

PLANO DE NEGÓCIOS 2023

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

Conselho de Administração

Presidente:

Claudius Vinícius Leite Pereira

Conselheiros:

Adriana Branco Cerqueira

Adriano Fontoura

André Dantas

Gilberto César Carvalho de Castro

Daniel Messias

Diretor-Presidente

Gilberto César Carvalho de Castro

Chefia de Gabinete

Glauco Carlos Carvalho

Diretores Executivos

Alexis Oliveira Jacinto

Leonardo Bruno Nunes

Marcos Vinícius Boffa

Maria Cláudia Leonardo Costa

Assessoria Jurídica

Laura Menezes Rodrigues

Assessoria de Planejamento e Gestão Estratégica

Jordana de Paula Menezes

Assessoria de Comunicação

Fernanda Machado Dias

Sumário

1. INTRODUÇÃO	4
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	5
3. INSTRUMENTOS NORTEADORES	7
4. BELO HORIZONTE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	9
5. RISCOS, AMEAÇAS E AÇÕES DE MELHORIA DA GESTÃO	12
6. OBJETIVOS.....	12
7. EIXOS ESTRATÉGICOS.....	12
8. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2023	13
9. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	28
10. ORÇAMENTO ANUAL	29

1. INTRODUÇÃO

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

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

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

A Belotur, a partir de sua missão, sua visão de futuro e seus negócios e valores, formula suas estratégias que são desdobradas em planos de ações anuais e acompanhadas a partir de sua implantação, oferecendo os meios necessários ao alcance dos objetivos institucionais e à maximização dos resultados. O alcance dos objetivos decorre da aplicação das diretrizes, dos princípios e do modelo de governança adotado. Para cumprir sua função, a Belotur deve possuir e destinar os recursos adequados e o capital humano necessário de modo a atuar com eficácia, eficiência, efetividade e economicidade em benefício de seus propósitos e dos públicos interessados. Para isso, é preciso ter clareza em sua estratégia, adotar as ferramentas capazes de executar as ações previstas e monitorar o seu desempenho.

CRENÇA:

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

PROPÓSITO:

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

MISSÃO:

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

VISÃO DE FUTURO:

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

VALORES:

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

CADEIA DE VALOR:

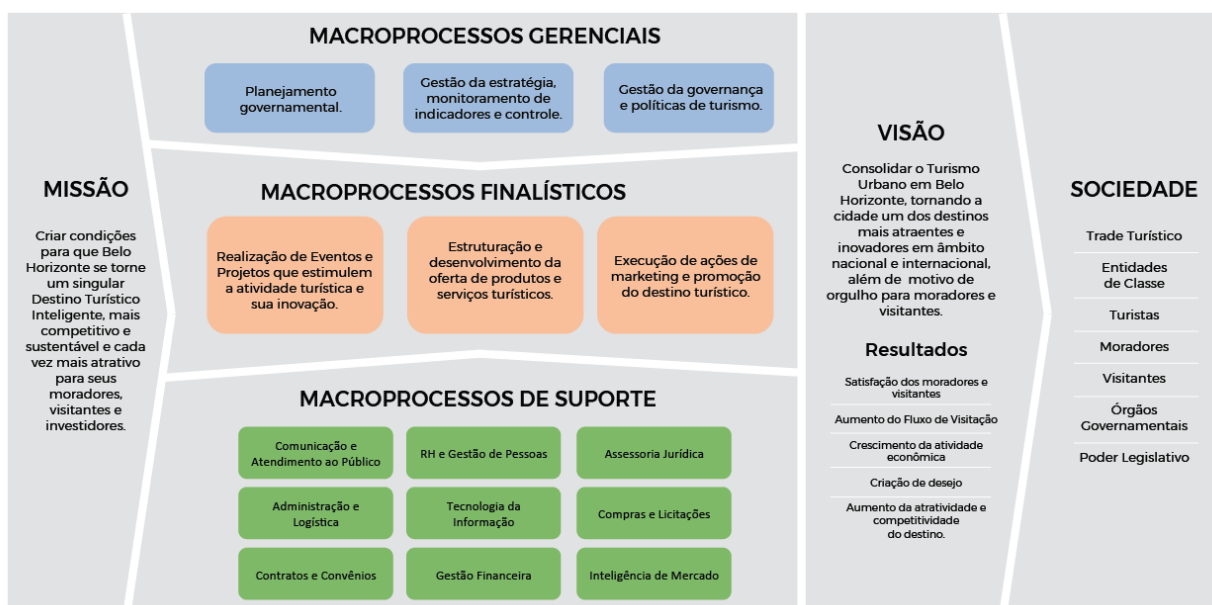


Figura 1: Cadeia de Valor da Belotur

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

O ano de 2022 foi marcado pela recuperação do setor na cidade, aquecido principalmente pela retomada dos eventos de grande público e com grande atratividade de turistas e visitantes. Os indicadores turísticos demonstram essa recuperação em números que hoje, ultrapassam os dados de 2019, no contexto pré-pandêmico.

Além das boas notícias nos indicadores e na retomada das atividades com tranquilidade, a Belotur deu um importante passo na consolidação da Governança do Turismo do município, realizando pela primeira vez uma Conferência Municipal de Turismo e apresentando a versão preliminar de um planejamento estratégico construído à várias mãos.

Entre as principais conquistas e avanços do ano, que apesar de desafiador, teve resultados expressivos

para a retomada do turismo no município, como a Taxa de Ocupação Hoteleira, que alcançou números ainda melhores que em 2019; a realização da 1ª Conferência Municipal de Turismo; a retomada dos eventos presenciais, como o Arraial de Belo Horizonte (que recebeu também como programação a realização do Concurso Nacional de Quadrilhas); e a implementação do Comitê Gestor da Gastronomia, importante ferramenta de Governança para a temática dentro do município.

Também nesse ano, demos importantes passos para a conquista do reconhecimento nacional como Destino Turístico Inteligente, com alcançando 68% dos requisitos necessários dos 80% necessários, tendo como próximos passos a estruturação do plano de transformação digital. Além disso, no dia 28 de Novembro em Bogotá, Belo Horizonte foi declarada Membro Titular da Rede Ibero-americana de Destinos Turísticos Inteligentes, juntamente com Medellin, Bogotá, Montevideu, Curitiba e Salvador.

Outro avanço importante e significativo é o cumprimento de cerca de 65% dos objetivos do Plano de Metas da Belotur para o quadriênio de 21-24, possibilitando maior foco e disponibilidade para cumprimento dos demais 35% nos dois anos que se seguem.

Finalizamos 2022 com grandes expectativas para o Carnaval de Belo Horizonte de 2023, nesse momento a pleno vapor no planejamento e últimos ajustes para a operação. O evento, que tornou-se um dos principais produtos turísticos da cidade, ficou 2 anos sem realização e promete movimentar a cidade no mês de fevereiro, consolidando e melhorando ainda mais os indicadores socio-econômicos da cidade.

Turismo em números

Após dois anos de restrições relacionadas à pandemia do Coronavírus, que impactou fortemente as atividades inerentes ao Turismo, Belo Horizonte viveu, em 2022 a retomada de suas atividades de maneira gradual e segura. Em meio a uma possível nova escalada de contaminações no verão, o Carnaval foi mantido em suspensão, mas após uma tranquilização relacionada aos números da Covid em Julho, a cidade pôde vivenciar novamente o Arraial de Belo Horizonte na Praça da Estação. Ainda foi possível observar um boom na realização de eventos de diversas naturezas: técnico científicos, feiras, entretenimento, shows, teatro e outros. A Belotur, por meio do Edital 4 Estações, injetou cerca de 7 milhões de reais em patrocínio para realização de parte desses eventos, buscando aquecer o setor, que ficou paralisado por 2 anos.

Além disso, foi possível retomar também as ações de promoção do destino, buscando atrair investimentos e visitantes. Esse movimento contribuiu para a retomada econômica, com atração de turistas, impactando positivamente o ISS e a taxa de Ocupação Hoteleira.

A Pesquisa de Demanda Turística, importante fonte de dados e informações a respeito do deslocamento de visitantes teve sua aplicação retomada após um hiato de dois anos.

A Ocupação Hoteleira fechou o ano de 2022 com uma média de 65,4%, um aumento de mais de 3 pontos percentuais se comparado à 2019, antes da pandemia, quando alcançou a marca de 62%. O ISS de atividades tipicamente turística apresentou um leve aumento também, no período de Janeiro a Outubro: enquanto em 2019 o ISS do período foi de 55,7 milhões de reais, em 2022 esse valor já chegava em 59,9

milhões. O percentual do ISS somente consegue ser apurado após o balanço da cidade, pela Secretaria da Fazenda.

Já o fluxo de turistas na cidade ficou ainda abaixo do número alcançado em 2019, quando apresentou 1,9 milhões de pessoas. Em 2022 esse número foi de 1,5 milhões de pessoas. Vale ressaltar nesse tópico que no início de 2022, a cidade viveu uma alta de casos de COVID-19, o que impossibilitou a realização de muitos eventos no primeiro quadrimestre, entre eles, o Carnaval de Belo Horizonte, que é um dos maiores produtos turísticos da cidade. A média de pernoites, outro número apurado na Pesquisa de Demanda foi de 5,53 dias em 2022, contra 5,7 em 2019.

Um indicador que passou a ser apurado durante o período de isolamento social, foram os dados de acesso ao Portal Belo Horizonte, umas das principais ferramentas de promoção do destino, lançado pela Belotur em 2020. Em 2022 foram 2.305.296 sessões visitadas, um aumento significativo desde 2021, quando tivemos 1.372.581 sessões visitadas, e 660.725 em 2020 e 234.395 em 2019.

Observatório do Turismo

O Observatório do Turismo retomou a Pesquisa de Demanda Turística, realizada em setembro e lançada por meio da Plataforma Power BI no site e apresentou no COMTUR os resultados. Em resumo temos:

Origem dos turistas

Em relação à origem dos turistas, 37,34% são de Minas Gerais, 15,91% de São Paulo, 7,59% do Rio de Janeiro e 6,33% do Espírito Santo. Estes resultados destacam o processo de regionalização do turismo, assim como preconizam as recomendações do Ministério do Turismo.

Raio-x dos turistas de Belo Horizonte:

- 55,95% hospedaram-se em hotel ou pousada;
- 55,33% são do sexo masculino e 50,90% são solteiros;
- 40,87% possuem ensino superior completo;
- 49,46% viajaram à Belo Horizonte sozinhos;
- Possuem idade média de 35 anos;
- 41,23% são assalariados com carteira de trabalho assinada; 14% são autônomos e 10,04% são funcionários públicos.

3. INSTRUMENTOS NORTEADORES

A) Plano de Metas

O Plano de Metas é um instrumento de planejamento e gestão previsto no artigo 108-A da Lei Orgânica do Município, que auxilia na definição das prioridades e ações estratégicas do governo ao longo dos quatro anos de mandato. O documento consolida as propostas de campanha e apresenta os principais compromissos da administração municipal com a oferta e melhoria de equipamentos e serviços oferecidos à população. Para isso, são considerados como critérios básicos a promoção do desenvolvimento sustentável, a inclusão social, o respeito aos direitos humanos, a igualdade de gênero e o respeito ao meio ambiente.

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

B) Planejamento estratégico 21-24

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

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

C) Plano Estratégico do Turismo 23-27

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A - BELOTUR, órgão da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, entende a elaboração do Plano Estratégico de Turismo 2023/2027, como uma oportunidade de viabilizar o desenvolvimento da atividade turística, através de ações articuladas com outros setores, instituições municipais, estaduais e federais, bem como entidades de classe e a iniciativa privada para estruturar, ordenar, promover e comercializar o destino turístico. Para elaboração deste Plano, o qual possui um norte temporal de 2023 a 2027, foram considerados os planejamentos mais recentes da Belotur, tais como o Dialoga Turismo e o Plano de Negócios, que, somados a uma escuta participativa do trade turístico e dos colaboradores da própria instituição, permitirão a construção estratégica de metas de curto, médio e longo prazos.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/politicas-de-turismo-e-governanca>

D) Plano de Marketing Turístico

O Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte tem como objetivo a elaboração de estratégias para orientar a Belotur na liderança do trabalho de marketing, promoção e divulgação turística do destino, bem como apoiar as atividades relativas à comercialização do produto turístico 'Belo Horizonte'. O documento, elaborado em 2014, foi atualizado em 2017 compatibilizando-o com o atual da gestão do destino e o novo posicionamento "Belo Horizonte Surpreendente". Foi atualizado novamente em 2020, diante do cenário pós-Pandemia causado pelo Novo Coronavírus (Covid-19).

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

E) Plano de Transformação Digital do Destino Turístico

Com a participação de especialistas do Instituto Ciudades Del Futuro (Argentina), responsável pela aplicação da metodologia DTI Brasil estruturada pelo Ministério do Turismo, a Belotur iniciou, em 2022, um ciclo de oficinas do Projeto de Transformação Digital do Destino Turístico Belo Horizonte. O plano busca implementar a metodologia DTI Brasil em BH nos próximos anos, de forma conjunta com a sociedade civil organizada trabalhando 9 eixos estratégicos. Após a consolidação das informações, realização do ciclo de oficinas e diagnóstico, o plano de transformação digital foi estruturado e será base para continuidade desse trabalho, com o objetivo de alcançar o Selo DTI pelo Ministério do Turismo.

Acesso: <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/futurismo-pesquisa-e-inovacao-turistica-de-belo-horizonte>

4. BELO HORIZONTE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Este capítulo tem como objetivo apresentar uma síntese do trabalho desenvolvido pela Belotur ao longo de 2022 em conjunto com o Instituto Ciudades del Futuro na implantação da metodologia DTI Brasil¹ no território turístico de Belo Horizonte e incorporar aos instrumentos de gestão da empresa conceitos, bases estruturais, resultados, ações e direcionamentos advindos desse processo metodológico. Esse trabalho vem sendo conduzido pela Belotur com o objetivo de se alcançar o Selo de Destino Turístico Inteligente.

Como resultado de um trabalho de diagnóstico, repasse de metodologia e estruturação de ações, a Belotur passa a contar com o apoio de uma ferramenta de gestão para monitoramento da política Belo Horizonte Destino Turístico Inteligente: um Plano de Transformação Digital do Destino. Estruturado para o período de um ano e meio – jan/2023 a jul/2024, o Plano de Transformação Digital do Turismo de Belo Horizonte configura-se como uma ferramenta de gestão e um conjunto de mecanismos sistêmicos para, a partir da visão de futuro da empresa, definir os objetivos e relacionar as ações necessárias para que haja essa conversão de cidade em destino inteligente.

Para alcançar tais objetivos, esta incorporação ao Plano de Negócios da Belotur se torna uma das primeiras iniciativas executadas ao incorporar os 9 eixos do processo de mensuração e transformação em DTI em conformidade com a metodologia adaptada e implantada no Brasil, quais sejam:

- Governança
- Acessibilidade universal
- Inovação
- Promoção e marketing
- Tecnologia
- Criatividade
- Sustentabilidade
- Mobilidade e transporte
- Segurança

Nesse sentido, é necessário fazer uma contextualização e apresentar, de forma resumida, os processos adotados.

Segundo a agência especializada das Nações Unidas para os assentamentos humanos (UN Habitat), estima-se que 70% da população mundial viverá em cidades até 2050 e, até 2025, as regiões metropolitanas contribuirão com mais de 30 bilhões de dólares por ano para o movimento econômico de acordo com a ONU Habitat (2015). Esse crescimento contínuo da urbanização se refletirá

¹ <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/destinos-turisticos-inteligentes-dti>

progressivamente no impacto do turismo urbano no desenvolvimento das cidades, em suas economias, e testará a capacidade dos centros urbanos de se adaptarem rapidamente, oferecendo experiências mais modernas e, conseqüentemente, investimentos constantes em infraestrutura, promoção e sustentabilidade para o benefício de turistas e residentes.

A interdisciplinaridade do setor, que afeta direta e indiretamente diversas áreas, torna o planejamento e a gestão do turismo urbano uma tarefa complexa. Implica cooperação entre as partes relacionadas no estabelecimento de seus principais desafios e na criação das políticas necessárias para apoiar o desenvolvimento de um destino.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento e a difusão de tecnologias oferecem novos modos de comunicação, novas formas de coletar, analisar e trocar dados e, conseqüentemente, apresentam novas oportunidades de gestão e criação de valor. Para destinos que querem se diferenciar, existe a possibilidade, talvez o imperativo, de usar a tecnologia para criar serviços inovadores para turistas, organizações e empresas ligadas ao turismo.

O avanço da tecnologia levou ao uso do termo smart (inteligente) para descrever todas as coisas aprimoradas pela tecnologia. Associado à cidade, o conceito de smart city serve para conceituar um ambiente onde a tecnologia está inserida na cidade e em sinergia com seus componentes sociais.

O conceito de Destino Turístico Inteligente (DTI) ou Smart Destination, em inglês, tem sua origem nas Smart Cities. No entanto, existem algumas diferenças entre eles, como as relacionadas aos limites geográficos, público-alvo e interação com os visitantes. As cidades levam em consideração competitividade, capital humano e social, participação, mobilidade, recursos naturais e qualidade de vida. No caso dos destinos turísticos inteligentes, agregam-se outros pilares: governança, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade e inovação. A Sociedade Estatal Espanhola SEGITTUR (2013) cunhou uma definição que se tornou referência internacional,

Um destino inteligente é um destino turístico inovador, consolidado numa infraestrutura tecnológica de ponta, que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico. Acessível a todos, facilita a interação e integração dos visitantes com o ambiente e melhora a qualidade da sua experiência no destino.

Como se vê, este conceito não está associado apenas à incorporação de tecnologia. Embora seja um pilar fundamental uma vez que os DTI assentam em novas tecnologias de ponta, outros aspectos são tão relevantes como o foco no desenvolvimento sustentável do turismo, inovação, eficiência na gestão dos recursos, na competitividade do setor turístico, qualidade da experiência turística, interação e integração e acessibilidade.

Com o apoio do Instituto Cidades do Futuro, a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A - Belotur iniciou em abril de 2022 o processo de aplicação da metodologia DTI Brasil em busca de se tornar um Destino Turístico Inteligente, por meio da estruturação do plano de transformação digital. Com esse plano, Belo Horizonte buscará a certificação nacional de Destino Turístico Inteligente, concedida pelo Ministério do Turismo do Brasil.

A proposta técnica do Plano de Ação do DTI para o Turismo Inteligente e Sustentável de Belo Horizonte resultou em três produtos entregues durante a execução do projeto, que se integraram ao produto final. E, finalmente, os modelos de dados usados para definir os indicadores a serem usados em uma futura implementação de um Sistema de Inteligência de Turismo.

O primeiro produto consistiu em um diagnóstico para implantação do Documento de Referência Técnica e Modelo de Dados da Metodologia DTI Brasil, que visou identificar variáveis e problemas estruturais que afetam o desenvolvimento competitivo do município. No auto diagnóstico foi utilizado instrumento para avaliar os aspectos específicos referentes às características de Belo Horizonte, seguido de um diagnóstico realizado pelo ICF para estipular as marcas de atendimento aos requisitos por eixos da metodologia DTI. Este diagnóstico, de elaboração participativa e de abordagem sistêmica e interdisciplinar, foi concluído através da análise da informação que permitiu ordenar as principais constatações das diferentes áreas e processos estudados. Ainda neste produto, foi criada a matriz de indicadores, fonte para o cálculo dos indicadores de linha de base que foram priorizados e insumos para a formulação da estratégia do plano DTI para Belo Horizonte. A matriz consiste em uma ferramenta de gestão baseada em 104 requisitos que foram avaliados de março a outubro de 2022 pela equipe do Instituto Cidades do Futuro em oficinas virtuais e presenciais, além de visitas técnicas em Belo Horizonte. Com base nessa avaliação, os requisitos não atendidos ou parcialmente atendidos se tornaram a base para convertê-los em ações e a intenção da Belotur em implementá-los, como entidade gestora, no prazo de um ano e meio e assim concluir e atingir o percentual necessário para obter o selo DTI através do Ministério do Turismo do Brasil (80%). Ao final desse processo, Belo Horizonte atendeu a 68% dos requisitos necessários e definiu-se como meta atingir 80% com a implantação do PTDTI-BH.

O segundo produto consistiu na realização de oficinas para a formulação participativa de estratégias, programas e linhas de ação a serem consideradas e priorizadas. Por meio de oficinas de troca de experiências, iniciativas e projetos, com a participação de convidados da Prefeitura de Belo Horizonte e da sociedade civil organizada, foram apresentadas e niveladas informações sobre a construção dessa proposta. Este produto também realizou a avaliação inicial dos indicadores DTI, cruzando com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e a Agenda de Objetivos 2030, com base na abordagem local, estratégias, programas, projetos e ações necessárias.

Como resultado da etapa de planejamento, foi definido o escopo para materializar as estratégias e objetivos em ações executáveis e mensuráveis, juntamente com a indicação dos responsáveis por cada tarefa e os recursos necessários para sua viabilização.

Como último produto, os resultados foram sintetizados na elaboração e conclusão do plano de ação. Neste produto foram formuladas ações concretas, estabelecendo as suas responsabilidades, atividades, produtos e prazos, terminando com o estabelecimento concreto das suas contribuições para cada um dos indicadores dos ODS. O resultado final de todo esse processo descrito ao longo do plano é a criação e entrega do PTDTI de Belo Horizonte.

Por fim, como resultado de todo esse trabalho, **espera-se a obtenção do selo de DTI em transformação de Belo Horizonte pelo Ministério do Turismo do Brasil**, como forma de validar o cumprimento de todos

os requisitos estabelecidos no plano. Uma forma de medir resultados e transparência com todas as partes envolvidas.

5. RISCOS, AMEAÇAS E AÇÕES DE MELHORIA DA GESTÃO

Programa de Fomento à Integridade

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

Em 2022 foi dada continuidade ao processo de implementação do PPIP, iniciado em 2019, o qual consiste em 10 etapas. Conforme planejado, foi concluída a etapa 7 do programa – Responsabilização. Os documentos foram aprovados pela CTGM e pelo Conselho de Administração da Belotur. Para 2023, pretende-se concluir até a 1ª etapa, finalizando a implementação do Plano, passando para a fase de monitoramento e revisão continuada.

6. OBJETIVOS

Planejar, estruturar e executar os **projetos prioritários da Belotur para 2023, buscando contribuir para a retomada econômica do setor e fortalecer a promoção do destino**, além do seu monitoramento que gera, ao final do ano, um relatório com os resultados alcançados.

As prioridades para o ano são:

- Iniciar a implementação do Plano Estratégico de Turismo;
- Potencializar e inovar nas ações de Promoção do Destino, por meio de ações com influenciadores digitais, mídias e assessoria de imprensa nacional;
- Retomada do Carnaval de Belo Horizonte, com o planejamento iniciado ainda em 2022;
- Realizar a 2ª Edição da Temporada Internacional de Gastronomia e Alimentação, dessa vez em formato presencial e com atividades para o público consumidor e visitante, dando continuidade ao Programa Municipal de Turismo Gastronômico;
- Destino Turístico Inteligente

7. EIXOS ESTRATÉGICOS

Para a elaboração dos “Programas, Projetos e Ações para 2023”, foram consolidadas as propostas do Plano de Governo 2021-2024, do Plano e Contrato de Metas, além das contribuições do Plano Estratégico, Tático e Operacional, resultantes do Dialoga Turismo.

O direcionamento estratégico da Belotur foi então construído a partir da definição de cinco eixos de atuação que organizam as estratégias de forma articulada, dinâmica e transversal, oferecendo, ao mesmo tempo, integração, a constância de propósitos – estabilidade de rumo durante períodos de

incerteza – e a flexibilidade para se antecipar e responder às mudanças e aos diferentes cenários.

1. Fortalecimento Institucional:

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

2. Inteligência de Mercado e Inovação no turismo.

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

3. Desenvolvimento e Qualificação Turística:

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

4. Disseminação do Posicionamento e Apoio à Comercialização:

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

5. Realização e fomento de eventos urbanos:

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

8. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2023

Os programas, projetos e ações da Belotur foram traçados e organizados tendo como ponto de partida esses cinco eixos estratégicos, destacando-se as prioridades para os programas: **Programa Municipal de Turismo Gastronômico; Programa de Pesquisa e Inovação Turística - Futurismo** e o **Programa 4 Estações**. Importante frisar que os programas, projetos e ações abaixo descritos não pertencem a uma Diretoria específica da Belotur, possuindo subprojetos compartilhados com todas as áreas, através de fluxos pré-orientados, prezando pela integração e combinação de esforços.

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

PLANO DE NEGÓCIOS 2023
<i>Belo Horizonte - Surpreendente</i>

P1	Programa Municipal de Turismo Gastronômico
P2	Programa 4 Estações
P3	Programa de Pesquisa e Inovação Turística – Futurismo

Referências:

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

● **PROGRAMAS PRIORITÁRIOS E TRANSVERSAIS**

PROGRAMA MUNICIPAL DE TURISMO GASTRONÔMICO

Com a estruturação do Programa de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte as atividades propostas buscam a consolidação do título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO, especialmente sob o enfoque de governança, desenvolvimento e qualificação para 2023. Busca-se ainda uma ativação do Comitê Gestor, sendo mais executivo, com reuniões periódicas.

Objetivo:

Fortalecer a cadeia de valor da gastronomia e alimentação, de forma ética, segura e sustentável, fornecendo produtos que correspondem à valorização da tradição e da inovação e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e do turismo, a partir dos princípios que regem a Agenda 2030 do desenvolvimento urbano sustentável.

Entregas/resultados:

- Posicionamento da Gastronomia e formatação da governança ampliada de Belo Horizonte Cidade Criativa da UNESCO - convênio SEBRAE MG - Plano de METAS;
- Levantamento das técnicas a serem sistematizadas pelo processo de organização dos “Pilares Produtivo” da Cozinha Mineira em conjunto com o SENAC, mediante credenciamento realizado em 2022;
- Celebração de convênio com Sebrae MG para viabilizar parte das ações do Programa de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte (valor total do convênio R\$680.000,00 sendo R\$4000.000 - Sebrae e R\$280.000,00 - Belotur); Março
- Territórios e Redes Criativas – Mercado Central: nesta edição iremos fazer uma nova abordagem partindo de um mapeamento e da estruturação de guia/roteiro virtual de produtos e serviços gastronômicos, com o objetivo de qualificar a experiência turística dos frequentadores do local. Esta ação irá integrar um convênio entre Belotur e Sebrae- MG com foco na Gastronomia - Plano Metas - Junho - Novembro
- Relatório Quadrienal de Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO - Outubro
- Publicação de decreto municipal do Programa de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte - Outubro.

Ações Contínuas:

- Realização da 2ª Edição da Temporada Internacional de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte
- TIGA - Plano de METAS - Outubro;
- Participação e ativação de ação institucional no Congresso Mundial de Turismo Gastronômico em San Sebastián e no Encontro Mundial da UCCN em Istambul; Setembro;
- Avaliação de candidaturas e relatórios das cidades criativas da Unesco;
- Realização das reuniões periódicas do Comitê Gestor da Cidade Criativa da Gastronomia.

Indicadores:

- Número de participantes da sociedade civil envolvidos;
- Número de entidades de classe envolvidas;
- Oficinas realizadas;
- Evento realizado;
- Número de atividades incluídas na programação da TIGA;
- R\$ recursos captados;
- Áudio guia disponibilizado e número de acessos;
- Número de participantes nas atividades e eventos;
- % de execução do plano entregue.

Monitoramento:

- Atualização mensal do cronograma do Programa;
- Reuniões do Comitê;
- Avaliação do % de execução do convênio.

PROGRAMA 4 ESTAÇÕES

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

Entregas/resultados:

- Proposição de normativo (revisão de decretos existentes) para estabelecer a forma e condições de patrocínio pela BELOTUR;
- Estruturação de novo edital de patrocínio (instrumento com 1 publicação anual);
- Produção do novo formato para o Guia do Planejador de Eventos (digital para o portal);
- Concessão de apoio a eventos e projetos de potencial turístico de interesse da BELOTUR (de forma ativa, calendário proposto) ;

Indicadores:

- Número de eventos apoiados pela política de apoio e patrocínio da BELOTUR

PROGRAMA DE PESQUISA E INOVAÇÃO TURÍSTICA - FUTURISMO

PROGRAMA fuTURISMO - PESQUISA E INOVAÇÃO TURÍSTICA

O programa fuTURISMO se expandiu em 2022 a partir do trabalho direcionado para a implantação da metodologia DTI em BH e para 2023 a proposta é que a política Belo Horizonte Destino Turístico Inteligente se consolide como uma diretriz transversal e também para que alcance o patamar de programa da estrutura ad Belotur. Após a elaboração do diagnóstico e da construção do plano de transformação digital do turismo de Belo Horizonte que visa a certificação junto ao Ministério do Turismo em relação à metodologia DTI-Brasil a proposta para 2023 é que as ações previstas no plano sejam implantadas e monitoradas, assim como seus indicadores. O objetivo é alcançar 80% dos requisitos e a certificação de DTI junto ao Ministério do Turismo. Estão incluídas neste programa ações prioritárias, contínuas e de rotina, seja de cunho institucional ou de aplicação prática de atividades voltadas para o setor e estão concentradas dentro do programa fuTURISMO.

Objetivo:

- Buscar a transformação digital do turismo em Belo Horizonte, com benefícios e impactos para a qualidade de vida do morador e da experiência do visitante na cidade, almejando ainda a certificação nacional de Destino Turístico Inteligente junto ao Ministério do Turismo.

Entregas/resultados:

- Plano de Transformação Digital de Belo Horizonte publicizado;
- Monitoramento do Plano de Transformação Digital do Turismo de Belo Horizonte e seus indicadores - Plano de METAS;
- Publicação do e-book - Plano de Transformação Digital e Boas Práticas DTI;
- Portaria sobre a política DTI no âmbito da Belotur publicada;
- Intercâmbio de capacitação e qualificação DTI para formatação de um estudo de caso em parceria com a Invat.Tur (Comunidade Valenciana, Espanha);
- Conteúdo DTI atualizado e disponibilizado para divulgação;
- Realização de 1 Desafio de Inovação PAMPULHA Inteligente em parceria com o BHTEC - Plano de METAS;
- Consultoria DTI Programa Turismo Futuro BID e SEBRAE Nacional *condicionado à classificação de Belo Horizonte no edital BID/Sebrae.

Ações contínuas:

- Atualização de informações e conteúdo sobre DTI no Portal Belo Horizonte;
- Participação e acompanhamento dos trabalhos da Rede Ibero-Americana DTI.

Indicadores:

- Número de participantes da sociedade civil envolvidos;
- Número de entidades de classe envolvidas;
- Oficinas realizadas;
- Número de participantes/startups aceleradas;
- % de indicadores monitorados e níveis alcançados;
- % de execução do plano entregue.

Monitoramento:

- Atualização mensal do cronograma DTI e indicadores.

- **PROJETOS E AÇÕES POR EIXOS ESTRATÉGICOS**

EIXO 1: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA
--

1. Implementar o Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027

Consiste no detalhamento da versão final do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte, resultante da I Conferência Municipal de Turismo e Consulta Pública (a ser concluída no final de março de 2023).

Objetivo:

Desenhar programas, projetos e ações em uma ação conjunta envolvendo a área técnica de todas as diretorias da Belotur e entidades estratégicas do *trade* turístico do município, em uma perspectiva de longo prazo, definindo-se as ações, indicadores e formas de monitoramento, assim como o seu prazo de revisão. Este detalhamento será realizado por meio da Plataforma MapTur, que permite o monitoramento *online* da execução do Planejamento e será feita por meio de mentorias a serem detalhadas no processo de contratação.

Entregas/resultados:

- Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 implementado

Indicadores:

- Número de participantes da Belotur envolvidos nas etapas de construção do plano
- Número de participantes da sociedade civil (entidades e representantes) envolvidos nas etapas de construção do plano
- Inclusão dos dados na Plataforma MapTur
- Número de Monitoramentos do Plano realizados

Monitoramento:

- Período anterior à implementação da Plataforma: número de mentorias realizadas
- Período de implementação da Plataforma: inserção do Plano na Plataforma MapTur concluída
- Período de Monitoramento do Plano: número de ações atualizadas e monitoradas na Plataforma

Ações Contínuas:

2. Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte – COMTUR-BH

Objetivos:

Realizar as reuniões ordinárias e extraordinárias do Conselho conforme calendário previsto e validado, apresentar o Plano de Negócios 2023 e validar o Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 (primeiro trimestre), mobilizar o *trade* para participar do processo de implementação e monitoramento do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027.

Entregas/resultados:

- Sete reuniões ordinárias do COMTUR realizadas ao longo de 2023 (a princípio em formato híbrido - online e presencial), sendo uma reunião conjunta, com as Câmaras Temáticas.
- Publicação das atas e demais atos do COMTUR em página específica do portal da PBH

Indicadores:

- Número de reuniões realizadas conforme cronograma validado
- Página específica no Portal PBH atualizada

Monitoramento:

- Relatório Anual de Atividades do COMTUR com análise quantitativa e qualitativa dos resultados

3. Câmaras Temáticas – COMTUR-BH

Objetivos:

Consolidar a atuação das Câmaras Temáticas e aperfeiçoar a organização das suas reuniões ordinárias e extraordinárias e criar uma regularidade de datas, assim como uma padronização do registro do processo, conforme cronograma apresentado a ser validado junto ao Conselho na primeira reunião anual (ver cronograma na página anterior) e recomposição (eleição de novos coordenadores para a próxima gestão - dezembro)

Entregas/resultados:

- Cinco reuniões ordinárias e unificadas das Câmaras Temáticas realizadas ao longo de 2023 (a princípio em formato híbrido – online e presencial), sendo uma delas conjunta (todas as Câmaras Temáticas + COMTUR) – conforme cronograma validado na primeira reunião anual.
- Publicação das atas e demais atos das Câmaras Temáticas em página específica do portal da PBH
- Eleições dos Novos Coordenadores

Indicadores:

- Número de reuniões das Câmaras Temáticas realizadas conforme cronograma validado
- Página específica no Portal PBH atualizada
- Novos Coordenadores empossados (dezembro)

Monitoramento:

- Relatório Anual de Atividades das Câmaras Temáticas com análise quantitativa e qualitativa dos resultados

EIXO 2: INTELIGÊNCIA DE MERCADO E INOVAÇÃO PARA O TURISMO

1. Levantamento intersetorial e monitoramento de indicadores em consonância com metodologia DTI Brasil

Objetivo:

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

Entregas/resultados:

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

Indicadores:

- Número de indicadores a serem monitorados

Monitoramento:

- Levantamento de fontes dos indicadores
- Atualização anual dos indicadores

2. Aquisição de plataforma de dados turísticos do destino

Objetivo:

Monitorar o comportamento de usuários de redes sociais (moradores e visitantes) acerca do uso da cidade pela perspectiva de lazer, entretenimento e turismo.

Entregas/resultados:

- Plataforma e relatórios por período a ser definido em função de orçamento disponível

Indicadores:

- Número de registros/ menções da cidade como destino turístico.

Monitoramento:

- Redes sociais

3. Inteligência de dados

Objetivo:

Agrupar dados em um ambiente que possibilite armazenamento, processamento e exibição de dados para facilitar o acesso à informação.

Entregas/resultados:

- painéis de dados

Indicadores:

- número de dados processados
- número de acesso a página de divulgação dos painéis

Monitoramento:

- Indicadores definidos no DTI

EIXO 3: DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

1. Manutenção Lunetas (Rua Sapucaí, Mirante Parque das Mangabeiras e orla da Lagoa da Pampulha)

Objetivos:

Elaboração de instrumento e contratação do serviço contínuo de manutenção das lunetas de apreciação da paisagem em atrativos turísticos (Sapucaí/Pampulha/Mangabeiras) que garanta que os equipamentos permaneçam em pleno funcionamento, oferecendo uma experiência qualificada das visadas da cidade a turistas, visitantes e moradores.

Entregas/resultados:

- Elaboração de instrumento jurídico adequado que garanta agilidade à manutenção dos equipamentos em pauta sob a guarda da Belotur.
- Plano de Manutenção permanente executado e equipamentos em pleno estado de funcionamento ao logo de 2023 (ou até o prazo final do contrato).

Indicadores:

- Instrumento jurídico para contratação de manutenção contínua (preventiva e corretiva) dos equipamentos públicos concluído.
- Plano de Manutenção Preventiva e Corretiva dos equipamentos implementado.

Monitoramento:

- Vistoria técnica realizada a cada três meses.
- Relatório de Vistoria Técnica com levantamento das condições de todos os equipamentos concluído e validado.
- Relatório de Manutenção Preventiva e Corretiva enviado e validado pela Belotur.

2. Sensibilização para o Turismo

Entregas/resultados:

- Formação de agentes multiplicadores do Turismo - sensibilização com prestadores de serviço (taxistas, motoristas de apps, Guarda Municipal, Polícia Militar, Feirantes e Mercados) – produção de vídeo para a plataforma da SMDE.
- Realizar 1 capacitação para Guia de Experiências.

Indicador:

Número de formações realizadas e agentes qualificados.

3. Qualificação da Oferta e Informação

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

Objetivo:

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

Entregas/resultados:

- Promover estudo necessários à criação de Edital de cessão onerosa do CAT Vevevo;
- Desenvolvimento de mapa digital (Hipercentro e Pampulha) ;
- Desenvolvimento de Guia Turístico para a Pampulha;
- Instalação de Letras Caixa, em pontos turísticos da cidade (proposta 3 – Pampulha; Praça da Estação e Savassi);
- Acompanhamento implementação CAT Mercado das Flores.

Indicador:

Número de atendimentos realizados nos espaços geridos pela BELOTUR (CATs)

Ações Transversais

1. Chamamento Público – Ônibus Turístico Conjunto Moderno da Pampulha (SUMOB/BHTrans/Belotur)

Objetivos:

Negociar com a SUMOB e BHTrans o lançamento do Chamamento Público com apoio técnico da Belotur e alinhar possível parceria com PBH Ativos.

Entregas/resultados:

- Articulação com SUMOBI/BHTrans e PBH Ativos realizada
- Chamamento Público do ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha lançado

Indicadores:

- % de etapas necessárias à finalização e lançamento do Chamamento Público do ônibus Turístico do Conjunto Moderno da Pampulha concluídas

Monitoramento:

- Número de reuniões SUMOBI/BHTrans e PBH Ativos realizada
- Chamamento Público divulgado (Portal PBH e/ou DOM)
- Resultado do Chamamento Público Divulgado

2. Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha:

Objetivos:

Revitalização da sinalização existente e possíveis adaptações ao novo padrão MTur/UNESCO/IPHAN (Manual 2021).

Opção 1: com verba própria (ROT + Emenda Impositiva) – contratação do design e conteúdo da sinalização

Opção 2: com verba própria (ROT + Emenda Impositiva) + OCBPM – revitalização da sinalização existente (contratação do design e conteúdo da sinalização, confecção e instalação das placas)

***OBS.: a Organização das Cidades Brasileiras Patrimônio da Humanidade - OCBPM (com patrocínio BNDES e Vale) se comprometeu a apresentar o projeto básico elaborado pela empresa Oka para nove sítios da Unesco no Brasil até final de Fevereiro.*

Entregas/resultados:

- Contratação da revitalização da sinalização turística interpretativa concluído;
- Revitalização da sinalização do Conjunto Moderno da Pampulha e entorno finalizada

Indicadores:

- % de etapas necessárias à revitalização da Sinalização Turística Interpretativa do Conjunto Moderno da Pampulha concluídas

Monitoramento:

- Relatório técnico com documentação fotográfica e descrição do estado de conservação da sinalização interpretativa turística finalizado e validado;
- Projetos de design e conteúdo concluídos;
- Revitalização da Sinalização Turística implantada.

3. Captação de recursos para contratação do Projeto Executivo de reforma e construção dos Mirantes orla da Pampulha

Objetivos:

Captação de recursos para contratação do Projeto Executivo (e complementares) para reforma dos mirantes existentes (Sabiá, Das Garças, Bem-Te-Vi e Biguá) e construção de dois novos mirantes com o mesmo padrão estético (Vertedouro e Península) na orla da lagoa da Pampulha.

Entregas/resultados:

- Articulação junto a outros órgãos da PBH realizada;
- Prospecção de potenciais empresas patrocinadoras realizada.

Indicadores:

- Relatório com articulações internas (PBH) e externas (potenciais empresas patrocinadoras prospectadas)

Monitoramento:

- Número de reuniões junto à PBH realizados;
- Número de reuniões junto à potenciais empresas patrocinadoras realizadas;
- Patrocínios efetivados.

EIXO 4: DISSEMINAÇÃO DO POSICIONAMENTO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

1. Disseminação do Posicionamento

Objetivo:

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

Entregas/resultados:

- Estruturar uma proposta de campanha nacional (briefing) junto à ASCOM, para promoção do destino junto aos mercados;
- Campanha regional para promoção do Carnaval de Belo Horizonte 2023;
- Contratar empresa para captação de influenciadores e disseminação de conteúdos da cidade em suas redes (ação alinhada com a ASCOM);

Indicador:

Número de mídias espontâneas/externas promovendo a cidade

2. Promoção aos Mercados e Apoio à Comercialização

Objetivo:

Ampliar a promoção turística de Belo Horizonte para os mercados e públicos-alvos, por meio de ações que objetivem fomentar a atividade turística e apoiar a comercialização do destino.

Entregas/resultados:

- Participação nas Feiras WTM, ABAV e Festuris (apresentando a Pampulha, Gastronomia e Carnaval)
- Incentivo à criação de novos roteiros e produtos pelos receptivos (que serão levados para as feiras e base para novos negócios com operadores);
- Edital para contratação dos serviços de realização de FAMTOURS, PRESSTRIPS e INFLUENCER TRIPS;
- Participação nos principais eventos e feiras da cidade, promovendo o destino (calendário mapeado – onde queremos estar);

Indicador:

Número de Operadores Capacitados para vender o Destino Belo Horizonte

3. Sensibilização para o Turismo

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

Objetivo:

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

Entregas/resultados:

- Realização de City Tour com moradores de Belo Horizonte, de forma a sensibilizar e estimular a comunidade local da importância do turismo e criar o sentimento de pertencimento e de amor pela cidade (**contratação de 2 por mes, durante todo o ano – março a dezembro**).
- Realização de Famtrips e Gamtour para familiarização do Destino e Promoção da Gastronomia;

4. Imprensa

Objetivo:

dar visibilidade às ações e projetos da Belotur, além de pautas positivas de Belo Horizonte como destino turístico atrativo.

Entregas/resultados: 10 matérias veiculadas nacionalmente

Entregas/resultados:

- Calendário de pautas nacionais, disparadas para mailing qualificado via Plataforma Comunique-se.
- Para imprensa regional, foco em pautas positivas e o que está acontecendo na cidade.
- Realização de duas Press Trips (dentro da licitação encabeçada pela DRMT):
- Press Trip Pampulha - agosto
- Press Trip TIGA - outubro
- Previsão de realização de Press Trip de Carnaval em 2024.
- Apoio às Famtours e Famtrips da DRMT (especialmente às duas Famtrips 50 best).
- Parceria com o Observatório do Turismo para criação de um board de monitoramento de mídia dentro da plataforma Comunique-se, focado em tendências e inteligência de dados.
- Monitoramento de clipping especializado com envio de relatórios para Diretores e presidência.

Indicadores:

número de matérias publicadas.

Monitoramento:

Relatório mensal de clipagem de notícias.

5. Redes Sociais

Objetivo:

promover Belo Horizonte e seus atributos para um público diversificado, atraindo potenciais turistas.

Entregas/resultados:

- resolução do problema do perfil do Instagram e criação de perfil no Tiktok.
- Criação de nova conta no Instagram, devido a impossibilidade de novas ações para recuperar nossa antiga conta. Para essa ação, é necessário investimento em mídia digital e impulsionamento do perfil para criação de público.
- Disponibilização de calendário de datas comemorativas e eventos para posts especiais (com marcação da presidência para repost).
- Criação de perfil no Tiktok para explorar conteúdos em vídeo.
- Contratação de fotografia para registro de atrativos, eventos e gastronomia.
- Criação de editoria Institucional para divulgação de ações da Belotur que não têm cunho promocional (presença em feiras e eventos, políticas públicas, ações com o Trade).

Indicadores:

interações (curtidas, seguidores, comentários) nas redes sociais.

Monitoramento:

relatórios mensais das plataformas.

6. Portal Belo Horizonte

Objetivo:

ser mais atrativo, intuitivo e relevante para o público que o acessa. Ser uma página de referência site de eventos e programações da cidade.

Entregas/resultados:

- concluir o redesign do site, melhorar buscador e calendário de eventos.
- Implementação das indicações da consultoria de UX Design, em parceria com a Prodabel
- Digitalização de conteúdos da DRMT - Guia do Planejador, Catálogo de Experiências, Mapa Digital da Pampulha.
- Divulgação de “Calendário de Eventos de Interesse da Belotur” (Eventos apoiados / patrocinados + Eventos realizados pela PBH com potencial Turístico, incluindo alguns da Cultura).
- Criação de página institucional da Belotur, para disponibilização de notícias, releases e ações.
- Criação de Mapa do Carnaval.

Indicadores:

números de acesso ao Portal.

Monitoramento:

relatórios mensais.

7. Marcas

Objetivo:

trabalhar a promoção de Belo Horizonte e de atributos como a gastronomia de forma efetiva e clara, por meio do posicionamento turístico e marcas.

Entregas/resultados:

- manual de uso, regramentos e indicações das marcas “Belo Horizonte Surpreendente” e “ Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia”.
- Atualização de marcas e elaboração de manual de aplicação:
- Gastronomia: rebranding feito pela Ascom, a partir da definição de objetivos em relação à promoção da gastronomia.
- BH + Feliz: inclusão no Portal
- BH Surpreendente: definição de uso e renovação das aplicações.

EIXO 5: REALIZAÇÃO E FOMENTO DE EVENTOS URBANOS

1. Carnaval

O Carnaval de Belo Horizonte tem como um dos principais atrativos a essência democrática e plural. A folia, que se estende por todas as regiões da cidade, atrai milhões de pessoas para a capital mineira todos os anos e é atualmente um dos melhores Carnavais do Brasil.

Objetivos

- Ser um Carnaval reconhecido como: inclusivo, cidadão, sustentável e de todos.
- Manter a festa entre as 05 melhores do país.
- Manter a qualidade da entrega operacional
- Alcançar a captação de patrocínio privado para 100% do orçamento necessário para realizar o evento
- Aumento da quantidade de turistas
- Contribuir para capacitação e qualificação dos atores do Carnaval
- Estruturar uma governança da Belotur juntamente a outros municípios do Brasil, garantindo confiabilidade, credibilidade, reconhecimento e protagonismo de BH no cenário nacional no que diz respeito ao Carnaval
- Proporcionar à população uma experiência de amorização, de descoberta da cidade e sua cultura, gerando orgulho e pertencimento.

Indicadores:

- Quantidade de foliões/público

- Número de ações de inclusão e sustentabilidade
- Quantidade de captação financeira e/ou marcas envolvidas
- Nº de blocos
- Nº de escolas de samba e blocos caricatos inscritos
- Resultados da Pesquisa com Observatório do Turismo

Entregas:

- Cadastro e definição dos trajetos dos blocos de rua
- Publicação do regulamento para os desfiles das escolas de samba de blocos caricatos
- Projeto para decoração de logradouros
- Contratação de artistas e montagem de palco para programação de shows
- Cadastramento e credenciamento de ambulantes
- Participação em uma feira de promoção do destino com foco no Carnaval

Resultados Esperados:

- Ampliação da integração com demais órgãos da PBH, para além da operação;
- Quantidade de público mantida e ampliação e qualificação dos turistas;
- Geração de emprego e renda;
- Modernização e melhorias nos processos de planejamento, gestão e operação do evento;
- Manter a atratividade e captação de grandes marcas patrocinadoras.

2. Arraial 2023

Ao longo dos anos, o Arraial se tornou uma celebração cada vez mais democrática, com ampla visibilidade, atraindo turistas de diversos cantos do país. O Arraial de Belo Horizonte consiste em um evento com programação artística e cultural que representa, para o turismo, uma oportunidade de diferenciação e ampliação do fluxo de visitantes na capital. A programação é composta por diversas atividades como Cortejo Junino, Blitz Juninas, Concurso Municipal de Quadrilhas Juninas, shows de artistas de renome regional e nacional, Concurso de Prato Junino e Vila Gastronômica.

Objetivos

- Ampliar o evento tornando-o um produto turístico onde gastronomia, música e quadrilha são pilares.
- Realizar o concurso municipal para quadrilhas de acesso e do grupo especial
- Realizar a apuração de resultados do concurso
- Fortalecer a cultura junina, ampliando o número de quadrilhas e quadrilheiros no evento e fortalecendo os grupos na capital.
- Diversificar a programação do evento, tornando-o cada vez mais atrativo e com identidade própria.
- Ampliar o interesse de marcas, prospectando patrocínio privado para o evento.

Entregas:

- Realização e produção das blitzes juninas
- Realização do Concurso Municipal

- Produção do evento São João Festeiro
- Montagem de palco e contratação de artístico para compor a programação
- Montagem da Vila Gastronômica
- Viabilização do concurso do Prato junino

Indicadores

- Número de quadrilhas: inscritas x desistentes
- Número de quadrilheiros participantes;
- Número de apresentações artísticas;
- Quantidade de público nas ações presenciais do concurso, na Praça da Estação;
- Quantidade de público nos shows, na Praça da Estação;
- Clipping (menções na mídia)
- Quantidade de marcas envolvidas
- Quantidade de horas de programação

Resultado Esperado

- Aumento no número de turistas no período junino na capital
- Maior visibilidade do evento, dando ênfase a cidade de Belo Horizonte como importante destino turístico no período junino.
- Fortalecimento da programação, inovando nas apresentações artísticas e ampliando o público.
- Definição da programação com antecedência, permitindo ampliar comunicação do evento.

3. Outros Eventos

- Troca da Bandeira
- 07 de setembro
- Parada LGBT

9. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

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

- Gerar informações úteis à melhoria da qualidade das decisões associadas ao planejamento, alocação de recursos e a execução das ações de governo;
- Promover a aprendizagem e disseminar o conhecimento na Belotur sobre o programa, mediante a discussão e análise sobre a concepção, desempenho e resultados;
- Fornecer subsídios que qualifiquem o processo de avaliação dos programas e ações da Belotur;

- Contribuir para o aperfeiçoamento do Plano de Negócios e Planejamento Estratégico da Belotur em sua fase de revisão, com vistas à melhoria dos resultados e a otimização na utilização dos recursos.

A metodologia definida para a avaliação dos resultados deste plano de negócios tem como elemento central a coleta periódica de dados e informações sobre os principais aspectos (quantitativos e qualitativos) relacionados à execução dos programas e do conjunto de suas ações. O objetivo é propiciar, em tempo oportuno, análises que qualifiquem o processo de tomada de decisão para corrigir distorções que afetam diretamente o alcance dos resultados desejados. De forma geral, para além da avaliação por projetos, as principais informações a serem monitoradas ao longo de 2023 são:

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

Por fim, o monitoramento deverá ser realizado trimestralmente, a fim de possibilitar ajustes na condução dos projetos buscando uma maior eficiência. As agendas são realizadas entre Diretores e Assessoria de Planejamento juntamente com a Presidência em Maio, Setembro e Dezembro.

10. ORÇAMENTO ANUAL

AÇÃO	SUBAÇÃO	DIRETORIA RESPONSÁVEL	ORÇAMENTO
2900	Serviços Administrativos Financeiros	DRAF	R\$ 18.006.340,00
2629	Apoio a Eventos de Interesse Público	PRE	R\$ 24.000,00
	Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	DRMT	R\$ 8.640.000,00
	Arraial de Belo Horizonte	DREV	R\$ 3.240.000,00
	Carnaval de Belo Horizonte	DREV	R\$ 11.495.524,00
	Eventos PBH	PRE	R\$ 25.000,00
	Formação, Qualificação e Sensibilização para Turismo	DRMT	R\$ 271.200,00
	Projetos Turísticos	DRMT	R\$ 121.600,00
	Realização de Eventos pela Belotur	DREV	R\$ 101.102,00
	Segmentos e Produtos Turísticos	DRMT	R\$ 65.880,00
2914	Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	DRMT / ASCOM	R\$ 339.444,00
	Qualificação da Informação	DRMT	R\$ 75.600,00
	Atração de Eventos Nacionais e Internacionais	DRMT/DRTI	R\$ 158.760,00
	Marketing e Promoção do Destino Belo Horizonte	DRMT	R\$ 456.980,00
2915	Desenvolvimento e Estruturação de Territórios Turísticos	DRTI	R\$ 242.695,00
	Inovação Turística (Futurismo)	DRTI	R\$ 172.800,00

	Fortalecimento da Governança e das Relações Institucionais	DRTI	R\$ 54.000,00
	Observatório do Turismo	DRTI	R\$ 172.686,00
2932	Desenvolvimento e Fomento da Gastronomia	DRTI	R\$ 324.000,00
	Formação e Qualificação da Gastronomia	DRTI	R\$ 540,00
	Governança e Networking da Rede de Cidades Criativas	DRTI	R\$ 86.400,00
	Promoção, comunicação e Valorização da Gastronomia	DRTI	R\$ 540,00
		TOTAL	R\$ 44.075.091,00