CARTA ANUAL DE GOVERNANÇA 2022

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

Belo Horizonte/Minas Gerais

Dezembro/2022

1. IDENTIFICAÇÃO GERAL

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

Em conformidade com o art. 8º, inciso I e VIII, da Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, o Conselho de Administração subscreve a presente Carta Anual sobre Políticas Públicas e Governança Corporativa referente ao exercício social de 2021.

CNPJ: 21.835.111/0001-98 – Inscrição Estadual

Sede: Belo Horizonte/ Minas Gerais

Tipo de Estatal: Empresa Pública

Acionista Controlador: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte

Tipo societário: Sociedade Anônima

Tipo de Capital: Aberto

Abrangência de atuação: Local (município de Belo Horizonte)

Setor de atuação: Turismo e Desenvolvimento, Promoção Nacional/Internacional, Eventos

Diretor de Administração e Finanças:

Alexis Oliveira Jacinto

Email: alexisj@pbh.gov.br

Telefone: (31) 3246-0249

Data de divulgação: Março de 2023.

2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Carta Anual de Governança Corporativa da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A é um documento subscrito pelo Conselho de Administração, que demonstra o compromisso de realização dos objetivos das políticas públicas para atendimento ao interesse coletivo, que justificam a criação da empresa. Nela, temos a definição clara dos recursos empregados para esse fim, das políticas públicas definidas, dos eixos estratégicos de atuação, da estrutura de controle interno e do gerenciamento de risco.

A Carta Anual de Governança Corporativa 2023 tem também por objetivo positivar as principais e mais estratégias ações realizações da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR, no ano de 2022, marcado pelo retorno gradual às atividades presenciais no município e pela continuidade da gestão com a chegada do então vice-prefeito, Fuad Noman ao posto de prefeito da cidade.

No escopo deste documento, salientamos as principais conquistas e avanços do ano, que apesar de desafiador, teve resultados expressivos para a retomada do turismo no município, como a **Taxa de Ocupação Hoteleira, que alcançou números ainda melhores que em 2019**; a realização da **1ª Conferência Municipal de Turismo**; a retomada dos eventos presenciais, **como o Arraial de Belo Horizonte (que recebeu também como programação a realização do Concurso Nacional de Quadrilhas**); e a implementação do Comitê Gestor da Gastronomia, importante ferramenta de Governança para a temática dentro do município. Também nesse ano, demos importantes passos para a conquista do reconhecimento nacional como Destino Turístico Inteligente, com alcançando **68% dos requisitos necessários dos** 80% necessários, tendo como próximos passos a estruturação do plano de transformação digital. Além disso, no dia 28 de Novembro em Bogotá, **Belo Horizonte foi declarada Membro Titular da Rede Ibero-americana de Destinos Turísticos Inteligentes, juntamente com Medelin, Bogotá, Montevideu, Curitiba e Salvador.**

Finalizamos o ano de 2022 satisfeitos por termos conseguido alçar, antes do esperado, alguns indicadores aos patamares pré-pandêmicos, e iniciamos o ano de 2023 focados em concluir as entregas estabelecidas no Planejamento Estratégico e Plano de Metas da Gestão, avançando cada vez mais na consolidação do turismo na nossa cidade.

Belo Horizonte, março de 2023.

Gilberto César Carvalho de Castro
Diretor-Presidente

3. A EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE - BELOTUR

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. – Belotur, inscrita no CNPJ nº 21.835.111/0001-98, é uma empresa pública da Administração indireta municipal, vinculada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento da Prefeitura de Belo Horizonte, cuja instituição foi autorizada pela Lei Municipal nº 3.237/80, com personalidade jurídica de direito privado, patrimônio próprio e autonomia administrativa, técnica e financeira.

A Sociedade foi constituída pelo Decreto Municipal nº 3839, de 31 de outubro de 1980, que regulamentou a Lei nº 3237/80, e que contém o seu Estatuto original, o qual está arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais sob o nº 315.000.063-3, de 20 de novembro de 1980, tendo iniciado suas atividades em 10 de novembro de 1980.

A Belotur tem sede, foro e jurisdição no Município de Belo Horizonte, Minas Gerais, à Rua Espírito Santo, 527, 4º andar, CEP 30.160-030, e prazo de duração indeterminado.

4. POLÍTICAS PÚBLICAS

Em conformidade com a Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, Artigo 8º, inciso I, que versa sobre a obrigatoriedade da elaboração da Carta Anual de Governança, "*subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas pela empresa pública"*, foi elaborada a presente Carta Anual, subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur. Essas informações estão detalhadas a seguir:

4.1. Interesse público subjacente às atividades empresariais:

A Belotur tem por finalidade executar o Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte, exercendo a supervisão, coordenação e direção de todas as atividades inerentes ao desenvolvimento do turismo, lazer e serviços afins, observadas as disposições previstas em Lei Municipal e normas regulamentares decorrentes, além das competências estabelecidas na forma de seu Estatuto Social. Tem como missão "criar condições para que Belo Horizonte se torne destino turístico singular, mais competitivo e sustentável e cada vez mais atrativo para seus moradores, turistas e investidores" com a crença que "o reconhecimento das singularidades e diferenciais de uma cidade desperta orgulho e interesse em

seus moradores e atrai turistas e investidores." Seu propósito é de "identificar, valorizar, qualificar e promover os aspectos que singularizam Belo Horizonte e tornam a cidade mais atrativa para moradores, turistas e investidores." Essas definições norteiam a visão de futuro da empresa de "tornar Belo Horizonte um destino turístico mais atraente e inovador, em âmbito nacional e internacional, além de motivo de orgulho para moradores e turistas, consolidando o turismo na cidade."

Alinhadas ao interesse público, são competências da Belotur:

- Contribuir para o incremento das receitas do município por meio da expansão e da qualificação da atividade turística;
- Contribuir par ao incremento dos indicadores turísticos de forma a reduzir a sazonalidade e aumentar a taxa de permanência;
- Propor, coordenar e implementar, em articulação com órgãos e entidades das municipal, o Plano Estratégico do Turismo de Belo Horizonte e demais planos, programas e projetos relacionados ao apoio e ao incentivo ao turismo;
- Apoiar a melhoria contínua da qualidade dos serviços turísticos prestados no município;
- Levantar e produzir dados, mantendo um cenário histórico de forma a subsidiar as ações de planejamento do setor na cidade, em consonância com a demanda, oferta e as tendências mundiais;
- Transversalizar a política de turismo no âmbito do desenvolvimento econômico, colaborando de forma estratégica com o fomento dos setores de lazer, cultura, entretenimento, eventos e negócios, em alinhamento com os interesses da população residente, turistas, visitantes e indústrias locais;
- Desenvolver, estruturar, ordenar e promover os segmentos, produtos e territórios turísticos, identificando as vocações do destino e preservando sua identidade;
- Potencializar o turismo urbano como política descentralizada da cidade, voltadas à configuração de Belo Horizonte como uma cidade inovadora;
- Fomentar e apoiar a realização de eventos de abrangência regional, nacional e internacional que gerem fluxo turístico para a cidade;
- Dinamizar as relações com o mercado turístico de forma a possibilitar o acesso do setor privado às oportunidades geradas pela atividade turística;
- Divulgar e promover o Destino Belo Horizonte e seus produtos turísticos nos principais mercados emissores de turistas em âmbito nacional e internacional;

- Instrumentalizar convênios e parcerias com órgãos públicos e/ou com entidades da iniciativa privada, com o objetivo de incrementar e fortalecer os elos da cadeia produtiva do turismo e a gestão turística da cidade;
- Manter e qualificar sistema de informação e publicações turísticas relativas à cidade de Belo Horizonte.

4.2. Atividades que atendem aos objetivos de políticas públicas

O papel fundamental atribuído às organizações públicas é o de ampliar, de forma sistêmica, o **bem estar social, ambiental e as oportunidades aos cidadãos**.

A Belotur, a partir de sua crença, propósitos, missão, sua visão de futuro e seus valores, formulou suas estratégias que são desdobradas em planos de ação e acompanhadas a partir de sua implantação, oferecendo os meios necessários ao alcance dos objetivos institucionais e à maximização dos resultados.

Os objetivos estratégicos de uma empresa são orientadores, claros e sucintos, conectados entre si, numa relação de causa e efeito que apresenta o caminho a ser percorrido pela organização buscando alcançar a visão de futuro.

Vale destacar que, ao realizar elaborar o Planejamento Estratégico, a Belotur buscou compreender os desafios da realidade atual, na qual a atividade turística foi uma das mais afetadas durante a pandemia do Coronavírus.

A seguir, são apresentados os Objetivos Estratégicos que foram estabelecidos pela Diretoria Executiva, distribuídos nas perspectivas do BSC adaptado ao poder público, conforme estabelecido pelo Planejamento Estratégico 21-24.

1.1. PERSPECTIVA DOS RESULTADOS PARA A SOCIEDADE

Objetivo Estratégico 1:

Contribuir para o incremento dos indicadores turísticos de forma a aumentar a competitividade e a reduzir a sazonalidade.

Objetivo Estratégico 2:

Ampliar as receitas do município, por meio da atividade turística.

1.2. PERSPECTIVA DOS CLIENTES

Objetivo Estratégico 1:

Ampliar a promoção do Destino Turístico Belo Horizonte, consolidando a marca "Belo Horizonte Surpreendente".

Objetivo Estratégico 2:

Realizar e fomentar eventos de potencial turístico, reconhecendo a vocação do destino.

Objetivo Estratégico 3:

Apoiar a comercialização da oferta turística da cidade.

1.3. PERSPECTIVA DOS PROCESSOS INTERNOS E INTEGRADORES

Objetivo Estratégico 1:

Fortalecer e aperfeiçoar a governança, integridade e gestão corporativa.

Objetivo Estratégico 2:

Desenvolver, estruturar e qualificar produtos, territórios e segmentos, sobretudo a gastronomia, utilizando de seus atributos como atividades indutoras do turismo.

Objetivo Estratégico 3:

Qualificar e capacitar a prestação de serviços turísticos da cidade e sua mão de obra.

Objetivo Estratégico 4:

Criar condições para que Belo Horizonte se torne um destino turístico inteligente e fomentar a realização de ações e projetos de inovação e sustentabilidade para o turismo.

Objetivo Estratégico 5:

Ampliar parcerias e promover a cooperação e integração entre atores do turismo municipal, nacional e internacional.

Objetivo Estratégico 6:

Gerar dados e aprimorar a inteligência de mercado para o monitoramento das ações e programas da empresa.

1.4. PERSPECTIVA DAS PESSOAS E MODERNIZAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

Objetivo Estratégico 1:

Avaliar, monitorar e valorizar o capital humano.

Objetivo Estratégico 2:

Desenvolver competências e capacitar equipes e gestores.

Objetivo Estratégico 3:

Aprimorar as ferramentas e processos para melhor funcionamento da empresa.

1.5. PERSPECTIVA FINANCEIRA

Objetivo Estratégico 1:

Gerir os recursos públicos com eficácia, garantindo serviços de excelência para o cidadão e para o turista.

Objetivo Estratégico 2:

Captar e assegurar fontes de recursos externos, otimizando os gastos da administração pública.

4.3. Recursos para o custeio e impactos econômico-financeiros decorrentes da operacionalização das políticas públicas

Estabelecidos nos planejamentos da administração e nas diretrizes orçamentárias, versadas na forma da Lei, o planejamento orçamentário e financeiro da empresa, anualmente elaborados e constituídos no PPA, determinam a consecução das políticas públicas do município, em especial da Belotur, sobre as metas de governo e no que tange ao cumprimento dos objetivos estratégicos da empresa, no fomento da atividade turística da cidade, sobretudo, na geração de renda e oportunidades de trabalho para a população residente.

Observados no Quadro de Detalhamento de Despesas do exercício 2021 (Inciso V, do Art. 6º da Lei Orçamentária Anual nº 11.211, de 26 de dezembro de 2019), os recursos inerentes à consecução das atividades finalísticas e subsidiárias demonstram, de forma espacial, as propostas de custeio das políticas públicas da Belotur.

Subação	Orçamento Reprogramado
Serviços Administrativos Financeiros	15.975.700,00
Realização de Eventos pela BELOTUR	246.500,00

Carnaval de Belo Horizonte	7.562.040,00
Arraial de Belo Horizonte	2.001.500,00
Segmentos e Produtos Turísticos	61.000,00
Projetos Turísticos	270.000,00
Evento Anual Cidade da Gastronomia	151.000,00
Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	8.000.000,00
Fortalecimento da Governança do Turismo de Belo Horizonte	50.000,00
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	145.000,00
Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	314.300,00
Observatório do Turismo	186.839,00
Territórios Turísticos	61.000,00
Formação, Qualificação e Sensibilização para o Turismo	180.000,00
Futurismo – Programa de Inovação Turística	80.000,00
Marketing e Promoção do Destino	418.500,00
Desenvolvimento Turístico da Pampulha	96.940,00
Realização de eventos técnico-científicos com foco na inovação e sustentab.	80.000,00
Programas de Atração de Eventos Nacionais e Internacionais	94.000,00
Apoio a Eventos de Interesse Público	130.000,00
Eventos PBH	40.000,00
TOTAL	**36.144.319,00**

Tabela 1: LOA 2021

Anualmente são previstos recursos ordinários que, embora estejam aprovados pela administração e pela Câmara Municipal da cidade, passam, a rigor, por aprovações deliberativas para sua execução pela Câmara de Coordenação Geral da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, constituída como instância central de governança do Poder Executivo pelo Decreto Municipal nº 16.729, de 27/09/2017, que tem como competência apoiar o Prefeito:

> I – na condução e na execução da política orçamentária, financeira, patrimonial, previdenciária e de recursos humanos do Poder Executivo;
>
> II – na definição das diretrizes a serem implementadas no âmbito das políticas públicas;
>
> III – no planejamento e no alinhamento das ações governamentais;
>
> IV – na validação de diretrizes e projetos que envolvam tecnologia da informação;
>
> V – nas decisões de interesse das entidades, sociedades de economia mista e empresas controladas direta ou indiretamente pelo Município;
>
> VI – na validação das políticas e estratégias de gestão de suprimentos e contratação de serviços, observada a qualidade do gasto.

4.4. Estruturas de controles internos e gerenciamento de riscos:

Riscos surgem da incerteza natural dos cenários econômico, político e social e podem se apresentar como desafios ou oportunidades, na medida em que dificultem ou facilitem o alcance dos objetivos organizacionais. O Conselho de Administração e a Diretoria Executiva são os responsáveis por lidar com a incerteza sobre os fatores de riscos da empresa. A análise dos fatores de risco permite tratar com eficiência as incertezas, seja pelo melhor aproveitamento das oportunidades, ou pela redução da probabilidade e/ou impacto de eventos negativos, a fim de melhorar a capacidade de gerar valor e fornecer garantia razoável do cumprimento dos seus objetivos.

O corpo diretor e corpo técnico da Belotur estão implementando melhor controle interno para enfrentar os riscos e eventos, provenientes de fontes internas ou externas, que possam afetar a estratégia, a missão e a realização dos objetivos da empresa. Assim, a Belotur aderiu ao Programa de Integridade Pública, coordenado pela Controladoria Geral do Município de Belo Horizonte, com intuito de aprimorar suas práticas de gestão estratégica, e encontra-se atualmente na etapa 8 de implementação. O ano de 2022 foi marcado por grandes avanços na implementação do Programa, incluindo a Validação da Matriz de Risco e do Fluxo de Atendimento às denúncias.

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

5. PRINCIPAIS RESULTADOS 2022

Após dois anos de restrições relacionadas à pandemia do Coronavírus, que impactou fortemente as atividades inerentes ao Turismo, Belo Horizonte viveu em 2022 a retomada de suas atividades de maneira gradual e segura. Em meio à uma possível nova escalada de contaminações no verão, o Carnaval foi mantido em suspensão, mas após uma tranquilização nos números da Covid, em Julho, a cidade pôde vivenciar novamente **o Arraial de Belo Horizonte na Praça da Estação.**

A cidade viveu ainda um *boom* na realização de eventos de diversas naturezas: técnico-científicos, feiras, entretenimento, shows, teatro e outros. A Belotur, por meio do **Edital 4 Estações, injetou cerca**

de 7 milhões de reais em patrocínio para realização de parte desses eventos, buscando aquecer o setor, que ficou paralisado por 2 anos. Além disso, foi possível retomar também as ações de promoção do destino, buscando atrair investimentos e visitantes.

Esse movimento contribuiu para a retomada econômica, com atração de turistas, **impactando positivamente o ISS e na taxa de Ocupação Hoteleira.**

5.1. ESTRATÉGIA E AÇÕES

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

A) Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização:

Relação direta com os mercados, apoiando na venda e comercialização da cidade, além de comunicação direta com o público final. Contempla ações que trabalham o posicionamento da cidade, sua divulgação no mercado e junto aos públicos alvo, estratégias de comunicação e divulgação de produtos. A Promoção Turística estabelece o elo entre o produto turístico e sua comercialização por parte da iniciativa privada, além de atuar na linha de frente com o público final (atendimento-CATS) e na promoção da cidade nacional e internacionalmente. Estão ainda relacionados nessa frente de atuação os esforços de campanhas de comunicação e promoção do destino; estratégias de comercialização do destino como participação em feiras e eventos do setor para promoção; abertura de novos canais diretos com o cliente final, como o uso de redes sociais, portal da Cidade e parcerias com produtores de conteúdo que exercem influência de compra e comportamento, entre outras atividades.

B) Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo:

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

públicas do setor. Estão descritas as atividades dentro dessa frente como o fortalecimento do Observatório do Turismo, com a realização de pesquisas e estudos que subsidiem o planejamento da empresa e do setor; o levantamento e monitoramento constante de indicadores do turismo, sustentabilidade e mais recentemente da gastronomia; a disponibilização desses dados de forma organizada e dinâmica, permitindo o acesso ágil e fácil pelos interessados e componentes do setor, entre outras atividades. Dentro deste eixo está o Programa Estratégico do Futurismo - Programa de Pesquisa e Inovação Turística.

C) Desenvolvimento e qualificação turística:

Desenvolver produtos e territórios de vocação turística. Programas, projetos e ações que desenvolvam a cadeia produtiva de forma integrada, sustentável, e que trabalhem a base da atividade turística: infraestrutura, formatação e desenvolvimento de produtos e roteiros turísticos, requalificação, capacitação da cadeia produtiva, mapeamento e desenvolvimento dos segmentos turísticos e dinamização de novos negócios. Nesse eixo de atuação estão as ações de infraestrutura turística como sinalização e melhorias de equipamentos e mobilidade; a estruturação de novos produtos, territórios e segmentos, sobretudo a Gastronomia, que vem sendo trabalhada de forma transversal dentro da PBH como um dos principais atributos e vocações da cidade; o relacionamento com o trade e ações de atração e captação de eventos que gerem fluxo turístico para a cidade e a qualificação da mão de obra dos serviços turísticos. Dentro desse eixo está o Programa Municipal de Turismo Gastronômico.

D) Realização e fomento de eventos urbanos:

Ações de fortalecimento dos eventos oficiais e incentivo de eventos na cidade. Abrange projetos e ações que buscam fomentar a atividade e criar elos com o trade turístico, além de aprimorar a realização e a gestão integrada dos eventos oficiais. Aqui estão ações como a realização dos eventos Arraial de Belo Horizonte e Carnaval de Belo Horizonte como projetos de geração de fluxo para o município, com ações de qualificação, estruturação e governança dos atores participantes. Além da realização, a Belotur atua ainda no fomento e estímulo à realização de eventos que têm potencial turístico, como o Edital 4 Estações. Dentro desse eixo está o Programa 4 Estações.

E) Fortalecimento institucional

Elaboração de Políticas para consolidação da Governança do Turismo. Abarca ações de implementação de instâncias de governança, de integração de setores, de desenvolvimento de políticas públicas

voltadas para a atividade, de atração de investimento e captação de recursos, além da melhoria contínua da gestão. Nessa frente estão situadas as atividades relacionadas ao fortalecimento da Governança do Turismo e a relação com organizações representativas e entidades de classe, organizações mundiais, além em claro da governança interna, controle de riscos e integridade.

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Aumento da taxa de ocupação hoteleira em relação ao período pré-pandemia, demonstrando a recuperação do setor de turismo na cidade. Em 2022 foi alcançado um percentual de 65,4% enquanto em 2019 no mesmo período o resultado foi de 62%;
- Aumento do ISS turístico em relação ao período pré-pandemia. Em 2022 foi 5,54% enquanto em 2019 o percentual era de 4,4%;.
- Pesquisa de demanda turística realizada, auferindo uma nota média do turismo em BH de 8,36. A pesquisa completa está disponível em https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/observatoriodoturismo/demandaturistica
- Famtrip com os jurados do 50 Best Restaurantes in the World realizado. O “50 Best” é uma premiação internacional que reconhece os principais restaurantes, bares e chefs do mundo. Recebemos de maneira inedita a visita de jornalistas internacionais e chairmans de Portugal, México, Argentina, Colômbia e Uruguai
    - Como resultado, Belo Horizonte foi convidada a ser representada pela primeira vez na história no evento do 50 Best Latin America realizado no México, em novembro.
- Arraial de Belo Horizonte realizado em formato presencial na Praça da Estação com público circulante de 80 mil pessoas. O evento teve ampla cobertura da mídia, incluindo cabine de transmissão in loco e patrocínio de uma grande cervejaria. O destaque deste ano foi a realização do Concurso Nacional de Quadrilhas, em parceria com o SESC.
    - Realização da 3 ª Edição do Concurso Prato Junino, em parceria com universidades da cidade e comercialização dos pratos vencedores na Vila Gastronômica do Arraial, na Praça da Estação.
    - Investimento de R$ 942.000,00 em subvenções e premiação para as quadrilhas e universidades impulsionando economicamente o setor.
- Publicação, no primeiro semestre, de 3 editais de estruturação voltados para os atores do Carnaval, contemplando blocos de rua e caricatos, além das escolas de samba, para preparação e

retomada para o Carnaval, após a interrupção da festa por dois anos, em decorrência da pandemia.

- 1ª Conferência Municipal do Turismo de Belo Horizonte realizada, que teve como principal objetivo a construção coletiva do Plano Estratégico do Turismo de Belo Horizonte 2023-2027 por meio de uma metodologia que permitiu uma reflexão sobre as principais lacunas, desafios e avanços do setor.
- Editais 4 Estações publicados, com cerca de R$ 7.500.000,00 (sete milhões e quinhentos mil reais) investidos e 103 eventos patrocinados ao longo do ano, com destaque à criação de uma categoria específica para evento de Gastronomia que possibilitou o patrocínio de 11 eventos desta área no segundo semestre. Além dos eventos patrocinados via edital, o Programa 4 Estações também apoiou institucionalmente a realização de outros 21 eventos de grande porte para o Turismo, como a Megaleite e a Exposição Brasileira do Criador de Mangalarga Marchador.
- Realização do diagnóstico da aplicação da metodologia DTI no município, alcançando 68% dos requisitos necessários para o reconhecimento nacional como Destino Turístico Inteligente (que exige o percentual de 80% dos requisitos). Esse instrumento foi fundamental para a elaboração do Plano de Transformação Digital do Destino Turístico de Belo Horizonte e apresentado na 5ª edição do Seminário de Cidades e Destinos Inteligentes nos dias 7 e 8 de novembro.
    - Dentro deste mesmo projeto, a Belotur ainda alcançou a classificação de Belo Horizonte para a segunda etapa do edital do BID e Sebrae Nacional, no Programa Turismo Futuro.
    - Belo Horizonte foi declarada Membro Titular da Rede Ibero americana de Destinos Turísticos Inteligentes, juntamente com Medelin, Bogotá, Montevidéu, Curitiba e Salvador.
- Publicação de instrumento contínuo para estabelecer parcerias com universidades e instituições de ensino, estreitando os laços entre o poder público e a comunidade acadêmica.
- 2ª edição da Semana do Turismo realizada, com qualificações e rodadas de negócios, além do credenciamento de 7 receptivos por meio do Programa Belo Horizonte Receptiva.

Além das entregas pactuadas em Contrato de Metas e por meio dos projetos estratégicos, outras entregas foram destaque na Belotur em 2022:

- Participação, em setembro, na 1 ª Edição da Expo Carnaval realizada em Salvador BA evento de promoção dos principais carnavais do país para o mercado turístico, possíveis patrocinadores e público final.

- Lançamento do 1 º Catálogo de Experiências de Belo Horizonte, reunindo algumas das principais ofertas de experiência na cidade, relacionadas à arte, cultura, gastronomia e outros, disponível também no Portal Belo Horizonte.
- Realização de série especial de 19 City Tours ao longo do ano, com o objetivo de estimular a retomada da visitação e amorização da cidade. A ação contou com roteiros arquitetônicos, gastronômicos, literários e artísticos gratuitos, além de uma programação especial durante o Aniversário da Cidade dentro do pilar do Turismo Doméstico.
- Implementação do Comitê Gestor e Grupo Técnico da Gastronomia, com participação das Secretarias Municipais de Desenvolvimento Econômico e de Cultura e da Subsecretaria de Segurança Alimentar, além da Belotur. O Programa está sendo desenvolvido em quatro eixos de atuação: 1. Governança e Networking; 2. Desenvolvimento e Fomento; 3. Formação e Qualificação; e 4. Promoção e Comunicação. Entre as ações realizadas dentro do Programa, destaca se a representação oficial de Belo Horizonte no encontro anual da UNESCO durante a XIV Conferência Anual da Rede de Cidades Criativas da Unesco em Santos/São Paulo, requisito fundamental para manutenção do título.
- Participação de Belo Horizonte no Street Design International Challenge 2022 desafio global de design realizado pela Rede de Cidades Criativas da Unesco, e Belo Horizonte ficou em 2 º lugar geral com projeto da PUC Minas.

5.2. TURISMO EM NÚMEROS

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

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

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

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

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

A média de pernoites, outro número apurado na Pesquisa de Demanda foi de 5,53 dias em 2022, contra 5,7 em 2019.

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

Tabela 1: Indicadores de Turismo, Belo Horizonte – 2020-22

Descrição	2018	2019	2020	2021	2022
Taxa de ocupação hoteleira (em %)	54,81	62,02	32,65	39.75	65.40%
Fluxo de turistas na cidade (estimativa em milhões de pessoas)	1,71	1,90	nd[(a)]	nd[(a)]	1,5
Média de pernoite na cidade	4,9	5,7	nd[(a)]	nd[(a)]	5,53
Percentual do ISS Turístico (em %)	4,20	4,4	3,33	4,97	5,54%
Nota média do turista para a cidade (Infraestrutura, equipamentos e serviços turísticos)	8,5	8,1	nd[(a)]	nd[(a)]	8,1
Nota média do público para o Carnaval	8,5	8,6	8,6	nd[(b)]	nd[(b)]

Número de Sessões Portal Belo Horizonte [e]	nd[c]	234.395	660.725	1.372.581	2.305.296

Fonte: Belotur

a – Em função das restrições de isolamento social, a Pesquisa de Demanda Turística não pôde ser aplicada em 2020 e 2021, impossibilitando a apuração dos indicadores de Fluxo de Turista, Média de Pernoite e Nota Média para a cidade.

B – Em 2021, em função da Pandemia, não foi realizado o Carnaval de Belo Horizonte nos anos de 2021 e 2022. A dinâmica do evento também impossibilitou a realização de atividades no formato online. Dessa forma, não foi possível apurar nota média de público para o evento. O evento será realizado em 2023, com previsão de retomada da aplicação de pesquisa com o folião.

C – O Portal Belo Horizonte foi implementado em 2019. A partir de 2020 iniciou-se a apuração dos indicadores desse, que é um dos principais canais oficiais de informações sobre a cidade.

Tabela 2: Indicadores do PPAG – 2018-2021 – APURAÇÃO 2022

NOME DO PROGRAMA	NOME DO INDICADOR	UNIDADE DE MEDIDA	META 2022	VALOR APURADO 2022
FOMENTO AO TURISMO DE LAZER, EVENTOS E NEGÓCIOS	Taxa de ocupação hoteleira	PERCENTUAL	34,28	65.40%
	Percentual do ISS Turístico	PERCENTUAL	3,5	5,54%