

## **RELATÓRIO INTEGRADO**

# **EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A - BELOTUR**

*“Um relatório integrado é um documento conciso sobre como a estratégia, a governança, o desempenho e as perspectivas de uma organização, no contexto de seu ambiente externo, levam à geração de valor em curto, médio e longo prazo.” (A ESTRUTURA INTERNACIONAL PARA RELATO INTEGRADO, International Integrated Reporting Council - IIRC, 2014)*

## **VISÃO GERAL ORGANIZACIONAL E AMBIENTE EXTERNO**

*“O que a organização faz e quais são as circunstâncias em que ela atua?”*

### **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.

### **Identidade Organizacional**

A identidade organizacional da Belotur, Empresa de Turismo da Prefeitura de Belo Horizonte, ampara-se nos seguintes conceitos:

**Crença:** O reconhecimento das singularidades e diferenciais de uma cidade desperta orgulho e interesse em seus moradores em atrair visitantes e investidores.

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

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

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

**Valores:**

- Valorização do Capital humano;
- Eficiência e Inovação;
- Integração e Realização;
- Estímulo à participação;
- Resultados;
- Ética e transparência.

**Conduta Ética:** Para que a Belotur possa cumprir a missão eficazmente, as atividades, relacionamentos internos e externos, bem como sua gestão deverão ser pautadas nos princípios e valores descritos abaixo:

- 1) Respeito ao empregado/colaborador, turistas/excursionistas, aos representantes da cadeia produtiva do setor turístico, aos parceiros e à comunidade;
- 2) Compromisso com a qualidade dos serviços prestados;
- 3) Vigilância, respeito e zelo pelo patrimônio público;
- 4) Exercício de práticas cidadãs e de responsabilidade social;
- 5) Defesa do diálogo e da solidariedade no âmbito de suas relações internas e externas;
- 6) Promoção de um ambiente de trabalho dentro das premissas da sustentabilidade;
- 7) Cumprimento rigoroso de contratos e compromissos assumidos;
- 8) Desenvolvimento, promoção e divulgação do “Produto Turístico Belo Horizonte” em conformidade com os princípios da sustentabilidade;
- 9) Valorização do trabalho e do constante desenvolvimento profissional de seus empregados;
- 10) Valorização da gestão compartilhada e das tarefas em equipe.

**Segmentos Prioritários:** Considerando a importância da segmentação para um bom desempenho turístico, foram elencados abaixo os segmentos turísticos e nichos prioritários para atuação da Belotur. É importante salientar que os segmentos foram alinhados em oficinas de trabalho com as equipes da BELOTUR, Diretoria Executiva e inseridas no Planejamento

Estratégico 2017/2020 e tiveram respaldo no Plano de Marketing Turístico da cidade de Belo Horizonte.

A OMT define Turismo Urbano como "Um tipo de atividade turística que ocorre em um espaço urbano com seus atributos inerentes caracterizado pela economia não agrícola como administração, fabricação, comércio e serviços e sendo pontos de transporte nodais. Os destinos/cidades urbanas oferecem uma ampla e heterogênea gama de recursos culturais, arquitetônicos, experiências tecnológicas, sociais e naturais e produtos para lazer e negócios". Portanto, dentro do contexto do Turismo Urbano, são segmentos turísticos e nichos prioritários em Belo Horizonte:

- Turismo Cultural
- Turismo de Negócios e Eventos
- Turismo Gastronômico
- Turismo de Cidades Inteligentes
- Turismo Cidadão
- Arquitetura e Urbanismo (nicho de mercado)
- Moda / Design / Compras (nicho de mercado)

## **GOVERNANÇA**

*"Como a estrutura de governança da organização apoia sua capacidade de gerar valor em curto, médio e longo prazo?"*

A Governança na Belotur deve ser sempre pautada pela avaliação do ambiente, os cenários, o desempenho e os resultados atuais e futuros; o direcionamento e orientação para a preparação, a articulação e a coordenação de políticas e planos, alinhando as funções organizacionais às necessidades das partes interessadas e assegurando o alcance dos objetivos estabelecidos; e o monitoramento dos resultados, do desempenho e do cumprimento de políticas e planos, confrontando-os com as metas estabelecidas e as expectativas das partes interessadas. Estas funções se desdobram em diretrizes que norteiam os processos e procedimentos instaurados na atuação da organização:

- 1) Focar o propósito da organização no cumprimento do interesse público;
- 2) Ter clareza e objetividade acerca de seus propósitos, bem como dos resultados esperados para cidadãos, turistas e usuários dos serviços;

- 3) Tomar decisões embasadas na legislação vigente, nos princípios da administração pública, na moralidade e proporcionalidade administrativa, e na especialidade de suas funções;
- 4) Garantir a transparência sobre a forma como as decisões são tomadas;
- 5) Prestar contas e dar publicidade dos atos administrativos às partes interessadas;
- 6) Desenvolver a capacidade e a eficácia do corpo diretivo e técnico da Belotur;
- 7) Certificar-se de que os agentes (comissionados ou eleitos) tenham as habilidades, o conhecimento e a experiência necessários para o desempenho de suas funções;
- 8) Definir claramente tais funções em sua estrutura organizacional e as competências do corpo diretivo e técnico, certificando-se de seu cumprimento e mantendo-os atualizados;
- 9) Criar, manter e usar estruturas de aconselhamento, apoio e informação de boa qualidade;
- 10) Certificar-se de que um sistema eficaz de gestão de riscos esteja em operação;
- 11) Equilibrar, na composição do corpo diretivo e nas instâncias de governança da Belotur, continuidade, renovação e representatividade do corpo técnico da Belotur;
- 12) Garantir que o corpo diretor e técnico atue de maneira exemplar, promovendo, sustentando e garantindo a efetividade da governança; e
- 13) Colocar em prática os valores organizacionais.

## **MODELO DE NEGÓCIOS**

*“Qual é o modelo de negócios da organização?”*

### **O papel da Belotur como empresa pública**

O mundo globalizado, de mudanças constantes e imprevisíveis, bem como os avanços tecnológicos, impõe barreiras a este modelo burocrático. A gestão pública passou a exigir maior agilidade, descentralizada, e controle de resultados. Surge então a necessidade de uma administração pública gerencial.

A sociedade, por sua vez, clama por moralidade, profissionalismo e excelência da administração pública, bem como por melhor qualidade de vida e redução das desigualdades sociais. O cidadão vem deixando, gradualmente, de ser sujeito passivo e passa a exigir, em

níveis progressivos, melhores serviços, respeito à cidadania e mais transparência, honestidade, economicidade e efetividade no uso dos recursos públicos.

Nesse aspecto, a busca pelo aperfeiçoamento e pela profissionalização da administração pública assume papel fundamental na medida em que procura minimizar o desempenho do Estado brasileiro, aproximando-o dos anseios da sociedade.

Papel fundamental atribuído às organizações públicas no mundo moderno é a de ampliar de forma sistêmica e integrada as oportunidades dos cidadãos. O Estado tem o dever de estimular o desenvolvimento e a incorporação de novas tecnologias e inovações no setor público para que sejam criadas as condições necessárias ao atendimento crescente das demandas sociais.

Para cumprir bem sua função, a Administração Pública – órgãos e entidades – deve possuir os recursos adequados e o capital humano necessário de modo atuar com eficiência, eficácia e efetividade em benefício da sociedade. Assim, faz-se necessário a mudança de um paradigma essencialmente burocrático para um gerencial focado em resultados.

No novo modelo de administração pública gerencial, o Estado tem o papel de assegurar no interesse do cidadão-usuário, maior eficiência e qualidade dos serviços públicos e não verificar exclusivamente o cumprimento da legislação em vigor. A nova administração pública tem como foco o atendimento das necessidades do cidadão. Para tanto, são empregadas diversas ferramentas gerenciais, entre elas a mudança na postura estratégica das organizações públicas.

A compreensão dos objetivos institucionais por parte dos servidores e o alinhamento de toda organização com as estratégias traçadas são fatores preponderantes para garantir o sucesso e a sobrevivência da organização.

Implantar práticas que assegurem a utilização do capital intelectual de forma alinhada com a missão, objetivos estratégicos, valores organizacionais e metas da instituição, visando à maximização dos resultados e a coerência com os princípios que devem nortear as ações do setor público, são iniciativas necessárias e indispensáveis ao desenvolvimento de uma cultura orientada a resultados.

Para atuar de forma positiva em favor da sociedade são essenciais a construção, a compreensão e a comunicação de estratégias corporativas que assegurem resultados capazes de atender às expectativas do cidadão em relação à atuação e ao papel conferido, ao longo da história, aos órgãos públicos brasileiros.

A gestão da Belotur - empresa pública da administração indireta municipal - 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.

## **RISCOS E OPORTUNIDADES**

***“Quais são os riscos e oportunidades específicos que afetam a capacidade que a organização tem de gerar valor em curto, médio e longo prazo, e como a organização lida com eles?”***

Para compor a análise de riscos e oportunidades da Belotur para os próximos cinco anos, adotou-se neste Planejamento Estratégico a metodologia conhecida como F.O.F.A (ou SWOT) <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Análise SWOT ou Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) (em português) é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usada como base para gestão e planejamento estratégico de



que objetiva avaliar o posicionamento da Belotur em seu cenário interno e no ambiente externo.

A análise do ambiente interno da Belotur consiste na avaliação do conjunto de recursos humanos, financeiros, físicos, entre outros, sobre os quais é possível exercer maior controle, pois são resultados de estratégias definidas pela Diretoria Executiva. Nesse ambiente é possível identificar as forças (pontos fortes), correspondentes aos recursos e capacidades que juntos se transformam em uma vantagem competitiva para a empresa em relação aos seus concorrentes, e as fraquezas (pontos fracos) que são as deficiências que a empresa apresenta em comparação com seus concorrentes atuais ou em potencial.

Já o ambiente externo é composto por fatores que existem fora dos limites da Belotur e, que de alguma forma, exercem influência sobre a atuação da empresa. Este é um ambiente sobre o qual não existe controle, porém deve ser monitorado continuamente, pois é base para o planejamento estratégico.

Dessa forma, as análises foram feitas baseadas nas diretrizes estratégicas.

#### **I- Desenvolvimento e estruturação dos produtos, equipamentos, serviços e eventos turísticos:**

Oportunidades:

- ✓ Programas do Ministério do Turismo com recursos destinados para infraestrutura e qualificação;
- ✓ Melhoria dos equipamentos e serviços turísticos de Belo Horizonte;
- ✓ Incremento qualitativo e quantitativo da oferta hoteleira;
- ✓ Instalação de empresas turísticas de abrangência nacional, inclusive redes hoteleiras e operadoras de turismo;
- ✓ Ampliação da estrutura e da capacidade do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte;
- ✓ Ampliação da malha aérea nacional e internacional;
- ✓ O destaque de Belo Horizonte no Plano de Marketing do Brasil – Plano Aquarela;
- ✓ Designação de Belo Horizonte como destino indutor no programa de regionalização do Ministério do Turismo;

---

uma corporação ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de um blog à gestão de uma multinacional.

- ✓ Posição geográfica de Belo Horizonte;
- ✓ Incremento e diversificação da oferta cultural de Belo Horizonte;
- ✓ Reconhecimento pela UNESCO do Conjunto Moderno da Pampulha como Patrimônio Cultural da Humanidade;
- ✓ Diversidade de polos econômicos e criativos: Moda; Design; Artesanato; Tecnologia da Informação; Etc;
- ✓ Potencialidade Turística do entorno: Inhotim; Ouro Preto; Mariana; Serra do Cipó; Circuito das Grutas; Etc;
- ✓ Construção de uma Política Pública da gastronomia mineira - ampla e diversificada;
- ✓ Diversidade de roteiros e atrativos turísticos - ampliação da oferta e da competitividade.

Ameaças:

- ✓ Ausência de políticas integradas do turismo (nacional, estadual e municipal);
- ✓ Belo Horizonte não aparece na lista de destinos mais desejados pelos turistas nacionais;
- ✓ Fornecedores de serviços com baixa capacidade de inovação;
- ✓ Destinos Competidores com Belo Horizonte no geral estão mais bem posicionados, conforme estudos do Observatório do Turismo, IDH, Índice de Competitividade do Ministério do Turismo;
- ✓ Descontinuidade na implantação das políticas federais de incentivo ao turismo nos municípios;
- ✓ Deficiência da mobilidade urbana – principalmente de serviços especializados;
- ✓ Crise econômica e política mundial e nacional;
- ✓ Insuficiência da oferta de profissionais qualificados para atender o crescimento da demanda;
- ✓ Redução do número de eventos realizados em Belo Horizonte;
- ✓ Demora na conclusão das obras de melhoria na infraestrutura;
- ✓ Descontinuidade de projetos municipais e estaduais;
- ✓ Suspensão de recursos para ações e melhorias de infraestrutura;
- ✓ Posicionamento dos empreendimentos hoteleiros, inclusive sobre tarifas e taxa de ocupação.

Forças:

- ✓ Programa de capacitação da cadeia produtiva do turismo e serviços correlatos;
- ✓ Estudo, elaboração e ampliação de roteiros turísticos;
- ✓ Representatividade da Belotur perante a cadeia produtiva do turismo;
- ✓ Observatório do Turismo institucionalizado;
- ✓ Idealizador e coordenador das ações de hospitalidade;
- ✓ Belotur como apoiadora de projetos e ações em Belo Horizonte.

Fraquezas:

- ✓ Falta de recursos financeiros, materiais e humanos;
- ✓ A governança compartilhada não está consolidada;
- ✓ Estrutura do observatório ainda é incipiente;
- ✓ Não dispõe de uma política estruturada de apoio à captação de eventos;
- ✓ Não dispõe de uma política estruturada de captação de recursos;
- ✓ Inexistência de políticas de concessão de incentivos fiscais para atração de investidores e instalação de novos empreendimentos ligados ao setor do turismo.

**II- Aprimoramento do marketing e promoção da cidade:**

Oportunidades:

- ✓ Destino apresenta potencial turístico para atrair e fidelizar a demanda turística;
- ✓ Belo Horizonte é o portão de entrada e base para visitas aos destinos do entorno;
- ✓ Há demanda potencial para maior comercialização de pacotes turísticos para Belo Horizonte;
- ✓ O turista, em geral, tem boa imagem da cidade de acordo com as pesquisas de demanda realizadas pela Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais e de satisfação realizadas pela Belotur e Fecomércio;
- ✓ A grande maioria dos turistas efetivos recomendaria a viagem a Belo Horizonte de acordo com as pesquisas de demanda realizadas pela Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais e de satisfação realizadas pela Belotur e Fecomércio;
- ✓ Diversidade dos atrativos turísticos;
- ✓ Apelo internacional em decorrência do título conquistado pelo Conjunto Moderno da Pampulha como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO.

Ameaças:

- ✓ Baixo conhecimento dos atrativos e de Belo Horizonte pelos turistas e pela população;
- ✓ Eficácia das campanhas publicitárias de divulgação de Belo Horizonte;
- ✓ Imagem não consolidada de destino de lazer e cultura junto a turistas e agentes emissores como os de São Paulo, Rio de Janeiro, dentre outros;
- ✓ Inexistência de um programa contínuo de caravanas (*roadshows, famtours, presstrips, site-inspection*) para divulgação dos produtos de Belo Horizonte;
- ✓ Desarticulação da cadeia produtiva do turismo;
- ✓ Faltam parcerias e promoções com as companhias aéreas, hotéis e outras cidades, sobretudo para fins de semana;
- ✓ Problemas de infraestrutura e serviços públicos: sinalização, mobilidade, estacionamento, acessibilidade aos atrativos, transporte, segurança, etc;
- ✓ Descontinuidade das políticas públicas nacionais e estaduais / Diminuição dos investimentos do setor público / atuações provisórias.

Forças:

- ✓ Poder de Governança da Belotur;
- ✓ Belotur atuou como responsável pela elaboração, implantação e monitoramento do Plano de Marketing de Belo Horizonte;
- ✓ Responsável pelo programa de hospitalidade;
- ✓ Responsável pelo *site* e mídias sociais destinados ao turismo de Belo Horizonte;
- ✓ Responsável pelos postos de informação turística de Belo Horizonte, inclusive o posto móvel;
- ✓ Produtora e distribuidora do mapa turístico.

Fraquezas:

- ✓ Escassez de recursos financeiros, materiais e humanos;
- ✓ A divulgação, promoção e comunicação precisam ser ampliadas para que as informações cheguem aos públicos específicos;
- ✓ Baixo orçamento para investimento no consumidor final;
- ✓ Material promocional de Belo Horizonte, inclusive em outros idiomas.

### **III- Aprimoramento de políticas de monitoramento e avaliação do setor turístico:**

#### Oportunidades:

- ✓ Produção e divulgação de dados do turismo e correlatos por órgãos diversos como Fundação João Pinheiro, IPEAD, Governo MG, Ministério do Turismo, IBGE;
- ✓ Programas do Ministério do Turismo destinados à pesquisa;
- ✓ Novas tecnologias para a sistematização e compilação dos dados.

#### Ameaças:

- ✓ Entidades da cadeia produtiva do turismo com pouca estrutura e recursos financeiros para a produção de dados sobre o setor;
- ✓ Não existe sinergia e integração entre os setores turísticos para a elaboração de uma política de sistematização dos dados sobre o setor;
- ✓ Falta política pública de incentivos fiscais para a elaboração e desenvolvimento de pesquisas e estudos sobre a atividade turística em Belo Horizonte.

#### Forças:

- ✓ Observatório do Turismo institucionalizado;
- ✓ Poder de Governança;
- ✓ Apuração do ISS Turístico.

#### Fraquezas:

- ✓ Escassez de recursos financeiros;
- ✓ Dependência de outros órgãos para a sistematização dos dados.

### **IV- Fortalecimento institucional e da governança do turismo:**

#### Oportunidades:

- ✓ Publicação da Política Municipal de Turismo, Lei 10.823/2015;
- ✓ Elaboração do Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte;
- ✓ Publicação da Lei Federal nº 13.303/2016;
- ✓ Setor turístico mundial em crescimento;
- ✓ Aumento do volume de oportunidades de negócios, em função do aumento do número de turistas;

- ✓ Exigência de profissionalização do setor turístico;
- ✓ A inserção tecnológica no setor turístico;
- ✓ Programas federais, estaduais e municipais de qualificação profissional;

Ameaças:

- ✓ Cadeia produtiva do turismo desarticulada;
- ✓ Atuação limitada do COMTUR;
- ✓ Fragilidade das entidades de classe do setor turístico;
- ✓ Carência de mão de obra qualificada no setor turístico;
- ✓ Grande competitividade entre destinos turísticos;
- ✓ Diminuição do mercado turístico e consumidor nacional, em função da recessão econômica do país;
- ✓ Alinhar demandas aos recursos disponíveis para a qualificação profissional por meio da apresentação de projetos bem estruturados;

Forças:

- ✓ Representatividade da Belotur perante a cadeia produtiva do turismo;
- ✓ Possui programa de capacitação para o setor turístico e correlato;
- ✓ Órgão gestor do turismo de Belo Horizonte;
- ✓ Reativação do COMTUR;
- ✓ Adequação à Lei Federal nº 13.303/2016;
- ✓ Atualização dos instrumentos jurídicos e estratégicos da empresa tais como: Estatuto, Manual de Governança, Planejamento Estratégico, dentre outros.

Fraquezas:

- ✓ Recursos físicos, humanos e financeiros limitados;
- ✓ Descontinuidade das ações;
- ✓ A governança compartilhada não está consolidada;
- ✓ Não possui avaliação de desempenho dos funcionários;
- ✓ Necessidade de concurso público;
- ✓ Falta programa de treinamento continuado para os funcionários da Belotur;
- ✓ Não integração dos sistemas de informática;
- ✓ Sistematização dos processos administrativos internos.

**V- Desenvolvimento socioeconômico e sustentável da atividade turística:**

Oportunidades:

- ✓ Facilidade de investimentos, em função de programas federais, estaduais e municipais;
- ✓ Posição geográfica privilegiada na economia nacional;
- ✓ Unidades de Conservação (UCs) com potencial de exploração turística;
- ✓ Existência de instrumentos de planejamento territorial atualizado;
- ✓ Despoluição da Lagoa da Pampulha.

Ameaças:

- ✓ Falta de instrumentos de planejamento e de aproveitamento turístico nas UCs (plano de manejo, estudos de capacidade de carga, etc.), à exceção do Parque das Mangabeiras;
- ✓ Atividade econômica em recessão;
- ✓ Falta de mão de obra qualificada no setor terciário;
- ✓ Degradação de áreas naturais.

Forças:

- ✓ Belotur como responsável pelos eventos Carnaval e Arraial que preservam a identidade cultural e geram emprego e renda;
- ✓ Indutor do setor turístico de Belo Horizonte;
- ✓ Colaborador, apoiador e incentivador na captação de eventos;
- ✓ Responsável pela elaboração AAE – Avaliação Ambiental Estratégica, com recursos do MTUR;
- ✓ Promoção e divulgação do Produto Belo Horizonte em feiras e eventos, inclusive em eventos captados.

Fraquezas:

- ✓ Escassez de recursos financeiros para a sensibilização da população e da cadeia produtiva do turismo quanto à prática do turismo sustentável;
- ✓ Inexistência de material promocional contra a prática do turismo sexual;
- ✓ Recursos limitados para a participação em feiras e eventos.

As atividades envolvidas no gerenciamento de riscos devem contribuir para a perenidade da Belotur, atendendo aos seus objetivos estratégicos, diminuindo ou eliminando a probabilidade e o impacto negativo, adverso, e aumentando a probabilidade e impacto de um evento positivo, benéfico.

## **ESTRATÉGIA E ALOCAÇÃO DE RECURSOS**

*“Para onde a organização deseja ir e como ela pretende chegar lá?”*

O turismo consolidou-se nesta década como setor importante da economia e vem apresentando altas taxas de crescimento, e ao que tudo indica, continuará em expansão. É um fenômeno social, complexo e diversificado, que traz o desenvolvimento econômico e o bem-estar social da população local.

A Belotur é o órgão responsável pela estruturação, qualificação e promoção “Destino Turístico Belo Horizonte” nacionalmente e internacionalmente, bem como incrementar e fomentar o setor turístico da capital mineira.

O direcionamento estratégico da Belotur foi construído a partir da definição de cinco diretrizes organizadas de forma articulada e dinâmica, oferecendo, ao mesmo tempo, a constância de propósitos – estabilidade de rumo durante períodos de incerteza – e a flexibilidade para se antecipar e responder às mudanças e aos diferentes cenários.

São elas:

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

### **Belo Horizonte Cidade Inteligente**

Projeto Transformador da Prefeitura de Belo Horizonte, o “Belo Horizonte Cidade Inteligente” tem como objetivo induzir o desenvolvimento sustentável da cidade com base em seus



diferenciais competitivos, sob a égide da Inovação e do uso da tecnologia, amparados, sobretudo, pelos valores humanos.

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

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

Integram as diretrizes da BELOTUR no projeto:

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

## Objetivos da Belotur

- Promover o incremento das receitas do município por meio da expansão e da qualificação da atividade turística;
- Apoiar a melhoria contínua da qualidade dos serviços turísticos prestados no município;
- Levantar e produzir dados, mantendo um cenário histórico de forma a subsidiar as ações de planejamento do setor na cidade, em consonância com a demanda e a oferta e as tendências mundiais;
- Transversalizar a política de turismo no âmbito do desenvolvimento econômico, colaborando de forma estratégica com o fomento dos setores de lazer, cultura, entretenimento, eventos e negócios, em alinhamento com os interesses da população residente e indústrias locais.
- Desenvolver, ordenar e promover os segmentos turísticos;
- Potencializar o turismo urbano como política descentralizada da cidade, voltadas à configuração de Belo Horizonte como um destino inteligente;
- Apoiar a realização de eventos regionais, nacionais e internacionais que gerem fluxo turístico para a cidade;
- Dinamizar as relações com o mercado turístico de forma a possibilitar o acesso do setor privado às oportunidades geradas pela atividade turística;
- Divulgar e promover o Destino Belo Horizonte e seus produtos turísticos nos principais mercados emissores de turistas em âmbito nacional e internacional.

## DESEMPENHO

*“Até que ponto a organização já alcançou seus objetivos estratégicos para o período e quais são os impactos no tocante aos efeitos sobre os capitais?”*

O Turismo, que movimenta larga cadeia econômica, é um potente estimulador do consumo de bens e serviços. Esta é a sua característica econômica principal, o que faz esta atividade ser tão valorizada e procurada no mundo contemporâneo. E explica, junto com outros fatores como o crescimento da demanda por educação, cultura, lazer e entretenimento, além de negócios e cooperação internacional, o seu crescimento mundial em torno de 5% ao ano, mesmo em tempos de instabilidade econômica. Destacada atividade estimuladora do consumo de bens e

serviços, eleva a qualidade de vida, é ambientalmente limpa e preservadora de patrimônios e heranças culturais.

Belo Horizonte dispõe hoje de atrativos variados e de qualidade. **É uma cidade criativa, um centro onde a cultura, as artes, a gastronomia, o conhecimento científico e a tecnologia e 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 traz uma diferente realidade da apresentada na última década.

Belo Horizonte **avançou e se consolidou como um importante destino turístico.** O Ministério do Turismo, em sua pesquisa de Competitividade dos Destinos Indutores do Turismo Nacional, realizada em 2015 pela Fundação Getúlio Vargas e pelo SEBRAE, destacou que **Belo Horizonte é a cidade que mais cresceu na oferta de produtos turísticos nos últimos anos** - que atuam sinergicamente com os atrativos já consolidados da cidade. E classificou-se em quinto lugar entre os índices totais de expansão dos destinos indutores, além do reconhecimento do Ministério das boas práticas estabelecidas pela Belotur.

Nos últimos dez anos, além da expansão de eventos de grande porte, como shows, peças teatrais e festivais internacionais de dança, teatro e quadrinhos, a Capital recebeu os Museus de Artes e Ofícios, Museu Casa JK, Museu Inimá de Paula, Museu dos Brinquedos, Museu História da Inquisição, Museu da Moda - MUMO, Memorial da Imigração Japonesa, Museu Brasileiro do Futebol no Mineirão e o Circuito Liberdade, atualmente considerado o maior complexo cultural da América Latina. Destacam-se ainda dois projetos de implantação de trem turístico na cidade: uma linha ligando o Museu de Artes e Ofícios (que está sediado na estação ferroviária de Belo Horizonte) ao Instituto Inhotim (em Brumadinho na Região Metropolitana) e outra em direção à Sabará, cidade histórica na Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Na área ambiental, surgiram o “Aquário da Prefeitura” (único do país com peixes exóticos e nativos das águas do Rio São Francisco), o Parque Ecológico da Pampulha (com 30 hectares de áreas verdes, que oferece à população da cidade e aos turistas uma programação permanente de educação ambiental, cultural, patrimonial e para o trânsito), o Jardim Japonês, além do Mirante das Mangabeiras totalmente revitalizado, de onde se tem uma das melhores vistas de Belo Horizonte.

Destaque da cidade, o “Conjunto Moderno da Pampulha” foi reconhecido pela UNESCO como **Patrimônio Cultural da Humanidade** durante a 40ª sessão do Comitê do Patrimônio Mundial, realizada no dia 17 de julho de 2016, em Istambul, na Turquia. Inserido no Complexo Turístico, Cultural e de Lazer da Pampulha, o Conjunto Moderno da Pampulha é uma obra-prima que leva a assinatura de importantes nomes da arquitetura e das artes como Oscar Niemeyer, Roberto Burle Marx e Cândido Portinari, e principal cartão-postal da cidade de Belo Horizonte. É um produto Estrela e, com sua internacionalização, emerge como um potencial atrativo de fluxos turísticos dos mais variados tipos para a região.

Ativo recente e de grande potencial, Belo Horizonte está entre as cidades que mais investem em soluções inteligentes para melhorar a qualidade de vida da população ocupando o 4º lugar geral em 2017. As capitais São Paulo (SP), Curitiba (PR), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG) e Vitória (ES) foram eleitas as cidades mais inteligentes e conectadas do Brasil, de acordo com o ranking *Connected Smart Cities*, elaborado pela Urban Systems. O estudo das cidades mais inteligentes do Brasil avalia a integração entre mobilidade, urbanismo, meio ambiente, energia, tecnologia e inovação, economia, educação, saúde, segurança, empreendedorismo e governança em mais de 500 cidades brasileiras, usando 70 indicadores. Só Belo Horizonte abriga hoje mais de 120 startups, mais que o triplo de dois anos atrás. A tendência é que esse número aumente exponencialmente nos próximos anos, principalmente em São Pedro, que vem concentrando os jovens empreendedores. A aglomeração de startups no bairro rendeu ao local o apelido de San Pedro Valley, numa referência ao americano Silicon Valley — ou Vale do Silício, em português — região da Califórnia apinhada de empresas de tecnologia como Google, Facebook e Apple.

Nas ações de infraestrutura da cidade, avançou também com a implantação de novas placas de sinalização indicativa e interpretativa turística, iluminação pública, ampliação dos modais de transportes, limpeza e manutenção do mobiliário e dos espaços públicos. Ressalta-se também o aumento da oferta hoteleira; a expansão do Terminal 02 do Aeroporto Tancredo Neves - ampliando a capacidade aeroportuária para 22 milhões de passageiros ao ano – e o restabelecimento dos voos regionais no Aeroporto da Pampulha.

Importante frisar também **a evolução na captação e realização de eventos para a cidade** - a expansão das ações de promoção e comercialização do Carnaval e Arraial de Belo Horizonte

superou 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.

Nas políticas estruturantes do turismo, uma grande conquista da Belotur em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo ocorreu com a publicação da Lei 10.823/2015, que dispõe sobre a Política Municipal de Turismo que desde 2009 havia sendo debatida e construída entre o poder público e a sociedade civil, garantindo a governança e o processo democrático na construção de políticas públicas para a atividade turística. Nas ações para consolidação da cidade como destino turístico, importantes discussões, debates e implantação de projetos e programas de marketing, promoção e comercialização de Belo Horizonte e seus produtos. **Resultados avaliados e monitorados pelo Observatório do Turismo** que tem como prática buscar, coletar, agregar e divulgar informações sobre as atividades do turismo em Belo Horizonte.

Esses aspectos demonstram a diversidade turística do destino e indicam que a cidade tem capacidade para motivar a captação de turistas, pessoas que se deslocam atraídas por sua programação e equipamentos culturais, pelas ofertas relacionadas à produção associada, negócios e eventos, ciência e tecnologia, aventura e ecoturismo, compras, dentre outros. O cenário atual é de excelentes oportunidades para o turismo belo horizontino.

**Convergência de todas as Minas**, cidade de encontros, Belo Horizonte é pulsante, cosmopolita, com estilo de vida diferenciado, oferecendo uma diversidade de serviços e atrativos turísticos e culturais, sempre com a marca da tradição e da hospitalidade do povo mineiro.

## **Principais Dados**

### Cenário Socioeconômico

- ✓ População estimada em 2.513.451 milhões de habitantes. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2016.
- ✓ 331,401 km<sup>2</sup> é o total da área da unidade territorial. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE, 2015.
- ✓ 7.167,00 hab./km<sup>2</sup> é a densidade demográfica. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2010.

- ✓ PIB a preços correntes, 81.426.708 mil reais. PIB per capita a preços correntes, 32.844,41 reais. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2013.
- ✓ Ocupa o 2º lugar em Minas Gerais e 20º lugar no Brasil no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal. 0,810 é considerado um índice muito alto. Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, 2010.
- ✓ Melhor capital brasileira, de acordo com o Índice das 100 Maiores e Melhores Cidades do Brasil (Best Cities Index). Fonte: Delta Economics & Finance, 2014.
- ✓ Ocupa a 4ª posição no ranking brasileiro de potencial de consumo. Fonte: SEBRAE, 2013.
- ✓ Eleita duas vezes a capital Brasileira da Hora do Planeta. Fonte: *Word Wide Fund*, 2014 e 2015.
- ✓ 6ª colocada no Índice de Cidades Empreendedoras em 2014, 12ª em 2015 e 11ª em 2016. 2ª capital onde os empreendedores encontram mais alternativas de investimentos em 2014. R\$4 bilhões foram investidos diretamente em empreendedores através do BDMG, o maior desse tipo no Brasil em 2014. Fonte: ENDEAVOR Brasil, 2014.
- ✓ 3ª maior taxa de jovens matriculados no ensino profissionalizante. Fonte: ENDEAVOR Brasil, 2014.
- ✓ Certificado Ouro BRT Move para o corredor Cristiano Machado BRT MOVE. Fonte: Instituto de Políticas de Transporte e Desenvolvimento – ITDP/ BHTRANS, 2014.

#### Cenário Turístico

- ✓ 1ª colocada na evolução quantitativa e qualitativa dos atrativos turísticos do Índice de Competitividade 65 Destinos Indutores em 2014. Fonte: Ministério do Turismo/ SEBRAE/ Fundação Getúlio Vargas, 2014.
- ✓ 5ª colocada no Índice Geral de Competitividade 65 Destinos Indutores (79,2 pontos). Fonte: Ministério do Turismo/ SEBRAE/ Fundação Getúlio Vargas, 2015.

| DIMENSÃO AVALIADA    | ÍNDICE BRASIL | ÍNDICE - CAPITAIS BELO HORIZONTE |
|----------------------|---------------|----------------------------------|
| Índice Geral         | 60,0          | 68,6                             |
| Infraestrutura Geral | 67,7          | 76,0                             |
| Acesso               | 61,9          | 75,4                             |

|                         |      |      |      |
|-------------------------|------|------|------|
| Serviços e Equipamentos | 59,0 | 72,3 | 86,6 |
| Atrativos Turísticos    | 63,2 | 64,0 | 68,7 |
| Marketing e Promoção    | 48,5 | 53,5 | 86,3 |
| Políticas Públicas      | 58,9 | 63,9 | 78,4 |
| Cooperação Regional     | 50,0 | 47,6 | 58,3 |
| Monitoramento           | 36,3 | 44,6 | 80,3 |
| Economia Local          | 64,7 | 77,2 | 87,0 |
| Capacidade Empresarial  | 62,7 | 86,7 | 94,8 |
| Aspectos Sociais        | 60,5 | 64,2 | 70,3 |
| Aspectos Ambientais     | 68,2 | 74,9 | 79,3 |
| Aspectos Culturais      | 64,0 | 73,1 | 68,5 |

Fonte: Ministério do Turismo/FGV, 2015

- ✓ 7ª posição no ranking brasileiro ICCA de realização de eventos internacionais. Fonte: *International Congress and Convention Association*, 2017.
- ✓ 21ª colocada no ranking "Las mejores ciudades para hacer negocios em America Latina". *America Economia Intelligence*.
- ✓ R\$1,28 bilhão - Receita direta gerada pelo turista de negócios em Belo Horizonte no ano de 2014. Fonte: Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais, 2015.

#### **Espaços para eventos em Belo Horizonte**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Centro de convenções | 4   |
| Pavilhão             | 4   |
| Auditórios           | 100 |
| Meios de Hospedagem  | 91  |
| Múltiplo             | 45  |

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| Espaços abertos                     | 21         |
| Restaurantes/Bares                  | 69         |
| Casas de show-música                | 10         |
| Espaços eventos: negócios e buffets | 41         |
| Clubes                              | 19         |
| Artes                               | 11         |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>415</b> |

Fonte: Belotur, 2016

- ✓ 3ª cidade-sede mais visitada durante a Copa do Mundo FIFA 2014 (20% do fluxo nacional). Fonte: Ministério do Turismo, 2014. Um total de 355 mil turistas visitaram Belo Horizonte no período da Copa do Mundo, sendo 200 mil estrangeiros (57%) e 155 mil brasileiros (43%). Fonte: Ministério do Turismo/ Prefeitura de Belo Horizonte, 2014.

#### Eventos Culturais em Belo Horizonte

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| Atividade Integrada           | 223  |
| Cinema                        | 445  |
| Circo                         | 56   |
| Curso e Oficina               | 335  |
| Dança                         | 187  |
| Esporte                       | 234  |
| Exposição                     | 531  |
| Feira                         | 101  |
| Festa                         | 423  |
| Festival                      | 164  |
| Gastronomia                   | 137  |
| Moda                          | 12   |
| Palestra, Debate e Literatura | 684  |
| Religioso                     | 16   |
| Show                          | 2624 |
| Teatro                        | 564  |



|                 |             |
|-----------------|-------------|
| Teatro Infantil | 170         |
| Outros          | 154         |
| <b>Total</b>    | <b>7289</b> |

Fonte: Belotur, 2016

- ✓ Nomeada Capital do Futebol Brasileiro em 2014. Fonte: New York Times, 29/11/2014.

#### Calendário de Eventos de Belo Horizonte

|              |            |
|--------------|------------|
| Seminário    | 104        |
| Encontro     | 133        |
| Feira        | 114        |
| Congresso    | 88         |
| Simpósio     | 54         |
| Fórum        | 35         |
| Jornada      | 40         |
| Semana       | 30         |
| Workshop     | 38         |
| Conferência  | 25         |
| Colóquio     | 9          |
| Exposição    | 15         |
| Mostra       | 15         |
| Salão        | 3          |
| Convenção    | 1          |
| <b>Total</b> | <b>704</b> |

Fonte: Belotur, 2016

- ✓ Aeroporto Internacional Tancredo Neves eleito como o terminal com o melhor atendimento turístico durante a Copa do Mundo pelo Prêmio Boa Viagem. Fonte: Secretaria de Aviação Civil/Embratur, 2014.
- ✓ Obteve 70,9% de aprovação no atendimento da expectativa dos turistas durante sua visita a Belo Horizonte. Fonte: Fecomércio/Belotur, 2014.
- ✓ Gasto médio do turista foi de R\$1.268,72, 35,3% a mais que o registrado no mesmo período em 2013. Fonte: Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais, 2014.
- ✓ Induziu um aumento de 6,4% na taxa de emprego no setor turístico, comparado ao

ano de 2013. Em números absolutos são 274.817 postos de trabalho representando 12,2% do universo de empregos da Região Metropolitana. Fonte: Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais, 2013.

- ✓ Induziu a criação de 34 novos empreendimentos hoteleiros, em decorrência da Lei 9.952 - que instituiu a Operação Urbana de Estímulo ao Desenvolvimento da Infraestrutura de Saúde, de Turismo Cultural e de Negócios. Fonte: Prefeitura de Belo Horizonte, 2014.
- ✓ A taxa média de ocupação dos hotéis da Cesta competitiva de janeiro a outubro de 2016 foi de 55,15%. Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, 2016.
- ✓ Conjunto Moderno da Pampulha foi reconhecido como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO em julho 2016.
- ✓ Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte concluído em 2014. Fonte: Belotur, 2014.
- ✓ Belo Horizonte conhecida como “Capital dos Botecos”, possui aproximadamente 18 mil estabelecimentos do ramo gastronômico, que geram 72 mil empregos diretos e movimentam cerca de 200 milhões de reais por mês. Fonte: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL MG, 2014.
- ✓ 6.411 táxis compõem a frota da Capital com um total de 111.400 usuários transportados por dia. Deste total, 60 são veículos acessíveis. Fonte: Prefeitura de Belo Horizonte/ BHTRANS, 2013.
- ✓ 3.327.668 passageiros no desembarque do Terminal Rodoviário de janeiro a outubro de 2016. Fonte: Prefeitura de Belo Horizonte/TERGIP, 2016.
- ✓ 3.520.649 passageiros embarcaram no Terminal Rodoviário de janeiro a outubro de 2016. Fonte: Prefeitura de Belo Horizonte/TERGIP, 2016.
- ✓ 8.018.635 passageiros passaram pelo Aeroporto Internacional Tancredo Neves – Confins de janeiro a outubro de 2016. Fonte: INFRAERO, 2016.
- ✓ 5º aeroporto brasileiro em movimentação de passageiros - Aeroporto Internacional Tancredo Neves – Confins. Fonte: INFRAERO/ BH Airport, 2014.
- ✓ Conta com rotas aéreas internacionais diretas a partir do Aeroporto Internacional Tancredo Neves – Confins para: Cidade do Panamá, Lisboa e Buenos Aires, Miami e Orlando. Fonte: BH Airport, 2018.
- ✓ Com a ampliação concluída em 2014, o Aeroporto Internacional Tancredo Neves – Confins passou a ter uma capacidade/ano de 10,2 milhões de passageiros. Já em dezembro de 2016 a BH Airport, concessionária do Aeroporto Internacional de BH,

inaugurou o novo Terminal de Passageiros, que ampliando em mais de 60% a área atual do aeroporto, com 17 novas pontes de embarque. A expansão do Aeroporto ampliou a sua capacidade para 22 milhões de passageiros/ano. Fonte: INFRAERO/BH Airport, 2017.

### **O Grau de Aproveitamento Turístico Atual**

De acordo com o Plano de Marketing Turístico, o grau de aproveitamento indica o esforço que será necessário para converter e consolidar o produto em oferta no mercado. Nesse sentido, observa-se que se por um lado os produtos próximos de atingir o grau de aproveitamento (com índices próximos a 80% ou mais) são produtos consolidados e que garantem a visibilidade do destino, por outro já possuem certo grau de saturação no mercado. Já os produtos com menores índices podem ser boas opções para diversificação, ampliação e renovação da oferta atual do destino em mercados de curta distância e/ou mais maduros, nos quais já está relativamente consolidado.

O indicador do grau de aproveitamento atual dos produtos turísticos de Belo Horizonte, calculado pela média de todos os 95 produtos do portfólio, atingiu 47%. Esse percentual evidencia que há potencial para o crescimento do turismo no destino, mas é necessário um esforço no âmbito do marketing do destino para ampliar a “notoriedade”, e do desenvolvimento, para aumentar a “concentração de ofertas” destes produtos, já que estes critérios impactam diretamente no índice de aproveitamento.

### **Realizações em 2017**

- ✓ Realização do maior Carnaval da história de Belo Horizonte, com três milhões de pessoas nas ruas da cidade pelos 368 blocos e 416 desfiles;
- ✓ Lançamento do 1º Aplicativo oficial do Carnaval;
- ✓ Criação do APP oficial da Cidade projetando atrativos, roteiros, produções locais em prol do desenvolvimento econômico - APP Belo Horizonte;
- ✓ Filiação ao International Gay & Lesbian Travel Association - IGLTA envolvendo inclusive capacitação de recepcionistas, atrativos, bares e restaurantes;

- ✓ Filiação de Belo Horizonte à WTCF - World Tourism Cities Federation, primeira organização internacional de turismo focada em cidades, em que a capital mineira passa a integrar o rol das 5 cidades latino-americanas filiadas à instituição;
- ✓ Posse e reativação do Conselho Municipal de Turismo para o mandato 2017-2018;
- ✓ Em 2017, expandindo a valorização de profissionais e a qualificação dos serviços e informações turísticas, foram capacitadas 1.033 pessoas;
- ✓ Em ação contínua, a Belotur registrou e divulgou no calendário da cidade 1.032 eventos, além dos 7.171 eventos da agenda cultural;
- ✓ Realização do 1º Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo;
- ✓ Aplicação de pesquisas no Carnaval, Arraial de Belo Horizonte, Parada do Orgulho LGBT e Satisfação do Turista;
- ✓ Lançamento do novo posicionamento e marca do destino Belo Horizonte: 'Belo Horizonte: Surpreendente';
- ✓ Realização da campanha "BH vem pra cá" com o objetivo de aumentar o fluxo turístico de lazer na cidade no período de férias (janeiro) e aos finais de semana. Mais de 100 empresas se inscreveram no projeto realizado entre 6 de janeiro e 19 de fevereiro de 2017;
- ✓ Lançamento em abril do Circuito Pampulha Noturno que teve por objetivo movimentar e dar continuidade aos eventos turísticos, culturais, de lazer e entretenimento na Pampulha após o título de Patrimônio Cultural da Humanidade;
- ✓ Publicação do edital de licenciamento da Marca Pampulha para utilização em produtos comerciais e comercialização de azulejos como o primeiro projeto licenciado;
- ✓ Realização do 39º Arraial de Belô, com a participação de 100 mil pessoas nas 242 festas 59 Relatório de Execução Anual das Ações Governamentais 2017 cadastradas pela Belotur;
- ✓ Entrega do 1º mapeamento da Gastronomia de Belo Horizonte - Levantamento dos estabelecimentos com notoriedade na Gastronomia de Belo Horizonte, bem como dos serviços e produtos de experiência formatados;
- ✓ Elaboração de projeto e mapeamento de ações em apoio ao desenvolvimento do Segmento LGBT em Belo Horizonte; · Elaboração de cartilha digital para capacitação da cadeia produtiva e para população em geral;
- ✓ Início da instalação de novas placas de sinalização indicativa turística nos corredores Av. Tereza Cristina, com 28 placas e Av. do Contorno, com 32 placas.

- ✓ Aniversário de Belo Horizonte com 6 dias de programação, mais de 15 atrações no palco da Praça da Estação, além de uma programação geral da cidade com mais de 327 eventos, sendo 200 eventos da Prefeitura de Belo Horizonte e 127 eventos associados;
- ✓ Realização de City Tour gratuito em comemoração ao aniversário da cidade;
- ✓ Promoção turística de Belo Horizonte com a participação em 06 eventos nacionais e 01 internacional:
  - Abril 04 a 06 - WTM Latin America / São Paulo-SP;
  - Abril 18 e 19 - Roadshow Belo Horizonte / Buenos Aires - Argentina;
  - Maio 26 e 27 - BNT Mercosul - Itajaí-SC;
  - Maio 31 - Experiência Braztoa Nordeste - Recife/PE;
  - Agosto 22 - Experiência Braztoa S - Belo Horizonte;
  - Setembro 27 a 29 - Abav Expo - São Paulo ;
  - Outubro 20 e 21 - Festival de Turismo de João Pessoa/ João Pessoa/PB;
  - Novembro 10 a 12/11 - Festuris - Gramado/RS.

## **PERSPECTIVA**

*“Quais são os desafios e as incertezas que a organização provavelmente enfrentará ao perseguir sua estratégia e quais são as potenciais implicações para seu modelo de negócios e seu desempenho futuro?”*

**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.

### **BASE PARA PREPARAÇÃO E APRESENTAÇÃO**

*“Como a organização determina os temas a serem incluídos no relatório integrado e como estes temas são quantificados ou avaliados?”*

O presente relatório integrado foi preparado conforme estrutura orientada pelo **International Integrated Reporting Council (IIRC)** e foi baseada nas informações constantes nos seguintes documentos:

- Planejamento Estratégico Belotur 2017-2021;
- Plano de Negócios Belotur 2018;
- Manual de Regras de Governança;
- Relatório de Execução Anual das Ações Governamentais 2017.