

## **PLANO DE NEGÓCIOS 2018**

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

Belo Horizonte/Minas Gerais

2018



## 1. CONTEXTUALIZAÇÃO

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 n. 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 Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo de Belo Horizonte - PDITS BH e o Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte 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.

Em 2017 a Belotur executou atividades importantes em prol do desenvolvimento do turismo em

Belo Horizonte, pertinentes ao Plano de Negócios 2017 - cujo relatório completo encontra-se anexo.

**O novo posicionamento de mercado, os atributos da cidade, a dinamicidade dos eventos e dos serviços ofertados convergem para a consolidação do Turismo Urbano em Belo Horizonte.**

Pesquisas importantes como da “Demanda Turística”, realizada pelo SETUR/MG e “Pesquisa de Satisfação do Turismo”, realizada pela Belotur e Fecomércio em 2017 ratificam este novo cenário.

De acordo com a OMT, no “Global Report on City Tourism”, os turistas são atraídos, em números crescentes, para a vitalidade, experiência e diversidade da oferta em cidades em todo o mundo. Seja uma visita para lazer, negócios, eventos ou para se encontrar com amigos e parentes, os turistas contribuem para o desenvolvimento da economia local e apoiam a geração de emprego e renda.

Belo Horizonte dispõe hoje de atrativos variados e de qualidade. É uma cidade surpreendente, onde a cultura, as artes, a gastronomia, o conhecimento científico e a tecnologia movimentam o cotidiano da cidade, estimulando sua permanente renovação. Um espaço urbano que gera uma inter-relação contínua entre os negócios e a cultura, por meio dos eventos que recebe e promove, o que aponta uma diferente realidade e perspectiva das apresentadas na última década.

Gerenciar o turismo urbano, no entanto, não é uma tarefa simples. A cidade se expande e modifica rapidamente. Entender e se adequar às novas tendências do turismo, estabelecer políticas públicas para o desenvolvimento sustentável da atividade, estruturar, qualificar e promover a cidade, sob este novo contexto, são os desafios da Belotur em 2018.

Assim, este Plano de Negócios para 2018 é **um desdobramento tático e operacional do Planejamento Estratégico 2017/2021** da Belotur, consoante com as recomendações legais federais, estaduais e municipais - alinhados com as diretrizes do Plano Nacional de Turismo.

## **2. OBJETIVO**

Planejar, estruturar e executar os **projetos prioritários da Belotur para 2018**, além do seu monitoramento gerando ao final do ano relatório contendo os resultados alcançados.

### 3. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2018

Para a elaboração dos “Programas, Projetos e Ações para 2018”, foram consolidadas as metas do Plano de Governo 2017-2020 (TAP’s e Contrato de Metas), bem como as ações estratégicas do Plano de Marketing Turístico da cidade de Belo Horizonte ainda não realizadas. É importante destacar que **os Programas 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 Programas (Programas 1 a 7) :*

<b>PLANO DE NEGÓCIOS 2018</b>	
<i>Belo Horizonte - Destino Turístico Inteligente</i>	
P1	Políticas de Turismo e Governança
P2	Pesquisa e Inovação Turística de Belo Horizonte
P3	Estruturação e Qualificação
P4	Marketing e Comunicação
P5	Promoção do Destino Turístico
P6	Gestão Integrada de Eventos
P7	Pampulha

#### Referências:

- A carteira estratégica da Belotur junto à Secretaria de Planejamento foi denominada “Belo Horizonte - Destino Turístico Inteligente”;
- Os Programas supracitados se desdobrarão em **Subprojetos** - contendo os subprojetos estratégicos em estrito alinhamento com as TAP’s e os subprojetos internos.

## Programa 1 (P1) - Políticas de Turismo 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 - através da implementação de instâncias de governança, da integração de setores (relações institucionais e articulação regional) e políticas públicas voltadas para a atividade.

São Subprojetos deste Programa:

### 1.1) Política Municipal de Turismo

*Objetivo: Orientar as estratégias e seus desdobramentos táticos para o fomento do turismo na cidade*

#### 1.1.1) Marco regulatório municipal de turismo

- a) Acompanhar a análise e aprovação da Diretoria Técnico Legislativa do Plano Municipal de turismo;
- b) **Publicar através de instrumento legal adequado o Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte;**
- c) Apresentar ao COMTUR o Plano Municipal com a redação final publicada, em reunião ordinário;
- d) Alinhar com o COMTUR das estratégias para implementação do Plano Municipal de Turismo ;
- e) **Elaborar plano de ação para implementação das estratégias entre Belotur e COMTUR do Plano Municipal de Turismo ;**

- f) Revisar o Planejamento Estratégico BELOTUR 2017-2021;
- g) Validar com o COMTUR do Planejamento Estratégico;
- h) **Publicar o Planejamento Estratégico BELOTUR 2017-2021;**
- i) Revisar o Plano de Negócios 2018;
- j) Validar com o COMTUR do Plano de Negócios 2018;
- k) **Publicar o Plano de Negócios 2018;**
- l) Formatar a minuta Plano de Negócios 2019.

#### 1.1.2) Fundo Municipal de Turismo em funcionamento

- a) Acompanhar a análise e aprovação da Diretoria Técnico Legislativa do Decreto do Fundo Municipal de Turismo;
- b) **Publicar no DOM do ato normativo que regulamenta o Fundo Municipal de Turismo;**
- c) Elaborar o Regulamento do Fundo Municipal;
- d) Apresentar ao COMTUR o Regulamento para aprovação;
- e) **Validar junto ao COMTUR o Regulamento Operacional do Fundo Municipal de Turismo;**
- f) Promover a movimentação do Fundo (execuções de projetos) - 2018;
- g) **Habilitar o ICMS Turístico do Governo de MG - 2018.**

#### 1.1.2) Lei de Criação do COMTUR

- a) Revisar a Lei de Criação do COMTUR;
- b) **Validar com o COMTUR o Projeto de Lei proposto;**
- c) Realizar reuniões de alinhamento com a bancada de vereadores que tenham relação direta com o turismo, para a apresentação do projeto;
- d) Elaborar projeto de Lei que altera a Lei 10.258/2011;
- e) **Encaminhar o Projeto de Lei à DTL para parecer e encaminhamento à Câmara Municipal;**
- f) **Elaborar Regulamento para o COMTUR, incluindo os critérios de elegibilidade e participação das entidades da cadeia produtiva do turismo.**

#### 1.1.3) COMTUR - Conselho Municipal de Turismo

- a) Estruturar a programação de reuniões periódicas do Conselho Municipal de Turismo do ano de 2018;
- b) Realizar reuniões periódicas para discussão de assuntos diversos relacionados à atividade turística, a fim de promover maior alinhamento nos processo de tomada de decisão e no

fortalecimento do destino.

## **1.2) Governança**

*Objetivo: Focar o propósito da organização no cumprimento do interesse público*

### **1.2.1) Relações Institucionais**

- a) Manter a participação da Belotur em fóruns, câmaras, conselhos e comitês como a Frente da Gastronomia Mineira, o Comitê Gestor do Conjunto Moderno da Pampulha, o Conselho Estadual de Turismo, Fórum de Negócios e Eventos, dentre outros, ampliando sua representatividade e contribuição em conjunto com as entidades de classe;
- b) Estreitar relações com outros entes federativos e da cadeia produtiva do turismo, bem como com organismos internacionais (OMT, ICCA, IGLTA, WTTCF, entre outros);
- c) Promover agenda de reuniões personalizadas para apresentação e integração dos Planejamentos e posicionamento da Belotur com os demais órgãos e entidades da administração municipal, bem como os parceiros estratégicos da cadeia do turismo;
- d) Avaliar internamente e com os demais órgãos da PBH pertinentes a inserção de Belo Horizonte no PRODETUR Nacional.

### **1.2.2) Fortalecimento Institucional**

- a) Avaliar em conjunto com os empregados as necessidades de qualificação e treinamento dos mesmos;
- b) Aplicar a avaliação de desempenho para os empregados;
- c) Ampliar e dar continuidade nas ações de endomarketing na empresa;
- d) Estabelecer uma intranet, em parceria com Assessoria de Comunicação, para divulgação das informações da Belotur para os empregados;
- e) Atualizar e fazer as alterações necessárias no PCCS da Belotur e fazer cumprir as regras do mesmo;
- f) Desenvolver, em conjunto, com a PBH, o Plano Anual de Desenvolvimento do Servidor, visando o aprimoramento profissional dos empregados;
- g) Dar continuidade às ações da Comissão de Ética da Belotur;
- h) Integrar os sistemas de tecnologia da informação;
- i) Estabelecer os procedimentos internos (administrativos financeiros e operacionais) e disponibilizar aos empregados as informações relativas aos fluxos de processos.

### 1.2.3 Monitoramento e Controle

- a) Implantar os mecanismos de controle e riscos da Belotur previstos também no Manual de Regras de Governança, Plano de Negócios e Planejamento Estratégico da Belotur;
- b) Acompanhar a execução orçamentária da Belotur;
- c) Estipular a sistemática de monitoramento do Plano de Negócios anual e disseminar internamente o formato de coleta das informações;
- d) Produzir relatório de atividades semestral e anual da empresa;
- e) Efetuar o monitoramento do contrato de metas da Belotur firmado com a Prefeitura de Belo Horizonte.

## **Programa 2 (P2) - Pesquisa e Inovação Turística de Belo Horizonte**

O Programa de Pesquisa e Inovação turística tem por objetivo elaborar modelos para a mensuração dos impactos econômicos do setor, utilizando-se das seguintes ferramentas: pesquisa, tecnologia e processos de inovação. Estas contribuirão de forma eficaz para a solução das demandas do turismo e propiciarão o desenvolvimento sustentável da atividade no município de Belo Horizonte e dos setores correlatos.

É subprojeto deste Programa:

### **2.1) FuTurismo - Programa de Pesquisa e Inovação Turística de Belo Horizonte**

*Objetivo: Estruturar o plano de inovação do turismo de Belo Horizonte, em consonância ao Programa Belo Horizonte Cidade Inteligente da Prefeitura de Belo Horizonte*

#### 2.1.1) Seminário Temático de Turismo 2018

- a) **Identificar possíveis parceiros para a realização do seminário e contrapartidas de cada participante;**
- b) Efetuar consulta jurídica sobre instrumento jurídico adequado para celebrar parceria;
- c) Assinar e publicar instrumento de parceria;
- d) Validar a proposta do evento (local, data, horários, programação);
- e) Elaborar a identidade visual do projeto e aprovar peças gráficas produzidas;
- f) Definir os canais de comunicação adequados para a divulgação, bem como realizá-la;



- g) **Formatar projeto com o escopo do evento de 2018;**
- h) Levantar orçamentos e instruir processos administrativos e jurídicos para contratações dos itens necessários para a realização do seminário;
- i) **Contratar os equipamentos e serviços necessários para a realização do seminário 2018;**
- j) Realizar do 1º Seminário Temático de Políticas Públicas de Turismo: Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes (2018);
- k) Elaborar e aplicar pesquisa de satisfação durante o seminário ;
- l) Disponibilizar relatório de conclusão do seminário;

#### 2.1.2) Seminário Temático de Turismo 2019

- a) **Definir escopo do Seminário;**
- b) Identificar possíveis parceiros para a realização do seminário e contrapartidas de cada partícipe;
- c) Efetuar consulta jurídica sobre instrumento jurídico adequado para celebrar parceria;
- d) Assinar e publicar instrumento de parceria;
- e) **Definir parceiros e contrapartidas 2019;**
- f) Definir com OMT e Fundação Themis obrigações e orientações necessárias para a realização do seminário;
- g) Validar a proposta do evento (local, data, horários, programação);
- h) Instruir processos administrativos e jurídicos para contratações dos itens necessários para a realização do seminário.

#### 2.1.3) Observatório do Turismo - Pesquisa de Demanda Turística

- a) Avaliar períodos de aplicação da pesquisa;
- b) Elaborar termo de referência;
- c) **Definir escopo e logística da pesquisa 2018;**
- d) **Viabilizar a contratação de empresa para aplicação da Pesquisa - Publicar licitação e contratar empresa;**
- e) Aplicar pesquisa - Coletar dados (pesquisa campo) e monitorá-la;
- f) Analisar os dados obtidos e relatório proposto;
- g) Efetuar cruzamentos, tabulação e gerar relatórios;
- h) Divulgar dados da Pesquisa de Demanda Turística de Belo Horizonte.

#### 2.1.4) Observatório do Turismo - Outras Pesquisas

- a) Realizar a pesquisa do Carnaval de Belo Horizonte 2018;
- b) Elaborar estudo sobre a Gastronomia de Belo Horizonte;
- c) Desenvolver proposta de pesquisa para a Pampulha com aplicação condicionada a parceria com órgãos da PBH ou entidades;
  
- d) Reformular e publicar novo caderno de dados de Belo Horizonte;
- e) Estabelecer parcerias estratégicas para o desenvolvimento de pesquisas e estudos;
- f) Publicar o instrumento legal adequado para institucionalizar o Observatório do Turismo como instância municipal de dados oficiais do turismo;
- g) Estruturar o plano de informatização do sistema de coleta e monitoramento de dados do setor turístico e submeter à Prodabel para desenvolvimento do sistema e implantação para a Belotur;
- h) Produzir e disponibilizar o relatório do ISS turístico.

#### 2.1.5) Laboratório de Inovação e Tecnologia do Turismo

- a) Estruturar o plano de inovação do turismo de Belo Horizonte, em consonância ao Programa Belo Horizonte Cidade Inteligente da Prefeitura de Belo Horizonte;
- b) **Identificar possíveis parceiros para as atividades relacionadas ao laboratório e contrapartidas de cada partícipe;**
- c) Efetuar consulta sobre instrumento jurídico adequado para celebrar parceria;
- d) Assinar e publicar instrumento de parceria;
- e) **Viabilizar instrumento de fomento às startups - Elaborando Termo de Referência e realizando consulta acerca da modelagem jurídica;**
- f) Efetuar seleção das propostas habilitadas/classificadas e Publicar extrato com resultado final;
- g) **Identificar e estimular iniciativas acadêmicas, privadas e públicas de inovação e tecnologia para aplicação nas atividades turísticas - identificando possíveis parceiros e critérios para celebrar parcerias, avaliando contrapartidas.**
- h) Monitorar tendências e inovações do turismo no cenário nacional e internacional e produzir relatório anual e estudo técnico de inteligência estratégica para a Belotur e o mercado.

Os eixos de atuação do Programa de Estruturação e Qualificação representam, de forma prática e aplicável, o próprio ciclo de desenvolvimento 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 visem a estruturação, diversificação, qualificação e promoção dos produtos, equipamentos, atrativos e serviços turísticos em Belo Horizonte.

São Subprojetos deste Programa:

### 3.1) Estruturação e qualificação turística da cidade

*Objetivo: Desenvolver ações que visem a estruturação, diversificação, qualificação e promoção dos produtos, equipamentos, atrativos e serviços turísticos em Belo Horizonte.*

#### 3.1.1) Programa Municipal de Gastronomia

- a) Institucionalizar a Comissão para a elaboração de um plano de ações estratégicas para o desenvolvimento da gastronomia de Belo Horizonte como produto turístico indutor;
- b) Participar em reuniões relevantes e eventos em prol do desenvolvimento do setor, apresentando relatório ao final do ano;
- c) Conduzir a Política junto ao COMTUR (Câmara Temática) - Planos Táticos ;
- d) **Elaborar o Plano Estratégico para o setor - Programa Municipal de Gastronomia;**
- e) Propor um instrumento normativo municipal para valorização da gastronomia dando visibilidade ao Plano Estratégico;
- f) Elaborar Cronograma de Ações objetivando a organização das etapas para a Candidatura junto à UNESCO;
- g) Construir prévia do Dossiê de Candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO;
- h) Obter cartas de apoio de entidades e profissionais de renome para validarem a candidatura (2018);
- i) Elaborar projeto de candidatura - Redes Cidades Criativas 2019;
- j) Levantar produtos e projetos que se relacionem com a experiência gastronômica e sejam passíveis de divulgação, promoção e comercialização;
- k) Mapear os eventos gastronômicos para a promoção, divulgação e comercialização do

- destino;
- l) Elaboração do conteúdo do Guia Gastronômico Digital;
  - m) Acompanhar a produção do Guia Digital (Diagramação) e revisar a versão final;
  - n) Propor a formatação de roteiros gastronômicos de experiência;
  - o) Acompanhar a captação do Curso e Conferência de Turismo Gastronômico realizado pela Fundação Themis/OMT e apoiar na formatação do Projeto para realização em Belo Horizonte.

### 3.1.2) Ampliação e atualização da Oferta Turística de Belo Horizonte

- a) Elaborar material de referência acerca dos segmentos turísticos prioritários;
- b) Realizar oficina para apresentação e validação com as demais equipes da Belotur dos segmentos prioritários a serem trabalhados;
- c) **Identificar e organizar os segmentos turísticos prioritários;**
- d) Atualizar o portfólio de ofertas e produtos turísticos de Belo Horizonte;
- e) **Estruturar e organizar da oferta turística de Belo Horizonte;**
- f) Implementar e desenvolver o Turismo de Experiência como fonte de diversificação da oferta turística e de fomento à sustentabilidade cultural, social e econômica local.

### 3.1.3) Infraestrutura e Apoio à Operação Turística

- a) Identificar recursos nacionais e internacionais para financiamento e apoio a projetos para desenvolvimento do turismo de Belo Horizonte;
- b) Identificar as necessidades da operação e de infraestrutura turística e articular ações de melhoria destes aspectos na cidade, nos atrativos e equipamentos;
- c) Elaborar Plano de Ações, de forma a diagnosticar situações, condições e intervenções necessárias à melhoria da operação turística em Belo Horizonte e seu entorno por meio da ativação de entidades, órgãos públicos e iniciativa privada da cadeia produtiva do turismo.

### 3.1.4) Capacitacur - Capacitação e Sensibilização Turística

- a) Formatar o projeto Capacitacur;
- b) Elaborar material didático para os módulos de capacitação e cartilhas de sensibilização - Presencial e Online;
- c) Capacitar profissionais atuantes no mercado turístico conforme planejamento da área executora;

- d) Ampliar e dar continuidade às ações de Sensibilização à atividade turística.

### 3.1.5) Turismo e Cidadania

- a) Formatar o projeto Turismo Cidadão, bem como todos os eixos de trabalho correlatos;
- b) Atualização do escopo do Projeto Juventude no Turismo, elaborando sua versão 2018 e renovando o acordo com seus parceiros;
- c) Renovar a parceria com SENAC e CIEE;
- d) Reajustar cronograma para lançamento e execução do projeto;
- e) Elaborar relatório de execução do projeto;
- f) **Capacitar jovens aprendizes no programa de qualificação (parceria SENAC);**
- g) Atualizar escopo do Projeto referente ao segmento LGBT;
- h) Promover ações de sensibilização da cadeia produtiva sobre o turismo LGBT (ações pré-parada);
- i) Apoiar a realização da Parada LGBT;
- j) **Alinhar as ações do Turismo LGBT com as políticas trabalhadas pela Subsecretaria de Cidadania.**

## **Programa 4 (P4) - Marketing e Comunicação**

O crescimento da indústria turística tem sido acompanhado pelo aumento da importância atribuída ao Marketing Turístico (Baker e Cameron, 2008; Cooper e Hall, 2008). O marketing associado a localidades e regiões tem-se tornado uma atividade central na gestão regional permitindo, quando utilizado como uma ferramenta estratégica de gestão, gerar vantagens competitivas (Kotler et al., 1993). Estas vantagens passam por uma maior diferenciação do destino através de uma valorização dos seus elementos intangíveis. Segundo Buhalis (2000), **a sustentabilidade e a diferenciação são dois dos mais importantes objetivos do marketing aplicado aos destinos.**

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 Programa 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, além de qualificar a informação turística e propor as estratégias de comunicação e publicidade.

É subprojeto deste Programa:

#### 4.1) **Qualificação da informação em prol de uma melhor experiência turística em Belo Horizonte**

*Objetivo: Explorar os elementos que tornam Belo Horizonte uma cidade atrativa e transmití-los considerando as especificidades dos canais de comunicação e dos perfis de públicos aos quais se dirigem.*

##### 4.1.1) Posicionamento Turístico de Belo Horizonte

- a) **Adquirir e gerar acervo (imagens, textos) sobre Belo Horizonte que transmitam o novo posicionamento turístico (BH Supreendente);**
- b) **Criar o plano de comunicação acerca do novo posicionamento;**
- c) Validar a estratégia de disseminação do posicionamento turístico da cidade;
- d) Executar o plano de comunicação;
- e) Definir em conjunto com a Comunicação Central da PBH e SMPOG soluções para resolver o problema de contratação de mídia digital;
- f) Definir em conjunto com a Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação os segmentos considerados prioritários a serem promovidos;
- g) Definir estratégias para gestão, tratamento e divulgação da informação turística;
- h) Ativar assessoria de imprensa para repercussão espontânea em veículos especializados e editoriais de turismo, objetivando projeção do destino Belo Horizonte, nacional e internacionalmente.

##### 4.1.2) Portal Belo Horizonte

- a) **Licitatar para contratação de empresa para desenvolvimento da arquitetura da informação do novo portal;**
- b) Definir as estratégias para gestão, tratamento e divulgação da informação turística;
- c) Brifar a empresa vencedora da licitação para a elaboração do portal com todas as funcionalidades previstas pelas equipes Belotur;

- d) Negociar contratação da equipe de comunicação prevista na planilha de reestruturação (Nova Belotur) enviada pela Belotur à SMPL;
- i) **Contratar equipe (previstas na planilha de reestruturação da Belotur) voltada para a produção de conteúdo para o novo portal;**
- j) Elaborar conteúdo, tradução e testes de usabilidade;
- k) Lançar do novo site turístico de Belo Horizonte;
- l) **Acompanhar o desenvolvimento e programação, pela Prodabel, da arquitetura do portal definida pela empresa contratada.**

#### 4.1.3) Capacitação on-line de profissionais atuantes no mercado turístico

- a) Definir os perfis de públicos a serem capacitados e dos conteúdos adequados para a capacitação;
- b) Produzir conteúdos para capacitação presencial e on-line;
- c) Fazer benchmark em outros portais e escolher metodologia de EAD a ser utilizada;
- d) Orientar empresa de arquitetura do novo portal a incluir funcionalidade escolhida de EAD;
- e) **Portal publicado com seção voltada para capacitação.**

### **Programa 5 (P5) - Promoção aos Mercados**

A promoção e a comercialização de produtos se caracterizam pelo desenvolvimento de relações com o mercado, que culminarão em ações comerciais. Para isso, o poder público, a iniciativa privada e a comunidade, precisam investir (dentro de suas competências e limitações) nas estratégias de promoção e comercialização que levarão a um processo eficiente que gere aumento de competitividade e lucro. A promoção turística é fundamental para que o destino torne-se conhecido e desejado, levando ao aumento da visitação, do tempo de permanência e do gasto médio do turista.

Neste contexto, Programa de Promoção aos Mercados integra e orienta todas as ações voltadas para o contato com os mercados visando à promoção do destino Belo Horizonte. A estrutura adotada apoia-se nos três públicos-alvo do mercado: turista, trade e imprensa elaborados dentro do Programa de Marketing Turístico.

É subprojeto deste Programa:

### 5.1) Promoção do Destino Belo Horizonte

*Objetivo: Aumentar a percepção de Belo Horizonte como um destino turístico desejado e comercializável.*

#### 5.1.2) Apoio à comercialização do destino Belo Horizonte e à captação de eventos

- a) Levantar o calendário e perfil dos eventos turísticos nacional e internacional para definição das participações do Destino Belo Horizonte (revisar anualmente);
- b) Realizar os procedimentos administrativos necessários para viabilizar a participação do destino em feiras e eventos promocionais;
- c) Elaborar relatório contendo as feiras e eventos mapeados e orçados para promoção do destino Belo Horizonte;
- d) Definir os mercados e alinhar os esforços de promoção nacional e internacional do destino, de forma conjunta com o Estado e outros parceiros;
- e) Criar estratégias de comunicação da presença institucional da Belotur nos fóruns de turismo;
- f) Produzir material promocional para os públicos específicos;
- g) Realizar ações contínuas de relacionamento com organizadores de eventos, associações, empresas, que são possíveis captadores de eventos para BH;
- h) Elaborar relatório contendo as áreas estratégicas e os eventos mapeados;

## **Programa 6 (P6) - Gestão Integrada de Eventos**

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.

Este Programa tem como objetivo promover a gestão integrada dos eventos da cidade de Belo Horizonte, fomentando o turismo e a geração de renda através da realização de eventos estratégicos, consolidando a cidade de Belo Horizonte como destino prioritário no circuito de eventos nacional .

#### 6.1) **Gestão integrada dos eventos de Belo Horizonte**

*Objetivo: Fomentar o turismo e a geração de renda através da realização de eventos estratégicos, consolidando a cidade de Belo Horizonte como destino prioritário no circuito de eventos nacional.*

##### 6.1.1) Carnaval de Belo Horizonte 2019

- a) Definir formato de patrocínio 2019;
- b) Minutar termo de referência referente ao patrocínio do Carnaval 2019;
- c) Validar Edital de Patrocínio proposto para o Carnaval 2019;
- d) Publicar Edital de Patrocínio do Carnaval de Belo Horizonte 2019;**
- e) Reunir com prodabel e alinhar as demandas de melhorias do sistema de cadastramento de Blocos;
- f) Elaborar plano com a Comunicação para divulgação do cadastro de blocos;
- g) Homologar sistema;
- h) **Realizar o cadastro de blocos 2019;**
- i) Discutir com as agremiações as melhorias para o desfile dos Blocos Caricatos e Escolas de Samba do Carnaval 2019;
- j) Elaborar e validar termo de referência com o regulamento do Desfile;
- k) Publicar o regulamento das escolas de samba e blocos caricatos 2019;**
- l) Elaborar arquivo KMZ com informações preliminares de cadastro de blocos de rua;
- m) Realizar reuniões de validação de trajetos de blocos;
- n) Definir estruturas fixas da prefeitura (palcos, desfiles, etc);
- o) Proceder com o alinhamento com os órgãos públicos envolvidos com o Carnaval 2019.**

##### 6.1.2) Arraial de Belo Horizonte 2018

- a) Realizar reunião com a União Junina Mineira para alinhamento do Concurso de Quadrilhas 2018;

- b) Elaborar e validar o Termo de Referência do Regulamento do Concurso de Quadrilhas;
- c) **Publicar o regulamento e receber inscrições para a apresentação das quadrilhas 2018;**
- d) Definir formato de patrocínio 2019 ;
- e) Elaborar o termo de referência referente ao patrocínio do Arraial de Belo Horizonte 2019;
- f) Validar Edital de Patrocínio proposto para o Carnaval 2019;
- g) **Publicar Edital de Patrocínio do Arraial de Belo Horizonte 2019.**

#### 6.1.3) FanFest Copa do Mundo FIFA 2018

- a) Realizar reunião de briefing e orçamento;
- b) Definir objetivos estratégicos do evento;
- c) **Elaborar o planejamento da FanFest;**
- d) Definir formato da parceria para realização do evento, bem como o documento de formalização adequado;
- e) **Captar parceiros para a realização do evento;**
- f) Validar orçamento e planejamento da FanFest;
- h) **Definição da estrutura necessária para realização de Fan Fest.**

### **Programa 7 (P7) - Pampulha**

Trata-se de Programa que objetiva criar condições favoráveis ao desenvolvimento, qualificação e promoção turística da Pampulha.

Além disso, o Programa encontra-se alinhado ao projeto “Fortalecimento da Cultura e do Turismo”, atendendo ao que preconiza a UNESCO na exploração turística da paisagem cultural da Pampulha, no atendimento das condicionantes à elevação do título de Patrimônio Cultural da Humanidade e, sobretudo, na estruturação do produto Pampulha para sua efetiva fruição e comercialização.

É subprojeto deste Programa:

#### **7.1) Desenvolvimento e Promoção Turística da Pampulha**

*Objetivo: Promover o desenvolvimento sustentável do turismo na Pampulha com vistas à obtenção de*

*um padrão de qualidade internacional, aumento da competitividade, promoção do destino, geração de emprego e renda e melhoria da qualidade de vida.*

#### 7.1.1) Desenvolvimento Turístico da Pampulha

- a) Atualizar junto à Gerência do conjunto moderno todas as ações de competência da Belotur junto ao Projeto Estratégico "Fortalecimento da Cultura e do Turismo na Pampulha";
- b) Estabelecer cronograma para execução das ações dentro do Projeto Estratégico Pampulha;
- c) **Acompanhar e detalhar as ações de competência da Belotur junto ao Projeto "Fortalecimento da Cultura e do Turismo na Pampulha";**
- d) Elaboração do Termo de Referência para limpeza e manutenção da sinalização turística na Orla da Lagoa;
- e) Elaborar e dar prosseguimento ao processo administrativo para contratação dos serviços;
- f) **Limpeza das Placas de sinalização interpretativa existentes;**
- g) **Substituição/reparo das placas de sinalização interpretativa danificadas;**
- h) Levantar junto ao mercado produtos e serviços turísticos comercializados na região da Pampulha;
- i) **Atualizar o portfólio de produtos e ofertas turísticas na Pampulha;**
- j) **Elaborar projeto para implantação de serviços turísticos especializados na Pampulha;**
- k) Realizar benchmarking com Linhas Turísticas de outros destinos;
- l) Avaliar modalidades para a implantação do serviço;
- m) Compilar informações e elaborar estudo para implantação da Linha Turística Pampulha (Pré-Projeto);
- n) **Elaborar estudo para implantação de Linha Turística na região da Pampulha;**
- o) Reunir junto ao Grupo Tático da Pampulha os projetos existentes para requalificação turística da Orla;
- p) Elaborar Termo de Referência, reunindo todos os projetos de infraestrutura, para obtenção de recursos junto à outras instâncias de governo;
- q) Articular junto à SMOBI a modernização da iluminação da Orla da Lagoa, por meio da instalação da iluminação de LED;

#### 7.1.2) Promoção da Pampulha como Patrimônio Cultural da Humanidade

- a) Obter junto à Gerência do Conjunto Moderno da Pampulha e DRPTI as diretrizes e as ações de responsabilidade da Belotur em apoio à promoção e difusão do Patrimônio -

responsabilidades constantes no dossiê apresentado à Unesco e no Projeto "Fortalecimento da Cultura e do Turismo na Pampulha";

- b) Elaborar conteúdo técnico e alinhar cronograma de execução;
- c) Articular regionalmente com outros Patrimônios Históricos da Humanidade da UNESCO (Ouro Preto e Congonhas) estratégias para divulgação conjunta;
- d) Estabelecer estratégias de marketing, promoção e comunicação junto ao trade e imprensa especializada da Pampulha e conjunto moderno (Material, Comunicação Dirigida, Publieditoriais, Viagens de familiarização, PressTrip, Sugestões de Pauta);
- e) Promover a Pampulha e o Conjunto Moderno nas ações promocionais realizadas pela Belotur alinhadas com as estratégias estabelecidas (Feiras, Eventos, Comunicação Dirigida, entre outros), ao final produzindo relatório de execução para comprovação;

#### **4. 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 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 cotidiana de dados e informações sobre os principais aspectos (quantitativos e qualitativos) relacionados à execução dos programas e do conjunto de suas ações com o objetivo de propiciar em tempo oportuno análises que qualifiquem o processo de tomada de decisão no sentido de corrigir distorções que afetam diretamente no alcance dos resultados desejados. As Principais informações a serem monitoradas ao longo de 2017 são:

- O desempenho físico e financeiro das ações;
- As restrições à execução dos programas/ações e providências adotadas para superação;
- Alcance das metas das ações;
- Definição e avaliação da evolução dos indicadores de cada programa;
- Resultados alcançados.

## **5. FICHA TÉCNICA**

Diretor-Presidente – Aluizer Malab

Diretor Administração e Finanças – Sebastião Olindo de Mattos

Diretor de Políticas de Turismo e Inovação – Marcos Vinícius Boffa

Diretor de Marketing e Promoção Turística – Marcos Barreto

Diretor de Eventos – Gilberto Cesar Carvalho de Castro

Assessor Chefe de Gestão Estratégica - Leonardo Nunes

### **Comissão do Planejamento Estratégico**

Ana Gabriela Milagres Moreira Baêta Ale

Angela Maris

Eduardo Henrique de Paula Cruvinel

Fernanda Heringer Lacerda

Idelaine Capanema da Cunha Santos

Jordana Menezes

Jussara Câmara Paim