PROGRAMA MUNICIPAL DE TURISMO GASTRONÔMICO

CONTEXTO

O Programa Municipal de Turismo Gastronômico, elaborado pela Belotur, tem como objetivo principal de “posicionar e qualificar Belo Horizonte e região como polo turístico gastronômico de relevância”.

É importante frisar que o presente Programa, desenvolvido em 2017, já realizou diversas ações exitosas como a conquista do Título de Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco, e que se desdobra em eixos e ações estratégicas que visam a atualização e readequação do Programa em função dos novos desafios.

OBJETIVOS

1 - Propor ações estratégicas com vistas a desenvolver a gastronomia como indutora da atividade turística;
2 - Qualificar a gastronomia como produto turístico, apoiando sua comercialização junto aos mercados;
3 - Fortalecer e integrar setores da cadeia produtiva gastronômica e turística da cidade;
4 - Fomentar negócios e empregabilidade na cadeia produtiva da gastronomia e do turismo, por meio de ações de empreendedorismo e inovação;
5 - Elaborar estudos e pesquisas referente ao setor para apoiar projetos e ações estratégicas;
6 - Valorizar a culinária e a diversidade gastronômica local.

EIXOS DE ATUAÇÃO

_ GOVERNANÇA E NETWORKING
_ ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO
_ CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO
_ MARKETING, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

Consiste no conjunto de mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a gestão do projeto Gastronomia, com vistas à condução das políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade.

Já o networking implica no conjunto de ações que visam fortalecer e ampliar a rede de apoio do projeto de turismo gastronômico, estimulando inclusive a incidência de projetos intersetoriais que fortaleçam o segmento.

EIXOS DE ATUAÇÃO

_ GOVERNANÇA E NETWORKING
_ ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO
_ CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO
_ MARKETING, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

Integra projetos e ações que atuem na pesquisa e na valorização da identidade gastronômica de Belo Horizonte, na melhoria da base legal, na infraestrutura e no ambiente de negócios visando a dinamizar o turismo gastronômico de Belo Horizonte e favorecer a profissionalização da atividade, identificando tendências e inovações para o seu desenvolvimento.

EIXOS DE ATUAÇÃO

_ GOVERNANÇA E NETWORKING
_ ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO
_ CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO
_ MARKETING, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

Apresentam projetos e ações que acompanhem e monitorem as práticas do turismo e do setor gastronômico, por meio de levantamento de indicadores, estatísticas, pesquisas e dados complementares visando uma gestão abrangente e competitiva, tanto na ótica operacional quanto econômica da cadeia produtiva.

O eixo tem ainda como proposta apresentar artigos, estudos e tendências da atividade, características e comportamentos visando auxiliar no processo de tomada de decisão, com foco na inteligência de mercado.

EIXOS DE ATUAÇÃO

_ GOVERNANÇA E NETWORKING
_ ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO
_ CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO
_ MARKETING, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

Consiste em projetos e ações que visem posicionar o segmento gastronômico como atividade indutora do turismo em Belo Horizonte, definindo estratégias de atuação, por meio de campanhas publicitárias e de engajamento social (sensibilização), ativações e ações promocionais, parcerias e relacionamento junto aos mercados, apoio à comercialização do turismo gastronômico, capacitações e rodadas de negócio com operadores e agentes de turismo, bem como ações de comunicação para divulgação da cidade dentro da proposta de valor.

AÇÕES REALIZADAS 2020 - 21 E PROGRAMADAS PARA 2022

GOVERNANÇA E NETWORKING

GOVERNANÇA E NETWORKING – Ações realizadas até dezembro de 2021

A) PARTICIPAÇÃO EM REDES E FÓRUNS DE DISCUSSÃO SOBRE A GASTRONOMIA

1 - Rede de Cidades Criativas da Gastronomia – UNESCO (ação contínua)

2 - Frente da Gastronomia Mineira (FGM) (ação contínua)

B) COMITÊ GESTOR

1 - Sistematizar as reuniões de trabalho com os demais órgãos da PBH. (ação contínua)

2 - Elaborar e compilar os dados de projetos e ações da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte para confecção do relatório anual e quadrianual exigido pela Unesco. (ação contínua)

3 - Avaliar relatórios quadrianuais de outras cidades designadas conforme solicitação da UNESCO: 2020 Tucson (USA); Denia (Spain); e Ensenada (MEX) e 2021 Popayan (Colômbia). (ação contínua)

4 - Avaliar as Cidades Postulantes a Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO. 2021:Esmeraldas (Equador); Battabang City (Camboja); São Petersburgo (Rússia) e Lankaran (Azerbaijão). (ação contínua)

ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO

ESTRUTURAÇÃO E FOMENTO – Ações realizadas em 2020/2021

A) ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DE AÇÕES DE FOMENTO PARA APOIO À RETOMADA DO SETOR

1- Estimular a realização de eventos gastronômicos por meio do Edital de Apoio a Eventos de Potencial Turístico.

2020

- Edital (Inverno/Primavera) – 63 eventos contemplados sendo 32 de gastronomia ou com temática vinculada ao setor.

- Edital (Primavera/Verão) - teve um eixo que apoiou projetos e iniciativas voltadas para o setor de gastronomia.

2021

- Edital (Inverno) - 70 eventos contemplados, sendo 27 com a temática em gastronomia.

- Edital (Primavera) - 54 eventos contemplados, sendo 11 eventos com a temática em gastronomia.

B) ORGANIZAÇÃO DO SETOR

1- Mapear dos roteiros turísticos gastronômicos ofertados pelas agências e operadores de turismo até dezembro de 2020.

2- Análisar e identificar a infraestrutura gastronômica existente na cidade para a elaboração de um Plano de Estruturação Turística do setor gastronômico de Belo Horizonte.

3- Articular e acompanhar os protocolos sanitários para a gastronomia e hotelaria. (ação contínua)

C) FORTALECIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

1- Hackatur: projeto de fortalecimento e estímulo à inovação e ao empreendedorismo no setor gastronômico, tendo como parceiros o Sebrae Minas e o Centro Universitário UNA. Público: 15 empresários e 40 estudantes.

2 - Inova + Gastronomia: Qualificar e transformar as MPE's do setor de gastronomia da capital mineira por meio da remodelagem de seus negócios, tornando-as mais competitivas. Esta ação fornece consultorias para micro e pequenos empresários em busca de qualificação, melhoria de gestão, inovação em processos, novas tecnologias e digitalização de forma ágil e direcionada.

D) TERRITÓRIOS E REDES CRIATIVAS

1- Projeto Territórios e Redes Criativas Lagoinha: Projeto que visa valorizar a cultura material e imaterial de cada território, estimular arranjos produtivos locais da gastronomia, potencializando e dando maior visibilidade aos empreendedores locais.

2- Lançamento e-book: Mapeamento de estabelecimentos e receitas de gastronomia da Lagoinha (ação final do Territórios e Redes Criativas – através de convênio com SEBRAE MG e com consultoria do Nenel e Mariana Gontijo)

D) TERRITÓRIOS E REDES CRIATIVAS

3 - Elas Cultivam a Lagoinha - Inclusão produtiva de mulheres (cis e trans) - Promover a geração de renda e a inclusão social, de mulheres por meio da qualificação técnica e profissional em temas relacionados a gastronomia mineira.

4 - Reforma do Centro de Segurança Alimentar e Nutricional - Mercado da Lagoinha.

A) ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DE AÇÕES DE FOMENTO PARA APOIO À RETOMADA DO SETOR

1- Estimular a realização de eventos gastronômicos por meio do Edital de Apoio a Eventos de Potencial Turístico:

- Edital (Outono/Inverno) – Edital Publicado. Serão aportados R$ 4 milhões em eventos realizados durante as estações de Outono e Inverno. Terá um eixo que apoiará projetos e iniciativas voltadas para setor de gastronomia.

- Edital (Primavera/ Verão): Previsto para o segundo semestre.

B) ORGANIZAÇÃO DO SETOR

1 - Levantar e diagnósticar os Produtos Turísticos de Belo Horizonte, através de pesquisa realizada em parceria pelo Observatório e pela Gerência de Promoção.

2 - Mapear os roteiros turísticos gastronômicos ofertados pelas agências e operadores de turismo - "Mapeamento e Organização das Principais Atividades e/ou Produtos Turísticos Diferenciados e Inovadores de Belo Horizonte" Dentro do escopo da contratação da ACG.

3 - Implantar hortas e quintais comunitários - consiste em uma parceria com os agricultores e agricultoras urbanas do município de Belo Horizonte no sentido de estimular a produção, consumo e comercialização de produtos de qualidade e saudáveis para a população. Trata-se de uma atividade que acontece especialmente junto a públicos em situação de maior vulnerabilidade social.

4- Contrato de Concessão de Mercados Públicos – Visa aumentar a comercialização de alimentos frescos e livres de agrotóxicos e contribuir no compartilhamento de experiências, saberes e de reafirmação de tradições culturais, principalmente a cultura culinária.

CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO

CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO – Ações realizadas em 2021/2021

A) CURSOS, ENCONTROS E CONFERÊNCIAS

1- Seminário Cidades/Destinos Inteligentes e Patrimônio material e imaterial - O Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes, na sua 3ª edição, foi um evento virtual de caráter técnico científico. Teve como objetivos estimular e promover o debate sobre as políticas públicas e as iniciativas da gastronomia voltadas para o tema das cidades e dos destinos turísticos inteligentes - Público: 150 a 200 participantes.

2- Meet Ups de gastronomia e inovação - O 1º Meet Up foi realizado no dia 10/09/2020 em parceria com a Fumsoft e a UNA com um bate-papo exclusivo com Jose Peláez, responsável por Inovação e Desenvolvimento de Produto do LABe - Laboratório Digital de Gastronomia vinculado ao Centro de Culinária Basco (San Sebastian - Espanha). - Público: De 70 a 100 participantes.

3- Gastronomia Mineira e Belohorizontina articulada às Bases da Agroecologia - Qualificar Profissional nas Trilhas Gastronômicas (permite ao cursista se inserir no mercado formal de trabalho), no Empreendedorismo Gastronômico (organização financeira, precificação, vendas por redes sociais, dentre ouros) ou na Trilha da Agroecologia (desenvolvimento de técnicas para a produção de alimentos, com tecnologias limpas e não tóxicas).

A) CURSOS, ENCONTROS E CONFERÊNCIAS

4 - Curso de Capacitação para estabelecimentos da Gastronomia - Descritivo: Oferta de 600 vagas para bares e restaurantes no curso de qualificação em boas práticas no contexto da pandemia e certificação com o Selo Belo Horizonte.

5 - Conscientização sobre educação alimentar e nutricional no município de Belo Horizonte com o Projeto Esquadrão da Alimentação - Promoção do consumo alimentar saudável e sustentável com ferramentas lúdicas de mobilização, com teatro, música e jogos, visando um público de 10.000 participantes.

6 - Formação em Educação Alimentar e Nutricional em Belo Horizonte com foco na manipulação de alimentos - Promover a Educação Alimentar e Nutricional por meio de capacitação dos manipuladores de alimentos da rede municipal de ensino, visando um público de 400 pessoas.

7 - Jornada da Alimentação – Consiste em uma capacitação gratuita para empreendedores do ramo da gastronomia, onde os participantes aprendem a criar conteúdos para redes sociais e conhecer formas de melhorar o atendimento, a entrega, a gestão e a operação do negócio.

A) CURSOS, ENCONTROS E CONFERÊNCIAS

8 - 1ª Edição da Temporada Internacional de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte ”Sabores da Cidade - Especial Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia” - Evento híbrido e consiste em uma roda de conversa com quatro renomados chefs da cidade. Houve ainda, dentro da programação, depoimentos de personalidades da gastronomia mineira em locais estratégicos de Belo Horizonte e uma cozinha-show.

9 - 2º Seminário de Segurança Alimentar e Nutricional - “Sistemas Alimentares, Agroecologia e Cidades Sustentáveis” tem como objetivo a formação, a divulgação de conhecimento e a conexão em rede de agentes estratégicos para o fortalecimento de sistemas alimentares sustentáveis e justos.

10 -Trilha da Agroecologia – O curso trata sobre os princípios, fundamentos e práticas da agroecologia. Tem como objetivo a formação de agentes e multiplicadores da agroecologia, na perspectiva da construção de uma cidade sustentável. É gratuito o oferece 150 vagas a cada semestre.

B) ESTUDOS E PESQUISAS

1 - Realizar pesquisa de Reputação Digital - em parceria com o Sebrae, foi realizada a coleta de dados da reputação digital de 650 estabelecimentos gastronômicos da cidade (bares, restaurantes, cafés etc.) - Público: 650 estabelecimentos analisados por 6 meses.

2- Diagnosticar, analisar e inventariar os eventos gastronômicos da cidade - analisados os eventos gastronômicos da cidade que constam na base de dados da SUREG nos anos de 2018 e 2019

3 - Indicadores Gastronômicos: coletar e sistematizar os indicadores gastronômicos da cidade.

4- Realizar o estudo do Impacto Econômico dos Eventos Gastronômicos apoiados pelos editais da Belotur, através da panilha de Prestação de Conta dos gastos dos recursos disponibilizados.

5 - Programa de Reputação Digital da Gastronomia de BH - disponibilizar aos interessados um relatório personalizado do seu negócio, que permite entender e conhecer a própria reputação e o engajamento digital nas principais plataformas de avaliação (Google Meu Negócio, Facebook/Instagram, Trip Adivisor, IFood e Yelp). O relatório personalizado será gratuito para os 200 primeiros inscritos.

C) DEFINIÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE APOIO A COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO, COM ÊNFASE NO TURISMO GASTRONÔMICO

1- Capacitação da Plataforma EAD da CVC para 5000 (cinco mil) colaboradores (13/Julho) - Alcance - 1200 lojas próprias da CVC e 63 lojas exclusivas Experimento.

2- Capacitação e consultorias para formatação de produtos e experiências turísticas relacionadas à gastronomia. Ação continuada com a realização 3 consultorias para empreendedores turísticos:

- Criação do Cardápio de Experiências de Belo Horizonte.

3- Coordenar e executar o Especial de 2 anos de designação da Cidade Criativa da gastronomia, transmitido em 30/10/2021 dentro da Programação do TIGABH.

4- Realizar a 1ª Semana de Gastronomia, com ações de divulgação e promoção do segmento junto aos munícipes e visitantes.

CAPACITAÇÃO E GERAÇÃO DE CONHECIMENTO – Ações programadas para 2022

A) CURSOS, ENCONTROS E CONFERÊNCIAS

1 - Semana da Gastronomia Mineira - Desenvolver ações e realizar parcerias para consolidar e congregar as iniciativas de gastronomia de Belo Horizonte através da disseminação de conhecimento, conteúdo e informações.

2 - Gastronomia para Todos: Técnica e Conceito – Oferecer desenvolvimento, capacitação e técnicas gastronômicas para quem já tem ou pretende ter um negócio no setor de alimentação. Serão ofertadas 1.000 vagas.

3- Capacitação de profissionais do setor local e agentes públicos - Capacitar profissionais do Trade e agentes públicos sobre o Plano de Marketing que tem a gastronomia como um dos pilares do destino visando qualificar o atendimento e a execução de projetos.

4 - Trilha da Agroecologia - O curso trata sobre os princípios, fundamentos e práticas da agroecologia. Tem como objetivo a formação de agentes e multiplicadores da agroecologia, na perspectiva da construção de uma cidade sustentável. É gratuito e oferece 150 vagas a cada semestre.

B) ESTUDOS E PESQUISAS

1- Pesquisa da demanda – Tem por objetivo traçar o perfil socioeconômico e avaliar a infraestrutura da cidade e dos serviços turísticos, além de estimar os gastos referentes à movimentação econômica gerada pela viagem.

2- Cooperação entre os Observatórios da Gastronomia de Belo Horizonte, Florianópolis e São Paulo - visa a produção de estudos, pesquisas, projetos e trabalhos conjuntos para solução de desafios e problemas de interesse comum, que envolvam o alinhamento de metodologias, estudos e o desenvolvimento e monitoramento de indicadores relativo à economia criativa da Gastronomia.

3- Diagnosticar, analisar e inventariar os eventos gastronômicos da cidade - serão analisados os eventos gastronômicos da cidade que constam na base de dados da SUREG.

C) DEFINIÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE APOIO A COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO, COM ÊNFASE NO TURISMO GASTRONÔMICO

1- Contratar a ASSOCIAÇÃO DE CULTURA GERAIS - ACG, empresa especializada no desenvolvimento de atividades individuais e de território, com foco no desenvolvimento turístico, para "Mapeamento e organização das principais atividades e/ou produtos turísticos diferenciados e inovadores de Belo Horizonte", por meio da produção associada ao turismo e da economia criativa. Previsão de entrega do Produto final: setembro/2022.

2- Celebrar Convênio com o SEBRAE/MG, que prevê a capacitação de agentes receptivos e guias de turismo para o incremento de novos produtos e roteiros nos portfólios da cidade e dos principais operadores.

MARKETING, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

A) ELABORAÇÃO DE MATERIAIS PROMOCIONAIS E DE APOIO

1- Criar e produzir o Guia Gastronômico de Belo Horizonte para produção anual e distribuição. Foram produzido 5000 exemplares.

2- Produzir materiais especiais relacionados à Gastronomia (pins, cartões, porpcards, adesivos, entre outros) para ativações em kits promocionais - Os materiais foram distribuídos em comemoração ao Dia da Gastronomia Mineira (parceiros e apoiadores) e inseridos nos Kits promocionais. (ação contínua)

3- Criar o Manual de aplicação de marcas da UCCN.

B) ATUALIZAÇÃO DA OFERTA GASTRONÔMICA DA CIDADE – GESTÃO DA INFORMAÇÃO

1- Atualizar e manter a sistemática de atualização da oferta do segmento gastronômico em Belo Horizonte. (ação contínua)

2- Elaborar política de apoio aos empresários, produtores, estabelecimentos comerciais, profissionais (chefs, cozinheiros, gastrônomos) para que possam compor os materiais promocionais e site oficial do destino - Elaborada a Política de Promoção, que entre outros aspectos teve como objetivo promover o destino, incluindo a gastronomia. (ação contínua)

3- Criar o calendário anual de Festivais e Eventos Gastronômicos de Belo Horizonte. (ação contínua)

C) CAMPANHA DE ENGAJAMENTO SOCIAL

1- Capacitar profissionais do setor local e agentes públicos sobre o Plano de Marketing que tem a gastronomia como um dos pilares do destino visando qualificar o atendimento prestado, bem como a execução dos projetos pela Belotur. (ação contínua)

D) PARCERIAS PARA DIVULGAÇÃO E FORTALECIMENTO DA DESIGNAÇÃO

1- Estimular que empreendimentos relacionados ao Turismo e Gastronomia utilizem o selo comemorativo e hashtags oficiais - Ações realizadas através do apoio institucional e através do edital de eventos, onde se configura como contrapartida obrigatória. (ação contínua)

2 - Negociar como contrapartida que eventos patrocinados/apoiados pela Belotur e que tenham algum tipo de integração com o setor Gastronômico a utilização do selo comemorativo, bem como o apoio nas ativações e promocionais do destino Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia - 124 reuniões de alinhamento com contrapartida obrigatória do uso das hashtags.(ação contínua)

3- Estreitar relacionamento com influenciadores digitais (cidade e de gastronomia) para ações de promoção e engajamento conjunto nas ativações de gastronomia - envio e reprodução de conteúdos, produção de vídeos e fotos, engajamento nos perfis oficiais, presstrip e experiências turísticas. (ação contínua)

4 - Articular parcerias com vistas a cessão de imagens e vídeos do segmento - Cessão de imagens através de medidas compensatórias dos Editais. (ação contínua)

D) PARCERIAS PARA DIVULGAÇÃO E FORTALECIMENTO DA DESIGNAÇÃO

5- Estabelecer parcerias com atores estratégicos do setor para ativações e ações promocionais junto aos mercados.

6- Captar parcerias que apoiem na divulgação/promoção da designação da cidade e fortaleça o segmento gastronômico – Ex) AMIPÃO, ABRASEL, APP´s Delivery,criadores de conteúdo, entre outros.

E) INTERAÇÃO E ATIVAÇÃO DA GASTRONOMIA NOS EVENTOS OFICIAIS

1- Realizar planejamento para inserção da gastronomia nos eventos oficiais de BH. Exemplos: Carnaval, Arraial de Belo Horizonte e outros. (ação contínua)

F) TURISMO GASTRONÔMICO – APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

1- Trabalhar a comercialização da Gastronomia enquanto produto turístico nas capacitações e rodadas de negócio que serão realizadas em 2021 com o trade local e operadores de turismo. (ação contínua)

G) MÍDIAS DIGITAIS, PUBLICIDADE E IMPRENSA

1- Portal Belo Horizonte: Lançamento do Hotsite de Gastronomia.

2- Desenvolver e articular ações de promoção e divulgação do potencial turístico gastronômico, em parceria com influenciadores/embaixadores para o Portal de Belo Horizonte. (ação contínua)

3- Elaborar posts, publieditoriais, artigos no portal e redes sociais da cidade com a temática da gastronomia visando gerar engajamento e disseminação de conteúdos de interesse público - em execução, com publicação após a vedação eleitoral - Ações desenvolvidas dentro do informativo da Belotur e do Instagram oficial da cidade. (ação contínua)

4- Publicar trimensalmente artigos de chefs da gastronomia de Belo Horizonte com temas relativos a: Gestão de bares e restaurante; manipulação de alimentos; tendências da gastronomia; receitas; novas práticas; inovação; a importância da tecnologia nos processos gastronômicos, etc. (ação contínua)

5- Trabalhar a comercialização da Gastronomia enquanto produto turístico nas capacitações e rodadas de negócio que foram realizadas em 2021 com o trade local e operadores de turismo.

G) MÍDIAS DIGITAIS, PUBLICIDADE E IMPRENSA

7 - Flyer Digital UNESCO - produzir informações e traduzir o documento para o inglês.

8 - Semana do Brasil - Restaurante "El Patio Cusco" Demanda de conteúdo e apoio na produção de vídeos pela EMBRATUR.

9 - Elaborar o roteiro e acompanhamento da gravação do vídeo para o "Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty".

10 - Realizar o Especial "Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia", que integrou o último dia do TIGA.

A) ELABORAÇÃO DE MATERIAIS PROMOCIONAIS E DE APOIO

1 - Produzir vídeo promocional “Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia” (contrapartida do edital de eventos ou recurso próprio).

E) INTERAÇÃO E ATIVAÇÃO DA GASTRONOMIA NOS EVENTOS OFICIAIS

1- Realizar planejamento para inserção da gastronomia nos eventos oficiais de 2022 - - Contratação via Mirosc para realização do Arraial 2022, onde estão previstas as ações do Concurso do Prato Junino e a Vila Gastronômica.

G) MÍDIAS DIGITAIS, PUBLICIDADE E IMPRENSA

1- Desenvolver um Plano de Comunicação com enredo elaborado, narrativa envolvente e com recursos audiovisuais sobre o potencial gastronômico de Belo Horizonte.

CIDADE CRIATIVA
BELO HORIZONTE
SURPREENDENTE
DA GASTRONOMIA

DESAFIOS

DESAFIOS

1 - Estruturar a Governança participativa, interna e junto aos órgãos da PBH, do Programa Municipal de Gastronomia.

2 - Desenvolver programas e ações estratégicas que propiciem o desenvolvimento e a recuperação do setor gastronômico de Belo Horizonte.

3- Integrar o setor gastronômico e turístico da cidade para a formatação, promoção e divulgação de roteiros turísticos gastronômicos de experiência, estruturados e de qualidade.

4- Mapear, desenvolver, promover e divulgar os Territórios Gastronômicos de Belo Horizonte.

5- Melhorar o monitoramento e os indicadores gastronômicos de Belo Horizonte.

6- Desenvolver e integrar programas e projetos de inovação que auxiliem na eficácia e no desenvolvimento dos negócios de gastronomia.

7- Promover estudos com objetivo de identificar as personas da gastronomia e de conhecer os hábitos gastronômicos do turista e morador de Belo Horizonte.

DESAFIOS

8- Desenvolver de forma colaborativa e participativa, junto aos atores do setor privado, academia e sociedade civil, a Minuta do Plano Municipal de Turismo Gastronômico de Belo Horizonte.

9- Estruturar um plano de comunicação específico para a gastronomia que tenha bem definidos os objetivos, as metas e os indicadores que permitam o seu monitoramento.

10- Desenvolver projetos em parceria com as demais cidades da rede criativa de gastronomia e com outras áreas da economia criativa.

VISÃO DE FUTURO

VISÃO DO FUTURO

Belo Horizonte - Destino Turístico da Gastronomia Sustentável, Inteligente e Criativa.

Em Belo Horizonte a vinculação entre gastronomia e turismo propícia à propagação da cultura, o desenvolvimento econômico local, as práticas sustentáveis e às experiências gastronômicas. As práticas alimentares incorporadas ao turismo são elementos estratégicos para a diferenciação do destino. Portanto, a gastronomia na cidade demonstra autenticidade e representatividade cultural o que acarreta na pujança econômica da cadeia e promove o desenvolvimento socioeconômico local. Fruto desta vocação, é o empenho permanente do município em consolidar um amplo e abrangente programa de ações públicas, que abarca a gastronomia e a cultura alimentar como eixo central de uma agenda de desenvolvimento urbano sustentável. Oferece, também, diversas ações voltada para apoiar as micro e pequenas empresas do setor de alimentação fora do lar na interação com o ecossistema de inovação para auxiliar na recuperação econômica/remodelagem dos negócios. A gastronomia na capital mineira valoriza e promove a cultura alimentar, os modos de fazer e saberes, eleva a autoestima da comunidade, cria novas oportunidades de negócios, empregos e renda. É neste contexto, que a Cidade de Belo Horizonte tem potencial para ser tornar o “Destino Turístico da Gastronomia Sustentável, Inteligente e Criativa”.

Empresa municipal do turismo de Belo Horizonte S/A

Belotur