

PLANO DE NEGÓCIOS 2026

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

Presidente

Eduardo Henrique de Paula Cruvinel

Vice-Presidente

Bruno Eduardo Silva Cassimiro

Diretores Executivos

Alexis Oliveira Jacinto

Daniele Araújo da Silva Rossi

Leandro Carlos Moreira

Marina Pacheco Simião

Assessoria Jurídica

Laura Menezes Rodrigues

Assessoria de Planejamento e Gestão Estratégica

Thassio Henrique Marcellino Goulart

Assessoria Institucional

Guilherme Lourenço

Assessoria de Comunicação

Gabriel Cota Aranda

Sumário

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	CONTEXTUALIZAÇÃO	5
3.	INSTRUMENTOS NORTEADORES	8
4.	EIXOS ESTRATÉGICOS	9
5.	PLANO DE NEGÓCIOS 2026	10
6.	PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2026	11
7.	AValiação DE RESULTADOS	18
8.	ORÇAMENTO ANUAL	18

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 2025 marca um avanço decisivo na consolidação do Programa de Integridade da Belotur e na incorporação plena dos princípios ESG à gestão do turismo em Belo Horizonte. A atuação da empresa, historicamente alinhada à ética, à responsabilidade pública e à transparência, atinge um novo patamar ao integrar, de forma estruturada, dimensões ambientais, sociais e de governança em todas as etapas de planejamento, execução e avaliação dos eventos oficiais da cidade.

Mais do que responder às demandas contemporâneas por uma administração pública íntegra, sustentável e eficiente, reafirmamos a compreensão de que o turismo tem papel essencial no desenvolvimento urbano, social e cultural. Essa atividade impacta diretamente o território, a comunidade e o meio ambiente; por isso, nosso compromisso com a sustentabilidade se traduz em ações concretas. As iniciativas desenvolvidas em 2025 alinham-se às diretrizes do PLAC – Plano Local de Ação Climática e do PREGEE – Plano de Redução de Emissões de Gases do Efeito Estufa, fortalecendo nossa atuação em áreas como gestão de resíduos, mitigação de emissões e logística reversa.

Entre os destaques do ano, o Carnaval de Belo Horizonte reafirmou sua posição como uma das maiores e mais transformadoras manifestações culturais do país. A grandeza da festa passou a ser acompanhada de responsabilidades igualmente significativas, especialmente na incorporação de práticas ambientais, sociais e de governança. Em 2025, investimos em ações de acessibilidade, reciclagem, enfrentamento à violência de gênero, inclusão produtiva de ambulantes e catadores,

prevenção em saúde, mobilidade, segurança e promoção da diversidade. Também avançamos em iniciativas de gestão ambiental, como inventários de emissões, compensação de carbono, plantio de mudas e projetos de inovação socioambiental, deixando um legado positivo para a cidade.

O Arraial de Belo Horizonte, reconhecido nacionalmente como um dos maiores festejos juninos do Brasil, também ampliou seu compromisso com o ESG. Desde nossa adesão ao Pacto Global da ONU, em 2024, aceleramos ações focadas em acessibilidade, combate à violência, inclusão, reciclagem e redução de impactos ambientais. Em 2025, o cortejo junino sem tração animal, a produção de inventários de emissões, a gestão qualificada de resíduos e o fortalecimento das políticas de diversidade consolidaram o evento como referência em responsabilidade socioambiental.

Outro marco deste ano foi o reconhecimento nacional no Prêmio Embratur, que destacou Belo Horizonte como destino líder em práticas sustentáveis. Projetos como a coleta seletiva e gestão de resíduos, o Kandandu e os blocos de base comunitária revelam que nossos eventos têm capacidade de inspirar transformações sociais e ambientais, ao mesmo tempo em que fortalecem a identidade cultural da cidade. O minidocumentário “Turismo Transforma: Belo Horizonte – Destino Sustentável” ampliou essa visibilidade, apresentando ao país um modelo de gestão que alia criatividade, responsabilidade e inclusão.

No campo da governança, concluímos nossa primeira Comunicação sobre o Progresso (CoP) ao Pacto Global da ONU, reafirmando nosso comprometimento com os Dez Princípios e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Avançamos também em melhorias administrativas: atingimos 100% de conformidade no Portal de Serviços, digitalizamos integralmente os processos internos e ampliamos mecanismos de transparência institucional.

Destaque ainda para o processo eleitoral do Conselho Municipal de Turismo (Comtur-BH), que reforça a participação democrática e a construção coletiva das políticas públicas de turismo. Com sua composição paritária entre poder público e sociedade civil, o Conselho demonstra maturidade institucional e contribui para decisões cada vez mais sustentáveis, criativas e inclusivas.

Por fim, nosso pioneiro Edital de Crédito de Carbono, lançado em 2025, inaugurou um novo paradigma para o financiamento de mitigação ambiental em eventos públicos, garantindo a compensação das emissões do Carnaval e expandindo seu alcance para outros eventos do calendário oficial. A parceria com a PATJAMAAJ e o povo indígena Cinta Larga simboliza nosso compromisso com soluções socioambientais justas e com o respeito às comunidades tradicionais.

Todos esses avanços refletem o empenho de uma equipe dedicada, de parceiros públicos e privados comprometidos e de uma cidade que acredita em seu potencial transformador. Reafirmo, assim, que a Belotur seguirá orientada pelos princípios da integridade, da transparência e da sustentabilidade, garantindo que Belo Horizonte continue sendo referência em turismo responsável, inovador e inclusivo.

Turismo em números

O Carnaval de Belo Horizonte consolidou-se como uma das principais entregas da cidade, gerando impactos econômicos, sociais, culturais, ambientais e turísticos de grande relevância. A festa fortalece os ativos simbólicos e criativos da capital, amplia sua capacidade de atração de visitantes e projeta uma imagem cada vez mais vibrante, diversa e sustentável de Belo Horizonte. Atingindo novo marco em número de foliões com a estimativa de 6,05 milhões no período total do Carnaval e uma movimentação financeira de R\$1.2 bilhão, na economia local, gerando mais de 20 mil empregos

diretos e indiretos. Movimentação que está relacionada ao fluxo de recursos financeiros, como dinheiro, crédito, investimentos e transações financeiras entre indivíduos, empresas e instituições financeiras, envolvendo as entradas e saídas de recursos na cidade. Dentre os foliões, 82% são moradores e 18% são visitantes, número maior que no ano passado, quando 16,7% do público era formado por turistas. O total do gasto individual médio foi de R\$1.856,44, superando os R\$1.474,34 de 2024.

O Carnaval é um reflexo do impacto dos eventos no turismo na cidade e de um movimento de crescimento do setor ao longo dos anos, especialmente quando analisado sob a manutenção da política de patrocínio a eventos de potencial turístico pela Belotur que, em 2025, totalizou um aporte total de R\$ 3 milhões para fomento e incentivo ao setor de eventos.

O setor turístico acompanhou o momento positivo do mercado de trabalho em Belo Horizonte, que teve saldo de movimentação positiva de mais de 1,3 mil empregos até novembro de 2025, segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). 3º Ano consecutivo de saldo positivo.

Em termos de movimentação aeroportuária, o Aeroporto Internacional de Belo Horizonte Confins se consolida como o 3º maior aeroporto internacional do Brasil e o 2º em destinos domésticos com 62 destinos totais (sendo 6 internacionais). Em 2025, o Aeroporto Internacional de Belo Horizonte ficou entre os dez aeroportos mais pontuais do mundo, segundo o OTP Report.

A taxa de Ocupação Hoteleira também apresentou crescimento: a média de janeiro a novembro de 2025 foi de 63,20%, neste mesmo período do ano em 2024, a média foi de 63,10%. O ISS de atividades tipicamente turísticas teve um percentual apurado de janeiro a outubro de 6,34% em relação ao total arrecadado no município.

Tabela 2: Indicadores de Turismo, Belo Horizonte

Descrição	2021	2022	2023	2024	2025
Taxa de ocupação hoteleira (em %) ^(a)	34,45	56,24	58,96	63,10	63,20 ^(h)
Média de pernoite na cidade	nd ^(b)	5,53	nd ^(c)	6,7	nd ^(c)
Percentual do ISS Turístico (em %) ^(d)	4,97	5,54	6,09	6,2	6,34 ^(e)
Fluxo Rodoviária (desembarque milhões)	2,3	3,3	3,5	3,6	3,6
Fluxo Aeroporto (embarque e desembarque milhões)	6,9	10,9	10,36	11,26	12,1 ^(f)

Fonte: Belotur/PBH

Notas:

a – Fonte dos dados: Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB).

b - Em função das restrições de isolamento social, a Pesquisa de Demanda Turística não pôde ser aplicada em 2020 e 2021, impossibilitando a apuração dos indicadores de Fluxo de Turista, Média de

Pernoite e Nota Média para a cidade.

c – A média de pernoites na cidade é obtida a partir da Pesquisa de Demanda Turística, que é aplicada bianualmente.

d - Percentual em relação ao total arrecadado em ISS pelo município.

e - Valores até outubro de 2025.

f - Valores até novembro de 2025.

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 25-28

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>

4. EIXOS ESTRATÉGICOS

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.

a) 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.

b) 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.

c) Desenvolvimento e Qualificação Turística:

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

d) 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.

e) 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.

5. PLANO DE NEGÓCIOS 2026**Objetivos 2026:**

Planejar, estruturar e executar os projetos prioritários da Belotur para 2026, buscando concluir as metas pactuadas no início da Gestão e consolidar os projetos e programas implementados até o momento, além do seu monitoramento que gera, ao final do ano, um relatório com os resultados alcançados.

As prioridades para o ano de 2026 são:**1. Fortalecer Belo Horizonte como destino turístico de eventos e experiências**

Consolidar o calendário anual de eventos turísticos e culturais da cidade, ampliando o impacto econômico, a atração de visitantes e a ocupação da rede turística.

Foco em:

- Carnaval de Belo Horizonte
- Arraial de Belô
- Jornada Pascoal
- Aniversário da Cidade
- Natal e Réveillon
- Eventos gastronômicos e de mercados

2. Posicionar Belo Horizonte como capital brasileira da gastronomia

Valorizar a gastronomia como ativo turístico, cultural e econômico, reforçando o título de Cidade Criativa da Gastronomia.

Foco em:

- Programas gastronômicos estruturantes
- Promoção nacional e internacional
- Experiências gastronômicas e roteiros
- Integração com bares, restaurantes e mercados

3. Expandir a promoção turística nacional e internacional

Ampliar a presença de Belo Horizonte em feiras, eventos e agendas estratégicas para fortalecer a marca da cidade e gerar novos fluxos turísticos.

Foco em:

- Feiras internacionais e nacionais
- Parcerias com Embratur, Sebrae e setor privado
- Rodadas de negócios e relacionamento com operadores

4. Estruturar e qualificar a oferta turística da cidade

Fortalecer equipamentos, experiências e serviços turísticos, ampliando a permanência e o gasto médio do visitante.

Foco em:

- Centros de Atendimento ao Turista (CATs)
- Experiências turísticas como Menuuh
- Navegação turística na Pampulha
- Novos roteiros turísticos

5. Consolidar Belo Horizonte como referência em turismo sustentável

Integrar princípios de sustentabilidade, inclusão social e responsabilidade ambiental nas políticas e eventos turísticos.

Foco em:

- ESG em grandes eventos
- Economia solidária
- Compensação ambiental
- Inclusão produtiva

Diretrizes transversais 2026:

O plano de negócios da Belotur 2026 se estrutura a partir de uma visão integrada do turismo, fortalecendo a identidade de Belo Horizonte como um destino criativo, cultural e sustentável. Para isso, quatro questões transversais são fundamentais na estratégia de desenvolvimento turístico da cidade:

Essas diretrizes orientam **todas as ações da Belotur**.

1. Sustentabilidade e impacto positivo

Incorporar práticas ambientais, sociais e de governança nas políticas e eventos turísticos.

Exemplos:

- Gestão de resíduos em eventos
- Plantio de árvores
- Crédito de carbono
- Inclusão de catadores e ambulantes

2. Desenvolvimento econômico e geração de renda

Fortalecer o turismo como vetor de geração de renda, emprego e oportunidades para a população.

Exemplos:

- Ambulantes credenciados
- Economia solidária
- Fortalecimento de bares e restaurantes
- Eventos geradores de fluxo econômico

3. Descentralização territorial do turismo

Promover experiências turísticas em diferentes regiões da cidade, valorizando bairros, mercados e territórios culturais.

Exemplos:

- Mercados municipais
- Roteiros turísticos
- Programação descentralizada em eventos

4. Parcerias e governança colaborativa

Fortalecer o trabalho conjunto entre poder público, setor privado, entidades e sociedade civil.

Exemplos:

- COMTUR
- Fecomércio
- Sebrae
- Embratur
- BH Airport
- Setor gastronômico

5. Inovação, dados e inteligência turística

Ampliar o uso de dados, pesquisas e tecnologia para qualificar a gestão do turismo.

Exemplos:

- Pesquisas de demanda turística
- Monitoramento de eventos
- Portal Belo Horizonte
- Plataformas digitais de promoção

6. PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES PARA 2026

1. Programa Belo Horizonte Destino de Eventos

Fortalecimento dos grandes eventos da cidade como motores de atração turística.

Projetos:

- Carnaval de Belo Horizonte
- Arraial de Belô
- Jornada Pascoal

- Aniversário de Belo Horizonte
- Natal e Réveillon
- Edital de patrocínio para eventos turísticos

2. Programa Belo Horizonte Capital da Gastronomia

Promoção e valorização da gastronomia como ativo turístico estratégico.

Projetos:

- Bares com Alma
- BH Capital de Mercados
- Marca Cidade Criativa da Gastronomia
- Concurso Prato Junino
- Vila Gastronômica em eventos
- Participação em festivais gastronômicos

3. Programa Experiências Turísticas de Belo Horizonte

Criação e fortalecimento de experiências turísticas na cidade.

Projetos:

- Menuuh – experiências turísticas
- Navegação turística na Pampulha
- Novos roteiros turísticos
- Rota Cervejeira
- Experiências em mercados municipais

4. Programa Promoção Turística Nacional e Internacional

Ampliação da visibilidade de Belo Horizonte no mercado turístico.

Projetos:

- Participação em feiras nacionais e internacionais
- Rodadas de negócios
- Missões e agendas institucionais
- Promoção da marca turística da cidade

5. Programa Infraestrutura e Equipamentos Turísticos

Qualificação da infraestrutura de apoio ao visitante.

Projetos:

- Centros de Atendimento ao Turista (CATs)
- Sinalização turística
- Mirantes e lunetas
- Estrutura turística da Pampulha

6. Programa Turismo Sustentável e Inclusivo

Promoção de práticas de sustentabilidade e inclusão social no turismo.

Projetos:

- Gestão ESG no Carnaval e Arraial
- Fórum de Turismo Sustentável
- Compensação de carbono
- Economia solidária em eventos
- Inclusão produtiva de ambulantes e catadores