

CARTA ANUAL DE GOVERNANÇA

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

Belo Horizonte/Minas Gerais

Junho/2018



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

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

Outras mudanças no período fortaleceram o modelo de gestão e governança da Empresa, tornando-a mais eficiente, transparente e alinhada a nossos valores. Destacam-se a revisão do Estatuto Social da Empresa, a Reforma Administrativa, o total enquadramento às diretrizes e premissas da Lei 13.303/2016, o aprimoramento dos processos internos e a atualização e institucionalização das diversas políticas que sustentam nosso modelo de governança.

Esse modelo forte de governança será o sustentáculo dos inúmeros desafios que teremos pela frente em 2018. Amparados pelas conquistas de 2017, acreditamos que, em 2018, a transformação e a complexidade da atividade turística e do ambiente de negócios irão se intensificar. Por isso, a melhora da experiência do visitante e morador e o investimento em inovação e integração continuarão a ser premissas da nossa atuação. A maior eficiência nas operações e nos processos, o crescimento do uso de inteligência corporativa na análise de dados e a maior especialização dos colaboradores serão pilares fundamentais na evolução da empresa.

Belo Horizonte, 08 de junho de 2018.

Aluizer Malab Barbosa do Nascimento
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:

Sebastião Olindo de Mattos

Email: tiao@pbh.gov.br

Telefone: (31) 3246-0249

Data de divulgação: Junho de 2018



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.

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, na Rua da Bahia, 888 – 7º andar, CEP 30.160-011, 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:

- Planejar, implantar, administrar, supervisionar e fiscalizar as Unidades e Complexos Turísticos, gerindo os respectivos fundos condominiais;
- Licitar e contratar a concessão da exploração das Unidades e Complexos Turísticos;
- Realizar pesquisas, estudos, levantamentos e demais medidas concernentes à instituição de Áreas Especiais e Locais de Interesse Turístico;
- Promover os recursos turísticos de Belo Horizonte nos mercados estadual, nacional e no exterior, fomentando sua comercialização pela iniciativa privada;
- Realizar chamamento nos moldes legais;
- Desenvolver a ação do Município relativamente aos serviços turísticos locais, através de fomento à iniciativa privada pela concessão de estímulos, proposições de sugestões e elaboração de estudos, planos e programas;
- Promover e administrar, direta ou indiretamente, eventos que contribuam para o incremento do turismo no Município, sejam eles de cunho cultural, artístico ou social;
- Firmar convênios e parcerias com órgãos públicos ou com entidades da iniciativa privada;
- Manter sistema de informação e publicações turísticas relativas à cidade de Belo Horizonte;

Para a execução de sua competência específica, os órgãos da BELOTUR articulam-se 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.

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 controles 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, e 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 em atrair 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, respondendo a essa série de questionamentos e explicitando 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 diretrizes que organizam as estratégias de forma articulada e dinâmica, 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.

São elas:

- ✓ Desenvolvimento e estruturação dos produtos, equipamentos, serviços e eventos turísticos;
- ✓ Aprimoramento do marketing e promoção de Belo Horizonte;
- ✓ Aprimoramento de políticas de monitoramento e avaliação do setor turístico;
- ✓ Fortalecimento institucional e da governança do turismo;
- ✓ Desenvolvimento socioeconômico e sustentável da atividade turística.

Belo Horizonte Cidade Inteligente

Projeto Transformador da Prefeitura de Belo Horizonte, o “Belo Horizonte Cidade Inteligente” tem como objetivo induzir o desenvolvimento sustentável da cidade com base em seus diferenciais competitivos, sob a égide da Inovação e do uso da tecnologia, amparados, sobretudo, pelos valores humanos.

Como estratégia para o turismo, a proposta visa criar condições favoráveis para o desenvolvimento de diretrizes para a promoção de um Destino Turístico Inteligente.

Como conceito, os destinos turísticos inteligentes são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras.

Integram as diretrizes da BELOTUR no projeto:

- ✓ Integrar os princípios de governança na gestão do turismo (promover a intersectorialidade por meio de ações integradas com as demais pastas de governo, a fim de se otimizar os gastos públicos e fortalecer o turismo como base econômica);
- ✓ Melhorar a eficiência na gestão do destino em todas as áreas (marketing, estruturação e infraestrutura turística, serviços mobilidade, sinalização,, etc.);
- ✓ Reforçar a competitividade e melhorar o posicionamento do destino (ações de marketing e promoção que reforcem e consolidem o posicionamento do destino, atração de eventos dos setores econômicos estratégicos de Belo Horizonte, fomentando negócios e qualificação os serviços turísticos);
- ✓ Desenvolver uma gestão de turismo mais inovadora baseada na experiência (impactando positivamente a vida dos residentes e dos visitantes);
- ✓ Adotar um papel proativo na utilização de novas tecnologias em prol da atividade turística.

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 elaborado 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 2018 (Inciso V, do Art. 6º da Lei Orçamentária Anual nº 11.097, de 29 de dezembro de 2017), 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 de empenho do gasto e das suas liquidações, pela Câmara de Coordenação Geral da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, instituída pelo Decreto Municipal nº 16.057, de 14/08/2015, que tem por atribuição:

- I- garantir o equilíbrio orçamentário e financeiro do Município de Belo Horizonte
- II- otimizar o processo decisório acerca das demandas estratégicas e táticas da Administração Direta e Indireta do Município;
- III- ampliar a eficiência do gasto público e a eficácia da política governamental;
- IV- fortalecer o planejamento e ampliar o alinhamento das ações públicas.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES - BELOTUR 2017

DADOS E INDICADORES

- A taxa média de ocupação dos hotéis da Cesta Competitiva de jan/nov segundo a ABIH MG foi de 54,44%. Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH MG;
- Movimentação no Aeroporto Internacional de Belo Horizonte de jan/set foi de 7.469.238 passageiros. Fonte: BH Airport;
- O Terminal Rodoviário registrou a movimentação de 3.510.561 passageiros no desembarque e 3.695.547 no embarque de jan/nov. Fonte: Codemig;
- A pesquisa de demanda com o turista em Belo Horizonte apontou como principais motivos de viagem visita a amigos e parentes (33,2%), lazer/passeio (22,6%), negócios (17%), estudos ou cursos (10,7%) e saúde/tratamento/consulta médica (10,5%); Além disso, a média de pernoites foi de 5,6 dias. Sobre o gasto médio o valor é de R\$150,07. Para 86,2% dos turistas



- suas expectativas foram superadas ou atendidas plenamente e 94,5% pretendem retornar a cidade nos próximos dois anos. Fonte: Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais;
- As avaliações positivas da gastronomia dos principais destinos brasileiros, com percentuais acima dos 93%, mostram que este é um ativo importante do turismo brasileiro. Entre os destinos mais bem avaliados, além de Belém, estão Belo Horizonte (98,5%), Porto Alegre (98,2%), Paraty (97,7%) e São Paulo (97,5%), nesta ordem. Fonte: MTUR/Pesquisa de Demanda Internacional/2016;
 - 7ª posição no ranking brasileiro ICCA de realização de eventos associativos internacionais. Fonte: International Congress and Convention Association, 2016.
 - Belo Horizonte integra lista dos 137 municípios selecionados para estudo do Ministério do Turismo para entender o perfil do viajante brasileiro e obter, assim, informações que auxiliem a formulação de políticas públicas de estímulo ao setor de viagens no país;
 - A capital mineira está entre as cidades nacionais com o melhor custo-benefício para os turistas. Assim aponta o estudo anual do maior buscador de hotéis do mundo, o Trivago. O Guia trivago do melhor custo-benefício combina o preço médio dos hotéis com suas respectivas avaliações por parte dos usuários e é composto por 25 cidades de 14 estados brasileiros. São Paulo, Bahia e Minas Gerais são os estados com o maior número de cidades no top 10, com duas cada um. No levantamento geral, destacam-se novamente São Paulo e Minas Gerais, com 4 cidades cada;
 - A Avianca Brasil, membro brasileiro da aliança global Star Alliance, anunciou o início da operação de voos regulares no Aeroporto Internacional de Belo Horizonte com quatro voos diários ligando a cidade ao aeroporto internacional de São Paulo (Guarulhos), além de três outras operações, semanais;
 - Belo Horizonte tem o segundo maior circuito LGBT do Brasil, à frente do Rio de Janeiro e atrás apenas de São Paulo, segundo dados da Editora Guiya, a primeira rede de comunicação LGBT do país, com abrangência em sete capitais. No ranking atual, a megalópole paulista aparece com 131 points LGBT, enquanto Belo Horizonte surge com mais de 60 e o Rio, 50.
 - Belo Horizonte foi eleita a quarta melhor capital do Brasil para viver, segundo levantamento feito pela Macroplan Prospectiva Estratégia & Gestão, como parte do estudo Desafios da Gestão Municipal;

- O número de espaços de coworking aumentou 90% em Belo Horizonte e já figura como a terceira cidade brasileira com maior número de espaços compartilhados. São conhecidos ao menos 48 espaços de coworking em Belo Horizonte, segundo o Censo Coworking Brasil 2017;
- A capital mineira também foi eleita pelo terceiro ano consecutivo como referência em sustentabilidade e meio ambiente e líder no Brasil no ranking da Urban System, de acordo com o Connected Smart Cities.

ENTREGAS E RESULTADOS

6.1 BH VEM PRA CÁ

Campanha com o objetivo de aumentar o fluxo turístico de lazer na cidade no período de férias (janeiro) aos finais de semana e gerar mais negócios para os setores ligados à cadeia do turismo, como hotéis, atrativos, comércio varejista da moda, bares e restaurantes. Mais de 100 empresas se inscreveram no projeto realizado entre 6 de janeiro e 19 de fevereiro de 2017. A ideia é simples: cada empreendimento oferece vantagens e descontos em seus produtos ou serviços, como diárias de hotéis e cardápio de bares e restaurantes. O hóspede, ao chegar ao hotel, recebe um cartão. Com ele em mãos, o turista pode usufruir dos benefícios da campanha.

6.2 CARNAVAL

Cerca de três milhões de pessoas estiveram nas ruas de Belo Horizonte durante o Carnaval pelos 350 blocos e 416 desfiles animaram todos os cantos da capital. O número demonstra que a cidade superou as estimativas de público e viveu a maior festa de todos os tempos. A folia atraiu mais de 500 mil turistas. De acordo com pesquisa aplicada pela Belotur com os foliões, Belo Horizonte contou com um número recorde de visitantes durante o Carnaval de 2017. Participaram do evento, por dia, uma média de 845.963 pessoas, sendo 697.073 (69,4%) moradores e 148.889 (17,6%) visitantes, totalizando um fluxo de 3 milhões de foliões. A maioria (67,4%) dos visitantes veio do interior de

Minas Gerais, seguido pelos estados de São Paulo (15,4%) e Rio de Janeiro (5,3%). O aumento da presença de turistas na cidade foi de 240% em relação a 2015.

De acordo com a pesquisa de Belo Horizonte, a maioria dos visitantes (78,6%) e dos moradores (76,8%) avaliou que o evento superou ou atendeu plenamente suas expectativas, manifestando alta satisfação com a experiência vivida no carnaval da cidade. Entre os visitantes que declararam ter participado em edições anteriores, 66,3% afirmaram que o evento melhorou e mais de 90% têm a intenção de retornar em 2018.

Os visitantes participaram, em média, de 3,6 dias no Carnaval e tiveram um gasto médio diário, per capita, de R\$171,30, totalizando um gasto médio de R\$607,47 durante todo o evento. Desse modo, o Carnaval de 2017 gerou uma receita turística direta para Belo Horizonte estimada em R\$91,8 milhões o que significa um aumento de 459% no período de 2015 a 2017, sem considerar os efeitos multiplicadores na economia da cidade. Já os moradores apresentaram um gasto médio durante todos os dias do evento de R\$303,50, gerando uma receita direta estimada em R\$255,6 milhões.

A estimativa da movimentação financeira na hotelaria superou os R\$6 milhões esperados e teve pico de 66,4% de ocupação no dia 26 de fevereiro. A taxa média da ocupação aumentou 12% em relação a 2016. A maioria dos turistas se hospedou em casas de amigos e parentes (84,7%), seguida de hotéis (9,8%) e casa própria ou alugada (4,2%).

- ✓ Encontro Blocos de Rua – Afinando os Tamborins: o evento teve o intuito de discutir com os integrantes dos cerca de 320 blocos cadastrados os rumos do carnaval de Belo Horizonte. Desse modo, propõe a articulação de temas que envolvem a organização da festa, sua sustentabilidade, viabilidade econômica e, claro, o compartilhamento de experiências. Durante o encontro foi apresentado o planejamento e a logística do Carnaval de BH 2017. Ocorreu também um debate sobre a economia da festa para ampliar a visão de negócios dos blocos e estimular seu empreendedorismo. Além de fomentar iniciativas de cunho financeiro, o debate pretende promover ideias criativas que potencializam o caráter popular e cultural do carnaval;

- ✓ Aplicativo: tecnologia desenvolvida para facilitar a vida do folião com informações de blocos e de serviços da cidade disponíveis durante as festividades. Disponível para os sistemas IOS ou Android o app alcançou mais de 80 mil downloads nas duas plataformas, com nota média 4 no IOS e 4.6 no Android. Foram registrados mais de 248 mil usuários utilizando o app durante o período carnavalesco, com o ápice de 29.503 usuários ativos no dia 25/02. Nota 10 pelo conceituado site TechTudo. Mais de 90 eventos cadastrados na programação associada ao Carnaval. Mais de 40 notícias, contabilizando apenas sites (retorno em mídia espontânea). Três posts no facebook somando mais de 90 curtidas e 62 comentários e quatro posts no instagram somando mais de 550 curtidas. Economia de aproximadamente R\$36 mil (média dos orçamentos de mercado) em decorrência do desenvolvimento do app pela Prodabel, a partir de articulação e demanda da Belotur;
- ✓ Decora BH: Monumentos de Belo Horizonte foram decorados durante o Carnaval com adereços elaborados com material reciclado. Os adereços foram confeccionados em oficinas gratuitas ao público interessado e inscrito e o objetivo do projeto era de que fosse uma ação efêmera com impactos na proteção do patrimônio, sensibilização e conscientização sobre sustentabilidade e responsabilidade social, bem como a interação com o meio urbano por meio de atitudes renovadoras. Ao todo foram 13 monumentos decorados com a participação de 34 pessoas que atuaram na confecção dos adereços nas oficinas ministradas pelo artista plástico Leo Piló;
- ✓ Pesquisa Folião: foram aplicados 1.299 questionários em 11 blocos de rua, gerando dados e informações sobre o perfil, gastos, hábitos de consumo e avaliação do evento e da cidade por moradores e turistas;
- ✓ Eleição da Corte Momesca realizado no dia 27 de janeiro do Mercado Distrital do Cruzeiro. No dia 10 de fevereiro ocorreu a entrega da chave da cidade para os eleitos da Corte;
- ✓ Cadastramento de artistas para apresentação nos palcos oficiais do Carnaval com cachês de até R\$7 mil. Edital com permissão para quaisquer estilos musicais;
- ✓ Edital de patrocínio para Blocos de Rua: concessão de patrocínio de até 10 mil reais aos blocos de rua para sonorização e contratação de artistas;
- ✓ Kandandu: grande encontro de Blocos Afro de Belo Horizonte, que fez a abertura do Carnaval de BH 2017 no palco fixo da Praça da Estação, na sexta-feira (24/2), às 19h. Seis blocos da cultura afro da cidade se reuniram em uma grande festa, levantando suas bandeiras contra a

homofobia, tema do encontro de 2017. Kandandu, que significa 'abraço' em Kimbundu (língua africana), chegou com um protagonismo diferente, tendo a igualdade racial como ponto de partida para aquele que já é um dos maiores carnavais do país;

- ✓ Em termos de estrutura foram realizados 31 shows em 5 palcos espalhados pela cidade e participação de 11 DJ's. Mais de 4 mil servidores da Prefeitura de Belo Horizonte participaram da organização do Carnaval;
- ✓ Na área da saúde, três Postos Médicos Avançados (PMAs) foram montados com o objetivo de atender urgências durante o carnaval e não sobrecarregar as unidades de saúde regionais. Os PMAs funcionaram entre sexta-feira, 24/02, e quarta-feira, 01/03, na Região Centro-Sul: Rua da Bahia com Guaicurus (próximo à Praça da Estação), na Rua Alagoas, entre Timbiras e Guajajaras e na Rua dos Inconfidentes, esquina com Avenida Getúlio Vargas. Os locais foram definidos em função das rotas dos blocos e também por estarem localizados em regiões de fácil acesso aos hospitais. Os postos operaram durante 24 horas, com capacidade de atender a pequenos procedimentos como desidratação, intoxicação, crises convulsivas e pequenos traumas;
- ✓ A Prefeitura de Belo Horizonte disponibilizou 10 mil banheiros químicos, 3 mil a mais do que 2016;
- ✓ O metrô de Belo Horizonte funcionou todos os dias até as 2h para embarques apenas na Estação Central e desembarque em qualquer estação. A BHTrans reforçou o atendimento das linhas de ônibus. Foram 4 mil servidores da PBH mobilizados para o evento. Os 20 Foliônibus, transporte gratuito oferecido pela Belotur em parceria com a SKOL, circularam no ápice do carnaval, entre os dias 25 e 28, em toda a extensão da Avenida do Contorno;
- ✓ Mais de dois mil guardas municipais e 2700 policiais militares reforçam a segurança do folião nas ruas de BH;
- ✓ Ao todo, 9,4 mil ambulantes atuaram durante os dias de pré-carnaval e carnaval. O número é quase três vezes maior do que o registrado ano passado.

Carnaval 2018:

Em 2017 a Belotur também deu início aos preparativos para o Carnaval 2018 com as seguintes entregas e resultados:



- ✓ Eleição da Corte Real Momesca realizada na Praça da Estação e com novidade na premiação, que passou de R\$ 7 mil para R\$ 12 mil, para Rei e Rainha eleitos, e de R\$ 5 mil para R\$ 9 mil, para a Princesa eleita;
- ✓ Cadastro de ambulantes que poderão trabalhar durante os ensaios de blocos de rua, o pré-Carnaval, e os desfiles e cortejos realizados entre os dias 27 de janeiro e 18 de fevereiro de 2018;
- ✓ A Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur e com o apoio da Prodabel, abriu o cadastro para os Blocos de Rua para o Carnaval de Belo Horizonte 2018. O procedimento garante o atendimento de demandas como desvio de trânsito, limpeza, instalação de banheiros químicos e segurança para os desfiles. O trajeto informado pelos blocos será avaliado pela Belotur, BHTrans e demais órgãos envolvidos e, caso necessário, debatido com os representantes dos blocos, para o melhor planejamento e atendimento de todos;
- ✓ Edital para credenciamento de artistas, bandas e grupos musicais de renome local e regional, para compor a programação artística musical dos palcos oficiais do Carnaval de Belo Horizonte 2018. Artistas de qualquer estilo musical podem se candidatar para apresentações em palcos espalhados por diferentes regiões da cidade;
- ✓ Edital de patrocínio para o Carnaval 2018 publicado.

6.3 CIRCUITO PAMPULHA NOTURNO

Lançado em abril o Circuito teve por objetivo movimentar e dar continuidade aos eventos turísticos, culturais, de lazer e entretenimento na Pampulha após o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. Participaram do circuito: Museu de Arte da Pampulha, Igreja São Francisco de Assis, Casa do Baile, Aquário da Bacia do Rio São Francisco, Museu Casa Kubitschek, Museu do Futebol, Mineirão, CAT Veveco, Pampulha Retrô Tour, Tuk Tour, Iate Tênis Clube, Praça Dino Barbieri, Praça Dalva Simão.

6.4 PAMPULHA RETRÔ TOUR

Execução, pelo INSTITUTO CULTURAL ARTIGOS E CARROS DE ÉPOCA com apoio da BELOTUR, de passeio com saídas regulares do “Pampulha Retrô Tour”, como ação integrante da promoção e

fruição do Conjunto Moderno da Pampulha - Patrimônio Cultural da Humanidade. Estruturação e formatação do passeio realizado – Plano de Trabalho, Itinerários, Autorização junto aos órgãos pertinentes, Termo de Cooperação Técnica.

6.5 MARCA PAMPULHA

A Belotur publicou edital de licenciamento da Marca Pampulha para utilização em produtos comerciais. A marca, reconhecida mundialmente após o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, pode ser utilizada em produtos de diversos segmentos como vestuário, calçadista e acessórios, materiais de escritório, souvenir, artigos para recreação, literário e impressos, eletrodomésticos e eletrônicos, bijuterias e joias, roupa de cama, mesa e banho, mobiliário e decoração, aplicativos e jogos eletrônicos, alimentos e bebidas, entre outros. Após a publicação o primeiro projeto licenciado foi para a comercialização de azulejos.

6.6 ARRAIAL DE BELO HORIZONTE

O Arraial de Belo Horizonte que em 2017 chegou a sua 39ª edição com 185 mil curtidas . Foram 70 mil nos dois finais de semana de evento da Praça da Estação, 15 mil na edição especial Minas ao Luar no Barreiro e 100 mil pessoas nas 242 festas associadas cadastradas pela Belotur. A movimentação econômica dos fins de semana de evento na Praça da Estação, de 30 de junho a 2 de julho e 8 e 9 de julho, chegou a R\$ 1,68 milhão. A partir da experiência do Carnaval, a Belotur adotou o modelo de operação do evento para a execução do Arraial de Belo Horizonte sob as diretrizes de integração, inovação e realização. Evento consolidado que em 2017 com o apoio do Ministério do Turismo contou com oportunidade de promoção da cidade e do festejo junino. Como foco no turismo de experiência a Belotur mapeou todas as festas juninas da cidade e montou um mês inteiro de programação partindo de uma integração de toda a cidade e da cadeia produtiva, além da cidade toda ambientada.

- ✓ Criação de nova marca, identidade visual e posicionamento;
- ✓ Ambientação da cidade com a disponibilização de bandeirinhas para os festejos juninos;
- ✓ Criação de calendário com programação associada com 242 eventos;

- ✓ Pela primeira vez na história do evento foi realizado o Esquentão como evento de lançamento do período junino objetivando participação e integração dos funcionários da Prefeitura de Belo Horizonte;
- ✓ Cortejo Junino e Blitz com a jardineira pela cidade: Abertura do evento com o tradicional cortejo junino realizado pelas quadrilhas, com a novidade de realizar uma ação conjunta com blocos de carnaval, mostrando para toda cidade que o mês de junho será de muita festa junina e alegria. Conexão entre os dois grandes eventos urbanos realizados pela Belotur, o Carnaval e o Arraial, compondo o Cortejo Quadrilhas + Bloco Pisa na Fulô + Bloco Baião de Rua;
- ✓ Realização do Arraial de Belo Horizonte durante dois finais de semana: Os tradicionais concursos de quadrilhas contaram com a participação de 34 grupos municipais e 12 estaduais, com uma mega estrutura para a festa realizada na Praça da Estação, com uma mega estrutura e grandes shows nas seguintes datas 30/06 – Chaparral, 01/07 – Don e Juan, 02/07 – Gino e Geno, 08/07 – Rick e Ricardo e 09/07 – Michel Teló;
- ✓ Aplicação de pesquisa com 494 questionários com o público do evento gerando informações sobre perfil, hábitos e avaliação dos participantes com relação ao evento. Dentro da pesquisa de satisfação realizada pela Belotur, por meio do Observatório do Turismo, de zero a dez, o evento na Praça da Estação, no geral, ganhou nota 8,4. Destaque para a organização, que ficou com nota 8,5; para a sensação de segurança, com nota 8,1; decoração, que obteve 8,9; shows, com 8,1; e qualidade das comidas, com nota 8,3.;
- ✓ Promoção nacional feita com apoio do Ministério do Turismo a partir do programa Festejos Juninos, em que o Arraial de Belo Horizonte foi o primeiro colocado no edital lançado pelo Ministério e o único evento selecionado da região sul e sudeste;
- ✓ Divulgação do evento no site oficial www.arraialdebelohorizonte.com.br, lançamento de aplicativo oficial nas plataformas Apple Store e Playstore com 1,8 mil downloads, campanhas nas mídias sociais, mídia televisiva (Rede Globo) e spots em rádio;
- ✓ Parceria com agências de turismo receptivo para a comercialização de pacotes e produtos de experiência para o Arraial de Belo Horizonte;
- ✓ Produção de Banco de Imagem de Belo Horizonte e do evento pelo Ministério do Turismo e disponibilizado para uso da Belotur com mais de 10 mil fotos, sendo 297 editadas;

- ✓ Realização de PressTrip Festejos Juninos em Belo Horizonte pelo Ministério do Turismo. A equipe de viagem era composta por três jornalistas e blogueiros convidados: Álef Calado (Correio Braziliense); Samantha Chuva (Mercado e Eventos) e Márcio Diniz (Viagem Livre) e a equipe da Ascom/mtur: jornalista Lívia Nascimento e o fotógrafo Roberto Castro. Ótima repercussão de mídia: divulgação dos festejos em mídias nacionais, matérias jornalísticas, material fotográfico cedido ao destino. Além da Assessoria de Comunicação do MTUR que movimentou suas redes sociais com 34 publicações acompanhadas por 105 mil seguidores e 1200 reações. Foi realizada transmissão ao vivo pelas mídias oficiais do Ministério do Turismo e do Blog Viagem Livre (do Catraca Livre);
- ✓ De acordo com a Secretaria Municipal de Segurança Urbana e Patrimonial, mesmo com 70 mil pessoas curtindo o Arraial de Belo Horizonte na Praça da Estação, foram registrados apenas quatro boletins de ocorrência. Além desse número, destaque para o dado fornecido pela SLU em que foram recolhidas 7 toneladas de lixo durante a programação do Arraial de Belo Horizonte na Praça da Estação;
- ✓ Captação de recursos para a realização do Arraial de Belo Horizonte 2017 junto à Secretaria de Estado de Cultura/Emenda Parlamentar no valor de R\$ 172.200,00.

Arraial de Belo Horizonte 2018

Captação de R\$272.830,16 para a execução do Arraial de Belo Horizonte 2018, recursos oriundos de emenda parlamentar via Secretaria de Estado de Cultura.

6.7 SEMINÁRIO DE PROMOÇÃO E QUALIFICAÇÃO DE DESTINOS DE FESTEJOS JUNINOS

O Seminário é mais um desdobramento de ações do Edital de Festejos Juninos, lançado pelo Ministério do Turismo e da Embratur, conquistado com projeto da Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur. Teve como objetivo identificar as necessidades de promoção e qualificação de Belo Horizonte relacionadas aos festejos juninos.

Uma outra ação é o Encontro de Negócios – BRAZTOA: participação de Belo Horizonte como destino expositor dos Festejos Juninos em São Paulo, dia 22/11/2017, na sede da BRAZTOA.

6.8 JORNADA PELA CIDADANIA LGBT E PARADA DO ORGULHO LGBT

A Jornada pela Cidadania LGBT é uma iniciativa do Centro de Luta pela Livre Orientação Sexual de Minas Gerais - CELLOS-MG, realizada em parceria com a Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, da Coordenadoria de Direitos da População LGBT e da Comissão de Diversidade Sexual e de Gênero da Fundação Municipal de Cultura.

Durante a 4ª edição da Jornada, a cidade foi tomada pela programação durante todo o mês de julho. Os números comprovam sua rica agenda: foram 9 mesas de debates, 5 rodas de conversa, 4 cerimônias, 3 sessões de cinema comentadas, 3 oficinas, 3 encontros temáticos, 3 espetáculos, 2 exposições e uma coletiva de imprensa. As atividades envolveram quase 3 mil pessoas, que tiveram acesso gratuito a todos os eventos.

Entre as atividades, aconteceu também a 20ª Parada do Orgulho LGBT de Belo Horizonte, no dia 16 de julho, domingo. O Núcleo Jurídico de Diversidade Sexual e de Gênero - Diverso UFMG, em parceria com a Belotur e CELLOS MG, realizou pesquisa de perfil do público, hábitos dos turistas e avaliação do evento com 425 entrevistados. Dentre o público, 62,6% dos participantes são de Belo Horizonte, 24,5% da Região Metropolitana e 12,9% de Minas Gerais e outros estados. Cerca de 80 mil pessoas estiveram presentes durante a Parada, sendo o número estimado de 10,3 mil visitantes. O gasto médio dos participantes ficou em R\$ 54,70, o que significa movimentação econômica em torno dos R\$ 4,3 milhões.

- ✓ 80 mil pessoas com concentração na Praça da Estação, deslocamento pela Rua dos Guaicurus, Rua da Bahia, Avenida Amazonas até a dispersão na Praça Raul Soares;
- ✓ 54 membros militantes e voluntários, capacitados pelo CELLOS MG;
- ✓ Aplicação de pesquisa mobilizando 22 voluntários;
- ✓ Cerca de 150 profissionais ligados à produção do evento, segurança privada e brigadistas;
- ✓ 2.650 metros de fechamentos (grades, barricada, tapumes)



- ✓ Maior estrutura já utilizada na Parada (palco e sonorização de porte especial; 130 sanitários químicos; 3 geradores, 3 trios elétricos, sendo um especial);
- ✓ Mais de 300 servidores da Prefeitura de Belo Horizonte mobilizados na operação do evento.

6.9 EXPERIÊNCIA BRAZTOA

A Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, juntamente com a Secretaria de Estado do Turismo e o Belo Horizonte Convention & Visitors Bureau foram os anfitriões da edição do Experiência Braztoa da Região Sudeste. O evento aconteceu no dia 22 de agosto no Sebrae Minas.

O Experiência Braztoa proporcionou conhecimento e vivências únicas para os agentes de viagens, apresentando atrativos de diversos destinos apresentados de forma diferente, por meio de atrações culturais, quizzes ou atividades sensoriais. Criado em 2015, o evento já reuniu mais de 2 mil agentes de viagem e passou por cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Florianópolis e Salvador.

Depois de ter passado por Recife, Curitiba e Rio Quente, o Experiência Braztoa foi preparado especialmente para o Sudeste, que representa R\$ 970 milhões em venda de pacotes das operadoras BRAZTOA (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) e transportaram 600 mil passageiros, que representaram e R\$ 1,48 bilhões em impacto na economia brasileira, segundo dados do Anuário Braztoa 2017.

Associados Braztoa participantes: Abreutur, Agaxtur, April Brasil, Asia Total, Global Travel Assistance (GTA), Century Travel, Discover Cruises, Flot Viagens, Flytour Viagens, FrançaTur, GOL, Lusanova, MMT GAPNET, Norwegian Cruise Line (NCL), New Age, Pomptur, R11 Travel, Raidho, Reed, Schultz Operadora, Snow Operadora, Trade Tours, Transmundi Viagens, Travel Ace, Turnet, Viagens Master e Visual Turismo.

6.10 CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

Posse e reativação do Conselho Municipal de Turismo para o mandato 2017-2018. Constituem o COMTUR 11 membros do Poder Público e 15 membros da sociedade civil.

6.11 PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Projeto Normativo elaborado e validado com o COMTUR. O Plano Municipal de Turismo versa princípios orientadores para o desenvolvimento da atividade turística no município, estabelecendo diretrizes para a condução da política municipal de turismo na cidade, promovendo a intersectorialidade do setor e, o posicionamento do turismo como atividade econômica de grande impacto.

6.12 FUNDO MUNICIPAL DO TURISMO

Regulamento do Fundo elaborado e em vias de publicação. A proposta apresentada do ato normativo visa, a priori, estabelecer condições técnicas e operacionais para a gestão do Fundo, observada legislação aplicada. A partir da regulamentação do FUMTUR, criaremos condições favoráveis para a captação de recursos externos, de forma a desonerar o erário público municipal. A criação de Plano de Aplicação do Fundo com vistas a qualificar o turismo na cidade, notadamente com execução de recursos externos, possibilitará incrementar as receitas do município com a ampliação da atividade turística.

6.13 OBSERVATÓRIO DO TURISMO

Evoluir os estudos e pesquisas relacionadas ao turismo, aprimorando metodologias, tecnologias, trocando informações e disseminando o que há de mais eficiente no mercado. Com esses objetivos, o Observatório do Turismo de Belo Horizonte além de aplicar pesquisas e coordenar dados do setor apoiou a realização da primeira Reunião da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo, no Museu das Minas e do Metal – MM Gerdau, e apoiou no comitê organizador do II Seminário Mineiro de Pesquisa e Inovação em Turismo (SEMPIT), no Expominas.

- ✓ Caderno de dados publicado;
- ✓ Planejamento e operação da pesquisa com foliões Carnaval 2017;
- ✓ Encontro Afinando os Tamborins + Pesquisa com Blocos de rua;
- ✓ Pesquisa de pertencimento da Pampulha;
- ✓ Pesquisa Arraial 2017;
- ✓ Pesquisa Parada do Orgulho LGBT;



- ✓ Filiação à WTCF - World Tourism Cities Federation, primeira organização internacional de turismo focada em cidades. Tem por objetivo facilitar trocas e cooperação entre membros, espalhar a experiência do desenvolvimento do turismo de cidade, promover produtos e recursos turísticos e contribuir no desenvolvimento e prosperidade da atividade turística mundial;
- ✓ Pesquisa de Satisfação do Turista;
- ✓ Mentoria nos desafios de startups: Ideathon Sebrae de Cultura e Turismo; Desafio Braztoa - Região Sudeste; e Hackacity.

6.14 AVALIAÇÃO AMBIENTAL ESTRATÉGICA

A atividade turística de Belo Horizonte será estudada sob a ótica do meio ambiente a partir da Elaboração da Avaliação Ambiental Estratégica (AAE), do planejamento do desenvolvimento turístico do Município de Belo Horizonte, no âmbito do Programa Nacional do Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR Nacional.

Os diagnósticos darão origem a projetos estruturantes dirigidos à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar. Esse projeto, objeto de um convênio assinado entre Belotur e Ministério do Turismo, com interveniência da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e apoio da Fundação Municipal de Parques e Zoobotânica teve início em outubro de 2017.

6.15 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA PAMPULHA

Detalhamento das estratégias propostas em prol do Desenvolvimento Turístico da Pampulha de forma dentro dos eixos prioritários: Qualificação das Estruturas; Apoio à Operação Turística; Serviço Turístico Especializado. Apresentações feitas no Grupo Técnico e no COMTUR – objetivando sua adequação.

6.16 SEGMENTO GASTRONOMIA

- ✓ Elaboração de projeto e inscrição de Belo Horizonte junto à Rede de Cidades Criativas da UNESCO. 1ª tentativa em junho/2017;
- ✓ Elaboração do Projeto (1ª Minuta) Gastronômico de Belo Horizonte – Vitrine e Hub das diversas cozinhas de Minas Gerais. Posicionar Belo Horizonte e região como polo gastronômico de relevância, por intermédio de Políticas Públicas e da articulação entre a cadeia produtiva de Belo Horizonte e Circuitos Limítrofes;
- ✓ Entrega do 1º mapeamento da Gastronomia de Belo Horizonte (completo) - Levantamento dos estabelecimentos com notoriedade na Gastronomia de Belo Horizonte, bem como dos serviços e produtos de experiência formatados;
- ✓ Participação mensal na Frente da Gastronomia Mineira como membro da Secretaria Executiva (Fev/2017 a Dez/2017);
- ✓ Articulação e elaboração do Plano de Trabalho entre o Circuito Belo Horizonte e Circuito do Ouro para promoção e consolidação das Cervejas Artesanais;
- ✓ Implantação da metodologia para organizar o calendário de eventos Gastronômicos da cidade.

6.17 SEGMENTO LGBT

- ✓ Elaboração de projeto e mapeamento de ações em apoio ao desenvolvimento do Segmento LGBT em Belo Horizonte;
- ✓ Elaboração de cartilha digital de cartilhas para capacitação da cadeia produtiva e para população em geral;
- ✓ A Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, se filiou à International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA), organização líder mundial dedicada ao Turismo LGBT. Com a filiação, além de ser incluída em um calendário internacional do turismo voltado para esse público, Belo Horizonte é candidata à sede da Convenção Global Anual da IGLTA, principal evento educacional e de networking da indústria do turismo para lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e transgêneros.

6.18 SINALIZAÇÃO TURÍSTICA

Início da instalação de novas placas de sinalização indicativa turística nos corredores Av. Tereza Cristina, com 28 placas e Av. do Contorno, com 32 placas. A implantação complementar a sinalização turística já implantada, que compreendem os corredores da Av. Antônio Carlos, Av. Afonso Pena e os corredores internos da área central.

6.19 TURISMO E CIDADANIA

Elaboração do Programa Turismo e Cidadania que tem como objetivo “sensibilizar, capacitar e promover a inclusão social da comunidade de Belo Horizonte e seus agentes através do turismo, instruindo, qualificando e disseminando conhecimentos por meio dos projetos vinculados ao Programa de Turismo e Cidadania, de modo a fazer com que os cidadãos percebam a importância do Turismo dentro da cadeia produtiva, bem como para o desenvolvimento econômico e social, tornando a cidade mais receptiva, integrada e inovadora”.

Formatação do Projeto Juventude no Turismo - formalização de todas as etapas, Termo de Cooperação Técnica com SENAC e CIEE, Publicação no DOM, articulação com o mercado.

6.20 MARCA E POSICIONAMENTO TURÍSTICO

‘Belo Horizonte: Surpreendente’. Com esse reposicionamento estratégico, o destino turístico Belo Horizonte e sua competitividade se fortalecem, em consonância com as novas tendências do turismo mundial. O novo posicionamento passa a orientar as estratégias de marketing e promoção de Belo Horizonte nacional e internacionalmente, assim como ações de comunicação para moradores e empreendedores turísticos da cidade, que são os verdadeiros coautores das experiências locais que surpreendem quem visita a capital mineira.

A nova marca turística de Belo Horizonte tem a missão de promover a cidade. Na prática, ela será usada em sinalizações públicas (placas indicativas), em meios de transporte (ônibus e táxis) e em

todas as esferas do turismo (Centros de Atendimento ao Turista, feiras, eventos, materiais promocionais impressos e digitais).

6.21 PROMOÇÃO EM FEIRAS E EVENTOS

Dentre as ações de promoção turística, a Belotur participa de feiras e eventos através de reuniões com operadores nacionais e internacionais, mídia e investidores, para promover e comercializar a capital mineira como destino turístico, assim como seus projetos estruturantes, tais como o Carnaval e o Arraial de Belo Horizonte, potencializando sua atratividade para o mercado em geral e buscando aumentar o fluxo de turistas e receita gerada com o negócio. Participação em 06 eventos nacionais e 01 internacional:

- ✓ Abril 04 a 06: WTM Latin America / São Paulo-SP;
- ✓ Abril 18 e 19 - Roadshow Belo Horizonte / Buenos Aires - Argentina;
- ✓ Maio 26 e 27 - BNT Mercosul - Itajaí-SC;
- ✓ Maio 31 - Experiência Braztoa Nordeste - Recife/PE;
- ✓ Agosto 22 - Experiência Braztoa S - Belo Horizonte;
- ✓ Setembro 27 a 29 - Abav Expo - São Paulo ;
- ✓ Outubro 20 e 21 - Festival de Turismo de João Pessoa/ João Pessoa/PB;
- ✓ Novembro 10 a 12/11 - Festuris - Gramado/RS.

Além disso, em 2017 a Belotur participou de dois importantes eventos com a chancela da OMT na Argentina.

- ✓ Um desses eventos foi realizado em Buenos Aires (Argentina), pela *UNWTO – WTCF City Tourism Performance Research*, evento cujo o mote foi a pesquisa em cidades latino-americanas (Buenos Aires e Bogotá) com análise sobre dados, estatísticas e estudos sobre o turismo urbano e resultados, realizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e Federação Mundial de Cidades Turísticas (FMCT, ou em inglês World Tourism Cities Federation – WTCF). Neste evento a Belotur manifestou interesse em participar da Rede de

Cidades da Federação Mundial de Cidades Turísticas - com sede em Pequim - para futuros projetos e intercâmbios;

- ✓ A segunda agenda da Belotur na Argentina aconteceu em Mendoza, durante a 2ª Conferência Mundial de Enoturismo e 4º Encontro da Rede de Gastronomia da OMT.

6.22 ATENDIMENTO AOS TURISTAS

Os Centros de Atendimento ao Turista – CAT são importantes pontos de apoio aos turistas que procuram informações sobre a cidade: programação cultural, material promocional, informação sobre equipamentos e serviços turísticos e orientação urbana. O CAT Mercado das Flores, já referência na cidade, recebe diariamente um expressivo número de pessoas, não somente turistas, mas também munícipes a procura das mais diversas informações e assim passa por reforma em sua área de aproximadamente 600m². A obra trará um ressignificado do espaço e vai melhorar a sua funcionalidade. Dentre os serviços previstos serão feitos a reforma de todo o sistema hidroeelétrico do local, novos balcões de atendimento, implantação de copa, reforma dos banheiros com acessibilidade, implantação de um totem novo na calçada, reforma do passeio com acessibilidade e readaptação do local com melhorias de revestimento, piso, paredes, porta, nova pintura, iluminação e cabeamento estruturado.

6.23 APOIO INSTITUCIONAL E CALENDÁRIO DE EVENTOS

Foram recebidos e concedidos 134 pedidos de apoio institucional pela Belotur a projetos, eventos e ações que realizadas na cidade contribuem para a movimentação econômica, social, cultural e turística.

Em ação contínua a Belotur registra e divulga o calendário de eventos que até novembro deste ano contabilizou 1.017 eventos, além dos 6.320 eventos da agenda cultural.

6.24 AÇÕES DE QUALIFICAÇÃO E CAPACITAÇÃO

Em 2017 expandindo a valorização de profissionais e a qualificação dos serviços e informações turísticas foram capacitadas 1.033 pessoas dentre guias de turismo, taxistas, equipes dos atrativos turísticos e centros culturais, rede hoteleira, comerciantes, moradores, funcionários da PBH, estudantes, guarda municipal e polícia militar, dentre outros.

6.25 ANIVERSÁRIO DE BELO HORIZONTE - 120 ANOS

Em 12 de dezembro de 1897, nascia a nova capital de Minas Gerais. O antigo Arraial do Curral Del Rei deu espaço para uma cidade planejada, com ares modernistas, batizada 'Belo Horizonte'. Cercada pela Serra do Curral, que lhe serve de moldura e referência histórica, 120 anos depois, Belo Horizonte ganha de aniversário uma programação extensa, plural, diversa e democrática, espalhada pelas nove regionais, para todas as idades e classes sociais.

A Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, organizou um calendário de eventos, do dia 1º ao dia 12 de dezembro, que além de festejar os 120 anos da cidade, inclui marcos importantes para os cidadãos belo-horizontinos. Como exemplo, a entrega do funcionamento de 100% dos leitos do Hospital do Barreiro, uma grande conquista dos belo-horizontinos na área de Saúde. E também shows de grandes bandas na Praça da Estação, como Skank e Sepultura.

Além disso, essa programação conta com city tour para promover conhecimento e vivência dos atrativos turísticos, eleição da Corte Real Momesca do Carnaval 2018, Cantata de Natal, exposições, atividades físicas e práticas esportivas ao ar livre, proposição de soluções para desafios da capital por meio da tecnologia (hackaton), oficinas de empreendedorismo para jovens, feira de adoção de animais entre outros eventos parceiros, totalizando mais de 170 ações descentralizadas.

- ✓ City Tour gratuito em comemoração ao aniversário da cidade: Perceber e reconhecer Belo Horizonte, fortalecer o vínculo com a cidade, saber de sua história e curiosidades. Esses são alguns dos objetivos dos city tours oferecidos pela Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, em comemoração ao aniversário de 120 anos da capital mineira. São 12 city tours com capacidade para 40 pessoas cada, visitando Parques e Mirantes, Museus e Espaços de Cultura, Mercado Central e entorno, Turismo Cemiterial, Pampulha, Praça da Liberdade e Savassi;
- ✓ Hack a City: desafio aos hackers como programadores e data scientists, a pensar em soluções que valorizem dados fornecidos por cidades e a desenvolver aplicações que tenham impacto na vida dos cidadãos. Realizado em Belo Horizonte no período de comemoração dos 120 anos da capital mineira com desafios diversos para o turismo, cultura, educação, saúde, dentre outros. Mais de 200 inscritos para participar do desafio que tem coordenação do Minas Hub Digital, Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Minas Gerais e apoio de diversos órgãos da estrutura da Prefeitura de Belo Horizonte.

7 – 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 serão os responsáveis por lidar com a incerteza e os fatores de riscos da empresa.

A análise dos fatores de risco permite tratar com eficiência as incertezas, seja pelo melhor aproveitamento das oportunidades, seja 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 estabeleceram um 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.

Trata-se de um processo integrado e dinâmico auxiliado pelos órgãos de controle, monitorado e avaliado pelo corpo diretor da Belotur, considerando aspectos como conformidade legal e regulamentar, aderência a boas práticas, alinhamento a estratégias da organização e desempenho global.

Como resultado do monitoramento e avaliação, medidas visando o aprimoramento do sistema deverão ser instauradas sempre que necessário.

Práticas de governança para a gestão do controle interno e de riscos da Belotur:

Prática 1 - Identificar, avaliar, tratar, comunicar e monitorar sistematicamente os riscos durante a formulação e implantação dos programas/projetos;

Prática 2 - Definir e reconhecer as responsabilidades de mitigação de riscos;

Prática 3 - Definir diretrizes e limites para delegação de competências associadas a decisões críticas de negócio;

Prática 4 – Comunicar previamente, aos responsáveis pela implantação, sobre os principais riscos identificados;

Prática 5 - Identificar, implantar e monitorar o controle interno necessário para mitigar os riscos identificados à realização dos objetivos e evitar que conflitos de interesse influenciem na implantação dos programas da Belotur;

Prática 6 – Monitorar e avaliar a efetividade dos programas/projetos com vistas a garantir a sua continuidade;

Prática 7 – Acompanhar os resultados das atividades de controle, dos trabalhos de auditoria, das prestações de contas e das tomadas de contas especial, bem como das providências adotadas para saneamento dos problemas encontrados;

Prática 8 – Monitorar, avaliar e tomar providências em relação aos resultados das atividades de controle e recomendações dos trabalhos de auditoria, de prestação de contas e de tomada de contas especial;

Prática 9 – Revisar a eficácia dos mecanismos de controle, no mínimo, anualmente;

Prática 10 – Definir fluxo de processos visando padronizar, agilizar, organizar e diminuir os erros na execução das atividades cotidianas.