

RELATÓRIO ANUAL 2025

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

Belo Horizonte

Março/2026

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

Coordenação do Relatório

Idelaine Capanema da Cunha Santos

1. INTRODUÇÃO

O presente Relatório de Atividades da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR, referente ao exercício de 2025, tem como objetivo formalizar as principais realizações e ações estratégicas conduzidas pela Belotur ao longo do último ano.

No escopo deste documento, é importante salientamos as principais conquistas e avanços do ano que teve resultados expressivos para a consolidação do turismo no município.

O direcionamento estratégico da Belotur no período foi estruturado a partir de cinco eixos centrais de atuação. Estes eixos permitem que as estratégias sejam organizadas de forma articulada, dinâmica e transversal, garantindo a constância de propósitos e a estabilidade necessária para enfrentar períodos de incerteza. Além disso, essa estrutura oferece a flexibilidade necessária para que a instituição se antecipe e responda com agilidade às mudanças e aos diferentes cenários do setor.

Este relatório consolida as atividades da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR referentes ao exercício de 2025, integrando as ações das Diretorias de Projetos Especiais e Novos Negócios (DPEN), Administração e Finanças (DRAF), Eventos (DREV), Marketing e Promoção Turística (DRMT) e Políticas de Turismo e Inovação (DRTI).

EIXOS DE ATUAÇÃO

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização:

Este eixo foca na relação direta com os mercados para apoiar a venda e comercialização da cidade, além de estabelecer uma comunicação estratégica com o público final.

O objetivo é fortalecer o posicionamento do destino por meio de ações de divulgação e estratégias integradas de comunicação. Este eixo atua como um elo estratégico entre o produto turístico e a iniciativa privada, abrangendo desde o atendimento na linha de frente (CATs) até a promoção da cidade em âmbito nacional e internacional. Para alcançar nossos objetivos de fortalecer o posicionamento do destino, as principais frentes de atuação incluem:

- Execução de campanhas de comunicação e estratégias integradas de promoção.
- Participação em feiras e eventos do setor para fomento da comercialização.

- Abertura e gestão de canais diretos, como redes sociais, portal da cidade e parcerias com produtores de conteúdo.

Eixo 2 - Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo:

Este eixo é fundamental para subsidiar nosso desenvolvimento estratégico por meio da coleta rigorosa de dados e da adoção de práticas inovadoras.

O objetivo central deste eixo é ampliar e monitorar a base estatística da nossa atividade, garantindo que as políticas públicas do setor sejam fundamentadas em inteligência de mercado e evidências concretas. Para alcançarmos essa efetividade, às ações previstas incluem:

- Fortalecimento do Observatório do Turismo: Realização de pesquisas e estudos contínuos para orientar o planejamento da empresa e do setor como um todo;
- Monitoramento de Indicadores: Levantamento constante de dados sobre turismo, sustentabilidade e gastronomia;
- Transparência e Acessibilidade: Disponibilização desses dados de maneira organizada e dinâmica, assegurando que os interessados e demais componentes do setor tenham acesso ágil às informações.

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística:

Este eixo está focado no desenvolvimento e na qualificação da cadeia produtiva de forma integrada, sustentável, que trabalhem a base da atividade turística.

O objetivo central deste eixo é desenvolver produtos e territórios com vocação turística por meio de programas e ações que integrem a cadeia produtiva de forma sustentável.

A atuação abrange desde a base da atividade, incluindo melhorias em infraestrutura, sinalização e mobilidade, até a formatação de novos roteiros e o mapeamento de segmentos estratégicos para a dinamização de novos negócios. Um dos pilares fundamentais deste trabalho é a Gastronomia, tratada de forma transversal pela PBH como um dos principais atributos da nossa cidade, consolidada por meio do Programa Municipal de Turismo Gastronômico.

Além disso, o planejamento prevê o fortalecimento do relacionamento com o trade turístico, ações voltadas para a captação de eventos que gerem fluxo para a capital e a contínua qualificação da mão de obra nos

serviços do setor.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos:

Este eixo foca na realização e fomento de eventos urbanos em Belo Horizonte.

O objetivo central deste eixo é o fortalecimento dos eventos oficiais e o incentivo a novas iniciativas na cidade, buscando criar elos estratégicos com o trade turístico e aprimorar a gestão integrada das nossas entregas. Entre as principais ações, destacam-se a realização do Arraial e do Carnaval de Belo Horizonte, que atuam como indutores de fluxo turístico e contam com frentes de qualificação, estruturação e governança dos atores envolvidos. E tem a Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte que contribui com a reafirmação da cidade como referência internacional no cenário culinário. A iniciativa celebra a cultura alimentar local, impulsiona o turismo e fortalece os compromissos assumidos com a UNESCO após o título de Cidade Criativa da Gastronomia.

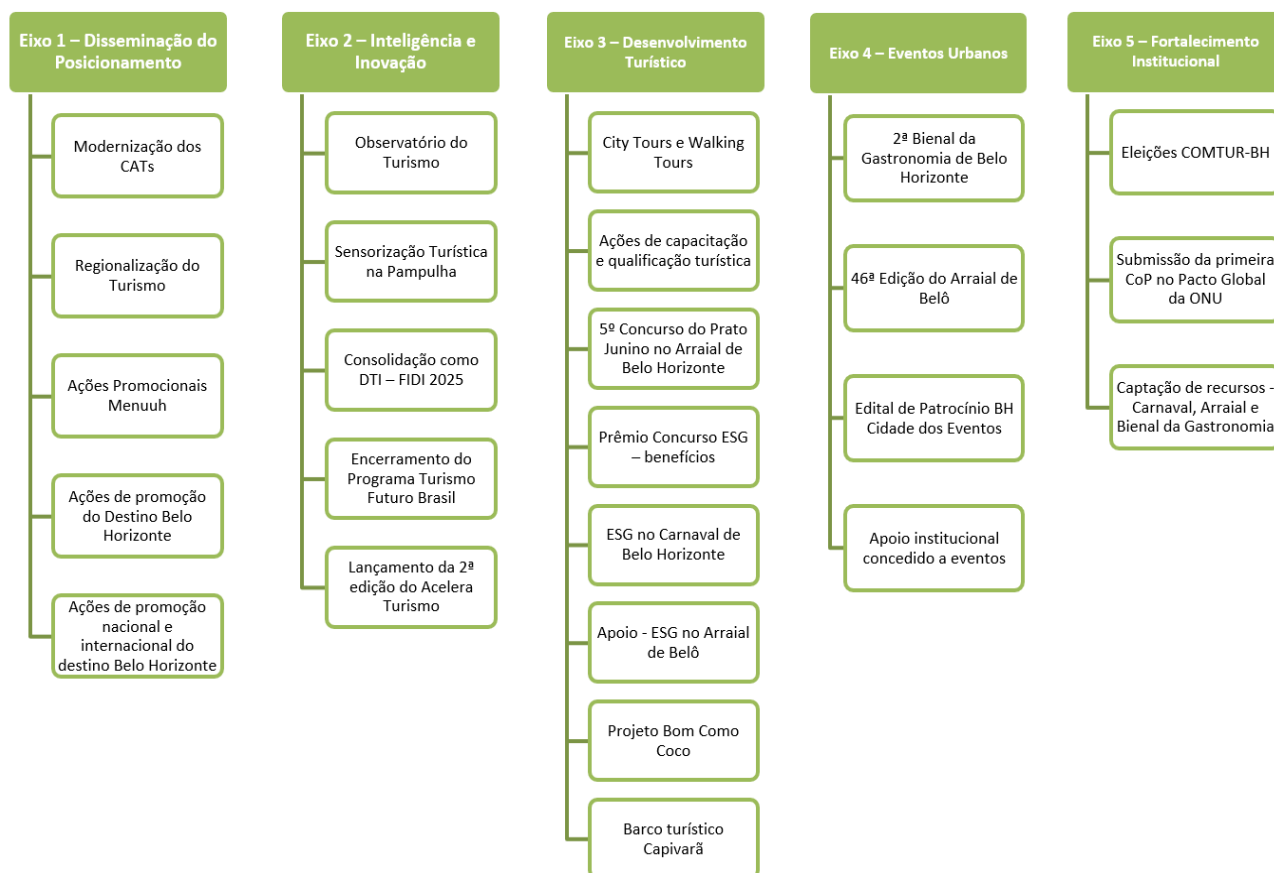
Além da execução direta, a Belotur mantém seu compromisso com o estímulo a eventos de potencial turístico por meio de instrumentos como o Edital de Patrocínio Belo Horizonte Cidade dos Eventos.

Eixo 5 - Fortalecimento institucional

Este eixo foca na elaboração de políticas para a consolidação da Governança do Turismo. Ele abrange ações voltadas à implementação de instâncias de governança, integração de setores e desenvolvimento de políticas públicas para a atividade. Além disso, contempla a atração de investimentos, captação de recursos e a melhoria contínua da gestão.

Nesta frente, situam-se as atividades relacionadas ao fortalecimento da Governança do Turismo e ao relacionamento com organizações representativas, entidades de classe e organismos mundiais. Estão incluídas também a governança interna, o controle de riscos e a integridade.

Execução de Projetos e Resultados por Eixo



Contextualização

A BELOTUR em 2025 consolidou-se como uma indutora de inovação e desenvolvimento sustentável para Belo Horizonte. A empresa atuou na promoção nacional e internacional do destino, estabelecendo parcerias estratégicas com órgãos como a Embratur e o SEBRAE para qualificar o trade turístico e ampliar experiências premiadas, como o "Menuuh". O ano foi marcado pelo aperfeiçoamento de processos internos, modernização tecnológica nos Centros de Atendimento ao Turista (CATs) e o uso de inteligência de dados, como a sensorização de fluxo na Pampulha, para nortear as políticas públicas e ampliação das atividades turística da Pampulha com a retomada do Uso Náutico da Lagoa. Além disso, a empresa reafirmou o compromisso com o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO por meio da 2ª Bienal da Gastronomia e de projetos de economia circular, como o "Bom Como Coco".

Execução de projetos e resultados

As atividades descritas nos relatórios das diretorias foram distribuídas conforme seus eixos principais:

Eixo 1 - Disseminação do Posicionamento e Apoio à Comercialização

- Modernização dos CATs (FECITUR): Implementação de ferramentas tecnológicas (óculos 3D, totens touch screen) nos Centros de Atendimento ao Turista.
- Regionalização do Turismo: Renovação da certificação de BH no Mapa do Turismo Brasileiro.
- Ações Promocionais Menuuh: Divulgação do cardápio de experiências por meio de Press Trips e Famtours com influenciadores.
- Ações de promoção do Destino Belo Horizonte - OTA Expedia, Associados Braztoa e Foco: com Participação em feiras e webinários, apresentação de novos produtos e roteiros.
- Informação turística e promoção do destino em eventos realizados em Belo Horizonte: foram 11 eventos presenciais e 4 participações virtuais.
- Promoção nacional e internacional do destino Belo Horizonte: participação em 11 feiras.

Eixo 2 - Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo

- Observatório do Turismo: Publicação de 13 bases de dados, incluindo monitoramento do Carnaval, Arraial e ocupação hoteleira.
- Sensorização Turística na Pampulha: Instalação de sensores para medição anônima de fluxo de visitantes.
- Consolidação como DTI: Participação e premiação na Feira Internacional de Destinos Inteligentes (FIDI 2025), onde a Belotur foi premiada pelos projetos "Menuuh de Experiências" e "Painéis Abertos".
- Encerramento do Programa Turismo Futuro Brasil: Conclusão da jornada de inovação iniciada em 2023 em parceria com o Sebrae e o BID.
- Lançamento da 2ª edição do Acelera Turismo: O projeto está estruturado em eixos estratégicos que abrangem desde o diagnóstico e consultoria personalizada até workshops de design de experiência, precificação e marketing digital e consolidando a capital mineira como um Destino Turístico Inteligente e fortalecendo seu selo de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO

Eixo 3 - Desenvolvimento e Qualificação Turística

- City Tours e Walking Tours: Sensibilização de moradores e turistas para o turismo por meio da realização de City Tours e Walking Tours gratuitos, com roteiros temáticos pela cidade de Belo Horizonte, integrando patrimônio cultural, identidade local e gastronomia mineira. Com a realização de 15 ações (7 city tours e 8 walking tours) atendendo 444 participantes em 11 roteiros temáticos.
- Ações de capacitação e qualificação turística de profissionais envolvidos no atendimento aos turistas. Com destaque as capacitações realizadas para a Guarda Municipal de Belo Horizonte, e em especial a Guarda Municipal Turística, totalizando 117 guardas qualificados.
- Realização do 5º Concurso do Prato Junino no Arraial de Belo Horizonte: a temática foi a afro

gastronomia Belo Horizontina que foram apresentadas nos pratos comercializados pelos 6 grupos vencedores (1 de cada faculdade) somaram o valor total de R\$101.971,00 em faturamento.

- Prêmio Concurso ESG: Experiências Sustentáveis nos Destinos Brasileiros: No exercício de 2025, a DRMT em conjunto com a DRTI, atuou de forma estratégica no apoio institucional e na consolidação das ações que culminaram no reconhecimento de Belo Horizonte como 1º lugar no Concurso ESG. A premiação da Embratur estava incluído vários benefícios como: disponibilizou 24h de assessoria especializada em ESG, viabilizou no campo da promoção turística à ampliação da visibilidade institucional de Belo Horizonte e a implementação de provas de conceito de startups aceleradas pelo EmbraturLAB (GreenAnt) , permitindo o teste de soluções inovadoras e sustentáveis no território.
- ESG no Carnaval de Belo Horizonte - 2025: atuou na articulação institucional transversal para acompanhamento das ações de sustentabilidade do Carnaval, integração de iniciativas ESG na execução do evento e Elaboração e publicação do Relatório de Sustentabilidade do Carnaval 2025.
- Apoio - ESG no Arraial de Belô 2025: atuou no apoio técnico e administrativo às ações de sustentabilidade do evento, Instrumentalização da contratação da Recicla Club para execução de ações de gestão de resíduos e Implementação de práticas de segregação, triagem e destinação adequada de resíduos sólidos durante o Arraial de Belô 2025.
- Projeto "Bom Como Coco": Parceria com a UEMG e participação ativa da SLU para transformar resíduos de coco verde em recursos sustentáveis através do Design Sistemico. O projeto atingiu 90% de conclusão em 2025, com foco em logística de coleta e inovação de produtos.
- Barco turístico Capivarã: Retomada do Uso Náutico da Lagoa da Pampulha com a operação de barco turístico atendendo 240 pessoas em 8 viagens piloto.

Eixo 4 - Realização e Fomento de Eventos Urbanos

- 2ª Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte: Realização do evento que celebrou o título de Cidade Criativa da Gastronomia (UNESCO). A edição contou com 21 eventos e projetos, alcançando mais de 5.400 participantes nos "eventos âncora", como o Fórum Internacional de Gastronomia e o Sabor de Mercado.
- 46ª Edição do Arraial de Belô: Realização do evento com foco em afro-gastronomia e parcerias com influenciadores de afroturismo.
- Edital de Patrocínio: Revisão do edital "BH Cidade dos Eventos" para atender mais iniciativas em três categorias de valores. Foram 2 editais publicados, com quarenta e oito eventos contemplados e 21 executados e Três milhões de reais destinados ao Edital 002/2025.
- Apoio institucional concedido a eventos: é uma parceria de natureza não onerosa que foram concedidos 24 (vinte e quatro) pedidos de apoio institucional viabilizando a difusão de conhecimento e a promoção da capital como destino turístico, oferecendo chancelas oficiais, suporte na divulgação e

fornecimento de materiais promocionais

Eixo 5 - Fortalecimento Institucional

- Eleições Comtur-BH: Realização do processo eleitoral para a composição do conselho no mandato 2026/2027.
- Submissão da primeira CoP no Pacto Global da ONU: em julho de 2025 foi realizada a submissão da primeira Comunicação de Progresso (CoP) da Belotur ao Pacto Global da ONU.
- Captação de recursos para realização do Carnaval, Arraial e Bienal da Gastronomia: captação de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais) para o Arraial, R\$ 6.400.000,00 (seis milhões e quatrocentos mil reais) Carnaval e R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) Bienal da Gastronomia.

Projetos não executados

- Promoção Turística (DRMT): Participação com stand próprio em feiras como Festuris, BTM, WTM e ABAV Expo foi cancelada ou alterada devido a cortes orçamentários.
- Presstrips/Famtours: Ação suspensa temporariamente para a Bienal da Gastronomia.
- Redução de Gás Carbônico (DPEN): Estudo realizado pela DPEN, mas execução transferida para outra diretoria.
- FUMTUR (DPEN): Projeto permanece em fase de tratativas.
- Territórios e Redes Criativas(DRTI): No PPAG 2021-2024 estava prevista a realização de mais uma etapa do projeto até o final de 2024, que seria destinada a gerar conteúdos relacionados a um segundo mercado ou outro território, no entanto, devido a priorização de outros projetos pela DRTI, esta etapa não foi realizada. A etapa prevista será realizada em 2026, dentro do escopo do convênio Sebrae/Belotur.

Exercício Financeiro

Em relação a execução orçamentária, o ano de 2025 teve foco em dar continuidade à rotina, buscando sempre a melhoria contínua dos processos.

Destacamos alguns números:

- 15 Processos de Pregão Eletrônico;
- 20 Processos de Chamamentos Públicos;
- 40 Processos de Dispensa de Licitação;
- 16 Processos de Inexigibilidade de Licitação;
- 03 Convênios celebrados;

- 309 Contratações celebradas;
- 236 Processos de Prestação de Contas analisadas.

EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA POR FONTE DE RECURSO - 2025

FONTE/DETALHE	ORÇAMENTO INICIAL	EMPENHADO 2025	% REALIZADO (D/C)	EMPENHADO 2024	% VARIAÇÃO (2025/2024)
Pessoal e Benefícios - ROT	17.590.684,00	17.627.878,82	100,21%	15.788.429,94	11,65%
Pessoal e Benefícios - Recursos Próprios	-	-	0,00%	203.809,00	-100,00%
Custeio - ROT	30.067.791,00	20.114.085,65	66,90%	29.769.563,91	-32,43%
Custeio - ROT (Empenda Impositiva)		14.967,00	#DIV/0!	625.134,87	-97,61%
Custeio - Recursos Próprios / Vinculados	10.505.000,00	9.971.460,13	0,00%	1.195.752,70	733,91%
Investimento - ROT	-	-	#DIV/0!	-	#DIV/0!
Investimento - Recursos Próprios	50.000,00	-	0,00%	8.078,58	-100,00%
TOTAL GERAL	58.213.475,00	47.728.391,60	81,99%	47.590.769,00	100,29%

EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA POR SUBAÇÃO - EXERCÍCIO 2025

SUBAÇÃO	ORÇAMENTO INICIAL	EMPENHADO
APOIO A EVENTOS DE INTERESSE PÚBLICO	10.000,00	-
Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	3.000.000,00	3.000.000,00
Arraial de Belo Horizonte	5.111.670,00	7.196.782,07
ATRAÇÃO DE EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS	180.500,00	174.113,09
BELO HORIZONTE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	0,00	33.986,84
CARNAVAL DE BELO HORIZONTE	24.576.291,00	15.004.500,12
DESENVOLVIMENTO E ESTRUTURAÇÃO DE TERRITÓRIOS TURÍSTICOS	262.500,00	172.407,68
DESENVOLVIMENTO E FOMENTO DA GASTRONOMIA	450.199,00	459.404,32
E.I. - Blocos Caricatos no Carnaval de Belo Horizonte 2024		
E.I.'s - Jornada Pascoal		14.967,00
E.I. - Arraial de Belo Horizonte		
Eventos PBH	10.000,00	-
Formação e Qualificação da Gastronomia	561,00	-
Formação, Qualificação e Sensibilização para Turismo	229.810,94	108.513,47
Fortalecimento da Governança e das Relações Institucionais	58.407,00	50.000,00
Governança e Networking da Rede das Cidades Criativas da Gastronomia da Unesco	93.451,00	
INOVAÇÃO TURÍSTICA (FUTURISMO)	86.512,00	
MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO BELO HORIZONTE	1.400.000,00	422.206,90
OBSERVATÓRIO DO TURISMO	186.753,00	61.985,64
Pacto Global	50.000,00	50.000,00
Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	294.000,00	49.718,01
Promoção, Comunicação e Valorização da Gastronomia	116.842,00	112.186,95
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiência Turística em Belo Horizonte	300.000,00	300.000,00
Projetos Turísticos		
Realização de Eventos pela Belotur	111.636,00	84.160,00
Segmentos e Produtos Turísticos	100.000,00	274.000,00
Serviços Administrativos e Financeiros	21.584.342,06	20.159.459,51
TOTAL GERAL	58.213.475,00	47.728.391,60

Considerações Finais

Os principais avanços e conquistas da Belotur ao longo de 2025, um ano marcado pelo fortalecimento da nossa capital como um destino de excelência e inovação.

O reconhecimento nacional e internacional da nossa gestão foi evidenciado pela vitória na segunda edição do Prêmios Ibero-Americanos DTI, na categoria “Inovação” e “Promoção e Marketing”, premiação concedida na Feira Internacional de Destinos Inteligentes - FIDI Bonito 2025. Esses marcos, somados à consolidação de Belo Horizonte como um Destino Turístico Inteligente (DTI) e à nossa liderança no concurso de melhores práticas ESG da Embratur, reafirmam a eficácia de uma estratégia que integra gastronomia, tecnologia e sustentabilidade social.

Projetos estratégicos como o "Menuuh" e as ações para a retomada sustentável do uso da Lagoa da Pampulha foram fundamentais para posicionar a cidade como um destino autêntico. Para encerrar o ano, a realização da 2ª Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte consolidou nossa referência internacional no setor, promovendo intercâmbios criativos, valorização dos produtores locais, envolvimento da academia, e fortaleceu os compromissos assumidos com a UNESCO após o título de Cidade Criativa da Gastronomia.

ANEXO I – DETALHAMENTO DOS RESULTADOS POR DIRETORIA

Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação - DRTI

Breve histórico das principais atividades executadas no ano pela diretoria

O ano de 2025 foi marcado pelo aperfeiçoamento dos processos e projetos da Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação, além da manutenção das ações contínuas, que são realizadas ao longo de todo o ano e não configuram entregas de maior monta, apesar de demandarem dedicação constante da equipe.

Em cada Eixo de Atuação da Belotur foram implementados projetos e ações visando especialmente o fortalecimento, a descentralização e o monitoramento das políticas públicas do setor do turismo no município, dentre os quais destacamos. Abaixo, destacam-se as principais realizações organizadas por eixo:

Eixo 1 - Disseminação do Posicionamento e Apoio à Comercialização

- **Modernização dos CATs (FECITUR):** Implementação de ferramentas tecnológicas nos Centros de Atendimento ao Turista, incluindo óculos 3D, totens touch screen, tablets e notebooks para promover uma experiência mais imersiva e eficaz aos visitantes.
- **Regionalização do Turismo:** Renovação da certificação de Belo Horizonte no Mapa do Turismo Brasileiro (válida até junho de 2026) e participação ativa em encontros de gestores e assembleias da FECITUR e SECULT/MG.

Eixo 2 - Inteligência de Mercado e Incorporação de Processos de Inovação no Turismo:

- **Ampliação das bases de dados do Observatório do Turismo:** que ao longo de 2025 teve uma maior interface com a Assessoria de Comunicação visando produzir informativos, boletins, artigos e *dashboards* destinados a divulgar os resultados das pesquisas e estudos realizados, bem como o monitoramento de uma série de indicadores relacionados a projetos da Belotur e da PBH;
- **Implementação do Sistema de Sensorização Turística na Pampulha:** consiste na instalação de sensores que captam sinais de dispositivos móveis, permitindo medir o fluxo de visitantes de forma anônima e agrupada, o que permite uma melhor compreensão do comportamento dos frequentadores do atrativo estrela do município, bem como nortear estratégias de comunicação, marketing e aprimoramento da infraestrutura turística local. O projeto é realizado dentro do escopo do Programa Turismo Futuro Brasil, realizado por meio de uma parceria entre o Ministério do Turismo, Sebrae Nacional e Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID.
- **Consolidação como DTI:** Participação na Feira Internacional de Destinos Inteligentes (FIDI 2025), onde a Belotur foi premiada pelos projetos "Menuuh de Experiências" e "Painéis Abertos".
- **Encerramento do Programa Turismo Futuro Brasil:** Conclusão da jornada de inovação iniciada em 2023 em parceria com o Sebrae e o BID.

Eixo 3 - Desenvolvimento e Qualificação Turística:

- **Projeto "Bom Como Coco":** Parceria com a UEMG e participação ativa da SLU para transformar resíduos de coco verde em recursos sustentáveis através do Design Sistemico. O projeto atingiu 90% de conclusão em 2025, com foco em logística de coleta e inovação de produtos.

Eixo 4 - Realização e Fomento de Eventos Urbanos

- **2ª Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte:** Realização do evento que celebrou o título de Cidade Criativa da Gastronomia (UNESCO). A edição contou com 21 eventos e projetos, alcançando mais de 5.400 participantes nos "eventos âncora", como o Fórum Internacional de Gastronomia e o Sabor de Mercado. A tem como principal objetivo celebrar, integrar e projetar a gastronomia local nos cenários nacional e internacional. Com uma programação robusta, a edição de 2025 foi concebida a partir de duas frentes de entrega: os eventos âncoras — iniciativas de grande impacto com potencial de perenidade para as próximas edições — e a programação associada e descentralizada, que diversificou temas, abordagens, formatos e lugares, colocando em diálogo as diferentes tendências contemporâneas e os traços identitários da cultura gastronômica da cidade.

Eixo 5 - Fortalecimento institucional:

- **Realização das Eleições do Comtur-BH:** foram realizadas as eleições para composição dos membros do Comtur-BH (mandato 2026/2027). As eleições ocorrem a cada dois anos e configuram um momento de renovação da representação das entidades da sociedade civil, nesta importante instância de diálogo, proposição e monitoramento das políticas públicas voltadas para o setor em Belo Horizonte.

Eixo 2- Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo:

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Pesquisas realizadas pela Belotur desde a criação do Observatório do Turismo de Belo Horizonte com 13 bases de dados publicadas, feita com base nas informações coletadas:

Entregas/resultados

07 Bases de dados primários sobre: Carnaval Foliões Desfile de escolas de Samba e Bloco Caricatos, Carnaval Foliões de Blocos de Rua e Avenida Sonorizadas, Arraial de Belo Horizonte, Parada do Orgulho LGBT, Gastronomia, Pampulha e Aniversário da cidade com respectivas publicações de relatórios, power BI e 3 Releases de divulgação (Carnaval unificada).

01 Tratamento e Informações da base de dados gerada pelo Cadastro de ambulantes.

01 Publicação com Painéis de dados - Tratamento de dados públicos e manutenção de painel de indicadores

- 08 Bases de dados, sendo: RAIS, CAGED, PNAD, Movimentação Aeroportuária e Rodoviária, Ocupação Hoteleira, ISS Turístico e Estabelecimentos do cadastro Municipal de Contribuintes.

04 Bases de dados em parceria sobre: Pesquisa Avaliação Parques Municipais, Virada Cultural, Festival Literário Internacional com respectivos relatórios publicados e dados nas releases de balanço.

01 composição de mesa e com apresentação de trabalhos do Observatório de Belo Horizonte no Encontro da Rede Brasileira de Observatórios - Disponíveis no canal do Youtube da RBOT, temas: Pesquisa em Rede

01 Artigo apresentado no 21º Seminário de Economia de Diamantina,

02 Boletim bimensal de dados de Belo Horizonte

01 Painel sobre os indicadores DTI

01 Projeto de sensorização de fluxo de pessoas na Pampulha

01 Parceria com ABIH para monitoramento da taxa de ocupação hoteleira

04 Pesquisas para projetos internos da Belotur: Qualitativa de Gastronomia com atores da cidade, Bom como Coco, Bares com Alma e Menuuh para avaliação e continuidade dos projetos

Seleção de Livro de Artigos da Gastronomia

Participação em Grupos de trabalhos:

Rede Brasileira de Observatórios

Observatório do Milênio

Prazo: 12 meses

Indicadores: 100% de pesquisas planejadas aplicadas.

Sistema de Sensorização Turística- Programa Turismo Futuro Brasil.

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Belo Horizonte foi uma das cidades selecionadas na chamada pública do BID e SEBRAE e passou a integrar o Programa Turismo Futuro Brasil. Resultado de uma parceria estratégica entre as entidades para apoiar a elaboração de instrumentos de planejamento e a implementação de ações-chave para o fortalecimento e a consolidação da estratégia de Destino Turístico Inteligente – DTI.

Belo Horizonte foi uma das 12 cidades brasileiras selecionadas para integrar o programa, que visa fortalecer o turismo por meio de inovação e tecnologia. Em 2023, o município definiu 6 ações para monitoramento, das quais 3 estavam concluídas, 1 em execução e 2 canceladas. Nesta etapa, Belo Horizonte priorizou 2 delas. A tabela abaixo apresenta a situação das ações.

Ideia-força	Ações priorizadas	Status
Governança	Orçamento empenhado	Cancelada
Governança	Cooperação interinstitucional	Concluída
Sustentabilidade	Conservação e preservação ambiental	Concluída
Experiência	Produtos e serviços turísticos inovadores e adoção de tecnologias	Em execução
Experiência	Interatividade e personalização da informação	Concluída
Marketing	Sistema de gestão e relacionamento com o turista	Em execução

Como parte desse projeto, que finalizou no final do ano de 2025 com o Evento de Culminância do Programa Turismo Futuro Brasil, a Belotur em conjunto com partes interessadas elencou o Sistema de Sensorização Turística como uma ação prioritária que, após validação pelo BID e Sebrae Nacional, passa a ser apoiada pelos parceiros mencionados, que viabilizaram o custeio e a contratação da empresa WW Tecnologia/Seeketing para sua implementação em Belo Horizonte. O Sistema de Sensorização Turística teve início em fevereiro de 2025 e finalizou em dezembro do mesmo ano.

A solução consiste na instalação de sensores que captam sinais de dispositivos móveis, permitindo medir o fluxo de visitantes de forma anônima e agrupada. Esses dados possibilitam uma melhor compreensão do comportamento dos frequentadores e embasam estratégias de comunicação, marketing e aprimoramento da infraestrutura turística. A ferramenta é de fácil instalação, necessitando apenas de um ponto de energia e de Wi-Fi para o funcionamento do equipamento.

Para a implementação do Sistema de Sensorização foi selecionado a Pampulha, um dos principais atrativos

turísticos de Belo Horizonte. As instalações dos sensores ocorreram no dia 3 de fevereiro de 2025. A Belotur, com o apoio da Secretaria de Segurança Pública, Fundação Municipal de Cultura e Fundação de Parques Municipais e Zoobotânica, iniciou a instalação de equipamentos para medição do fluxo de pessoas em três espaços estratégicos da Pampulha:

- Praça Dino Barbieri
- Museu Casa Kubitschek
- Parque Ecológico da Pampulha

O monitoramento do fluxo de turistas em destinos consolidados é uma ferramenta essencial para a gestão pública. Com tecnologias como sensores e inteligência artificial, torna-se possível mapear padrões de visitação e direcionar estratégias mais eficazes.

Entregas/resultados

A implementação do sistema permitiu nos 3 pontos elencados: monitorar fluxos e níveis de lotação em tempo real e otimizar a experiência turística e a infraestrutura urbana. Esses dados possibilitam um planejamento estratégico, tático e operacional mais eficiente, beneficiando tanto o setor público quanto os empreendedores e profissionais do turismo. Em resumo no período que foi feito o monitoramento o sistema registrou:

- ❖ Mais de 2,2 milhões de frequentadores na região da Pampulha captados pelo sensor entre fevereiro e novembro de 2025
- ❖ Períodos mais frequentados: Início manhã e fim da tarde
- ❖ 88% das visitas acontecem em menos de 1 semana
- ❖ 19% dos frequentadores voltam mais de 2 vezes

Prazo: 2023 à 2025 - Programa Turismo Futuro Brasil.

O Sistema de Sensorização Turística aconteceu de fevereiro a dezembro de 2025

Indicadores

Evolução no Programa Turismo Futuro Brasil de 3,27 para 4,04

Recebimento de Certificação

Divulgação do programa e seus números na imprensa e redes sociais da Belotur

Ações DTI

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Em Belo Horizonte, o modelo DTI tem sido fundamental para orientar investimentos, qualifica processos e fortalece a capacidade do turismo de gerar desenvolvimento econômico, inclusão e qualidade de vida. O ano de 2025 foi marcado por avanços significativos e uma presença ativa em fóruns estratégicos. Entre os destaques, ressaltamos a participação de Belo Horizonte na Feira Internacional de Destinos Inteligentes (FIDI 2025), e sua atuação ativa nas reuniões do Grupo Executivo da Rede DTI Brasil, ao lado de outras capitais e destinos estratégicos, contribuindo diretamente para a condução dessa política pública em nível nacional. Tivemos também o encerramento do Programa Turismo Futuro Brasil.

A FIDI é um evento oficial da Rede Ibero-americana DTI, organizada pelo Instituto Ciudades del Futuro da Argentina. Belo Horizonte/Belotur foi convidada a participar do FIDI 2025 nos dias 19 a 22 de março em Bonito/Mato Grosso do Sul. Durante o evento, a Belotur participou de workshops e conferências com empresas líderes, profissionais e autoridades públicas de turismo e tecnologia de diferentes esferas para compartilhar conhecimentos sobre o modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI), além da participação em um painel sobre “Patrimônio Inteligente” com a participação de Olivia Estrella da Turisme Comunitat Valenciana - INVAT-TUR e Daniela Furtado - Secretária de Estado de Turismo do DF, Brasília e da apresentação dos 5 projetos submetidos pela Belotur na segunda edição do Prêmios Ibero-Americanos DTI.

A Rede DTI Brasil tem como objetivo promover a integração entre os destinos turísticos inteligentes, incentivando a troca de experiências, a inovação e o uso de tecnologias no turismo. Busca qualificar profissionais, melhorar os serviços oferecidos, fortalecer o posicionamento das cidades no mercado e estimular o desenvolvimento sustentável dos destinos. Além disso, visa facilitar a implementação do modelo DTI, apoiar a mobilização de recursos e padronizar a coleta de dados para uma gestão mais eficiente e inteligente do turismo no Brasil.

Por fim, celebramos o encerramento do Programa Turismo Futuro Brasil em dezembro de 2025. Belo Horizonte foi selecionada entre 12 destinos nacionais pelo Sebrae e pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a capital mineira concluiu com êxito essa jornada iniciada em 2023, reforçando o compromisso com a elaboração e implementação de estratégias de inovação para o fortalecimento do turismo local.

Entregas/resultados

Em 2025 tivemos vários resultados positivos com a apresentação dos projetos da Belotur que foram finalistas do Prêmio Ibero-americano DTI no evento do FIDI 2025. No caso de Belo Horizonte, foram apresentadas 5 iniciativas em suas respectivas categorias: Menuuh de Experiências (Promoção e Marketing); Painéis Abertos e Guia Virtual do Mercado Central (Inovação); Guia LGBTQIAPN+ (Social) e Bares com Alma (Sustentabilidade econômica). Cada projeto foi apresentado e compartilhado com o público presente no evento, promovendo e disseminando os projetos realizados pela Belotur para o desenvolvimento do turismo. Ao final do dia ocorreu a premiação, conduzida pela organização do evento. Belo Horizonte foi contemplada com dois prêmios: Menuuh de Experiências e Painéis Abertos.

No segundo semestre de 2025, BH recebeu uma das edições dos Workshops Regionais DTI Brasil, ciclo nacional de capacitação que percorreu todas as regiões do país, ampliando a troca de experiências, a cooperação técnica e o fortalecimento da política pública de turismo inteligente.

No ano de 2025 ocorreram várias reuniões para estruturar e formalizar a Rede DTI Brasil. E em agosto foi lançado nacionalmente durante o Salão do Turismo 2025 com a publicação da Norma ABNT NBR 17529.

O Programa Turismo Futuro Brasil foi finalizado em dezembro com um evento considerado um marco institucional e técnico da rede. E teve como destaque a apresentação das boas práticas pelos 12 municípios participantes do projeto Turismo Futuro Brasil. Teve a apresentação da Norma ABNT NBR 17529 - Destinos Turísticos Inteligentes com distribuição de exemplares aos membros do Conselho Nacional do Turismo. Reforçada a importância da norma como marco regulatório da agenda DTI nacional.

Prazo: Ações contínuas realizadas no ano de 2025

Indicadores: 100% concluído

Bienal da Gastronomia

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

A Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte chega à sua segunda edição em 2025, reafirmando a cidade como referência internacional no cenário culinário.

A iniciativa celebra a cultura alimentar local, impulsiona o turismo e fortalece os compromissos assumidos

com a UNESCO após o título de Cidade Criativa da Gastronomia.

Realizada como um projeto piloto em 2021, no formato virtual, e reformulada em 2023 com novo nome e estrutura, a Bienal se consolida como um evento estratégico e inovador. A cada edição, amplia o diálogo entre chefs, produtores, estudiosos e o público, promovendo conexões entre tradição e inovação, conhecimento ancestral, a cozinha de base local e periférica, o protagonismo feminino e a diversidade alimentar. A edição 2025 teve realização da Prefeitura de Belo Horizonte por meio da Belotur, correalização do Sebrae Minas, várias parcerias estratégicas e patrocínio do Supermercados BH. E teve ações em vários locais como: Teatro Francisco Nunes, Restaurante Popular do Barreiro, Mercados, Edifício Central, Regional Norte, Bares com Alma e espaços urbanos de BH.

Com uma programação diversificada, descentralizada e acessível, a Bienal promoveu intercâmbios criativos, valorizou produtores locais, envolveu a academia e fortaleceu a identidade gastronômica da cidade. Este relatório sintetiza os principais resultados, aprendizados e recomendações para futuras edições.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos

Entregas/resultados

A 2ª Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte cumpriu com êxito seu papel de celebrar, integrar e projetar a gastronomia local nos cenários nacional e internacional. Com uma programação robusta e alinhada aos valores da UNESCO, a edição de 2025 deixou um legado positivo e bases sólidas para futuras realizações, nas quais a análise sistemática de dados e o aprendizado contínuo serão essenciais para o aprimoramento.

A estrutura da Bienal abrange diversas atividades, divididas estrategicamente em duas frentes de entrega: os eventos âncoras — iniciativas de grande impacto com potencial de perenidade, desenhados para estruturar e atrair grande público — e a programação associada e descentralizada que são iniciativas descentralizadas e parcerias que ampliam o alcance do evento por toda a cidade .

Eventos âncora:

- ❖ Abertura Institucional e Coletiva de Imprensa (14/10 – Restaurante Popular). Presença de 120 convidados do trade, autoridades e chefes.
- ❖ Oficina de capacitação dos cozinheiros dos Restaurantes Populares (23/09 -Mercado da Lagoinha). Qualificação de 24 Cozinheiros dos Restaurantes Populares.

- ❖ Fórum Internacional de Gastronomia – FIG (21 e 22/10 – Teatro Francisco Nunes). Composto por: 7 mesas temáticas, 2 cozinhas shows, 06 tendas na Feira Prepara Gastronomia - Sebrae, 41 Convidados/ Palestrantes(25 de Belo Horizonte, 13 Brasil e 3 internacionais. Sendo: 22 mulheres e 19 homens), espaço Acadêmico da Gastronomia e 2 exposições no hall de entrada do teatro (exposições Bares com Alma e do Projeto Bom como Coco. E público de 1300 pessoas nos 2 dias de evento.
- ❖ Lançamento do Projeto Bom Como Coco (21 e 22/10 - hall do Teatro Francisco Nunes). No mínimo 103 pessoas pararam para conhecer o projeto e responder a pesquisa.
- ❖ Exposição Fotográfica dos 30 Bares Com Alma(21 a 31/10 - hall Teatro Francisco Nunes e Sede Belotur). Público de 1500 pessoas considerando o público do FIG e Hall da Belotur.
- ❖ Intercâmbio Cidades Criativas da UNESCO (23/10 – Edifício Central). Foram 4 cozinhas show com Chefs de Belém, Paraty, Florianópolis e BH. Com degustação para 120 pessoas.E comercialização de produtos na feirinha com: divulgação do Guia do Edifício Central, DJ e 11 barracas com artesanato, comida e bebidas.
- ❖ Sabor de Mercado (24/10 - Mercado Central). Foram 18 lojistas contemplados, 4 faculdades, 15 alunos participantes do Cozinha Show, distribuição de 320 degustações, produção de Livro de receitas com 4 receitas autorais. Público 500 pessoas.
- ❖ Trilha da Panificação (20 a 23/10 - Padarias artesanais e Centro de Treinamento). Foram 5 Oficinas com mestres panificadores, com participação de 57 estudantes, 15 Professores e representantes de classe.
- ❖ Territórios Criativos Gastronômicos: Sabores da Norte (26/10 - Praça Padre Lages, Heliópolis). Foram 4 apresentações de cozinha show com distribuição de 320 degustações, feira gastronômica com 12 comerciantes, 3 oficinas educativas e culturais, brinquedos infláveis, DJ e 2 shows de música. Público 1200 pessoas.
- ❖ Experiências Bares com Alma - locais selecionados - Merceria Pérola do Atlântico, Bar e Leiteria Casa Branca, Bar do Junior, Taberna Baltazar, Bar do Careca e Bar do Cacá. (27/10 a 31/10). Público 160 pessoas
- ❖ Livro Digital “Sabores e Saberes – Edição Especial” (produção 2025, lançamento 2026).
- ❖ Rádio BH Belotur - Edição Especial da Bienal(15 a 31/10 - Spotify - conteúdo gratuito)
- ❖ Walking Tour Gastronômico - Especial Bienal 2025 (18/10 - Mercado Central, Galeria São Vicente, Mercado Novo) Roteiro guiado com degustação para 29 pessoas.

Programação associada e descentralizada:

- ❖ Feirinha Aproxima
- ❖ Cozinha De Mercado – Edição: BH, A cidade dos Mercados!
- ❖ Oktoberfest
- ❖ Circuito de Vinhos
- ❖ Festival Bar em Bar
- ❖ Edifício Central - realização de jantar com menu fechado que celebra o Pará, a Bahia e Belo Horizonte

e Colab Cozinhas das Manas do Central, promovendo o encontro entre Minas Gerais e o Pará (15/10 a 30/10), reunindo empreendimentos liderados por mulheres.

- ❖ Lançamento do guia do Edifício Central.

O evento teve vários resultados e alguns ficaram como legado para a cidade.

- ❖ Valorização de empreendimentos locais.
- ❖ Capacitação dos cozinheiros do Restaurante Popular.
- ❖ Requalificação urbana da Praça Padre Lages.
- ❖ Fomento de parcerias educacionais com o privado favorecidas por meio do network gerado com a Bienal (Exemplo: UniArnaldo fechou parceria com a Passeli durante a Trilha da Panificação).
- ❖ Difundir e disseminar o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO.
- ❖ Posicionar Belo Horizonte como referência em políticas públicas alimentares e inovação gastronômica.
- ❖ Promover intercâmbios culturais e formativos entre cidades criativas da gastronomia da Unesco.
- ❖ Valorizar o conhecimento ancestral, a cozinha diversa, o protagonismo feminino e a diversidade alimentar.
- ❖ Fortalecimento da Identidade Gastronômica: Eventos como "Bares com Alma" e "Sabor de Mercado" valorizaram a cultura local e a memória afetiva.
- ❖ Inovação e Sustentabilidade: Uso de totens de papelão modular (ESG), incentivo a PANCs e redução de desperdício.
- ❖ Inclusão e Acessibilidade: Exposição acessível, programação gratuita, ações em territórios periféricos.
- ❖ Integração Acadêmica: Envolvimento de 7 faculdades de gastronomia, nutrição e design em atividades práticas e publicações.
- ❖ Satisfação geral do público e parceiros.
- ❖ Percepção de impacto cultural e educacional.
- ❖ Integração com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- ❖ Um espaço de intercâmbio internacional, com foco no eixo sul-sul, especialmente entre países ibero-americanos e cidades criativas da Unesco.
- ❖ Um projeto de descentralização cultural, com ativações em múltiplas regionais de BH, envolvendo mercados, feiras, cozinhas populares, lideranças locais e moradores.
- ❖ Patrocínio Redes Supermercados BH
- ❖ Foram 21 eventos e projetos que integraram a programação
- ❖ Foram mais de 5400 participantes nos eventos âncoras.

Prazo: 14 a 31/10/2025

Indicadores: evento 100% concluído e teve mais entrega do que foi planejado.

Projeto Bom como um Coco

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Design tem o potencial de desempenhar um papel crucial na promoção do turismo sustentável, oferecendo abordagens criativas e inovadoras para resolver os desafios complexos que o setor enfrenta. Assim, no âmbito da implementação do Planejamento Estratégico do Turismo de Belo Horizonte, a Belotur firmou uma parceria com a UEMG para, através da sua Escola de Design, atender a uma demanda apresentada pelo Serviço de Limpeza Urbana de Belo Horizonte (SLU), de lidar com o problema do consumo crescente de água de coco in-natura estar e gerando um grande volume de rejeito, de difícil tratamento.

Foi então criado o projeto “Bom como coco”, que está sendo desenvolvido com a parceria da Belotur, ED-UEMG e SLU. A metodologia do Design Sistêmico, aplicada a esse contexto pela equipe da UEMG, demonstrou seu grande potencial como ferramenta para a sustentabilidade, ao apresentar uma ampla diversidade de possibilidades de se lidar de forma holística com essa questão.

Assim, o projeto “Bom como Coco”, que foi lançado no contexto da Bienal da Gastronomia, deverá trazer clareza apresentando os problemas existentes e o potencial de participação e criação de oportunidades amplas para diversos setores. O objetivo é transformar um problema em recursos que contribuirão para a qualidade de vida dos moradores e o turismo sustentável de Belo Horizonte.

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística

Entregas/resultados

A UEMG entregou em janeiro um relatório com o diagnóstico aprofundado, quantitativo e qualitativo, envolvendo os diversos stakeholders como a SLU, os vendedores e os consumidores. A partir daí, deverão ser desenvolvidas estratégias para agregar eficiência à coleta dos resíduos, desde a comunicação com os consumidores até a concepção de elementos (produtos, serviços, processos) para aprimorar a logística de coleta. Com os vendedores, pretende-se desenvolver formas de comercialização que ampliem as suas oportunidades e que tragam benefícios para todos.

Do ponto de vista da comunicação visual o Design apresenta recursos para mapeamento, sinalização e campanhas educativas para a colaboração dos diversos grupos envolvidos. Finalmente, tratando-se de produtos, podem ser criados e aprimorados elementos de design para contribuir para a segurança da produção e coleta do coco verde, seu consumo (água e polpa) e para o processamento dos resíduos. A propósito, já foi identificada uma grande diversidade de categorias de produtos dos diversos elementos físicos e químicos que compõem o coco verde. Para todos poderão ser feitas pesquisas com o embasamento do Design Sistêmico para inovação, aprimorando os produtos existentes e mesmo criando novos usos.

Principais Frentes de Ação:

- ❖ Diagnóstico: Realização de um levantamento aprofundado (quantitativo e qualitativo) envolvendo todos os stakeholders: SLU, vendedores e consumidores.
- ❖ Logística e Coleta: Desenvolvimento de estratégias para aumentar a eficiência da coleta de resíduos, criando novos processos, produtos e serviços.
- ❖ Comunicação Visual: Uso do design para mapeamento, sinalização e campanhas educativas visando engajar os grupos envolvidos.
- ❖ Inovação de Produtos: Pesquisa e criação de novos usos para os componentes físicos e químicos do coco, além de aprimorar ferramentas para a segurança na produção e consumo.
- ❖ Apoio aos Vendedores: Desenvolvimento de formas de comercialização que tragam benefícios mútuos e ampliem oportunidades de negócio.

Prazo: de janeiro de 2025 até janeiro 2026

Indicadores: 90% concluído até dezembro de 2025, ficou faltando a Uemg entregar o relatório final, que está previsto para o final de janeiro de 2026

FECITUR

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Convênio da FECITUR com a Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (Codemge), com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (Secult-MG) como interveniente, que marca o início de um robusto ciclo de investimentos que vai impactar diretamente o 1o Projeto de Estruturação e Fortalecimento das IGRs de Minas Gerais.

A parceria viabiliza repasse de R\$100 mil para cada Instância de Governança regional do estado e inaugura

nova etapa de estruturação, promoção e qualificação do turismo mineiro.

A Belotur, Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, é responsável pela supervisão, coordenação e direção de atividades voltadas para o desenvolvimento do turismo, lazer e atividades afins na capital mineira. Tem como missão a qualificação e promoção da cidade como polo de atração turística, com visibilidade nacional e internacional.

Entre as estratégias adotadas nos eixos temáticos, está o papel dos Centros de Atendimento ao Turista (CATs) da Belotur para prover informações, recepção e acolhimento aos visitantes da cidade. Nestes espaços, os turistas e moradores recebem informações sobre atrativos turísticos, agenda cultural, agências de câmbio e turismo receptivo, espaços para eventos, hospedagem, locadoras de veículos, opções gastronômicas, roteiros turísticos, transporte ferroviário, rodoviário e aéreo, além de material informativo e promocional de BH.

Neste sentido, a escolha foi para aprimorar o atendimento de informação turística nos CATs, e dotar os estagiários e colaboradores de ferramentas que proporcionam uma experiência enriquecedora no campo da informação/promoção, com a necessária aquisição das seguintes ferramentas tecnológicas: 3 Óculos 3d, 2 notebooks, 8 totens touch screen e 5 tablets com internet.

A escolha destes itens, cuja aquisição fazem parte do plano de trabalho do convênio mencionado, é para atender a Belotur que precisa continuar promovendo Belo Horizonte como destino turístico e o material promocional, impresso ou digital, é uma excelente ferramenta.

Para o alcance desse destaque, é necessário sempre inovar e apresentar projetos diferentes que tenham como norte a promoção e divulgação de Belo Horizonte de forma mais completa, atraente e eficaz.

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização

Entregas/resultados

Ao dotar os Centros de Atendimento ao Turista (CATs) com novas ferramentas tecnológicas aliadas a divulgação do material promocional e atendimento personalizado, espera-se:

❖ Acesso à Informação:

As tecnologias facilitam o acesso a informações detalhadas sobre o destino, serviços, atrações e eventos. E aprimora o atendimento das informações turísticas nos CATs.

❖ **Imersão e Interatividade:**

Tecnologias como realidade virtual e aumentada podem enriquecer a experiência em CATS, museus e atrações turísticas, contando histórias e proporcionando vivências únicas.

Prazo: *De outubro a dezembro de 2025*

Indicadores: 100% concluído

Regionalização

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

A Belotur participou de diversas ações, como a participação nas Assembleias Gerais Extraordinárias, reuniões FECITUR, Rede de Gestores e SECULT/MG e Encontros de Gestores Municipais de Cultura e Turismo e Circuitos Turísticos de Minas. Essas certificações fazem parte do Programa Nacional de Regionalização do Turismo em que a certificação de Belo Horizonte mantém o destino no programa e permite acesso aos fundos, verbas e inserção em outros programas estaduais e nacionais voltados para o turismo.

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização

Entregas/resultados

- ❖ O Ministério do Turismo por meio do Programa de Regionalização do Turismo e dos Interlocutores Estaduais do PRT, certificou que o Município Belo Horizonte/MG integra o Mapa do Turismo Brasileiro registrado no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro. Válido até: 18/06/2026
- ❖ A Instância de Governança Regional Empresa Municipal de Turismo - BELOTUR atendeu aos critérios obrigatórios para o processo de Certificação de Reconhecimento de Instância de Governança Regional 2025 e foi reconhecida como integrante da Política de Regionalização do Turismo em Minas Gerais. (SECULT)
- ❖ Participação no 7º. Encontro de Gestores de Cultura e Turismo de Minas Gerais – 26,27 e 28 de março de 2025, promovido pela SECULT.
- ❖ Participação no 8º. Encontro de Gestores de Cultura e Turismo de Minas Gerais – 18, 19, 20 de agosto de 2025, promovido pela SECULT.
- ❖ Participação do Encontro de Gestores FECITUR- 01, 02 ,03 de outubro de 2025.
- ❖ Participação como associado/filiado, na Assembleia Geral Ordinária realizada no dia 11 de dezembro de 2025, para eleição e posse da Diretoria Executiva e Conselho Fiscal – Gestão 2026 – 2027.

Prazo - ação contínua, durante o ano de 2025.

Indicadores

Número de participações em assembléias e eventos de gestores.

Certificações aprovadas e atualizadas.

Concurso Prato Junino

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Concurso Prato Junino é um concurso culinário criado para estimular atividades que compreendam o apoio e fomento à cadeia produtiva da gastronomia de Belo Horizonte no evento Arraial de Belo Horizonte e propõe a elaboração de pratos contendo ingredientes juninos para serem apresentados, sendo os pratos vencedores comercializados durante o evento, pelos alunos do curso de gastronomia dos níveis superior, bacharelado e/ou tecnólogo, presenciais em Belo Horizonte

Criado para promover a rica e reconhecida gastronomia mineira, o concurso destaca a simplicidade, criatividade e a valorização dos ingredientes regionais que caracterizam a culinária do estado. Ao mesmo tempo, busca resgatar e reinterpretar os elementos juninos de forma inovadora e acessível.

Os principais envolvidos foram alunos, professores e coordenadores das faculdades de gastronomia Una, Senac, Arnaldo, Estácio de Sá e Promove de Belo Horizonte, além de chefs, jornalistas e influenciadores como jurados.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos

Entregas/resultados

O Concurso Prato Junino é uma competição que reúne estudantes universitários dos cursos de Gastronomia de Belo Horizonte, desafiando-os a criar pratos típicos inspirados nas tradicionais festas juninas. O concurso é composto de algumas fases como: uma seletiva de alunos feita dentro de cada faculdade e cada grupo apresenta o prato para uma banca de jurados e é selecionado um prato vencedor de cada instituição. Os pratos vencedores são comercializados no Arraial de Belo Horizonte, um dos mais emblemáticos eventos culturais da cidade.

Podemos destacar os seguintes resultados:

- ❖ **Impacto Cultural:** Valorização da culinária mineira e das tradições juninas, reforçando o patrimônio imaterial da cidade.
- ❖ **Empoderamento Acadêmico:** Mais de 400 estudantes participaram do concurso, aprimorando suas habilidades e estreitando laços com o mercado de trabalho.
- ❖ **Fortalecimento Econômico Local:** Geração de renda para os estudantes com mais de 5 mil pratos comercializados.
- ❖ **Sustentabilidade e Inclusão:** Redução de desperdícios e estímulo à inovação culinária, destacando práticas inclusivas e acessíveis para a comunidade.

Prazo: Nesta edição, a comercialização dos pratos vencedores se deu nos dias 11, 12, 13, 19 e 20 de julho na Vila Gastronômica.

Indicadores: Concurso realizado e realização da comercialização dos pratos vencedores na Vila Gastronômica do Arraial de Belô.

Estações Gastronômicas e Paradas Gastronômicas - Carnaval

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Em 2019 Belo Horizonte recebeu o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO, chancela que contribui para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico e cultural da cidade e reconhece a sua cultura alimentar como setor criativo. A partir de 2025 a gastronomia ganha destaque, também durante o carnaval, oferecendo aos turistas e visitantes uma experiência única e saborosa durante os dias da folia, como as paradas gastronômicas e as estações gastronômicas.

A Parada Gastronômica consiste em promover os principais mercados, feiras cobertas e polos gastronômicos que oferecem uma experiência culinária diversificada capaz de atender ao público em geral. A proposta foi promover e comunicar os espaços da cidade que possuem uma oferta variada de estabelecimentos, capaz de atender um público diversificado, como foliões, moradores e suas famílias, visitantes e turistas que estarão na cidade entre os dias 28 de fevereiro e 05 de março de 2025.

A Estação Gastronômica foi realizada com apoio do Programa Jornada Produtiva coordenado pela Secretaria

Municipal de Política Urbana e tem por objetivo oportunizar uma experiência gastronômica descontraída e diversa para atender os foliões dos eventos: Kandandu (encontro dos blocos afro), Desfile de Passarela (Escolas de Samba e Blocos e Caricatos).

Destaca-se que a parceria com o Programa Jornada Produtiva é fundamental para a inserção produtiva e a geração de oportunidades de renda para trabalhadores do comércio local em logradouros públicos, simplificando processos, oferecendo suporte a empreendedores, valorizando a cultura e promovendo a inclusão social.

O funcionamento da Estação Gastronômica aconteceu na Praça da Estação, na região Central de Belo Horizonte e ocorreu nos dias 28 de fevereiro (sexta-feira) e 1º de março (sábado) de 16h às 22h30 para atendimento aos foliões do Kandandu (encontro dos blocos afro) e nos dias 03 de março (segunda-feira) de 17h às 06h e 04 de março (terça-feira) de 18h às 03h40 para atendimento ao Desfile das Escolas de Samba e Blocos e Caricatos.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos:

Entregas/resultados

A Parada Gastronômica corresponde a oito pontos estratégicos com diversos estabelecimentos para comer e beber, atendendo os foliões e também aqueles que buscam um momento mais tranquilo durante o Carnaval.

Edifício Central - Av. dos Andradas, 367 - Centro

Edifício Maletta - Rua da Bahia, 1148 - Centro

Feira dos Produtores - Av. Cristiano Machado, 1950 - Cidade Nova

Mercado Central - Avenida Augusto de Lima, 744 - Centro

Mercado Distrital do Cruzeiro - Rua Ouro Fino, 452 - Cruzeiro

Mercado Novo - Rua Rio Grande do Sul, 499 - Centro

Mercado de Origem - Rua Adriano Chaves e Matos, 447 - Olhos D'Água

Mercado de Origem - Santa Tereza - Rua São Gotardo 273 - Santa Tereza

Essa iniciativa proporcionou ao público final o acesso fácil a diversos espaços que oferecem alimentação e entretenimento durante o Carnaval, garantindo serviços de qualidade e conforto. Para além disso, busca valorizar a gastronomia e impulsionar a economia local transformando os mercados, feiras e polos gastronômicos em espaços de celebração e troca, estimulando o turismo gastronômico e a identidade cultural de Belo Horizonte.

Além do site oficial que apresentou as informações detalhadas dos locais selecionados para as paradas gastronômicas, um mapa ilustrado indica a localização e horários de funcionamento de todos esses espaços, facilitando a experiência de todo o público.

A Estação Gastronômica tem como proposta celebrar a gastronomia de forma sustentável e inclusiva buscando minimizar o impacto ambiental e promover um Carnaval mais consciente. Além disso, a iniciativa gera oportunidades para empreendedores locais e contribui para o desenvolvimento econômico da cidade.

Prazo: Entre os dias 28 de fevereiro e 05 de março de 2025.

Indicadores: Público participante - 100% atendido

Monitoramento do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027

Eixo 5 - Fortalecimento institucional

Entregas/resultados

As principais ações realizadas dentro do escopo do projeto foram:

- Realizar o monitoramento semestral das ações, previstas para o ano de 2025, propostas dentro das Diretrizes Estratégicas e de acordo com cada Linha de Ação;@
- Implementar um sistema de monitoramento que ofereça uma leitura mais visual da evolução das ações, com filtros que permitam a visualização das etapas realizadas e de cada entidade/órgão responsável

Indicadores:

- Monitoramento Semestral do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 realizado: 02 monitoramentos realizados, nos meses de abril e outubro, conforme estabelecido no Plano – 100% concluído
- Monitoramento Semestral do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 disponibilizado: 100% concluído

Link:<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/programas/painel-monitoramento-comtur-agentes-23-12.pdf>

Execução Orçamentária: esta ação não demandou orçamento.

AÇÕES CONTÍNUAS- CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE - COMTUR-BH

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Comtur-BH) foi criado em janeiro de 1997 para deliberar sobre a política municipal de turismo e ações decorrentes dessa política. Os objetivos são promover a governança do turismo na capital mineira com agentes de turismo e fortalecer os elos da cadeia produtiva, fomentando o turismo na cidade e o seu posicionamento como base econômica, propulsora do desenvolvimento local.

Entre as competências do Comtur, estão: o assessoramento ao Executivo na avaliação da Política Municipal de Turismo e na elaboração de planos plurianuais, além da proposição de medidas destinadas a fomentar e democratizar o acesso da população e dos visitantes aos produtos e serviços turísticos, o incremento das receitas provenientes da atividade, e a criação de condições favoráveis para o acesso do setor privado ao mercado.

Eixo 5 - Fortalecimento institucional

Entregas/resultados

- 06 reuniões ordinárias do Comtur - BH realizadas
- 01 reunião extraordinária itinerante (presencial) do Comtur - BH realizada

REUNIÕES CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE COMTUR - BH E CÂMARAS TEMÁTICAS DO COMTUR - BH - 2025											
MÊS	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ORDINÁRIA COMTUR			29/03		10/06		12/08		01/10		09/10
UNIFICADA (COMTUR+ CÂMARAS TEMÁTICAS)	18/02										
EXTRAORDINÁRIA / ITINERANTE COMTUR BH						03/07					

**As reuniões das Câmaras Temáticas são de responsabilidade dos coordenadores e só acontecem se os mesmos enviarem as pautas com antecedência de 7 dias. A secretaria executiva do Comtur - BH fornece apoio operacional (envio de convites e opera a plataforma online no dia da reunião e faz a ata).*

REUNIÕES UNIFICADAS DAS CÂMARAS TEMÁTICAS E DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

3ª Reunião Unificada do Conselho Municipal de Turismo Comtur - BH e das Câmara Temáticas: 18 de fevereiro de 2025:

- Validação da Ata da 33ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- Aprovação do Calendário Anual de Reuniões do Comtur - BH/ 2025
- Câmaras Temáticas

- Apresentação Pesquisa de Demanda Turística 2024
- Gastronomia do Carnaval de Belo Horizonte
- Pesquisa perfil do folião - Fecomércio
- Informes gerais

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estruturadegoverno/belotur/2025/ata-3-reuniao-comtur-bh-camaras-tematicas.pdf>

REUNIÕES ORDINÁRIAS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

34ª. Reunião Ordinária - 29 de abril de 2025

- Validação da Ata da 3ª Reunião Unificada das Câmaras Temáticas e do Comtur - BH
- Apresentação do Planejamento Belotur 2025 | Bárbara Menucci
- Apresentação Prepara Gastronomia | Sebrae - Renato Lana
- Monitoramento do Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte 2023-2027 | Belotur - Eduardo

Cruvinel

- Apresentação oferta e expectativas Hotelaria | ABIH - Rodrigo Cançado
- Apresentação da proposta do Grupo de Trabalho da Gastronomia | Belotur - Eduardo Cruvinel
- Apresentação calendário eventos Expominas | Expominas - Cléber Machado Junior
- Informes gerais: Minas Travel Marketing | Alexandre Brandão - ABAV MG

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-da-34-reuniao-ordinaria-do-comtur-bh.pdf>

35ª. Reunião Ordinária - 18 de junho de 2025

- Validação da Ata da 34ª Reunião Ordinária do Comtur – BH
- Arraial de Belo Horizonte
- Informe GKS
- Eleições do Comtur BH – Criação do grupo de trabalho
- Parceria UEMG X Belotur | Rosangela Miriam
- Turismo Transforma
- Apresentação do novo formato do Monitoramento do Plano Estratégico de Turismo de Belo

Horizonte 2023-2027

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-da-35-reuniao-ordinaria-do-comtur-bh.pdf>

[dinaria-do-comtur-bh.pdf](#)

36ª. Reunião Ordinária - 12 de agosto de 2025

- Validação das Atas: 35ª Reunião Ordinária do Comtur BH | 6ª Reunião Extraordinária do Comtur BH
- Eleições Comtur BH - Edital das Eleições
- Resultados da Pesquisa do Arraial de Belo Horizonte 2025 e Pesquisa Parada LGBTQIA+
- Pautas solicitadas pelos SINDETUR MG, ABAV MG e Coletivo Movimenta Turismo MG:
 1. Concessão de espaço na Estação Pampulha para implantação do Terminal Turístico
 2. Poda de árvores nas rotas turísticas
 3. Educação turística e patrimonial
 4. Regulamentação do transporte fretado
- Informes gerais: Pesquisa “O COMTUR-BH QUE QUEREMOS” - Câmara Temática de Governança e Gestão do Destino

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-da-36-reuniao-or-dinaria-do-comtur-bh.pdf>

37ª. Reunião Ordinária - 1 de outubro de 2025

- Validação da Ata da 36ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- II Bienal da Gastronomia
- Números da Gastronomia
- Monitoramento do Plano Estratégico de Turismo - 2023-2027
- Apresentação da marca “Te encontro em BH”
- Informes gerais: Eleições do Comtur BH | Retorno sobre os ofícios enviados pelo Movimento Coletivo Turismo, Sindetur MG e ABAV MG

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-da-37-comtur-bh.pdf>

38ª. Reunião Ordinária - 09 de dezembro de 2025

- Validação da Ata da 37ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- Apresentação Natal BH Iluminada 2025 – CDL
- Eleições do Comtur BH mandato 2025-2026
- Fala das Entidades em Votação - Eleição do Comtur BH 2026–2027:

1. ACMinas
2. Fecomércio/MG
3. Fundação Doimo
4. Instituto Estrada Real
- Relatório Final da Bienal da Gastronomia 2025

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-38-reuniao-ordinaria-comtur-bh.pdf>

REUNIÕES EXTRAORDINÁRIAS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO – ITINERANTE PRESENCIAL

6ª. Reunião Extraordinária - 03 de julho de 2025

- Ações e iniciativas de fomento à Gastronomia de Belo Horizonte
- Comemoração do Dia da Gastronomia Mineira

Ata:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/2025/ata-da-6-reuniao-extraordinaria-do-comtur-bh.pdf>

ELEIÇÕES DO COMTUR BH:

Foram realizadas três reuniões do Grupo de Trabalho, no âmbito da Câmara Temática de Governança e Gestão do Destino, com o objetivo de discutir e alinhar os procedimentos relativos ao processo eleitoral:

- 11/07 – Análise da primeira parte do Edital de Eleição Comtur BH Mandato 2026-2027 - paramos no item 3.1
- 18/07 – Análise da segunda parte do Edital de Eleição Comtur BH Mandato 2026-2027, a partir do item 3.1 até o final.
- 25/07 - Análise do Formulário de Credenciamento da Sociedade Civil Organizada e do Formulário de Cadastramento de Eleitores.

O Grupo de Trabalho foi composto por Hernani de Castro Júnior (SINDETUR MG), Karla Guerra (Belotur), Kelly Leão (Belotur) e Rosangela Mirian (UEMG).

Em outubro de 2025, foi realizada a alteração do Decreto que dispõe sobre o COMTUR BH, em decorrência da atualização da nomenclatura de algumas Secretarias da Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), de modo a adequar o normativo vigente à atual estrutura administrativa municipal.

O processo eleitoral teve início em 03 de novembro de 2025 com a publicação do Edital de Credenciamento das Entidades da Sociedade Civil Organizada do Comtur BH – mandato 2026-2027 que contemplou as seguintes etapas:

1. Credenciamento de entidades da sociedade civil organizada (03 a 20 nov. 2025);
2. Análise da habilitação das entidades da sociedade civil organizada (21 a 24 nov.2025);
3. Publicação da listagem parcial das entidades da sociedade civil organizada (26 a 27 nov. 2025);
4. Prazo para recursos pelas entidades da sociedade civil organizada (21 a 24 nov. 2025)
5. Publicação da listagem final de entidades da sociedade civil habilitadas (28 nov. 2025);
6. Credenciamento dos eleitores (28 nov. a 02 dez. 2025);
7. Listagem final de eleitores (04 dez. 2025);
8. Eleição COMTUR-BH (05 a 12 dez. 2025);
9. Apuração dos votos (13 a 16 dez. 2025);
10. Publicação do resultado no Diário Oficial do Município – DOM/PBH (Até 31 dez. 2025)
11. Posse para biênio 2026/2027 (1ª reunião do ano de 2026)

Foram credenciadas 19 (dezenove) instituições da sociedade civil organizada para 18 (dezoito) vagas, o que culminou na realização de votação no segmento “Associações e Grupos da Sociedade Civil Organizada que atuem em áreas afins ao turismo”, em razão do número de entidades interessadas ser superior ao quantitativo de vagas disponíveis.

Em dezembro, paralelamente ao processo de eleição da Sociedade Civil Organizada, foram solicitadas, por meio de ofício, as indicações de 15 (quinze) representantes do Poder Executivo dos órgãos e entidades da Prefeitura de Belo Horizonte, 1 (um) representante do Poder Legislativo Municipal, 1 (um) representante do Poder Executivo Estadual e 1 (um) representante de instituição pública de ensino superior.

OBS.: todo o processo eleitoral foi realizado virtualmente, com publicação no Diário Oficial do Município, no site da Prefeitura na parte de Políticas de Turismo e Governança e através do envio de e-mails para 480 endereços.

Prazo: ano 2025

Indicadores:

Indicadores Reuniões ordinárias e extraordinárias do COMTUR BH :

- Número de reuniões ordinárias do Comtur-BH realizadas: 100%
- Número de reuniões Unificadas do Comtur-BH + Câmaras Temáticas realizadas: 100%

Indicadores eleições do COMTUR BH :

- Número de Entidades Credenciadas: 19
- Número de entidades da Sociedade Civil eleitas: 18 – 100%
- Número de indicações do poder público: 18 – 100%
- Número de eleitores credenciados: 52
- Número de e-mails utilizados para divulgação: 480

Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

A revitalização da Sinalização Interpretativa Turística – Pedestres da orla da lagoa da Pampulha e entorno imediato do Mineirão, adaptado foi realizada entre o final de 2023 e início de 2024 com recursos orçamentários da Belotur, complementados por uma verba de R\$ 150.000,00, por meio de uma Emenda da Vereadora Marcela Trópia, com recursos aportados em abril de 2023.

Juntamente ao projeto de revitalização foram contratados os serviços de manutenção contínua de todo o sistema de placas, por um período de dois anos, com término previsto para dezembro de 2025.

O Sistema de Sinalização Turística Interpretativa do Conjunto Urbanístico e Arquitetônico da Pampulha - Pedestres (PROJETO 2013) é composto por um total de sessenta e nove (69) placas de cinco (5) modelos, distribuídas da seguinte forma:

- 13 Placas Direcionais simples sem mapa – Modelo PD
- 10 Placas Direcionais com mapa – Modelo PDM
- 11 Placas Interpretativas Região/Área tombada/Mirantes – Modelo PR
- 9 Placas Interpretativas Monumento – Modelo PM
- 15 Selos Interpretativos – Modelo SI
- 10 Selos de Escultura – Modelo SE
- 1 Placa de identificação do Centro de Atendimento ao Turista Álvaro Hardy "CAT Veveco"

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística

Entregas/resultados

Nº de placas revitalizadas e reinstaladas: 69 placas – 100%

- 4ª manutenção preventiva: 22/12/2024 à 21/04/2025 – R\$71.547,78
- 5ª manutenção preventiva: 22/04/2025 à 21/08/2025 – R\$6.084,74
- 6ª manutenção preventiva: 22/08/2025 à 21/12/2025 – R\$22.957,77

Execução Orçamentária: O contrato no ano de 2025 consistiu na execução orçamentária de R\$100.590,29 e no mês de julho de 2025 foi aplicado um reajuste de 5,2% conforme IPCA acumulado nos últimos 12 meses.

Prazo: a manutenção preventiva teve início em 22/12/2024 e finalizou em 21/12/2025

Indicadores: 100% concluído com 69 placas revitalizadas e reinstaladas.

Manutenção das lunetas

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O projeto consiste na contratação de serviços de manutenção corretiva e preventiva das lunetas de observação terrestre, instaladas nos atrativos turísticos da Rua Sapucaí e Mirante Mangabeiras (2018) e na orla da Pampulha (2019) com o objetivo de garantir que os equipamentos permaneçam em pleno funcionamento, oferecendo uma experiência qualificada das visadas da cidade a turistas, visitantes e moradores.

O sistema é composto de um total de 08 (oito) lunetas de observação terrestre, sendo elas:

- 2 lunetas comuns no Mirante de Arte Urbana da Rua Sapucaí
- 3 lunetas comuns nos Mirantes da Pampulha
- 3 lunetas acessíveis nos Mirantes da Pampulha

A contratação via licitação (pregão eletrônico) foi concluída em setembro de 2024 e no início de outubro do mesmo ano, sendo que o contrato se estende até o mês de setembro de 2027.

OBS.: em virtude de uma permuta realizada pelo Parque das Mangabeiras, as 3 lunetas da Belotur instaladas no Mirante Mangabeiras foram substituídas por novos equipamentos. As peças e partes dos equipamentos retirados da Belotur serão utilizadas para repor peças danificadas e/ou roubadas ao longo do restante do contrato.

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística

Entregas/resultados

Nº de manutenções realizadas

1ª Manutenção (corretiva e preventiva) - 26/09/24 a 25/01/25 - R\$ 23.392,03

2ª Manutenção (corretiva) - mar/25 R\$ 10.107,92

3ª Manutenção - (preventiva) - 26/01/25 a 25/05/25 - R\$ 13.828,31

4ª Manutenção (preventiva) 26/05/25 a 25/09/25 - R\$ 22.654,15

5ª Manutenção (preventiva) - 26/09/25 a 25/01/26 – R\$ 27.101,02

Prazo: ano 2025

Indicadores: 100% concluído.

a. Projetos não executados

→ Territórios e Redes Criativas – Etapa (a definir) - eixo Desenvolvimento e qualificação turística.

No PPAG 2021-2024 estava prevista a realização de mais uma etapa do projeto até o final de 2024, que seria destinada a gerar conteúdos relacionados a um segundo mercado ou outro território, no entanto, devido a priorização de outros projetos pela DRTI, esta etapa não foi realizada. A etapa prevista será realizada em 2026, dentro do escopo do convênio Sebrae/Belotur.

Diretoria de Marketing e Promoção Turística - DRMT

Breve histórico das principais atividades executadas no ano pela diretoria

Continuando suas ações de promoção nacional e internacional do destino, a Belotur participou em parceria com a Embratur e a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de eventos internacionais e nacionais, de forma a aumentar a sua visibilidade, estreitar parcerias e otimizar custos de participação.

Tendo em vista o retorno positivo das capacitações e qualificações realizados durante o programa Acelera Checkin Turismo e o absoluto sucesso do cardápio de experiências Menuuh, com diversos prêmios nacionais obtidos ao longo de 2025, a Belotur envidou esforços para assinar um novo convênio com o SEBRAE, para lançamento da segunda edição do Acelera Turismo, para melhor qualificar o trade turístico, apoiar a comercialização de produtos e ampliar as experiências do premiado Menuuh.

No âmbito do edital de patrocínio, mesmo com a redução do montante a ser investido, a Belotur realizou a revisão do edital de forma a atender mais eventos, que foram distribuídos em 3 (três) categorias de valores para os eventos, sendo elas R\$ 180.000,00, R\$ 120.000,00 e R\$ 80.000,00.

A equipe se envolveu e apoiou a Diretoria de Novos Negócios na construção da documentação basilar para a viabilidade de publicação do termo de referência para o barco turístico da Pampulha. Em paralelo, está responsável pela gestão da operação turística da atividade junto ao público final - moradores e turistas.

Atividade/ações

Sensibilização de moradores e turistas para o turismo - City Tour e Walking Tour

No exercício de 2025, a Gerência de Marketing da Diretoria de Marketing e Promoção Turística (DRMT), deu continuidade ao Projeto de Sensibilização Turística “City Tours e Walking Tours”, iniciativa estruturante da Belotur que integra a política pública de desenvolvimento do turismo no município de Belo Horizonte. Executado de forma contínua desde 2016, o projeto tem como objetivo principal sensibilizar moradores, visitantes e turistas para a atividade turística, promovendo o reconhecimento da cidade a partir de seus patrimônios culturais, identitários, urbanos e gastronômicos.

Os City Tours e Walking Tours consistem na realização de passeios turísticos gratuitos, com roteiros temáticos previamente estruturados, que oportunizam aos participantes a vivência de experiências qualificadas e o contato com diferentes territórios da cidade. A iniciativa busca despertar o sentimento de pertencimento e valorização do espaço urbano, entendendo a sensibilização da população local como um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento turístico sustentável. Ao envolver diretamente os moradores, o projeto contribui para a construção de uma base social mais receptiva ao turismo, ampliando os impactos positivos da atividade no território.

Os City Tours possuem duração média de quatro horas e são realizados em veículo executivo equipado com sistema de som, vídeo e ar-condicionado. Já os Walking Tours são realizados a pé, percorrendo áreas de relevante interesse turístico e cultural. Ambos são conduzidos por guias de turismo devidamente credenciados no Ministério do Turismo, assegurando a qualificação da experiência. Como elemento complementar, os passeios contam com uma experiência gastronômica por meio da oferta de kit lanche com produtos representativos da gastronomia mineira, reforçando o posicionamento de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia, título concedido pela UNESCO.

No período compreendido **entre dezembro de 2024 e dezembro de 2025, foram realizados 07 (sete) City Tours e 08 (oito) Walking Tours de meio período**, totalizando **15 ações** executadas. Ao longo da temporada, o projeto **atendeu 444 participantes**, entre moradores, visitantes e turistas, e **contemplou a execução de 11**

roteiros turísticos temáticos, incluindo Pampulha, Mirantes da Cidade, Praça da Liberdade e seus museus, Mercados Central e Novo, Arquitetura Histórica do Centro, Igrejas Históricas, Museus do Centro, Cemitério do Bonfim, tour literário “Escritores de BH”, além de roteiros integrando patrimônio cultural, memória urbana e gastronomia, sendo um deles realizado como programação associada à **Bienal da Gastronomia de Belo Horizonte**.

A ação se alinha de forma transversal aos eixos estratégicos que orientam a atuação da Belotur no período, tendo como eixo principal o **Eixo 3 – Desenvolvimento e Qualificação Turística**, ao contribuir diretamente para a estruturação de produtos turísticos, diversificação da oferta, qualificação da mão de obra e fortalecimento da base social do turismo. Os City Tours e Walking Tours configuram-se como produtos turísticos estruturados, com roteiros temáticos consolidados, integração da cadeia produtiva e alinhamento ao Programa Municipal de Turismo Gastronômico.

De maneira complementar, o projeto dialoga com o **Eixo 1 – Disseminação do Posicionamento e Apoio à Comercialização**, uma vez que moradores sensibilizados tornam-se promotores espontâneos do destino, ampliando a imagem positiva de Belo Horizonte como cidade criativa, cultural e diversa. A experiência turística ofertada contribui para o fortalecimento do posicionamento do destino e para a difusão de seus atributos junto ao público final.

O projeto também se insere de forma transversal no **Eixo 5 – Fortalecimento Institucional**, por estar alinhado às atribuições previstas no Manual Organizacional da Belotur e à crença institucional de que o reconhecimento das singularidades da cidade desperta orgulho em seus moradores e atrai turistas e investidores. A atuação direta com a população reforça a governança social do turismo e consolida a política pública como ferramenta de bem-estar social, cidadania e valorização da identidade local.

Como principais resultados, destacam-se a ampliação do acesso da população a experiências turísticas qualificadas, a valorização do patrimônio cultural e da gastronomia mineira, o fortalecimento do sentimento de pertencimento e a percepção positiva do turismo como atividade econômica e social. O projeto contribuiu, ainda, para a qualificação da experiência turística no município e para o fortalecimento do posicionamento de Belo Horizonte como destino urbano, cultural e gastronômico, em consonância com as diretrizes estratégicas da Belotur para o período.

Resumo

Atividade/Ação

Sensibilização de moradores e turistas para o turismo por meio da realização de City Tours e Walking Tours gratuitos, com roteiros temáticos pela cidade de Belo Horizonte, integrando patrimônio cultural, identidade local e gastronomia mineira.

Eixo principal:

Eixo 3 – Desenvolvimento e Qualificação Turística

Eixos secundários:

Eixo 1 – Disseminação do posicionamento

Eixo 5 – Fortalecimento institucional

Entregas / Resultados

- Realização de 07 city tours e 08 walking tours de meio período;
- Atendimento a 444 participantes entre moradores, visitantes e turistas;
- Execução de 11 roteiros turísticos temáticos em diferentes regiões da cidade;
- Promoção da valorização do patrimônio cultural, da identidade local e da gastronomia mineira;
- Fortalecimento do sentimento de pertencimento e da percepção positiva do turismo como atividade econômica e social;
- Contribuição para a qualificação da experiência turística e para o posicionamento de Belo Horizonte como destino urbano, cultural e gastronômico.

Prazo:

- Dezembro de 2024 a dezembro de 2025.

Ações promocionais do cardápio de experiências Menuuh:

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O **Menuuh: Experiências Turísticas de Belo Horizonte**, projeto desenvolvido pela Belotur como parte das ações do convênio estabelecido com o Sebrae Minas, que tem como principal objetivo diversificar a oferta turística de Belo Horizonte. e tem se consolidado como uma referência nacional e internacional, acumulando prêmios de grande prestígio desde o seu lançamento.

Eixo (informar qual dos 5 eixos a ação condiz):

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização

Eixo 2 - Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo

Entregas/resultados

O maior desses reconhecimentos veio em dezembro de 2025, quando a iniciativa foi a grande vencedora do **Prêmio Nacional do Turismo**, concedido pelo Ministério do Turismo, na categoria “Promoção e Marketing no Turismo” destacando o projeto como a melhor prática do setor por sua capacidade de conectar turistas a vivências autênticas de gastronomia e cultura.



Foto: Ministro do Turismo Celso Sabino, Marina Simião (Belotur) e Renato Lana (Sebrae MG)

No cenário internacional, o Menuuh foi premiado em março de 2025 pela **Fundación Iberoamericana de Destinos Inteligentes (FIDI)**, na categoria de Promoção e Marketing, reforçando o papel de Belo Horizonte como um Destino Turístico Inteligente.



Foto: Renato Lana (Sebrae), Consultora Marta Poggi, Idelaine e Eduardo Cruvinel (Belotur)

Além disso, a iniciativa foi peça fundamental para que a Belotur conquistasse o primeiro lugar no **Concurso de Melhores Práticas ESG da Embratur** em 2024, sendo elogiada pelo impacto social positivo e pelo fortalecimento de pequenos negócios locais, como os roteiros de base comunitária no Aglomerado da Serra. Esses prêmios celebram a curadoria de experiências que transformam a capital mineira, Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO, em um destino que valoriza desde a alta cozinha até a agroecologia e o afro-turismo. Contemplando essa conquista, a criação do minidoc Turismo Transforma - Belo Horizonte: Um destino sustentável, resultado do Concurso ESG da Embratur, no qual a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A (Belotur) ficou em primeiro colocado devido suas experiências sustentáveis enquanto destino.

▶ Belo Horizonte: Um destino sustentável

E com a realização de ações como Press Trips e Famtours para a divulgação do **Menuuh – Experiências Turísticas de Belo Horizonte** fundamenta-se na necessidade de transformar o catálogo conceitual em uma realidade tangível e comercializável. No setor do turismo, especialmente no segmento de experiências, o valor do produto reside na subjetividade e na emoção, elementos que não podem ser plenamente

transmitidos apenas por materiais impressos ou digitais. Ao trazer jornalistas e agentes de viagens e Influencers para o território, a cidade permite que esses multiplicadores vivenciem a hospitalidade mineira, o aroma da gastronomia e o design urbano de forma sensorial, convertendo informações técnicas em narrativas autênticas e memórias pessoais que possuem muito mais poder de convencimento do que qualquer publicidade tradicional.

E em uma dessas ações de Press trip, foram convidados alguns influencers, como: a Jacy Carvalho com o perfil [@viagempreta](#); Stella Yeshua e Kadu Alvorada que detêm destaque na temática Afroturismo para conhecerem e curtirem a 46ª edição do Arraial de Belô, que aconteceu em julho no Mineirinho, com shows de Fafá de Belém e Geraldo Azevedo, concursos de quadrilhas, Vila Gastronômica com comidas típicas e feira de artesanato, sendo um evento gratuito com o objetivo de celebrar a tradição junina em Belo Horizonte com segurança e sustentabilidade. O evento chegou à sua 46ª edição como uma das maiores festas juninas das regiões Sul e Sudeste do Brasil. Gratuito, vibrante e cheio de memória afetiva, o Arraial celebra a tradição das quadrilhas, a música boa e, claro, os sabores marcantes da nossa cozinha, com destaque para os pratos dos restaurantes do Mercado Central — nosso xodó!

A presença do grupo de influenciadores de afroturismo na 46ª edição do Arraial de Belô foi uma ação estratégica fundamental da Belotur para consolidar Belo Horizonte como um destino de referência nacional em diversidade e ancestralidade. Ao convidar esses criadores de conteúdo, a prefeitura buscou não apenas promover o evento como um dos cinco maiores festejos juninos do Brasil, mas também dar visibilidade ao tema central da edição de 2025: a afro-gastronomia. A escolha desse foco permitiu que os influenciadores explorassem o Concurso Prato Junino sob uma ótica de valorização das matrizes africanas, conectando a culinária mineira às suas raízes históricas.

Durante a programação no Mineirinho, o grupo acompanhou o Concurso Municipal de Quadrilhas e os grandes shows nacionais, reforçando a narrativa de que o Arraial de Belô é um espaço de acolhimento e segurança, pautado por protocolos rigorosos de combate ao racismo e à intolerância. Além da festa em si, essa visita serviu como um prelúdio importante para o 1º Congresso Brasileiro de Afroturismo (CBAfro), realizado na capital em dezembro do mesmo ano. A articulação entre a Belotur e esses especialistas em conteúdo negro ajudou a posicionar a cidade como um polo de turismo consciente, integrando a festa popular à visita de quilombos urbanos e outros marcos da memória negra, o que culminou no fortalecimento das políticas públicas de inclusão no setor turístico mineiro.

Além disso, essas estratégias são essenciais para reposicionar Belo Horizonte no cenário nacional e

internacional, combatendo a percepção limitada da capital como apenas um ponto de apoio para Inhotim ou cidades históricas. Ao destacar as vivências exclusivas do Menuuh, as ações demonstram que a cidade possui densidade cultural e gastronômica suficiente para ser o destino principal da viagem, o que impacta diretamente no aumento do tempo de permanência e do ticket médio do visitante. Para a imprensa, isso se traduz em conteúdo editorial de alta credibilidade e mídia espontânea; para o canal de vendas, gera a confiança necessária para que o agente de viagens recomende o roteiro com a certeza da entrega e da qualidade dos serviços.

Por fim, a organização dessas visitas técnicas funciona como um catalisador para a própria cadeia produtiva local. A integração entre hotéis, restaurantes e guias para receber esses grupos de influência fortalece a governança do turismo em Belo Horizonte, elevando o padrão de atendimento e alinhando o discurso dos parceiros. Em última análise, a Press Trip e a Famtour são as ferramentas mais eficazes para humanizar a marca da cidade, celebrando o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO e garantindo que o "saber fazer" mineiro chegue ao público final com o respaldo de quem experimentou e aprovou o destino.

Já em Agosto, para que o público do 9º Salão do Turismo se sentisse em Belo Horizonte, foi levado ao evento o [Menuuh de Experiências Turísticas](#). Um convite à hospitalidade mineira, e aos sabores que fazem parte da alma belo-horizontina". Em um estande institucional Belo Horizonte apresentou os principais atrativos da capital mineira, com foco em inovação, hospitalidade, gastronomia e sustentabilidade. Em parceria com o Sebrae Minas, foram promovidas algumas das ativações do Menuuh de Experiências Turísticas, como: a Casa Palma, Chopp do Mercado, Queijaria Senzala e Cava Zé Ribeiro, oferecendo ao público a oportunidade de vivenciar um pouco do que a cidade tem de melhor.



Prazo: Janeiro a Dezembro de 2025

Indicadores: Aumento de turistas na cidade e aumento de comercialização dos produtos

Ações de capacitação e qualificação turística de profissionais envolvidos no atendimento aos turistas

O desenvolvimento da atividade turística pressupõe o envolvimento ativo da comunidade anfitriã e dos profissionais que atuam na linha de frente do atendimento. Para que esse envolvimento ocorra de maneira efetiva e afetiva, é fundamental que esses públicos tenham acesso a conhecimentos básicos sobre turismo, compreendam os fenômenos associados à atividade e reconheçam os atrativos, produtos e a infraestrutura turística da cidade. Somente comunidades e profissionais sensibilizados, esclarecidos e conscientes de seu papel conseguem participar de forma crítica e colaborativa dos processos que envolvem o turismo, fortalecendo o sentimento de pertencimento, identidade, orgulho e cidadania.

A Gerência de Marketing da Diretoria de Marketing e Promoção Turística (DRMT), em 2025 ministrou capacitação voltada aos profissionais envolvidos no atendimento ao turista, com **destaque para profissionais da segurança pública**. As ações tiveram como foco disseminar informações qualificadas sobre o destino Belo Horizonte, aprimorar o atendimento ao visitante e reforçar a hospitalidade como valor estruturante da experiência turística.

As capacitações abordaram conteúdos relacionados à introdução ao turismo, princípios do atendimento turístico, hospitalidade, história de Belo Horizonte e apresentação de seus principais atrativos turísticos,

promovendo uma visão integrada da cidade enquanto destino urbano, cultural e criativo. Ao capacitar esses públicos estratégicos, a Belotur contribuiu para a padronização das informações repassadas aos turistas, para a melhoria da percepção do destino e para o fortalecimento da imagem da cidade como receptiva, organizada e acolhedora.

As ações de sensibilização e capacitação se alinham prioritariamente ao **Eixo 3 – Desenvolvimento e Qualificação Turística**, ao atuarem diretamente na qualificação da mão de obra e no fortalecimento da base da atividade turística, elemento essencial para a consolidação do turismo como vetor de desenvolvimento econômico, social e cultural. De forma transversal, dialogam com o **Eixo 5 – Fortalecimento Institucional**, ao contribuírem para a consolidação da política pública de turismo, para o alinhamento conceitual entre os agentes envolvidos e para o fortalecimento da governança do turismo no município.

Como principais resultados, destacam-se a ampliação do conhecimento técnico e territorial dos profissionais capacitados, a melhoria da qualidade do atendimento e das informações prestadas aos turistas, o fortalecimento da hospitalidade e a formação de multiplicadores de informações turísticas. As ações contribuíram para uma percepção mais positiva do turismo por parte dos participantes, reforçando o entendimento da atividade como promotora de desenvolvimento, bem-estar social e valorização do patrimônio material e imaterial de Belo Horizonte.

Como **indicadores da ação**, destaca-se as **capacitações realizadas para a Guarda Municipal de Belo Horizonte**, e **em especial a Guarda Municipal Turística**, totalizando **117 guardas qualificados**, gerando impacto qualitativo observado na melhoria do atendimento ao turista e na promoção de Belo Horizonte como destino turístico “seguro”, despertando nos turistas e moradores um sentimento de tranquilidade com relação à segurança no município, tornando-o cada vez mais hospitaleiro, demonstrando que a segurança também acolhe.

Ações de capacitação e qualificação turística - Lançamento da 2ª edição do Acelera Turismo

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O projeto de lançamento da **2ª edição do Acelera Check In Turismo**, ocorrido no dia 25 de novembro no Living Hub Sebrae, dentro do P7 Criativo, sendo fruto da parceria estratégica entre a Belotur e o Sebrae Minas, contou com mais de sessenta participantes, entre empreendedores e empresários, surge como um desdobramento direto do sucesso alcançado na edição anterior, que deu origem ao premiado catálogo Menuuh. Esta nova fase tem como justificativa a necessidade de aprofundar a profissionalização do trade

turístico de Belo Horizonte, consolidando a capital mineira como um Destino Turístico Inteligente e fortalecendo seu selo de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO. O objetivo central é capacitar novos empreendedores — incluindo micro e pequenas empresas e MEIs — nos setores de hospedagem, gastronomia e agenciamento, preparando-os para transformar serviços convencionais em experiências memoráveis que possam integrar a atualização do portfólio turístico da cidade.

O projeto está estruturado em eixos estratégicos que abrangem desde o diagnóstico e consultoria personalizada até workshops de design de experiência, precificação e marketing digital. Além disso, a sustentabilidade e as práticas de governança (ESG) ganham destaque como pilares para garantir que o crescimento do setor gere impacto social positivo, especialmente em roteiros de base comunitária e afro-turismo. O lançamento oficial prevê a realização de um evento técnico com painéis sobre o mercado de experiência e a abertura de um edital de seleção para novos negócios. Com essa iniciativa, espera-se não apenas um aumento no faturamento dos participantes, mas a inclusão de pelo menos 20 novas experiências curadas, reforçando a identidade da "mineiridade" e elevando a competitividade de Belo Horizonte no cenário turístico global.



- Eixo (informar qual dos 5 eixos a ação condiz)

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização

Eixo 2 - Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo

- Entregas/resultados: 2ª edição do Menuuh a ser publicada
- Prazo: Iniciado em novembro de 2025.
- Indicadores: Ainda em execução

Ações de promoção do Destino Belo Horizonte - OTA Expedia, Associados Braztoa e Foco

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

As ações de promoção do **Destino Belo Horizonte** têm sido estruturadas por meio de parcerias estratégicas com grandes players do mercado turístico, visando converter o potencial cultural e gastronômico da cidade em vendas reais de pacotes e aumento do fluxo de visitantes. No ambiente digital e internacional, o trabalho com a **OTA Expedia** foca em campanhas de co-marketing baseadas em inteligência de dados, inserindo a capital mineira em vitrines globais — muitas vezes em parceria com a Embratur — para atrair viajantes de mercados prioritários, como a América do Norte e Europa, e impulsionar reservas diretas em hotéis e voos. E confirmando essa parceria, aconteceu no dia 25 de junho na sede da Belotur, um workshop com a presença de mais ou menos 50 pessoas entre Hotéis independentes e hotéis de rede de Belo Horizonte, como a ACCOR, MHB Hotelaria, San Diego Hotéis e Dayrell.

No setor de intermediação e operadoras de grande porte, a atuação junto aos **Associados Braztoa** é fundamental para posicionar Belo Horizonte no mercado B2B. Como associada institucional, a Belotur promove eventos de networking e rodadas de negócios que apresentam o tarifário da rede hoteleira e os roteiros curados do catálogo Menuuh para as maiores operadoras do Brasil, garantindo que o destino esteja presente nos catálogos de lazer e turismo de luxo. Como o webinar apresentado no dia 29 de Outubro, em parceria com a Braztoa, sobre o Destino Belo Horizonte, um Destino que encanta! para todos os Associados BRAZTOA e Agentes de Viagens



Complementando essa frente, a parceria com a **Foco Operadora** foca na capilaridade regional, especialmente nas regiões Nordeste e Centro-Oeste, por meio de rodadas de negócios presenciais e campanhas de incentivo voltadas para agentes de viagens. E representando Belo Horizonte, a gerente de Promoção Turística da Belotur, Fernanda Fonseca esteve presente, entre os dias 10 e 13 de abril, na Vila Galé Alagoas, na 9ª edição da consagrada Rodada de Negócios da FOCO Operadora, reunindo 400 agentes de viagens e os fornecedores do setor turístico nacional e internacional em um ambiente de imersão, capacitação e geração

de resultados concretos. Essas ações incluem capacitações técnicas e a organização de Fam e Press Trips, assegurando que os vendedores conheçam a fundo os atrativos de BH, como a Pampulha e o Circuito Liberdade, para ofertá-los com autoridade sob o guarda-chuva da marca turística **"Te Encontro em BH"**.

Entregas/resultados: Participação em feiras e webnários, apresentação de novos produtos e roteiros.

Prazo: Janeiro a Dezembro 2025

Indicadores: Ampliação de visibilidade de Belo Horizonte no portfólio de operadores.

Edital de Patrocínio

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos:

A Belotur tem como missão promover Belo Horizonte como um destino turístico de destaque, ampliando sua visibilidade nacional e internacional por meio do incentivo à realização de eventos com potencial turístico. Com base no Decreto nº 18.362 de 2023, foi instituído o “Edital de Patrocínio – Belo Horizonte: Cidade dos Eventos”, que representa uma abordagem inovadora de fomento a eventos que fortaleçam a cultura, a gastronomia e os atrativos da cidade, contribuindo para seu posicionamento como destino de negócios e experiências.

No ano de 2025 foram publicados dois editais de patrocínio dessa política: o Edital de Patrocínio nº 002/2025 e o Edital de Patrocínio nº 012/2025.

1. O Edital nº 002/2025 teve por objeto a seleção pública simplificada de eventos de potencial turístico a serem patrocinados pela Belotur, com execução dos eventos prevista no período de 18 de julho de 2025 a 31 de janeiro de 2026. O valor global de referência destinado à primeira janela de seleção foi de R\$3.000.000,00 (três milhões de reais), distribuído em patrocínios conforme categorias estabelecidas no edital e de acordo com as propostas selecionadas.

2. Já o Edital nº 012/2025 foi publicado para apoiar eventos com potencial turístico a serem realizados entre 1º de março de 2026 e 31 de janeiro de 2027, com valor global de referência também de aproximadamente R\$ 3.000.000,00, distribuído em três categorias de patrocínio.

Entregas:

- Publicação e operacionalização dos Editais de Patrocínio nº 002/2025 e nº 012/2025;
- Destinação de recursos públicos para o fomento de eventos com potencial turístico,
- Consolidação da política de patrocínio como instrumento permanente de promoção turística e desenvolvimento econômico local.

Prazos: abril a dezembro de 2025.

Indicadores:

- Dois editais publicados
- Quarenta e oito eventos contemplados e 21 executados (Edital 002/2025).
- Três milhões de reais destinados ao Edital 002/2025
- Diversidade de tipologias de eventos apoiados (culturais, gastronômicos, negócios, entre outros).

Prestação de Contas dos Editais de Patrocínio

Com o Manual de Prestação de Contas reformulado para tornar o processo mais ágil e transparente para o novo modelo de edital de patrocínio. A principal mudança foi a substituição da prestação de contas financeiras pela prestação de contas técnica/qualitativa, onde o proponente precisa demonstrar a execução do evento e o cumprimento das contrapartidas. Além disso, foram detalhadas as formas de comprovação, com critérios objetivos que afetam o montante da segunda parcela a ser recebida, somente depois de aprovada o proponente estará apto ao repasse do 50% restante do patrocínio concedido.

Há, no entanto, um passivo de prestação de contas pendente, que correspondem em sua maioria, aos editais do Programa 4 Estações.

Indicadores (Passivo Edital 4 Estações): 1 *Considerando apenas os contemplados que executaram totalmente os eventos.

Pareceres de prestação de contas produzidos no ano de 2025: 21 do edital 002/2025.

- 22 projetos Contemplados
- 1 prestação não entregue
- 1 Reprovada

Prestações de contas finalizadas somente em 2025: 21 (22 do edital 002/2025)

Aguardando defesa administrativa: 5 processos

Aguardando recebimento do processo para análise: 31 prestações de contas (passivo)

Compensação: 9 medidas substitutivas atendidas pelos proponentes até o momento (Jan/2026)

Indicadores (Passivo Novo Modelo Edital Patrocínio):

Prestações de contas finalizadas somente em 2025: 43 prestações de contas

Aguardando defesa administrativa: 5 processos.

Aguardando execução/recebimento do processo para análise - 31 prestações de contas do passivo

Prêmio Concurso ESG: Experiências Sustentáveis nos Destinos Brasileiros

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística:

No exercício de 2025, a DRMT em conjunto com a DRTI, atuou de forma estratégica no apoio institucional e na consolidação das ações que culminaram no reconhecimento de Belo Horizonte como 1º lugar no Concurso ESG – Experiências Sustentáveis nos Destinos Brasileiros, promovido pelo Embratur LAB.

Destaca-se, nesse contexto, a assessoria especializada em ESG, disponibilizada pela Embratur ao destino vencedor, com carga horária de 24 horas, voltada ao desenvolvimento de uma estratégia estruturada de ESG. Esse apoio técnico contribui para o aprimoramento dos processos decisórios, para a integração intersetorial e para a institucionalização de práticas sustentáveis no planejamento e na execução das políticas públicas de turismo.

Outro benefício relevante decorrente da premiação refere-se à ampliação da visibilidade institucional de Belo Horizonte. O município passou a integrar ações de produção de conteúdo estratégico, com destaque em episódio do projeto “Turismo Transforma”, iniciativa que evidencia experiências exitosas e inovadoras no turismo sustentável brasileiro. No campo da promoção turística, a premiação assegurou a participação de Belo Horizonte em campanhas de marketing internacional da Embratur previstas para 2025, alinhadas às estratégias de mercado da autarquia federal.

Adicionalmente, a condição de destino premiado habilita Belo Horizonte a ser selecionada para a implementação de provas de conceito de startups aceleradas pelo EmbraturLAB, permitindo o teste de soluções inovadoras e sustentáveis no território. A prova foi realizada em parceria com a startup GreenAnt, especializada em soluções de eficiência energética e monitoramento inteligente do consumo de energia elétrica. A iniciativa envolveu a implantação da tecnologia em dois equipamentos estratégicos do município — a Casa do Baile e o edifício-sede da Belotur — selecionados por sua relevância institucional e fluxo de atividades.

Durante o período de execução, foram realizadas reuniões semanais de acompanhamento técnico entre as equipes envolvidas, assegurando o adequado funcionamento da solução e a validação dos dados coletados. Como resultado, foi possível identificar os horários de pico e de menor consumo de energia nos espaços monitorados, fornecendo subsídios técnicos para decisões gerenciais voltadas à eficiência energética, à racionalização do uso de recursos e ao aprimoramento da gestão de ativos públicos sob a perspectiva ESG.

Entregas:

- Reconhecimento de Belo Horizonte como 1º lugar no Concurso ESG do EmbraturLAB;
- Disponibilização de assessoria técnica especializada em ESG para estruturação de estratégia ESG da Belotur;
- Ampliação da visibilidade institucional do destino, com inserção em conteúdos estratégicos e campanhas internacionais de promoção turística da Embratur;
- Execução de prova de conceito com startup acelerada pelo EmbraturLAB (GreenAnt) para teste de soluções inovadoras de eficiência energética em equipamentos públicos;

Prazo: de novembro de 2024 a agosto de 2025

Indicadores:

- Posicionamento ESG do destino
- Capacitação e institucionalização ESG
- Visibilidade e promoção institucional
- Inovação e parcerias estratégicas
- Eficiência energética e gestão de recursos

ESG no Carnaval de Belo Horizonte - 2025**Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística:**

No âmbito do Carnaval de Belo Horizonte 2025, a DRMT atuou de forma transversal no acompanhamento das ações de sustentabilidade conduzidas pela Belotur e pelas demais secretarias e órgãos da administração municipal, além de entes privados, diretamente envolvidos na organização e execução do evento.

Ao longo do período de planejamento e realização do evento, a DRMT, com o apoio da Diretoria de Eventos (DREV), promoveu a articulação institucional e o levantamento de informações junto aos agentes responsáveis. Este esforço se traduziu em ações concretas e relevantes para o Carnaval, a exemplo do Programa Quebre o Silêncio (colaboração com a SMASDH) e da solução Pee4Tree (colaboração com a Escalab).

Como desdobramento deste trabalho, coube à DRMT, em conjunto com a DRTI, a coordenação da sistematização e a redação do Relatório de Sustentabilidade do Carnaval de Belo Horizonte 2025, documento

técnico que registra as ações executadas, analisa seus resultados e organiza os principais aprendizados sob a perspectiva ESG. O relatório cumpriu papel fundamental na promoção da transparência administrativa, no fortalecimento da cultura de monitoramento e avaliação e no subsídio ao planejamento das próximas edições do Carnaval.

Entregas:

- Articulação institucional transversal para acompanhamento das ações de sustentabilidade do Carnaval.
- Integração de iniciativas ESG na execução do evento.
- Elaboração e publicação do Relatório de Sustentabilidade do Carnaval 2025.

Prazos: de setembro de 2024 a julho de 2025

Indicadores:

- Mais de quinze instituições e parceiros privados articulados nas reuniões técnicas realizadas.
- Trinta e cinco ações de sustentabilidade implementadas; e
- Relatório produzido com mais de trinta e cinco ações de sustentabilidade implementadas.

Apoio - ESG no Arraial de Belô 2025

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística:

No Arraial de Belô 2025, a DRMT atuou no apoio técnico e administrativo às ações de sustentabilidade do evento, com foco na estruturação operacional da agenda ESG e na articulação entre a Belotur, fornecedores especializados e consultoria técnica. A

Entre as principais ações desenvolvidas, destacou-se a instrumentalização da contratação da Recicla Club, organização especializada em gestão de resíduos e economia circular em eventos de grande porte. A DRMT atuou no apoio aos trâmites necessários para viabilizar a contratação, contribuindo para a implementação de ações de segregação, triagem e destinação adequada de resíduos sólidos durante o evento.

Paralelamente, a DRMT cooperou de forma técnica e institucional com a consultoria ESG Luz.is, responsável pelo planejamento metodológico, acompanhamento das ações em campo e pela consolidação de algumas informações no Relatório de Sustentabilidade do Arraial de Belô 2025.

Entregas:

- Apoio técnico e administrativo à agenda ESG do Arraial de Belô 2025, com articulação entre Belotur,

fornecedores especializados e consultoria técnica;

- Instrumentalização da contratação da Recicla Club para execução de ações de gestão de resíduos;
- Implementação de práticas de segregação, triagem e destinação adequada de resíduos sólidos durante o Arraial de Belô 2025.

Prazos: junho a agosto de 2025

Indicadores:

- Contratação efetivada de fornecedor especializado em gestão de resíduos e escopo de atuação definido e
- Mais de 6.656,7 litros de água economizados e 1.775,5 kg de gases do efeito estufa evitados

Submissão da primeira CoP no Pacto Global da ONU:

Eixo 5 - Fortalecimento institucional

A Belotur formalizou sua adesão ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) em 2024, assumindo o compromisso de alinhar suas estratégias, políticas e operações aos Dez Princípios do Pacto Global, relacionados a direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Essa iniciativa marcou um avanço relevante na institucionalização da agenda ESG na política de promoção turística de Belo Horizonte, fortalecendo a governança, a responsabilidade socioambiental e a aderência da atuação institucional a referenciais internacionais de sustentabilidade.

Como desdobramento desse compromisso, em julho de 2025 foi realizada a submissão da primeira Comunicação de Progresso (CoP) da Belotur ao Pacto Global da ONU, sob a condução técnica da DRMT, com apoio do Gabinete da Presidência e da DRTI. O trabalho envolveu o preenchimento da plataforma, a consolidação das informações institucionais e a validação dos dados reportados, evidenciando o fortalecimento da cultura de monitoramento, transparência e prestação de contas, além de subsidiar o planejamento estratégico orientado por metas ESG.

Entregas:

- A primeira Comunicação de Progresso da Belotur.

Prazo: abril a julho de 2025

Indicadores:

- Submissão da primeira CoP no Pacto Global da ONU, dentro do prazo estabelecido pela iniciativa.

Apoio institucional concedido a eventos

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Apoio Institucional da Belotur é uma parceria de natureza não onerosa, focada no fomento a projetos e eventos que impulsionam a cadeia produtiva do turismo e do lazer em Belo Horizonte. Por meio desta política, a Belotur viabiliza a difusão de conhecimento e a promoção da capital como destino turístico, oferecendo chancelas oficiais, suporte na divulgação e fornecimento de materiais promocionais. Além disso, a empresa atua como facilitadora na interlocução entre entidades do setor, fortalecendo a integração entre a hotelaria e os demais elos do mercado local.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos

Entregas/resultados/prazo

Foram concedidos 24 (vinte e quatro) pedidos de apoio institucional no período de janeiro a dezembro de 2025, com os projetos a seguir:

1. Aplicação marca Belo Horizonte Surpreendente em saquinhos de pão - AMIPÃO;
2. Ponto de apoio para o folião no Carnaval - descanso e alimentação;
3. Projeto Recicla Belô;
4. Apoio institucional e divulgação de campanha de enfrentamento à LGBTIfobia durante o Carnaval de Belo Horizonte;
5. Evento 10 anos Baianos;
6. 7ª Expo Hospital Brasil;
7. Evento Prepara Gastronomia;
8. FestQuali Beagá 2025;
9. 2º Arraial D. Lucinha 2025;
10. Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia e Seminário de Artes Digitais 2025;
11. The Distinguished Gentleman's Ride;
12. 20ª Exposição Brasileira Do Agronegócio Do Leite – Megaleite 2025;
13. Apoio a captação de evento via Casa do Turismo para Sociedade Brasileira de Clínica Médica - SBCM;
14. Apoio a captação de evento via Casa do Turismo Sociedade Brasileira de Ortopedia e Traumatologia - SBOT;

15. A Casa Belo Horizonte - Belém, a ser realizada na COP30 em Belém;
16. Festa do Ipê;
17. 10ª edição Festival Verbo Gentileza;
18. 3º BH Classic Auto Fest;
19. Circuito Gastronômico Chefs Contra o Câncer;
20. ISSSD 2025 - XXV International Symposium on Solid State Dosimetry;
21. 11º Congresso Brasileiro de Carbono;
22. Aniversário de Belo Horizonte;
23. Natal Iluminado 2025;
24. 16ª edição da Festa Portuguesa BH.

Indicadores: Número de eventos apoiado

Informação turística e promoção do destino em eventos realizados em Belo Horizonte (CAT eventos e apresentação Skema)

Entregas/resultados

A promoção turística de Belo Horizonte e a disponibilização de estandes de informação em eventos são coordenadas atualmente para o posicionamento da capital sob a marca estratégica "**Te Encontro em BH**", que busca consolidar a cidade como um dos principais destinos de eventos e cultura no Brasil. Para quem busca suporte informativo, a Belotur mantém os **Centros de Atendimento ao Turista (CATs)** em pontos estratégicos, como o Mercado das Flores e a região da Pampulha. Em eventos de grande porte, a estrutura é frequentemente expandida na distribuição de mapas, guias gastronômicos e orientações personalizadas sobre os atrativos da capital mineira.

A Belotur participou de ações promocionais (distribuição de material promocional e informação turística) nos seguintes eventos:

- Minas Summit
- InfraBusiness
- Expo LGBT - SP
- Conasemgs
- MTM - Minas Travel Market

- 10º Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia e Seminário de Artes Digitais
- Travel Next Minas
- Expo Wine
- Congemas
- Evento Verbo Gentileza
- Congresso Brasileiro de Afroturismo

Além dos eventos presenciais, a Belotur participou também do **Virtual RoadShows – Brasil DNA**, conectando profissionais de turismo (agentes e operadores) com fornecedores brasileiros através de uma plataforma digital interativa, webinars, e reuniões online destacando a diversidade de experiências LGBT na capital mineira.

A SKEMA Business School é uma das maiores escolas de negócios do mundo e oferece programas altamente conceituados de graduação, pós-graduação e educação executiva.

A escola convidou a Belotur para participar como palestrante no "Orientation Day", um evento especialmente planejado para recepcionar os novos alunos (todos eles estrangeiros) e proporcionar uma visão inspiradora sobre suas futuras jornadas acadêmicas e profissionais.

Foi feita uma apresentação de Belo Horizonte, no idioma inglês, aos estudantes mostrando o que a cidade oferece em termos de atrativos, estrutura e entretenimento. Ocorrendo nos dias 11/08/25 - com duas apresentações para 128 alunos, e no Dia: 01/09/25 - sendo mais duas apresentações para outros 143 alunos.

Prazo: Janeiro a dezembro 2025

Indicadores: Não se aplica

Promoção nacional e internacional do destino Belo Horizonte

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

A participação de Belo Horizonte nas principais feiras de turismo é uma das principais estratégias de promoção do destino, tomando como base a ampla e diversa forma de induzir o consumo dos bens, produtos e serviços turísticos da cidade, junto aos seus públicos.

Nossa participação foi presencial em estandes elaborados e também participamos como visitante, onde

desenvolvemos o trabalho de promover, divulgar e apresentar o “Destino Turístico Belo Horizonte”, para os principais agentes e operadoras de turismo, turistas, congressistas e palestrantes. Além disso, busca estreitar o relacionamento com os diversos setores participantes do evento e articulação com o *trade* turístico.

Eixo 1 - Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização

Eixo 5 - Fortalecimento institucional

Entregas/resultados

FITUR - 22 a 26 de janeiro em Madrid

O ano de 2025 consolidou-se como um período histórico para a promoção do **Destino Belo Horizonte**, marcado pelo lançamento do novo posicionamento de marca **"Te Encontro em BH"**. Apresentada oficialmente durante o 9º Salão Nacional do Turismo, a campanha passou a nortear toda a comunicação da capital mineira, explorando a hospitalidade e a diversidade da cidade como um ponto de encontro multicultural. No cenário internacional, o maior destaque foi a diplomação de Belo Horizonte como a **Capital Ibero-Americana da Cultura Gastronômica 2025**, título entregue pela Academia Ibero-Americana de Gastronomia, à Diretora de Marketing e Promoção Turística da Belotur, Marina Simião, durante a feira FITUR em Madrid, presente com balcão em parceria com a Embratur. Esse reconhecimento, somado à chancela de Cidade Criativa da UNESCO, projetou a capital como referência global em turismo gastronômico e segurança alimentar.

FÓRUM PANROTAS - 11 e 12 de março em São Paulo

O Fórum PANROTAS 2025 é reconhecido como um dos mais importantes eventos para a indústria do Turismo Brasileiro. O evento exhibe cases de diferentes modelos de negócios que estão sendo reinventados pela tecnologia e o impacto do consumidor conectado em diferentes plataformas de comunicação. Palestras e painéis discutem o papel da liderança dentro das organizações, trazendo em cada edição as tendências do marketing, distribuição, sustentabilidade, tecnologia e análises sobre comportamento do consumidor. O evento anual reúne as principais lideranças dessa importante indústria, trazendo reconhecidos palestrantes tanto do Brasil quanto do Exterior, contou com a presença e participação da então Gerente de Promoção Turística, Fernanda Fonseca.

BTL - 12 a 16 de março em Lisboa

A BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa, a maior feira de turismo do país, organizada pela Fundação AIP, ocorreu de 12 a 16 março 2025, em Lisboa, foi a 35ª edição na FIL, em Lisboa, focada em tendências, negócios e oportunidades no setor, destacando o Turismo Centro de Portugal como destino nacional convidado e lançando áreas como BTL Well e BTL Weddings, atraindo muitos profissionais e público interessado em turismo nacional e internacional. E representando Belo Horizonte, a Diretora de Marketing e Promoção Turística, Marina Simião marcou presença no estande Brasil, em parceria com a Embratur.

A BTL passa a adotar uma nova identidade: Better Tourism Lisbon. A mudança no nome visa refletir a evolução do evento e a ambição de consolidar Lisboa como um dos principais destinos turísticos globais. Além disso, a organização tem como objetivo expandir a notoriedade e a atratividade internacional da feira, tornando-a um ponto de encontro estratégico para o setor do turismo

A BTL 2025 teve como objetivo aumentar o número de visitantes profissionais internacionais, além de dedicar atenção especial à formação de recursos humanos no setor. Um dos focos está no encontro entre as necessidades das empresas e as ofertas de emprego no setor do turismo. A qualificação e diversificação da oferta continuam a ser apostas estratégicas da BTL, com destaque para o enoturismo, a cultura e a oferta LGBTI+. Além disso, o evento pretende ser um ponto de discussão sobre as prioridades do futuro do turismo, fomentando a inovação e contribuindo ativamente para o desenvolvimento do setor.

9ª RODADA DE NEGÓCIOS FOCO OPERADORA - 10 a 13 de abril no Vila Galé Eco Resort do Cabo - Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco/PE

A 9ª Rodada de Negócios Foco é um evento business-to-business (B2B) é o maior evento de negócios no turismo do nordeste, pois coloca seus produtos/serviços diante dos melhores agentes de viagens dos mercados do RN,PB,SE,CE e PE, além da Foco ser uma das maiores operadoras do Nordeste, o Nordeste é um importante emissor para MG.

Na 9ª edição o novo tema: FOCO NO FUTURO: CONECTANDO OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS, vem para destacar as inúmeras oportunidades que o evento disponibiliza para todos os seus participantes, sejam eles os destinos, fornecedores ou agentes de viagens, ressaltando nosso principal objetivo a inclusão e capacitação, da promoção de Belo Horizonte e de seus programas Belo Horizonte Receptiva com o projeto MENUUH, programa exclusivo para Belo Horizonte com novas experiências e o programa Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia com o projeto Bares com Alma no portfólio da FOCO, além de entregar relacionamento e capacitação, e provocar a geração direta de negócios.

Visando reforçar nossas ações no evento, foi feito um trabalho anterior com a Foco Operadora, o Receptivo Pampulha Turismo e Belotur para a diversificação dos Produtos de Belo Horizonte, onde foram lançados pacotes turísticos exclusivos para Belo Horizonte com as do Menuuh e do Bares com Alma.

A feira reuniu cerca de 400 agentes de viagens e fornecedores, com expectativa de R\$ 15 milhões em vendas, e destaca sucesso nas vendas, networking, sustentabilidade (plantio de cajueiros) e anunciou a 10ª edição em Bento Gonçalves para 2026, reforçando o compromisso com o setor de turismo.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença, com balcão próprio, onde foi desenvolvido o trabalho de promover, divulgar e apresentar o “Destino Turístico Belo Horizonte”, para os principais agentes e operadoras de turismo, realizando capacitação para os agentes e operadores do nordeste. Além disso, buscou estreitar o relacionamento com os diversos setores participantes do evento e articulação com o *trade* turístico.

WTM LATIN AMERICA - 14 a 16 de abril em São Paulo

A WTM LATIN AMERICA é um evento de turismo B2B que trouxe inovações, negócios e foco em sustentabilidade, atraindo milhares de profissionais do setor teve como foco as tendências do turismo digital, experiências imersivas e responsabilidade social, com muitas marcas expositoras e debates sobre o futuro do turismo na América Latina.

Nossa participação foi como visitante, não tivemos estande.

A edição 2025 da WTM Latin America terminou com dados que reforçam a força do evento no calendário do turismo global. Foram 29.979 participantes até a metade do último dia, um crescimento de 8,04% em relação ao ano anterior. Além disso, 837 marcas expositoras ocuparam os corredores do Expo Center Norte, número 5% maior do que em 2024, com destaque para os 23% de novas empresas estreantes.

Com 8.027 m², o pavilhão teve um aumento de 10% na área ocupada.

Nesta edição não tivemos estande próprio, participamos como visitantes da feira, na pessoa da Diretora de Marketing e Promoção Turística da Belotur, Marina Simião.

MTM - MINAS TRAVEL MARKET - 24 e 25 de abril de 2025 em Belo Horizonte

Realizada e organizada pela BBC Eventos em parceria com a ABAV-MG, o MTM – Minas Travel Market é um evento de destaque no setor de turismo, reunindo mais de 3.000 profissionais de todo o Brasil. A programação inclui Feira, Capacitações e Rodadas de Negócios, criando um ambiente estratégico para aprendizado e geração de oportunidades. Agentes e operadores de viagens em caravanas de diversos estados, com destaque para Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo.

A feira é um evento de geração de negócios turísticos que vai conectar as principais operadoras de turismo e agências de viagens aos destinos e fornecedores do trade. Uma vitrine de inovação e ofertas de novos produtos e destinos com o objetivo de ampliar o seu networking e fazer negócios com profissionais da indústria de viagens e turismo.

A segunda edição da Minas Travel Market (MTM)), contou com a presença de 3.195 profissionais do turismo de diversos estados brasileiros e países como Estados Unidos, Egito, Israel, Peru e Turquia, que conheceram 119 destinos e foram capacitados para se tornarem verdadeiros embaixadores de Minas Gerais no evento.

O evento, organizado pela BBC Eventos e pela Abav-MG, superou a meta de público.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença, com estande próprio oferecendo experiências como cozinha show, que combinam cultura, gastronomia e os atrativos da capital mineira. Contou com a participação dos membros do BH Receptiva na rodada de negócios, junto com o SEBRAE/MG e com os principais agentes e operadores de turismo presentes na feira.

LGBT + TURISMO EXPO - 24 de julho em São Paulo

A feira LGBT+ TURISMO EXPO - Tem como objetivo capacitar profissionais do turismo (agentes de viagens e operadores) no desenvolvimento de produtos e serviços que contemplem os turistas LGBT+. É o maior e mais importante evento B2B de turismo LGBT+ da América Latina. Focada em receber profissionais da cadeia do turismo, tais como: agentes de viagens, operadores turísticos, profissionais de hotelaria, receptivo, instituições governamentais, bem como organizações focadas em ações de bem estar aos membros da comunidade LGBTQIA+ e tem como propósito gerar uma rede de networking entre expositores e visitantes, fomentar o segmento de turismo LGBT, gerando renda para a indústria de turismo e aumentar a aceitação da sociedade para com os membros da comunidade LGBTQIA+.

A feira recebeu cerca de 900 agentes de viagens e operadores de turismo, 60 expositores, proporcionando um dia repleto de conteúdo, networking, debates, workshops e sorteios.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença na pessoa do assessor Bruno Pueyo, com estande próprio onde desenvolveu o trabalho de promover, divulgar e apresentar o “Destino Turístico Belo Horizonte”, para os principais agentes e operadoras de turismo, turistas, congressistas e palestrantes, presentes na Expo.

TRAVEL NEXT MINAS - 19 e 20 de agosto em Belo Horizonte

Na Travel Next Minas, Belo Horizonte marcou presença em um dos principais encontros de negócios e capacitação do turismo em Minas Gerais, realizado no Expominas. O evento teve como objetivo oferecer a agentes de viagens e profissionais do setor um espaço de relacionamento, troca de experiências e acesso a conteúdos estratégicos para o fortalecimento de suas atividades.

A feira recebeu 7.186 participantes, um crescimento de 40% em relação a 2024.

O aumento do público refletiu diretamente no volume de negócios gerados: foram R\$85 milhões movimentados, frente aos R\$60 milhões do ano passado.

Além da maior presença de agentes de viagens, a feira contou com a participação de 16 estados brasileiros, incluindo Paraná, Goiás, Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco, Amazonas e Rio Grande do Sul, além de Minas Gerais. A presença de expositores internacionais, como Turismo de Portugal, TAP Air Portugal e um pavilhão exclusivo dedicado ao Caribe, reforçou a dimensão global do evento.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença, com estande próprio, e contou com a participação das empresas cadastradas do Programa BH Receptiva e com os empreendedores do Projeto **Menuuh: Experiências Turísticas** em parceria com o SEBRAE/MG com os principais agentes e operadores de turismo presentes na feira.

9º SALÃO NACIONAL DO TURISMO - 21 a 23 de agosto em São Paulo

O 9º Salão Nacional do Turismo é um evento de grande importância para o setor turístico brasileiro, promovido pelo Ministério do Turismo. O evento traz como principal objetivo estruturar, qualificar e tornar os produtos e serviços turísticos brasileiros acessíveis ao mercado, além de promover e incentivar o turismo

nacional, reunindo agências de viagens, companhias aéreas, entidades do setor e representações estaduais e municipais.

Em conjunto com o Salão Nacional do Turismo, aconteceu o 2º Feirão do Turismo, onde os visitantes tiveram a oportunidade de conhecer diversos destinos brasileiros, aproveitando ofertas exclusivas em pacotes de viagem, hospedagem e passagens aéreas, com promoções de até 45% em diárias de hotéis e 30% em passagens aéreas.

O evento contou também com a participação de expositores que apresentaram as riquezas culturais e turísticas de suas regiões, proporcionando uma verdadeira imersão nas diversas experiências, como atividades interativas e gastronomia regional, que o Brasil tem a oferecer. O Salão Nacional do Turismo é uma excelente oportunidade para networking e troca de conhecimentos entre profissionais do setor.

A feira recebeu mais de 30 mil visitantes por dia e reuniu representantes das 27 unidades federativas, gerando grande movimentação econômica e consolidando o Brasil como destino turístico, além de empresas, instituições e profissionais do trade turístico. Com mais de 10 mil m² de área total, o Salão contou com espaços temáticos de experiências turísticas, gastronomia, artesanato, pacotes promocionais, palestras e oficinas.

Belo Horizonte teve uma participação muito ativa e estratégica no Salão Nacional do Turismo 2025, destacando-se como destino inteligente com o lançamento da nova marca turística "Te Encontro em BH", a apresentação do Mapa Estratégico de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), e ações de ESG, com foco em sustentabilidade, inovação e experiências culturais e gastronômicas, consolidando sua imagem de cidade vibrante e acolhedora, pronta para sediar grandes eventos como a Copa do Mundo Feminina de 2027.

Belo Horizonte levou para o 9º Salão Nacional do Turismo, em São Paulo: a experiência de uma cidade que sabe acolher. E, claro, não podia faltar quem recebe com a gente: o prefeito Álvaro Damião esteve no estande, estreitando laços com o afeto que só o belo-horizontino tem. O estande de Belo Horizonte no Salão foi uma vitrine dessa transformação. Em parceria com o Sebrae Minas, foi apresentado o Menuuh de Experiências Turísticas, uma curadoria de vivências que traduz a cidade em sabores, encontros e memórias.

FIT - 27 a 30 de setembro em Buenos Aires

A FERIA Internacional de Turismo de América Latina (FIT) encerrou sua edição de 2025 com números históricos, consolidando-se como o maior encontro de turismo do continente. O evento reuniu mais de 140

mil visitantes, atraiu representantes de 60 países e registrou 10 mil rodadas de negócios, além de intensa programação de capacitações.

Segundo balanço divulgado pelo secretário de Turismo, Ambiente e Esporte da Argentina, Daniel Scioli, e pelo presidente da Federação Argentina de Associações de Empresas de Viagens e Turismo (FAEVYT), Andrés Deyá, a edição 2025 reuniu:

- Mais de 140 mil visitantes;
- 60 países participantes, oito a mais que em 2024;
- 1.930 expositores, 4% a mais que no ano anterior;
- Mais de 10 mil rodadas de negócios;
- 170 palestras e seis auditórios lotados.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença na FIT América Latina 2025 (Feira Internacional de Turismo da América Latina), realizada em Buenos Aires, na Argentina, entre os dias 27 e 30 de setembro de 2025, na pessoa da Diretora de Marketing e Promoção Turística da Belotur, Marina Simião. Em parceria e estratégia, a participação ocorreu em conjunto com a Embratur, focando na promoção de Belo Horizonte como destino turístico competitivo para o mercado argentino, que é um dos maiores emissores de turistas para o Brasil.

A ação na FIT 2025 reforça as estratégias da Belotur para atrair mais turistas argentinos, oferecendo experiências que combinam cultura, gastronomia e os atrativos da capital mineira. A feira é um dos maiores eventos do setor na América Latina, reunindo milhares de expositores de mais de 50 países para realizar negócios e firmar novas parcerias comerciais. A presença na FIT Argentina 2025 é parte de um esforço contínuo da Belotur para consolidar BH como destino internacional, muitas vezes integrado a ações de promoção do estado e do país, junto à Embratur.

52ª ABAV EXPO INTERNACIONAL - 08 a 10 de outubro no Rio de Janeiro

A feira é o principal evento de turismo do país, sendo apontada por 72% dos profissionais da indústria como evento de maior relevância do mercado. A ABAV Expo Internacional é realizada pela ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagens), que possui escritórios em todos os estados do Brasil e, juntamente às agências associadas, representa 80% das vendas nacionais. *Dados da 2ª Pesquisa Os Desafios das Agências de Turismo, realizada pelo SEBRAE em parceria com a ABAV.

Nossa participação visou o fortalecimento da nossa marca e estabeleceu uma rede de relacionamentos com todas as cadeias da indústria do turismo como compradores e tomadores de decisão, gestores de viagens corporativas, operadoras emissivas e receptivas, e os diversos profissionais que compõem o ecossistema turístico, incluindo a mídia segmentada e influencers de viagens e turismo.

Estiveram presentes na feira mais de 38 mil participantes, mais de 40 mil m² de área, 2 mil marcas expositoras, e gerou milhares de reuniões de negócios, destacando-se pelo crescimento da hotelaria e seguros, além da presença de novos destinos internacionais como China e Japão, consolidando-se como o maior encontro do turismo brasileiro.

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) marcou presença no estande da SECULT/MG, em parceria também com BH Airport na Abav Expo 2025, feira que aconteceu no Rio de Janeiro, combinando gastronomia, turismo e inovação. Um dos pontos altos foi o reconhecimento de Belo Horizonte no Prêmio Excelência Turística na categoria Destino Digital – Aéreo Internacional.

Paralelamente, a promoção da cidade foi fortalecida por eventos de grande escala, como a **Bienal da Gastronomia de BH** e o **Fórum Internacional de Gastronomia**, que conectaram mercados e espaços criativos a especialistas do mundo inteiro. A estratégia de comercialização também avançou significativamente através da participação em feiras e Congressos estratégicos, como o **Congresso Brasileiro de Afroturismo**.

Prazo: Janeiro a Dezembro 2025

Indicadores: Número de eventos participantes

Captação de recursos para realização do Carnaval, Arraial e Bienal da Gastronomia

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

Arraial de Belô

O Arraial de Belo Horizonte é uma das festas juninas mais importantes e tradicionais do Sudeste do Brasil, reunindo cultura popular, música, dança, gastronomia e muita animação em um grande evento gratuito para todas as idades.

Local: Ginásio do **Mineirinho** (Avenida Antônio Abrahão Caram, 1000 – Pampulha)

Datas: 11, 12, 13, 19 e 20 de julho de 2025

Atrações e atividades principais

✓ **Concurso Municipal de Quadrilhas:** Apresentações de grupos tradicionais e competição entre quadrilhas de toda Minas, com diversidade de ritmos e trajes típicos.

✓ **Shows musicais ao vivo:**

- Palco com artistas locais e nacionais atuando em diversos horários, incluindo nomes de forró, sertanejo e DJs.

Vila Gastronômica:

- Espaço com barracas de **comidas típicas juninas** (como canjica, pamonha, paçoca e muito mais)
- Participação de bares do Mercado Central e dos vencedores do Concurso do Prato Junino, valorizando sabores locais.

✓ **Feira de Artesanato:** Produtos típicos e peças artesanais para venda e troca cultural.

✓ **Ambiente familiar e cultural:**

Espaços pensados para receber famílias, crianças e grupos de amigos com conforto, segurança e programação variada.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos:

Eixo 5 - Fortalecimento Institucional

A cultura mineira é tradicionalmente marcada pela convivência familiar, pelas inúmeras festas, por sua culinária típica e pela reconhecida hospitalidade. Desde 2018, o Arraial de Belô vem oferecendo ao público uma experiência junina completa, atuando estrategicamente em 3 eixos - **Quadrilha, Música e Gastronomia**. Neste ano, espera-se manter o processo de requalificação do evento para que o público possa vivenciá-lo como uma experiência completa, neste sentido, tanto o concurso de quadrilhas, a ambientação e ornamentação do espaço, os shows, e sobretudo, a gastronomia como um destaque dentro do projeto de requalificação, estarão em sintonia com o festejo.

Entregas/resultados

Natura patrocinou com R\$100.000,00 (cem mil reais).

Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte - CDL patrocinou com R\$100.000,00 (cem mil reais).

A Caixa Econômica Federal patrocinou com R\$800.000,00 (Oitocentos mil reais).

Totalizando um valor global de captação de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais).

Realização de programação cultural gratuita, com apresentações de quadrilhas juninas, concursos oficiais e shows musicais.

Estrutura completa de evento, com palcos, áreas gastronômicas, feira de artesanato, espaços de convivência e serviços de apoio ao público.

Vila Gastronômica com comidas típicas juninas, valorizando produtores locais, bares e cozinhas tradicionais.

Espaços dedicados à economia criativa, com comercialização de produtos artesanais.

Ações de sustentabilidade, com gestão de resíduos, coleta seletiva e participação de catadores.

Operação integrada de segurança, limpeza urbana, mobilidade e acessibilidade, garantindo conforto ao público.

Resultados Alcançados

Alto engajamento de público, com expressiva participação de moradores e turistas.

- Fortalecimento da identidade cultural de Belo Horizonte, com destaque para as tradições juninas e a cultura mineira.
- Geração de renda e empregos temporários, beneficiando artistas, quadrilhas, comerciantes, artesãos e trabalhadores do evento.
- Ampliação da visibilidade da cidade como destino turístico e cultural, com repercussão positiva na mídia e nas redes sociais.
- Impacto positivo na economia local, especialmente nos setores de gastronomia, turismo, comércio e serviços.
- Consolidação do Arraial como um evento democrático, inclusivo e sustentável, alinhado às políticas públicas culturais do município.

Prazo

Período: 11, 12, 13, 19 e 20 de julho de 2025

Indicadores

Não se aplica

Carnaval de Belo Horizonte 2025

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Carnaval de Belo Horizonte se consolidou como uma das melhores festas do país, atraindo turistas do Brasil e do mundo, além de alcançar uma significativa retenção de moradores da cidade. Na última edição da festa,

realizada em 2025, cerca de 6 milhões de foliões circularam pelas ruas da cidade, espalhadas em mais de 500 atrações, entre blocos de rua, palcos oficiais, festas e desfiles.

Sua organização espontânea e prioritariamente de rua, é um de seus principais atrativos, bem como a sua essência democrática e plural. Além dos famosos blocos de rua, a festa da capital mineira conta ainda com palcos, desfiles das escolas de Samba e Blocos Caricatos, além da abertura oficial e a eleição da Corte Momesca.

Considerando ainda o potencial que a festa representa, a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte e a Belotur - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, cientes do potencial econômico e turístico, bem como da importância cultural e simbólica da festa, têm o desejo de abrilhantar ainda mais esta mobilização do povo belo-horizontino, além de alcançar uma maior visibilidade para cidade, fomentando a indústria criativa e cultural, movimentando a cadeia produtiva do turismo, gerando empregos e arrecadação para o Município.

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos

Eixo 5 - Fortalecimento Institucional

PROGRAMAÇÃO E SUAS ETAPAS

O carnaval de Belo Horizonte é composto por várias macro ações, as quais listamos abaixo, a título exemplificativo :

- a) **Desfiles de Passarela (Escolas de Samba e Blocos Caricatos):** o Decreto Municipal nº. 3.676/1980 oficializou o Carnaval de Belo Horizonte. O primeiro desfile foi realizado na Avenida Afonso Pena, local usado até 1990, quando a Prefeitura passou a promover somente bailes populares de Carnaval. De lá para cá, os desfiles do Carnaval de Passarela de Belo Horizonte já foram realizados na Avenida do Contorno; Via 240, no Bairro Novo Aarão Reis e na Avenida dos Andradas. Em 2025, os desfiles das Escolas de Samba e Blocos Caricatos retornaram para a Avenida dos Andradas, após longo período na Avenida Afonso Pena. O Desfile dos Blocos Caricatos e Escolas de Samba acontecem, respectivamente, na segunda e terça-feira de carnaval, no centro da capital, com público de aproximadamente 7 mil pessoas/dia.
- b) **Desfiles de Blocos de Rua:** Acontecem de maneira espontânea e popular pelos coletivos da cidade, valorizando as tradições carnavalescas e artísticas. O cadastro dos blocos acontece de forma gratuita respeitando todas as diversidades, de modo a buscar uma ocupação democrática do espaço público, com ampla participação popular. Os desfiles acontecem nas dez regionais da cidade, por meio de cadastro prévio na Belotur, e demandam uma organização e planejamento relacionado aos respectivos trajetos atrelados aos

fechamentos das vias, logística de instalações de banheiros químicos e gradis de proteção de patrimônio, canteiros e jardins, bem como a possibilidade do provimento da prestação de outros serviços públicos, a depender das necessidades da região.

c) Credenciamento Ambulantes: ação que envolve cadastro e credenciamento daqueles que tenham interesse em exercer a “Atividade De Comércio Eventual” Temporária junto aos desfiles de Blocos De Rua Do Carnaval De Belo Horizonte, que anualmente é realizado por meio de um Chamamento Público.

d) Coletiva de imprensa de abertura: Evento para imprensa de divulgação das ações macros do carnaval a fim de gerar mídia nos veículos de comunicação, média de público de 150 pessoas.

Entregas/resultados

A AMBEV patrocinou com R\$ 5,9 milhões (cinco milhões e novecentos mil reais).

Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte - CDL patrocinou com R\$500.000,00 (quinhentos mil reais).

Totalizando um valor global de captação de R\$ 6.400.000,00 (seis milhões e quatrocentos mil reais).

Prazo

Período: 15/02/2025 a 09/03/2025

Indicadores

Não se aplica

II Bienal de Gastronomia de Belo Horizonte 2025 é um evento promovido pela Prefeitura e liderado pela Belotur, que celebra a culinária local e internacional por meio de intercâmbios culturais, históricos e gastronômicos.

Com apoio das secretarias de Segurança Alimentar, Cultura e Desenvolvimento Econômico, a iniciativa fortalece a imagem de Belo Horizonte como destino gastronômico, cumprindo compromissos assumidos com a UNESCO após o título de Cidade Criativa da Gastronomia.

A Bienal oferece um leque de atividades incluindo:

- o Fórum Internacional de Gastronomia;
- o Seminário Internacional de Segurança Alimentar e Nutricional;
- o Painéis Abertas (trocas de experiência entre chefs, empresários e estudantes);
- e outras ações de qualificação, promoção e conscientização.

A proposta é que a Bienal aconteça a cada dois anos, com o objetivo de destacar a identidade e autenticidade da culinária de Belo Horizonte. A programação é construída em torno de duas datas importantes para o setor: o Dia Mundial da Alimentação (16 de outubro) e o aniversário da concessão do título de Cidade Criativa da Gastronomia à capital mineira pela UNESCO (31 de outubro).

Entregas/resultados

Supermercados BH patrocinou com R\$50.000,00 (cinquenta mil reais).

Prazo

Período: 15 a 31 de outubro de 2025

Indicadores

Não se aplica

Realização do 5º Concurso do Prato Junino no Arraial de Belo Horizonte

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

O Concurso Prato Junino é um concurso culinário criado para estimular atividades que compreendam o apoio e fomento à cadeia produtiva da gastronomia de Belo Horizonte no evento Arraial de Belo Horizonte e propõe a elaboração de pratos contendo ingredientes juninos para serem **APRESENTADOS E PROMOVIDOS**, sendo os vencedores **COMERCIALIZADOS** durante o evento, pelos alunos do curso de gastronomia dos níveis superior, bacharelado e/ou tecnólogo, presenciais em Belo Horizonte. O tema da 5ª edição foi a afro gastronomia Belo Horizontina e durante o festejo, o público pode experimentar as criações dos alunos ao lado dos pratos típicos servidos pelos bares do Mercado Central.

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística

Entregas/resultados/Prazo/Indicadores

Nos dias 11, 12, 13, 19 e 20 de julho os 6 grupos vencedores (1 de cada faculdade) somaram o valor total de R\$101.971,00 em faturamento.

Projetos não executados

Em virtude de alguns cortes orçamentários e vedações para execução de atividades, parte das ações previstas

pela DRMT, especialmente nas ações de promoção turística não foram realizadas.

Destacam-se a participação em feiras como Festuris (Gramado) e BTM (Fortaleza), bem como o formato de participação em algumas delas, como, apenas presencial na WTM e em parceria na ABAV Expo, ou seja, sem stand próprio da Belotur.

A realização de presstrips/ famtours foi cancelada para a Bienal da Gastronomia, tendo essa ação sido suspensa em caráter temporário.

A revisão de marcas e a nova marca de destino de Belo Horizonte, fez com que a produção de novos materiais promocionais fosse também revista, de forma a agregar o novo posicionamento, por isso, parte da proposta de revisão e impressão de novos materiais foi adiada para 2026.

Diretoria de Projetos Especiais e Novos Negócios - DPEN

Breve histórico das principais atividades executadas no ano pela diretoria

A diretoria investiu em planejar, estruturar, implementar e monitorar projetos, parcerias, modelos de negócio e mecanismos de financiamento que contribuam para o desenvolvimento turístico sustentável de Belo Horizonte, alinhados às diretrizes estratégicas da Belotur e da Prefeitura de Belo Horizonte.

Neste sentido, algumas ações pontuais foram realizadas a saber:

- Realização de estudo sobre Redução de Gás Carbônico para aplicação no período do Carnaval de 2025.
- Visita ao MTUR em Brasília, quando foi apresentado o projeto Escola de Turismo, dirigido pelo MTUR, para Belotur. Posteriormente o projeto foi encaminhado para Presidência da BELOTUR, em agosto de 2025.
- Elaboração da Nota Técnica NT.DPEN.005.2025 com vistas a alteração da lei i Nº11.801 em 03/02/2025, para que a gestão do FUMTUR, retorne para Belotur.
- Implantação e gestão do projeto Barco na Lagoa , na Lagoa da Pampulha, em Belo Horizonte.

Atividade/ações

Passeio de Turismo Náutico gratuito em catamarã na Lagoa da Pampulha (Ação estratégica do Programa Transformador Viva Pampulha do BH Metas e Resultados)

Apresentar um breve descritivo Atividades/ações

A Lagoa da Pampulha, após longo período, voltou a apresentar índices de qualidade de água que a tornam segura para navegação. Para celebrar este marco, a Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, está disponibilizando uma experiência para moradores e turistas a partir da oferta de passeios de barco em caráter temporário.

Navegar pela Lagoa da Pampulha é uma nova forma de viver um dos maiores símbolos de Belo Horizonte. A bordo do Capivarã, um catamarã turístico, moradores e visitantes são convidados a contemplar o Conjunto Moderno da Pampulha a partir de uma perspectiva única: **sobre as águas.**

Durante o passeio, um guia de turismo apresenta a história, a arquitetura, a paisagem e a importância cultural e ambiental do conjunto, reconhecido como Patrimônio Cultural da Humanidade. O trajeto passa pelos principais monumentos da Pampulha, revelando detalhes da arquitetura contextualizados historicamente à época da edificação, curiosidades e novos olhares sobre um dos cartões-postais mais emblemáticos da Cidade.

Gratuita e aberta ao público, a experiência integra uma iniciativa da Prefeitura de Belo Horizonte que amplia as possibilidades de lazer, valoriza o patrimônio e fortalece o turismo local, conectando pessoas, paisagem e memória em um mesmo percurso.

Eixo 3 - Desenvolvimento e qualificação turística

Entregas/resultados

Operacionalização da retomada do uso náutico da Lagoa da Pampulha, englobando a locação da embarcação, tripulação, guias de turismo e serviço de bilhetagem. A ação serviu como projeto-piloto para avaliar, de forma planejada e sustentável, o potencial turístico do espelho d'água.

Em termos qualitativos, a iniciativa reforça a responsabilidade coletiva de preservação da lagoa e da bacia hidrográfica da Pampulha e projeta internacionalmente a cidade, posicionando Belo Horizonte como um destino inovador e alinhado a práticas globais de sustentabilidade, inclusão social e desenvolvimento econômico.

O projeto fomenta a economia local (gastronomia, hotelaria e serviços) e estimula a criação de um calendário regular de atividades náuticas, promovendo o uso consciente do espaço público.

O projeto teve amplo impacto nas redes sociais e canais de comunicação em rede local e nacional.

Foi criada a *landing page* do projeto (<https://portalbelohorizonte.com.br/barcopampulha>) e gerido a página do evento no Sympla para emissão de ingressos.

Prazo

3 (três) meses, a partir do dia 27 de dezembro de 2025, (podendo ser prorrogado por igual período).

Indicadores

Número de viagens em 2025: 8 viagens

Público atendido em 2025: 240 pessoas

Projetos não executados

Projeto Redução de Gás Carbônico - realizado o estudo pela DPEN e sendo executado por outra diretoria.

FUMTUR - ainda permanece em tratativas com SMDE, sobre a alteração da gestão.

Diretoria de Eventos

Breve histórico das principais atividades executadas no ano pela diretoria

Eixo 4 - Realização e fomento de eventos urbanos

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.

Carnaval de Belo Horizonte

O Carnaval de Belo Horizonte, marcado pela tradição dos desfiles das Escolas de Samba e dos Blocos Caricatos, viveu a retomada de ruas e avenidas da cidade, a partir da primeira década dos anos 2000. Naquela época, sem grandes estruturas ou investimentos, pequenos blocos de rua começaram a surgir, reunindo amigos, músicos e moradores em celebrações que valorizavam a ocupação do espaço público, a criatividade e a liberdade de expressão. Com o tempo, essas manifestações foram crescendo, dando origem a um movimento cultural potente e acolhedor.

A Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), por meio da Belotur, como forma de reconhecimento das dimensões dessa festa popular, começa a planejar e a investir em formas de apoio e organização, sem engessar a essência livre e participativa do Carnaval. Assim, foram criados instrumentos para apoio financeiro aos blocos, ampliadas desenvolvidas ações de infraestrutura e articuladas medidas com diversas instituições para garantir mais segurança, mobilidade e serviços aos foliões e à população.

Mais recentemente, com o evento já consolidado como um dos maiores do país, surgiram também novas responsabilidades. Questões ambientais, sociais e de governança tornaram-se parte do planejamento. Em 2025, por exemplo, o carnaval contou com diversas iniciativas voltadas à sustentabilidade, inclusão e responsabilidade social, como ações de acessibilidade, incentivo à reciclagem, combate à violência de gênero e valorização da diversidade.

Dessa forma, o Carnaval de Belo Horizonte mostra como uma manifestação cultural pode crescer com força e alegria, sem perder o cuidado com a cidade e com as pessoas. O trabalho conjunto entre a sociedade e o poder público tem sido fundamental para que essa festa siga encantando, ano após ano, com mais estrutura, mais consciência e, acima de tudo, com o espírito leve e plural que a caracteriza desde o início.

Dentre as inúmeras práticas na organização e operação do Carnaval de Belo Horizonte, apresenta-se um compilado das principais entregas realizadas dentro do eixo ESG em 2025:

- Ambiental

- Calma Clima - Ação de Divulgação Mobilidade no Carnaval
- Inventário CO² Carnaval - Gestão de GEE's produzidas no Carnaval
- Biofábrica de Joaninhas - Desfiles Escola de Samba e Blocos Caricatos
- Plantio de Mudas: Mitigação do CO²
- Mapa da Hidratação
- Coleta seletiva e gestão de resíduos
- Compensação de Emissões de Carbono
- Kandandu - Marco ESG na Abertura Oficial do Carnaval de Belo Horizonte 2025
- Estação Gastronômica
- Projeto P4Tree

- Social

- Reparação de Igualdade Racial, Diversidade e Inclusão no Edital de Blocos de Rua
- Auxílio Financeiro de Blocos de Rua, Escolas de Samba e Blocos Caricatos
- Insights de Cidadania no Credenciamento de Ambulantes
- Acessibilidade em Libras nos Desfiles de Passarela
- Mobilização Educativa - Protocolo Quebre o Silêncio
- Inclusão e Organização do Comércio Ambulante
- Atendimento e Proteção às Mulheres
- Carnaval da Cidadania
- Guarda Municipal - Prevenção à Importunação Sexual
- Vans Volantes
- "Carnaval é na Lata" – Prevenção e Segurança
- BH de mãos dadas contra a AIDS - ações nas estações de metrô, ônibus e nos ensaios dos blocos de rua
- Vigilância Sanitária
- Ações de Urgência e Emergência em Saúde
- Mobilidade e Atendimento ao Folião
- Atuação da Polícia Militar de Minas Gerais

- Governança
 - Coordenação Interinstitucional: Grupo de Trabalho do Carnaval
 - Monitoramento Integrado e Resposta Rápida – Atuação do COP-BH
 - Comunicação ESG
 - Sensibilização em Diversidade e Inclusão
 - Workshops de Planejamento Interinstitucional
 - Palestra Pública sobre o Edital de Auxílio aos Blocos de Rua
 - Sensibilização dos Blocos de Rua no Protocolo “Quebre o Silêncio”
 - Jornada ESG no Carnaval de Belo Horizonte
 - Pesquisa de Percepção ESG no Carnaval 2025

Arraial de Belo Horizonte

Assim como ocorre no Carnaval de Belo Horizonte, a Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), por meio da Belotur, reconhece a relevância e a dimensão do Arraial de Belô, considerado um dos maiores festejos juninos do país. Com essa ampliação de alcance e impacto, surgem também novas responsabilidades institucionais. Nesse contexto, aspectos ambientais, sociais e de governança passaram a integrar de forma sistemática o planejamento e a execução do evento.

Desde maio de 2024, com a adesão da Belotur ao Pacto Global da ONU, fortalecendo seu compromisso com a agenda de sustentabilidade, foram implementadas diversas iniciativas voltadas à sustentabilidade, inclusão e responsabilidade social, tais como ações de acessibilidade, incentivo à reciclagem, combate à violência de gênero e valorização da diversidade no Arraial de Belo Horizonte. No ano de 2025, elencamos as principais entregas do evento nos eixos ESG:

- Ambiental
 - Cortejo Junino sem o uso de tração animal
 - Facilitação do transporte dos quadrilheiros (TBC)
 - Gravimetria: Gestão dos resíduos totais do evento
 - Descritivo da ação, Licitação
 - Resultados Gravimetria dos Rejeitos
 - Resultados Gravimetria dos Recicláveis
 - Inventário CO² - Gestão de GEE
 - Plantio de Mudas: Mitigação do CO²
 - Compensação de Emissões de Carbono
- Social

- Auxílio Financeiro das quadrilhas
- Acessibilidade em Libras
- Mobilização Educativa - Protocolo Quebre o Silêncio

- Governança
 - Coordenação Interinstitucional: Grupo de Trabalho do Carnaval
 - Sensibilização em Diversidade e Inclusão
 - Workshops de Planejamento Interinstitucional
 - Pesquisa de Percepção LGBT no Arraial 2025