

CARTA ANUAL DE GOVERNANÇA

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A – BELOTUR

Belo Horizonte/Minas Gerais

Dezembro/2020

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Carta Anual de Governança Corporativa da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A é um documento subscrito pelo Conselho de Administração, que demonstra o compromisso de realização dos objetivos das políticas públicas para atendimento ao interesse coletivo, que justificam a criação da empresa. Nela, temos a definição clara dos recursos empregados para esse fim, das políticas públicas definidas, dos eixos estratégicos de atuação, da estrutura de controle interno e do gerenciamento de risco.

A Carta Anual de Governança Corporativa 2020 representa, ainda, o Relatório das Atividades realizadas pela Empresa na Gestão Municipal 2017-2020, de forma consolidada. Mais do que um instrumento de conformidade, é um importante mecanismo de compromisso da Belotur com a **transparência**.

Ressaltamos os principais avanços da Belotur nos últimos quatro anos, como o reposicionamento turístico do município, em consonância com as novas tendências do turismo mundial; a criação do Portal Belo Horizonte, que ampliou e ordenou toda a oferta turística da cidade com informações atualizadas e usabilidade mais intuitiva e moderna; o crescimento exponencial do Carnaval de Belo Horizonte, que se consolidou como um dos maiores e melhores eventos do Brasil; a conquista do título de Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco, que nos oportuniza participar de uma rede internacional de cooperação e nos qualifica como referência de Turismo Gastronômico; e a reestruturação e consolidação do COMTUR como uma esfera legítima de diálogo e interlocução entre a sociedade civil organizada e os órgãos públicos do município.

Mesmo em um ano desafiador, diante da pandemia da COVID-19, atuamos com plena confiança da entrega de resultados compatíveis com o Planejamento Estratégico, com o Plano de Negócios e com os compromissos assumidos, pois conhecemos a capacidade e o comprometimento dos nossos funcionários e parceiros.

Belo Horizonte, 15 de dezembro de 2020

Gilberto César Carvalho de Castro
Diretor-Presidente

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A – Belotur

Em conformidade com o art. 8º, inciso I e VIII, da Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, o Conselho de Administração subscreve a presente Carta Anual sobre Políticas Públicas e Governança Corporativa referente ao exercício social de 2017.

IDENTIFICAÇÃO GERAL

CNPJ: 21.835.111/0001-98 – Inscrição Estadual

Sede: Belo Horizonte/ Minas Gerais

Tipo de Estatal: Empresa Pública

Acionista Controlador: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte

Tipo societário: Sociedade Anônima

Tipo de Capital: Aberto

Abrangência de atuação: Local (município de Belo Horizonte)

Setor de atuação: Turismo e Desenvolvimento, Promoção Nacional/Internacional, Eventos

Diretor de Administração e Finanças:

Alexis Oliveira Jacinto

Email: alexisj@pbh.gov.br

Telefone: (31) 3246-0249

Data de divulgação: Dezembro de 2020

POLÍTICAS PÚBLICAS

Em conformidade com a Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, Artigo 8º, inciso I, foi elaborada a presente Carta Anual, subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur.

Art. 8º As empresas públicas e as sociedades de economia mista deverão observar, no mínimo, os seguintes requisitos de transparência:

*I - elaboração de **carta anual**, subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas pela empresa pública, pela sociedade de economia mista e por suas subsidiárias, em atendimento ao interesse coletivo ou ao imperativo de segurança nacional que justificou a autorização para suas respectivas criações, com definição clara dos recursos a serem empregados para esse fim, bem como dos impactos econômico-financeiros da consecução desses objetivos, mensuráveis por meio de indicadores objetivos;*

1 – Interesse público subjacente às atividades empresariais:

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. – Belotur, inscrita no CNPJ nº 21.835.111/0001-98, é uma empresa pública da Administração indireta municipal, vinculada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento da Prefeitura de Belo Horizonte, cuja instituição foi autorizada pela Lei Municipal nº 3.237/80, com personalidade jurídica de direito privado, patrimônio próprio e autonomia administrativa, técnica e financeira.

A Sociedade foi constituída pelo Decreto Municipal nº 3839, de 31 de outubro de 1980, que regulamentou a Lei nº 3237/80, e que contém o seu Estatuto original, o qual está arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais sob o nº 315.000.063-3, de 20 de novembro de 1980, tendo iniciado suas atividades em 10 de novembro de 1980.

A Belotur tem sede, foro e jurisdição no Município de Belo Horizonte, Minas Gerais, à Rua Espírito Santo, 527, 4º andar, CEP 30.160-030, e prazo de duração indeterminado.

2 – Políticas Públicas

A Belotur tem por finalidade executar o Plano 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 previstas em Lei Municipal e normas regulamentares decorrentes, além das competências estabelecidas na forma de seu Estatuto Social.

Alinhadas ao interesse público, são competências da Belotur:

- Promover o incremento das receitas do município por meio da expansão e da qualificação da atividade turística;
- Planejar, implantar, administrar, supervisionar e fiscalizar as Unidades e Complexos Turísticos, sob a gestão da Belotur;
- Propor, coordenar e implementar, em articulação com órgãos e entidades das esferas federal, estadual e municipal, a Política Municipal de Turismo e demais planos, programas e projetos relacionados ao apoio e ao incentivo ao turismo;
- Apoiar a melhoria contínua da qualidade dos serviços turísticos prestados no município;
- Levantar e produzir dados, mantendo um cenário histórico de forma a subsidiar as ações de planejamento do setor na cidade, em consonância com a demanda, oferta e as tendências mundiais;
- Transversalizar a política de turismo no âmbito do desenvolvimento econômico, colaborando de forma estratégica com o fomento dos setores de lazer, cultura, entretenimento, eventos e negócios, em alinhamento com os interesses da população residente, turistas, visitantes e indústrias locais;
- Desenvolver, ordenar e promover os segmentos turísticos;
- Potencializar o turismo urbano como política descentralizada da cidade, voltadas à configuração de Belo Horizonte como uma cidade inovadora;
- Apoiar a realização de eventos de abrangência regional, nacional e internacional que gerem fluxo turístico para a cidade;
- Dinamizar as relações com o mercado turístico de forma a possibilitar o acesso do setor privado às oportunidades geradas pela atividade turística;

- Divulgar e promover o Destino Belo Horizonte e seus produtos turísticos nos principais mercados emissores de turistas em âmbito nacional e internacional;
- Instrumentalizar convênios e parcerias com órgãos públicos e/ou com entidades da iniciativa privada, com o objetivo de incrementar e fortalecer os elos da cadeia produtiva do turismo e a gestão turística da cidade;
- Manter e qualificar sistema de informação e publicações turísticas relativas à cidade de Belo Horizonte.

Para a execução de sua competência específica, os departamentos da Belotur devem se articular com as demais unidades orgânicas da administração direta e indireta do Município de Belo Horizonte, em regime de mútua colaboração.

A gestão da Belotur orienta-se pelo acatamento da legislação e normas pertinentes, ao Estatuto Social e Regimento Interno, assim como às demais disposições externas e internas determinadas pelas instâncias competentes.

Conforme previsto no Estatuto Social vigente, a Belotur poderá: firmar convênios, acordos, contratos, protocolos e ajustes; arrecadar e movimentar as importâncias devidas pela prestação de seus serviços e demais receitas operacionais; contrair empréstimos e financiamentos, obrigando-se à contrapartida, se for o caso; receber doações e subvenções; e praticar os demais atos necessários à boa administração e cumprimento de suas finalidades e objetivos.

A Governança na Belotur é pautada pela avaliação do ambiente, os cenários, o desempenho e os resultados atuais e futuros; o direcionamento e orientação para a preparação, a articulação e a coordenação de políticas e planos, alinhando as funções organizacionais às necessidades das partes interessadas e assegurando o alcance dos objetivos estabelecidos; e o monitoramento dos resultados, do desempenho e do cumprimento de políticas e planos, confrontando-os com as metas estabelecidas e as expectativas das partes interessadas.

Além dos princípios que norteiam a Administração Pública, seus entes e agentes, os princípios básicos apresentados pela Belotur em seu Manual de Regras de Governança são: Transparência; Equidade; Legitimidade; Responsabilidade Corporativa; Probidade; Ética; Prestação de Contas; e Segregação de Funções.

Transparência - pressupõe a divulgação oportuna, clara e precisa de todos os seus atos, em especial das informações financeiras e não financeiras, a fim de permitir que as partes interessadas acompanhem e compreendam os princípios, objetivos, execuções e desempenho da Belotur.

Equidade – assegurar tratamento equânime e justo a todas as partes interessadas de modo a priorizar, em todas as suas atividades, o atendimento imparcial e alheio às distinções e preferências de qualquer espécie.

Legitimidade – garantir e verificar se a lei foi cumprida e se o interesse público, o bem comum, foi alcançado.

Responsabilidade Corporativa – todos os planejamentos, atos e mecanismos de controle devem ser conduzidos de forma responsável, zelando pela continuidade, sustentabilidade e solidez da Belotur, proporcionando segurança às partes interessadas, por meio de uma gestão eficiente e focada na qualidade, incorporando considerações de ordem social e ambiental na definição de seus negócios e operações. A qualificação, a diversidade e a inovação serão consideradas em todas as decisões estratégicas da Belotur.

Probidade – todos os colaboradores deverão demonstrar probidade, zelo, economia e observância às regras e aos procedimentos da Belotur ao utilizar, arrecadar, gerenciar e administrar bens e valores públicos.

Ética - conjunto de princípios básicos que visa disciplinar e regular os costumes, a moral e a conduta das pessoas no âmbito da Belotur, por meio de uma postura cidadã, considerando o interesse público e conciliando-os com as demais partes interessadas.

Prestação de Contas (accountability) - é obrigação da Belotur prestar contas, em termos quantitativos e qualitativos, às partes interessadas, assumindo as responsabilidades de ordem fiscal, gerencial e programática que lhes foram conferidas, além de informar a quem lhes delegou essas responsabilidades.

Segregação de Funções - segregação entre as funções de aprovação de operações, execução e controle das mesmas, de modo que nenhuma pessoa possa ter completa autoridade sobre uma parcela significativa de qualquer transação.

3 – Atividades que atendem aos objetivos de políticas públicas

O papel fundamental atribuído às organizações públicas é o de ampliar, de forma sistêmica, o **bem estar social, ambiental e as oportunidades aos cidadãos**.

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

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 e motivo de orgulho para moradores e visitantes.

Valores: Valorização do capital humano; Eficiência e Inovação; Integração e Realização; Estímulo à participação; Resultados; Ética e transparência.

O turismo, elemento importante de incentivo e estímulo ao desenvolvimento local e regional, para gerar um desenvolvimento equilibrado em termos de justiça social, viabilidade, eficiência econômica e sustentabilidade ambiental, precisa contar com um planejamento integrado e participativo.

Portanto, é importante para o turismo sustentável o planejamento da atividade turística com vistas a promover o desenvolvimento regional, com a valorização da cultura local/regional e a busca da geração de novos postos de trabalho para a população das regiões turísticas.

Diante de tais preceitos, que explicitam o rumo maior a ser seguido pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur, e priorizando as ações estratégicas a serem empreendidas na cidade de Belo Horizonte no quinquênio 2017-2021, foi elaborado o **Planejamento Estratégico** e o **Plano de Negócios**, que é o desdobramento tático e operacional ano a ano.

O direcionamento estratégico da Belotur foi construído a partir da definição de cinco eixos de atuação que organizam as estratégias de forma articulada, dinâmica e transversal, oferecendo, ao mesmo tempo, 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.

Foram eixos de atuação no trabalho desenvolvido:

A) *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.

B) *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.

C) 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 e dinamização de novos negócios.

D) 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.

E) Fortalecimento institucional

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

4 - Recursos para o custeio e impactos econômico-financeiros decorrentes da operacionalização das políticas públicas

Estabelecidos nos planejamentos da administração e nas diretrizes orçamentárias, versadas na forma da Lei, o planejamento orçamentário e financeiro da empresa, anualmente elaborados e constituídos no PPA, determinam a consecução das políticas públicas do município, em especial da Belotur, sobre as metas de governo e no que tange ao cumprimento dos objetivos estratégicos da empresa, no fomento da atividade turística da cidade, sobretudo, na geração de renda e oportunidades de trabalho para a população residente.

Observados no Quadro de Detalhamento de Despesas do exercício 2020 (Inciso V, do Art. 6º da Lei Orçamentária Anual nº 11.211, de 26 de dezembro de 2019), os recursos inerentes à consecução das atividades finalísticas e subsidiárias demonstram, de forma espacial, as propostas de custeio das políticas públicas da Belotur.

Anualmente são previstos recursos ordinários que, embora estejam aprovados pela administração e pela Câmara Municipal da cidade, passam, a rigor, por aprovações deliberativas para sua execução pela Câmara de Coordenação Geral da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, constituída como instância central de governança do Poder Executivo pelo Decreto Municipal nº 16.729, de 27/09/2017, que tem como competência apoiar o Prefeito:

- I – na condução e na execução da política orçamentária, financeira, patrimonial, previdenciária e de recursos humanos do Poder Executivo;
- II – na definição das diretrizes a serem implementadas no âmbito das políticas públicas;
- III – no planejamento e no alinhamento das ações governamentais;
- IV – na validação de diretrizes e projetos que envolvam tecnologia da informação;
- V – nas decisões de interesse das entidades, sociedades de economia mista e empresas controladas direta ou indiretamente pelo Município;
- VI – na validação das políticas e estratégias de gestão de suprimentos e contratação de serviços, observada a qualidade do gasto.

5 – Principais Resultados - Belotur 2017 a 2020

A Belotur apresenta os principais resultados obtidos na implementação/aplicabilidade de seu Planejamento Estratégico e Plano de Negócios. Importante ressaltar ainda que, anexo a este documento, foi disponibilizado relatório consolidado dos resultados alcançados nos anos de 2017, 2018, 2019 e 2020 - *Anexo - Relatório Unificado Belotur 2017-2020*.

A) BELO HORIZONTE SURPREENDENTE

A fim de tornar Belo Horizonte um destino mais competitivo, a Belotur deu início, em 2017, ao reposicionamento estratégico de Belo Horizonte, alicerçado por estudos, pesquisas e amplo processo de construção coletiva, e em consonância com as novas tendências do turismo mundial. Foi criada uma nova marca, com estética contemporânea e convidativa: Belo Horizonte Surpreendente.

Assim, a atuação da Promoção e Marketing Turístico foi reestruturada, buscando compatibilizar as formas de promoção com este novo posicionamento. Desde então, o Plano de Marketing Turístico vem passando por um processo contínuo de atualização das diretrizes e estratégias. Novos materiais

gráficos foram elaborados, exaltando os principais atrativos da cidade e sua vocação para o turismo urbano.

PRINCIPAIS RESULTADOS:

- 47 participações nas mais importantes feiras do mercado turístico como Abav, WTM Latin America e Braztoa;
- Mais de 180 profissionais das principais operadoras capacitados e qualificados;
- 11 viagens de familiarização e inspeção técnica.
- Reconhecimento do Mtur ao projeto Experiência Belo Horizonte, que apresentou não só um conteúdo promocional e um portfólio de produtos, mas experiências locais que projetam ainda mais a cidade por suas características tão singulares.
- Gestão dos CATs e atendimento a mais de 10 mil pessoas.
- 5.000 operadores nacionais capacitados para comercialização do Destino Belo Horizonte.

B) PORTAL BELO HORIZONTE

Alinhado à nova estratégia de posicionamento turístico, a Belotur implementou, em 2019, o novo portal da cidade. Mais dinâmico e visualmente atraente, o portal tem potencial para abrigar páginas de grandes eventos e projetos de desenvolvimento turístico da cidade, possui ambiente especial para atender ao trade turístico e possibilidade de gestão compartilhada.

O processo de construção deste novo portal foi realizado a partir da contribuição de atores de várias outras secretarias da Administração Municipal, além de todas as diretorias da Belotur, permitindo um desenho que refletisse as necessidades atuais da promoção de Belo Horizonte como destino turístico inteligente.

O novo portal já comprovou sua capacidade de crescimento sustentado, com o acolhimento de subportais da Fundação Municipal de Cultura, do Carnaval de Belo Horizonte, da Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO e do Conjunto Moderno da Pampulha.

PRINCIPAIS RESULTADOS:

- Média de número de acessos mensal no período: 51.638;
- Média de acesso diário: 1.721;

- Número de visualizações de páginas diárias: 2.193;
- Média de duração de acesso: 38 seg;
- Média de páginas visualizadas por usuários: 1,27;
- 87,68% dos acessos são feitos do Brasil;
- Principais acessos são feitos pelos estados de Minas Gerais (73,88%), São Paulo (8,37%) e Rio de Janeiro (6,47%);
- Na ferramenta de busca do Google, foram feitas mais de 13,8 milhões de impressões de conteúdos relacionados ao destino Belo Horizonte e hiperligados ao portal, gerando um total de 174 mil cliques;
- Atualmente o portal Belo Horizonte ocupa a 5,4ª no Google (posição média) em conteúdos relacionados a palavra Belo Horizonte.

C) PROGRAMA 4 ESTAÇÕES – EDITAL DE EVENTOS

Com o objetivo de estimular e fomentar a atividade turística e de lazer em Belo Horizonte foi concebido, em 2018, o Programa Belo Horizonte 4 Estações, executado por meio de 4 editais anuais de incentivo à realização de eventos com potencial turístico para o Município.

Os eventos contemplados trabalham os eixos de cultura, música/shows, gastronomia, esportes e técnico científicos. Aproximadamente 2.265,00 milhões de 3 milhões injetados em 2019 foram investidos diretamente em produtos e serviços de Belo Horizonte, movimentando a economia local. Em função da pandemia, o programa se adaptou em 2020, incentivando eventos e atividades virtuais que pudessem promover o destino e valorizar seus atrativos. Mais de 60 projetos foram contemplados nesse contexto.

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Cerca de 7 milhões de reais investidos em 7 editais;
- Mais de 180 eventos apoiados, inclusive durante a Pandemia, com a adequação para atividades virtuais e de drive-in;
- Por meio do edital foram estimuladas e executadas 248 ações de sustentabilidade, acessibilidade e cidadania, 279 ações de parceria com produtores locais e 98 ações de parceria e negócios diretos gerados para a cadeia produtiva do turismo.

D) GASTRONOMIA - CIDADE CRIATIVA DA UNESCO

A Belotur trabalha a gastronomia como uma política transversal, por meio do Programa Municipal de Turismo Gastronômico, que é segmentado em 4 eixos de atuação:

- Governança e Networking;
- Estruturação e Fomento;
- Capacitação e Geração de Conhecimento;
- Marketing, Promoção e Comunicação.

Podemos destacar ações de desenvolvimento do setor, com capacitações e fomento à elaboração de novos produtos; realização de pesquisas e criação de indicadores para monitoramento da atividade; fomento à realização de eventos que promovam e fortaleçam a gastronomia e até a criação de eixos de atuação nos principais eventos realizados pela Belotur, como o caso do Carnaval e Arraial.

Objetivando promover e consolidar o segmento Gastronômico na cidade, é que a Belotur buscou o reconhecimento junto à UNESCO como Cidade Criativa da Gastronomia.

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Recebimento do título como Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO;
- Fortalecimento do Arraial de Belo Horizonte por meio da criação do eixo Gastronomia que, entre outras ações, ampliou a programação do evento e a aproximação com o público;
- Inova Gastronomia - mentoria de inovação em processos de gestão e marketing digital para 15 estabelecimentos gastronômicos e 20 estudantes, em parceria com a UNA/BH;
- Territórios Lagoinha - temporada de cursos e oficinas de empreendedorismo social voltada para a gastronomia, com moradores da região da Lagoinha e em parceria com SENAC E SUSAN/PBH;
- Reputação digital da gastronomia - levantamento e diagnóstico da presença e reputação digital de 600 estabelecimentos gastronômicos de Belo Horizonte.

E) CARNAVAL DE BELO HORIZONTE

O Carnaval de Belo Horizonte se consolidou como uma das melhores festas do país, atraindo turistas do Brasil e do mundo e alcançando uma crescente participação de moradores da cidade. O planejamento propiciou a ampliação dos investimentos em políticas sociais, segurança pública, inovação e sustentabilidade, buscando tornar a festa cada vez mais responsável e cidadã.

Com uma folia cada vez mais alegre e descentralizada, em 2020 a cidade comemorou o melhor Carnaval que já viveu até hoje. O planejamento antecipado resultou em uma melhora substancial nas ruas, sendo também o Carnaval mais seguro, sustentável e organizado de todos os tempos.

PRINCIPAIS RESULTADOS:

- Aumento de cerca 1000% na captação do patrocínio privado, saindo de R\$1,5 milhão para R\$14 milhões;
- Aumento no público de quase 50%, saindo de 3 milhões de foliões para 4,5 milhões;
- Aumento da visitação de turistas em 41%, saindo de 149 mil para 211 mil;
- Reconhecimento do Kandandu, evento de abertura do Carnaval, como uma das maiores ações de promoção de igualdade racial do país, à frente de cidades como Salvador e Rio de Janeiro;
- Ampliação no investimento na cultura e economia local da cidade, com aumento de subvenção aos atores do carnaval:
 - Blocos de rua: 183% de aumento
 - Escolas de Samba: 385% de aumento
 - Blocos Caricatos: 47%
 - Artistas: 119%
- Ampliação das ações de sustentabilidade, cidadania e inovação, com projetos como o Bloco dos Catadores e o P4Tree.

F) PAMPULHA - MAPEAMENTO 3D

A tecnologia utilizada para o mapeamento 3D da Pampulha criou uma experiência de visitação interativa com alto grau de imersão e realismo, cobrindo toda a área que configura a paisagem cultural reconhecida pela UNESCO (a chamada “core zone”), com fotos 360° captadas no solo. Assim, o tour virtual 3D da Pampulha valoriza a concepção do espaço como “obra de arte total” tornando-se ferramenta de alta relevância para as ações de promoção e informação turística.

PRINCIPAIS RESULTADOS:

- Tour virtual, fotos e vídeos 3D e 360° da Pampulha;
- Divulgação do 3D da Casa do Baile no Festival Cataratas em Foz do Iguaçu, importante feira de turismo para promoção dos destinos, com distribuição de óculos virtual;
- Registro de 9 edifícios e áreas outdoor;
- Registro de 5 edifícios indoor (permitindo a visitação no interior dos equipamentos).

G) FUTURISMO

O Programa de Pesquisa e Inovação Turística foi criado objetivando a execução, promoção, fomento e apoio às ações de inovação e desenvolvimento científico e tecnológico e de ensino e pesquisa referentes às atividades turísticas no ambiente interno e externo à Belotur, buscando consolidar Belo Horizonte como um destino turístico inteligente, competitivo e sustentável.

O Programa foi dividido em 4 frentes:

1. Sustentabilidade e inovação nos eventos;
2. Qualificação, capacitação e disseminação de conhecimento;
3. Desenvolvimento e estímulo ao ecossistema de startups;
4. Aproximação do poder público com o ambiente acadêmico.

Destaque para os projetos do P4Tree no Carnaval; a realização do Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes; a realização do Hackatur e o lançamento do E-book do “Estudo de Viabilidade do Laboratório de Inovação em Turismo”, em parceria com o Doutorado de Inovação da UFMG.

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Incorporação, manutenção e ampliação do eixo de sustentabilidade e inovação no maior evento urbano de Belo Horizonte, o Carnaval, a partir da repercussão positiva do P4Tree.
- Disseminação de conhecimento para os mais de 900 estudantes, pesquisadores e profissionais do setor ou de áreas relacionadas, nos três anos de realização do Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes. O projeto contou com a participação de 33 especialistas nacionais e internacionais, convidados como palestrantes e mediadores, replicando conteúdo, boas práticas e casos de sucesso para a qualificação dos participantes.

- Aproximação da Belotur com as ações de inovação em desenvolvimento da cidade a partir de parcerias com UFMG, Sebrae, Coworkings e as principais startups, como Max Milhas, Opinion Box, Hotmart e Rock Content.
- Durante as três edições consecutivas do “Hackatur - Desafios de Inovação no Turismo” foram mobilizados atores da cadeia produtiva como a BH Airport (primeiro aeroporto nacional a participar de um hackathon), a AMPRO, 18 bares e restaurantes do Circuito Gastronômico da Pampulha e, em 2020, com a expansão do projeto incluindo o Inova Gastronomia, participação de 14 bares e restaurantes motivados pela geração de negócios com startups e inovação dos modelos de negócios.
- Aceleração de 43 startups/empreendimentos, qualificação de 14 estudantes e mais de 586 horas de formação, dentre mentorias, instrutórias e consultorias nos projetos Hackatur e Inova Gastronomia.

H) OBSERVATÓRIO DO TURISMO

O Observatório do Turismo de Belo Horizonte tem como objetivo a construção e a realização de pesquisas, estudos e coletas de dados que possam subsidiar o planejamento estratégico e a tomada de decisões.

Algumas ações se destacam, como a elaboração de um estudo inédito e complexo sobre os impactos econômicos do carnaval na cidade, a elaboração de livro digital com artigos acadêmicos sobre a gastronomia e a modernização dos indicadores da atividade.

No período 2017-2020 as ações do Observatório foram intensificadas permitindo uma evolução da média anual de coleta e aplicação de questionários de 1.500 observações para aproximadamente 5.000 observações.

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Elaboração de um estudo inédito e complexo sobre os impactos econômicos do carnaval na cidade de Belo Horizonte a partir da matriz insumo-produto do município, elaborada pela FIPE;

- Elaboração de livro digital com artigos acadêmicos sobre a gastronomia da cidade, no intuito de aproximar a relação da instituição com os centros de pesquisa;
- Modernização dos indicadores da atividade;
- Retomada da Pesquisa de Demanda, depois de um hiato de 17 anos sem dados sobre o setor;
- Evolução no número de questionários aplicados em campo no Carnaval, passando de 493, em 2016, para 1100, em 2020;
- Pesquisa com os frequentadores e consumidores da Feira da Afonso Pena, para conhecer seu perfil e sua percepção sobre a mesma.

I) GOVERNANÇA DO TURISMO MUNICIPAL - PRINCIPAIS RESULTADOS

- Reestruturação do COMTUR e retomada das agendas regulares;
- Realização do Dialoga Turismo por meio de sete lives com especialistas, pesquisadores, gestores públicos e privados, nacionais e internacionais, com reflexões sobre o cenário atual e desafios de retomada do setor;
- Realização de nove oficinas participativas divididas entre três eixos temáticos:
 - Eixo 1 – Destino de Negócios, Eventos e Saúde
 - Eixo 2 – Destino de Gastronomia, Patrimônio Arquitetônico e Cultura
 - Eixo 3 – Estratégias de Mercado para a Retomada
- Filiação de Belo Horizonte à WTCF - World Tourism Cities Federation, primeira organização internacional de turismo focada em cidades;
- Participação em 10 conselhos, comissões ou comitês interdisciplinares, entre eles o COMUC, Film Commission, Comissão Paritária da Feira Hippie, Observatório do Turismo em Minas, entre outros.

6 – Estruturas de controles internos e gerenciamento de riscos:

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. O Conselho de Administração e a Diretoria Executiva são os responsáveis por lidar com a incerteza sobre os fatores de riscos da empresa. 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 na Etapa 3 de implementação do Programa, elaborando seu Questionário SWOT a fim de dar prosseguimento a este instrumento de aderência a boas práticas, alinhamento às estratégias da organização e desempenho global.