do Carnaval de Belo Horizonte;
- Fortalecimento do papel da Belotur como órgão indutor do desenvolvimento turístico, que promove o relacionamento entre sociedade civil e poder público.

Indicadores e Monitoramento:

- Número de blocos de rua, escolas de samba e blocos caricatos inscritos;
- Número de atores inscritos x contemplados;
- Valor total repassado em cada edital;
- Valor distribuído entre as categorias no edital de blocos de rua.

10. Planejamento Carnaval 2023

Planejar as ações do Carnaval de 2023, bem como prazos para publicação de editais, levantamento de orçamentos e formatos para o próximo ano.

Objetivos:

- Prever os recursos necessários para realização da festa;
- Articular com os órgãos públicos responsáveis a operacionalização do evento;
- Publicar o edital de patrocínio para captação de recursos privados.

Entregas:

- Cronograma do Carnaval entregue;
- Edital de patrocínio publicado.

Resultados:

- Ampliação da integração com demais órgãos da Prefeitura de Belo Horizonte, para além da operação;
- Modernização e melhorias nos processos de planejamento, gestão e operação do evento;
- Manter a atratividade e captação de grandes marcas patrocinadoras.

Indicadores e monitoramento:

- Cumprir a agenda de integração e reuniões com os órgãos;
- Cumprir agenda interna de planejamento entre a equipe;
- Valor captado em patrocínio.

11. Ações Formativas para Atores dos Eventos

O projeto tem o objetivo de capacitar os atores dos dois principais eventos da DREV, tanto na área artística/técnica quanto na área de gestão. Nesta última, a ideia é qualificá-los, por meio de conteúdos, metodologias e ferramentas para que possam encontrar soluções e desenvolver ações que garantam sua perenidade. A proposta é contemplar todos os atores: Blocos de Rua, Caricatos, Escolas de Samba, Corte Momesca, Ambulantes e Quadrilhas Juninas. Serão desenvolvidas habilidades de articulações em rede, competências colaborativas que façam os atores reconhecerem seu potencial nos ecossistemas criativos e gerar conexões a favor tanto da evolução do seu grupo/negócio, quanto dos universos/mercados em que atuam. Dessa forma o projeto irá colaborar para o desenvolvimento dos eventos como produtos turísticos, culminando em uma entrega mais qualificada para o Carnaval e para o Arraial de Belo Horizonte.

Objetivos:

- Capacitar artistas, produtores e gestores em suas carreiras artísticas contribuindo para a qualificação das entregas geradas para o Carnaval e Arraial de Belo Horizonte;
- Fortalecer o papel da Belotur como indutora do desenvolvimento do potencial turístico do Carnaval e Arraial;
- Contribuir para organização, perenidade e sustentabilidade dos atores ao longo dos anos com ações que promovam o engajamento e o intercâmbio entre toda a rede.

Entregas:

- Novo convênio e/ou parceria para realização do projeto de capacitação do Carnaval;
- Realizar um diagnóstico sobre a demanda de ações formativas do Arraial;
- Realizar, pelo menos, uma ação formativa com cada um dos atores do Carnaval, sendo: escolas de samba, blocos caricatos, blocos de rua, corte momesca e ambulantes em conjunto com o conveniado/parceiro ou contratado.

Resultados:

- Inserir os atores do Carnaval como mentores nos cursos, retroalimentando a cadeia produtiva dos eventos;
- Propiciar o estreitamento do relacionamento da Belotur com os atores do Carnaval e Arraial;
- Promoção da sustentabilidade e autonomia dos atores do Carnaval;
- Contribuir para o amadurecimento da profissionalização dos atores e dos eventos de Carnaval e Arraial da cidade.

Indicadores e monitoramento:

- Taxa de preenchimento de vagas (ofertadas e preenchidas);
- Taxa de satisfação com os cursos (avaliação final);
- Taxa de evasão dos cursos;
- Número de atores envolvidos.

12. Outros eventos

a. Troca da Bandeira

A Troca da Bandeira é realizada em Belo Horizonte desde 2005, no então aniversário de 100 anos da capital. Ela faz parte da Semana do Exército, que se inicia no mês de abril e termina no dia 19 de novembro, com uma cerimônia especial em comemoração ao Dia da Bandeira, sob o comando do Exército Brasileiro e participação de todas as corporações militares.

Objetivos:

- Ampliar a participação do público presente nos eventos, tornando-o mais atrativo;
- Manter a operacionalização do evento de forma objetiva, eficaz e organizada.

Entregas:

- Realizar o mínimo de seis eventos oficiais anualmente, com todas as contratações de estruturas e serviços necessárias;
- Inserção do evento no calendário oficial de eventos da cidade;
- Articulação com SMED para realizar de ações de mobilização junto às escolas públicas e privadas;
- Elaboração de um plano de comunicação para divulgar o evento junto ao público da cidade.

Indicadores e monitoramento:

- Público participante do evento;
- Número de escolas participantes (público x privada x estadual);
- Número de eventos realizados.

b. Apoios aos Desfiles de Sete de Setembro

O desfile cívico-militar de Sete de Setembro é um evento tradicional da cidade de Belo Horizonte, que ocorre no feriado da Independência do Brasil, na avenida Afonso Pena. Desfilam integrantes do Exército Brasileiro, da Força Aérea, do Corpo de Bombeiros, das polícias: Militar, Civil, Federal e Rodoviária, da Defesa Civil, da Guarda Municipal, além de associações e escolas.

Objetivos:

- Manter a operacionalização do evento de forma objetiva, eficaz e organizada;
- Atualizar/alinhar as responsabilidades de cada órgão na realização do evento.

Entregas:

- Realizar o evento com todas as contratações de estruturas e serviços necessárias;
- Inserção do evento no calendário oficial de eventos da cidade.

Indicadores e Monitoramento:

- Público participante do evento;
- Investimentos para a realização dos eventos.

9. EMENDAS IMPOSITIVAS

A Câmara Municipal de Belo Horizonte (CMBH) promulgou a emenda nº 34, de 22 de julho de 2021, à Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte (LOMBH) que torna de execução obrigatória a programação incluída por emendas individuais ao projeto de lei orçamentária anual. Portanto, tal qual já estabelecido em outros níveis de Governo e em outros municípios, o município de Belo Horizonte passa a contar com o arcabouço legal que convencionou-se denominar orçamento impositivo

A operacionalização e execução das emendas de execução obrigatória iniciam-se a partir do exercício financeiro de 2022, exigindo esforços coordenados dos atores políticos dos poderes legislativo e executivo municipais e dos órgãos de execução (secretarias municipais e autarquias) que compõem a estrutura orgânica do município de Belo Horizonte.

Em relação ao setor do Turismo, serão 2 emendas impositivas para a Belotur, ambas para execução de eventos, que serão planejadas e operacionalizadas, seguindo as diretrizes da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão, da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte.

10. AÇÕES DE MELHORIA CONTÍNUA DA GESTÃO

A) Implementação de Avaliação de Desempenho:

A Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) implementou, em 2020, o novo modelo de Avaliação de Desempenho para os servidores da Administração Direta. O presente projeto visa a efetivação do modelo de Avaliação de Desempenho seguindo as diretrizes da Subsecretaria de Gestão de Pessoas da PBH. Em 2021, foram iniciadas as tratativas com a Gerência de Gestão de Desempenho/SUGESP, para discutir as etapas que serão necessárias para implementação da Avaliação de Desempenho na Belotur. Em um primeiro momento, constatou-se ser necessário:

- Apropriação de toda legislação pertinente ao tema;
- Revisão das normas da Belotur para a Avaliação de Desempenho;
- Apresentação de proposta para implantação da Avaliação de Desempenho para CCEE, Sindicato, SUGESP. Nessa etapa, poderá ser apresentado um cronograma para implantação do modelo. Há de se destacar que o envolvimento direto da SUGESP para implementação é um ponto que merece atenção.

B) Continuidade à Implementação do Programa de Fomento à Integridade Pública – PFIP:

Em 2021, foi dada continuidade ao processo de implementação do PFIP, que consiste em 10 etapas. Foi concluída a terceira etapa - Levantamento Prévio de Informações (Contexto) -, com a elaboração

e assinatura do Relatório de Contexto. A quarta etapa - Identificação, Análise e Avaliação dos Riscos de Integridade - já foi iniciada. Para 2022, pretende-se que a implementação da etapa de número 7 do PFIP esteja concluída.

C) Implementação do GRP:

A Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) iniciou, em 2019, a implantação do sistema GRP, no qual a Belotur está inserida. Trata-se de uma Solução Integrada de Gestão da PBH. O sistema busca unificar os processos administrativos e financeiros da Prefeitura e demais entidades da Administração Direta e Indireta. A condução do projeto está sendo feita pela PBH, que definiu pela implementação por etapas. Em maio de 2022, serão implementados os módulos de compras e suprimentos. O restante dos módulos serão executados em 2023. Estão sendo realizados treinamentos para diversos módulos (compras, contratos, prestação de contas e cadastramento).

D) Conclusão do Plano de Ação de melhorias dos Processos:

Em 12 de abril de 2021, a Belotur celebrou contrato com a empresa Arbor Consultoria Ltda. para prestação de serviço de consultoria para realizar o mapeamento, análise e melhoria dos processos da Empresa Municipal e procedimentos referentes à Diretoria de Administração e Finanças, com a indicação de eventuais desconexões e indicadores de desempenho a serem monitorados. Teve como principal objetivo promover a otimização dos resultados da Belotur através da integração entre as áreas, simplificação de tarefas e eliminação de desperdícios. A consultoria foi finalizada com apresentação geral para Diretoria no dia 26 de agosto. Após a conclusão do projeto, a Belotur iniciou a implementação do plano de ação com monitoramento quinzenal, com a colaboração de facilitadores por área. Para 2022, restaram as seguintes ações para andamento e conclusão:

a. Matriz de capacitação:

A consultoria identificou a necessidade de capacitações e treinamentos para área técnica, facilitadores e gestores. Assim, foi apresentada uma Matriz com as indicações de qualificações para os colaboradores envolvidos em etapas críticas dos processos. As capacitações serão realizadas em 2022 pela DRAF e por meio do programa PADS.

b. Guarda de documentos digitais:

Considerando que não há uma normatização interna na empresa para organização e arquivo de documentos digitais, em 2022, temos em nosso planejamento a implementação de diretrizes para criação de repositórios para armazenamento sistemático dos documentos digitais da empresa. Da mesma forma, o arquivamento de

materiais promocionais também carece de organização e normatização. O planejamento é para que em 2022, a Belotur contrate uma empresa que realize a prestação desse tipo de serviço, garantido a segurança da informação e o cumprimento às normas da LGPD.

c. Sistema Fluxo – melhorias no sistema

Buscando criar possibilidades de compartilhamento de informações relativas aos processos administrativos internos das áreas finalísticas para a DRAF, bem como permitir o acompanhamento do status de cada um desses processos, o sistema Fluxo, já utilizado atualmente pela Belotur para abertura e tramitação interna dos processos, está sendo aprimorado com objetivo de permitir um acompanhamento eletrônico do andamento dos processos. Além das atividades já citadas, o novo sistema permitirá a disponibilização das informações para empresa de maneira uniforme e padronizada.

11. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

As informações gerenciais nos seus diferentes aspectos, quantitativos e qualitativos, constituem a força de maior grandeza para impulsionar a melhoria da gestão dos programas e ações. Assim, para que estas informações sejam geradas em tempo hábil, oportunizando intervenções e correções de rumo, a avaliação dos resultados deve ser compreendida como um processo contínuo a ser realizado pelos diversos atores envolvidos no processo de gestão. Assim, a avaliação de resultados tem como finalidade:

- Gerar informações úteis à melhoria da qualidade das decisões associadas ao planejamento, alocação de recursos e a execução das ações de governo;
- Promover a aprendizagem e disseminar o conhecimento na Belotur sobre o programa, mediante a discussão e análise sobre a concepção, desempenho e resultados;
- Fornecer subsídios que qualifiquem o processo de avaliação dos programas e ações da Belotur;
- Contribuir para o aperfeiçoamento do Plano de Negócios e Planejamento Estratégico da Belotur em sua fase de revisão, com vistas à melhoria dos resultados e a otimização na utilização dos recursos.

A metodologia definida para a avaliação dos resultados deste plano de negócios tem como elemento central a coleta periódica de dados e informações sobre os principais aspectos (quantitativos e qualitativos) relacionados à execução dos programas e do conjunto de suas ações.

O objetivo é propiciar, em tempo oportuno, análises que qualifiquem o processo de tomada de decisão para corrigir distorções que afetam diretamente o alcance dos resultados desejados. De forma geral, para além da avaliação por projetos, as principais informações a serem monitoradas ao longo de 2022 são:

- O desempenho físico e financeiro das ações;
- Alcance das metas das ações e cumprimento do Contrato de Metas;
- Definição e avaliação da evolução dos indicadores de cada programa.

Por fim, o monitoramento deverá ser realizado trimestralmente, a fim de possibilitar ajustes na condução dos projetos buscando uma maior eficiência.

CONTRATO DE METAS 2022

Para fins de monitoramento juntamente à Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Finanças, serão monitorados os seguintes indicadores de resultados do setor do Turismo:

- a) Percentual do ISS Turístico
Meta 2022: 3,66%
- b) Taxa de Ocupação Hoteleira (média anua)
Meta 2022: 43,75%
- c) Nota média do turista para a cidade
Meta 2022: 8,5
- d) Monitoramento Métricas do Portal Belo Horizonte
Meta 2022: 1.482.387 sessões visitadas

12. ORÇAMENTO ANUAL

AÇÃO	SUBAÇÃO	ORÇAMENTO	META FÍSICA	PRODUTO
2900	Serviços Administrativos Financeiros	R\$ 15.955.700,00	Meta Administrativa	Meta Administrativa
2629	Observatório do Turismo	R\$ 186.839,00	4	Ação realizada
	Eventos PBH	R\$ 40.000,00	10	Evento realizado
	Apoio a Eventos de Interesse Público	R\$ 130.000,00	10	Evento realizado
	Realização de Eventos pela Belotur	R\$ 246.500,00	3	Ação realizada
	Projetos Turísticos	R\$ 270.000,00	1	Ação realizada
	Formação, Qualificação e Sensibilização	R\$ 180.000,00	5	Ação realizada
	Territórios Turísticos	R\$ 61.000,00	1	Ação realizada

	Segmentos e Produtos Turísticos	R\$ 61.000,00	4	Ação realizada
	Carnaval de Belo Horizonte	R\$ 7.562.040,00	3	Evento / Ação realizada
	Arraial de Belo Horizonte	R\$ 2.001.500,00	2	Evento / Ação realizada
	Apoio e Subvenção a eventos e Projetos	R\$ 8.000.000,00	80	evento subvencionado
	Evento Anual da Cidade Criativa da Gastronomia	R\$ 151.000,00	1	Evento realizado
2914	Posicionamento Turístico	R\$ 314.300,00	5	Ação realizada
	Qualificação da Informação	R\$ 145.000,00	5	Ação realizada
	Programa de Atração de Eventos	R\$ 94.000,00	3	Ação realizada
	Marketing e Promoção do Destino BH	R\$ 418.500,00	9	Ação realizada
2915	Realização de eventos técnico-científicos com foco em inovação	R\$ 80.000,00	1	Evento realizado
	Desenvolvimento Turístico da Pampulha	R\$ 96.940,00	2	Ação realizada
	fuTURISMO - Programa de Inovação Turística	R\$ 80.000,00	1	Ação realizada
	fortalecimento da Governança do Turismo de Belo Horizonte	R\$ 50.000,00	1	Ação realizada
TOTAL		R\$ 36.124.319,00		