RELATÓRIO ANUAL 2021

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

Belo Horizonte, MG
Dezembro de 2021

1. INTRODUÇÃO

O ano de 2021 começou com boas perspectivas para o país, com o início da vacinação em massa e os resultados apresentados a partir da queda de casos e internações por Covid-19. Nessa perspectiva, a Belotur buscou dentro de seu planejamento desenvolver estratégias que pudessem contribuir para a estimular a retomada econômica do setor, fortalecer a governança do destino. Importante ressaltar entre os principais avanços da Belotur nesse último ano, com o enfrentamento da pandemia e a busca de constante diálogo para se traçar as melhores estratégias de acompanhamento, suporte e retomada do setor. Vale destacar o fortalecimento da Governança, com a elaboração e entrega do Plano Tático do Dialoga Turismo, e a criação das Câmaras Temáticas do COMTUR, que buscam dar mais celeridade à temas estratégicos e sensíveis; a realização da 1ª Temporada Internacional da Gastronomia de Belo Horizonte, que mesmo acontecendo em ambiente online em função da pandemia, foi um importante passo do Programa Municipal de Turismo Gastronômico e trouxe 3 semanas de programação com participação de 13 países; a execução do Programa inédito de Capacitação voltado para a cadeia produtiva do Carnaval, trazendo conteúdos para as Escolas de Samba, Blocos de Rua e Blocos Caricatos; e a realização do Arraial de Belo Horizonte em formato digital, com um concurso de figurinos que movimentou todos os grupos quadrilheiros e gerou mais de 1,5 milhão de votos no Portal Belo Horizonte.

COVID 19

O isolamento e distanciamento social, que foi em 2020 a única estratégia encontrada para frear o avanço da doença, teve um impacto enorme na atividade econômica, principalmente para aqueles setores e serviços que não são considerados essenciais. Os serviços ligados ao mercado de viagens, por exemplo, estão entre aqueles que foram mais afetados por essa pandemia.

Em 2021, o ano foi de muita cautela e cuidado. Ainda no primeiro semestre a alta de casos e mortes provocou novos fechamentos e restrições, mas com o avanço da vacinação, pudemos observar a retomada gradual de abertura da cidade e de algumas atividades.

A projeção com esse movimento, ainda que pautado pela incerteza de novas ondas ou variantes, foi de um forte apelo pelo turismo doméstico, seguido pela retomada tímida do turismo de negócios e eventos, para que vejamos a partir de 2022 a retomada do turismo internacional e aí sim sinais de recuperação do setor.

2. EIXOS DE ATUAÇÃO

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.

3. PROGRAMAS, PROJETO E AÇÕES – Principais Resultados

Contrato de Metas e Desempenho

Há de se destacar, entre todos os avanços e resultados, os projetos e entregas pactuadas em Contrato de Metas e Desempenho e seus resultados. Em 2021, ainda em meio à pandemia, foi possível enxergar alguns avanços na realização dos projetos estratégicos, fortemente impactados em 2020. O direcionamento era conseguir dar continuidade à ações estruturantes para o Turismo, sem perda em função do isolamento, e conseguir implementar novas estratégias para garantia da perenidade de atividades como o Carnaval.

- Foram 124 eventos apoiados pelo edital 4 estações. Foram publicados 2 editais no valor de 5 milhões de reais. O foco em 2021 permaneceu nos eventos online, tendo o último edital permitido a retomada de eventos presenciai, com limitação de público e protocolos.
- Implementação do Programa de capacitação voltado para a cadeia produtiva do Carnaval e Arraial. O Programa foi lançado em 13/07 com um encontro entre os gestores públicos dos principais carnavais do país, e teve continuidade até dezembro, quando finalizaram as turmas dos workshops e mentorias junto à Blocos e Escolas. Em agosto também

aconteceram 5 rodas de conversas para os atores do Arraial. Este Programa foi fundamental para dar continuidade às ações e diálogos de dois dos principais eventos da cidade.

- Na governança, avançamos na efetividade do COMTUR com a implementação de 3 câmaras temáticas, que poderão dar mais agilidade e dinamismo para discussões sobre projetos específicos no Conselho.
- Foi realizado em parceria com a Maxmilhas, o T3 - Turismo, Tecnologia e Tendências, projeto com o objetivo de discutir e desenvolver empreendedores que unem turismo e tecnologia. O projeto teve início em 06/10 com uma palestra sobre Turismo e Tecnologia, continuou em 14/10 e 20/10. Foi realizado ainda um Hackathon que aconteceu entre os dias 22 a 24 de novembro com 100 inscritos e 52 selecionados divididos em 13 equipes. Nesse processo, foi realizada a qualificação de 10 micro e/ou pequenos empreendedores.
- Realização de 2 FAMTURS. O primeiro foi realizado em setembro com a CVC e o segundo na semana do dia 20/12 em parceria com a Azul Viagens. Ambas visitas foram inéditas para Belo Horizonte, aproximando nossa relação com as principais agências e operadoras do país.
- Aprimoramento do Portal, principalmente em um ano onde o avanço tecnológico teve uma acelerada. Foi disponibilizado no Portal Belo Horizonte 3 novas funcionalidades que facilitam e melhoram a usabilidade do usuário: a implementação de um chatbot (com perguntas rápidas e respostas curtas), possibilidade de favoritação de conteúdo e doação de mídia (para uso da promoção).
- Realização de 4 *press e influencer trips* no qual são atendidos formadores de opinião, jornalistas de importantes veículos segmentados e nacionais, além de influenciadores digitais, que têm sido um dos principais canais de venda e promoção de um destino e seus atrativos.
- Capacitação de 470 agentes e prestadores de serviços. Desse total 400 agentes foram PM's.
- Realização da 2ª edição do Inova Gastronomia. Neste ano o evento foi incorporado à Temporada Internacional da Gastronomia de Belo Horizonte", primeira edição desse evento, que surgiu de discussões junto à cadeia produtiva. Em 2021, o evento aconteceu entre os dias 13 a 30 de outubro, com 3 eixos de programação (Sabores da viagem; sabores do Mundo e Sabores da Cidade) e realizado em conjunto com a SMDE, SMC, e SUSAN.
- Capacitação de 19 empreendedores para o desenvolvimento de Produtos Associados ao Turismo (ênfase design e arquitetura), com temática sobre a Pampulha. O projeto foi realizado junto à empreendedores e estudantes de design, turismo e arquitetura em formato de "Inovation camp" em 4 sábados de agosto. Ao final foram 5 propostas de produtos de turismo apresentadas.
- Projeto BH Recepitiva foi lançado em 27/09 com realização de 2 oficinas nos dias 28 e 29 de setembro. O público dessas oficinas foram os guias e recepitivos de Belo Horizonte, com o objetivo de qualificar e criar melhores produtos e roteiros mais atrativos para os visitantes.

- Realização de 2 City Tour em formato inovador. Pela primeira vez, e em função de medidas mais seguras para a pandemia, as visitas aconteceram a pé, no dia 18 de dezembro, em dois roteiros importantes: Baixo Centro e história da cidade, e cirtuito de Museus na Praça da Liberdade.
- Painel de Indicadores turísticos disponibilizado eletronicamente, de forma a facilitar o acesso à informações importantes do setor de forma ágil e dinâmica.
- 4ª Edição do Seminários de Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes, com o tema "Desafios das transformações urbanas, a digitalização do turismo e sustentabilidade.” O evento realizado nos dias 23,24 e 25 de novembro de maneira online.
- Há ainda que se destacar a realização do Arraial de Belo Horizonte em formado digital, com discussões, palestras, concurso de figurinos, e cozinha show com 2 importantes chefes da cidade. O formato digital conseguiu garantir a presença do evento no calendário anual da cidade, após a impossibilidade de realização em 2020. Somente o concurso de figurinos teve mais de 1 milhão e meio de votos pelo Portal Belo Horizonte, mostrando a força do segmento.

Resultados por área

O detalhamento das atividades desempenhadas pela Belotur, de acordo com o Plano de Negócios aprovado e apresentado estão detalhados nos anexos I, II e III.

4. AÇÕES DE MELHORIAS DA GESTÃO

Na área de orçamento e finanças destacamos a conclusão do saneamento da regularização das contas do imobilizado da BELOTUR, com a aprovação das contas da Belotur de 2020 pelo do Conselho Fiscal da Belotur. Vale ressaltar que se trata de um saneamento de uma ressalva apontada nos pareceres dos auditores independentes em relação às pendências presentes nas Demonstrações Contábeis desde o exercício de 2013.

Na área de Recursos Humanos da empresa, além de toda a rotina, merecem destaques: a continuidade das ações de Unificação das bases do ArteRH, que consistirá em uma padronização no tratamento das informações do sistemas utilizados pela PBH e órgãos da administração indireta; e a condução do processo seletivo simplificado para contratação de 3 contadores para atuarem na análise de prestação de contas da Belotur.

Em relação ao planejamento de 2021, foram realizadas as seguintes ações:

Implementação Avaliação de Desempenho - A PBH implementou em 2020 o novo modelo de Avaliação de Desempenho para os servidores da Administração Direta. O presente projeto visa a implementação do modelo de avaliação de desempenho seguindo as diretrizes da Subsecretaria de Gestão de Pessoas da PBH.

Na Belotur, foram iniciada as tratativas com à Gerência de Gestão de Desempenho/SUGESP, para discussão das etapas que serão necessárias para implementação da Avaliação de Desempenho e será necessário da administração a:

- Apropriação de toda legislação pertinente ao tema;
- Revisão das normas da Belotur para a Avaliação de Desempenho;
- Apresentação de proposta para implantação da Avaliação de Desempenho para CCEE, Sindicato, SUGESP.

Um dos fatores que interferiram diretamente para o início das tratativas para implementação da Avaliação de Desempenho foi a condução do processo seletivo simplificado na Belotur, realizado pela Gerência de Recursos Humanos em todo 1º semestre/2021.

Vale ressaltar que a implementação ainda necessitará do cumprimento de etapas internas na Belotur e validação da SUGESP. Por ser um processo novo até mesmo para a PBH, carece de estudo para correta compreensão e planejamento por parte da Belotur.

Consultoria para aprimoramento de processos internos - Com objetivo de buscar aprimoramento nos processos internos da Belotur, será realizado o mapeamento, análise e melhoria destes processos e procedimentos referentes à Diretoria de Administração e Finanças, com a indicação de eventuais desconexões e indicadores de desempenho a serem monitorados.

Em 12 de abril de 2021, a Belotur celebrou contrato com a empresa Arbor Consultoria Ltda para prestação de serviço de consultoria para realizar o mapeamento, análise e melhoria dos processos da Belotur e procedimentos referentes à Diretoria de Administração e Finanças, com a indicação de eventuais desconexões e indicadores de desempenho a serem monitorados. Teve como principal objetivo promover a otimização dos resultados da Belotur através da integração entre as áreas, simplificação de tarefas e eliminação de desperdícios. A consultoria foi finalizada com apresentação geral para Diretoria no dia 26 de agosto. Após a conclusão do projeto a Belotur iniciou a implementação do plano de ação com monitoramento quinzenal, com a colaboração de facilitadores por área. Até a presente data, das 92 ações resultantes do plano de ação da consultoria, 61 já estão concluídas.

Implementação do Programa de Integridade - A BELOTUR aderiu em 2019 ao Programa de Fomento à Integridade Pública e à Gestão de Riscos Municipal. Programa de Integridade Pública é uma medida administrativa de gestão estratégica por meio da qual se identifica, trata e gerencia, de forma sistemática, os riscos de violação de integridade de um órgão para melhorar a governança. Faz-se necessária a implementação no âmbito da Empresa.

Em 2021 foi dado continuidade ao processo de implementação do PFIP, que consiste em 10 etapas. Foi concluída a etapa 3 - Levantamento Prévio de Informações (Contexto), com a elaboração e assinatura do Relatório de Contexto. A etapa 4 - Identificação, Análise e Avaliação dos Riscos de Integridade – já foi iniciada.

Prestação de Contas de Auxílios Financeiros - Nos últimos anos o volume de concessões de auxílios financeiros aumentou consideravelmente. Consequentemente, o volume de prestações de contas aumentou no mesmo ritmo, ocasionando em um acúmulo de prestações de contas pendentes de

análise. Tornava-se necessária uma reorganização administrativa interna na Coordenação de Prestações de Contas da Belotur, criando condições e ambiente favoráveis para solução deste problema.

Foi realizado processo seletivo simplificado para contratação temporária de 3 contadores para atuarem na análise de prestação de contas da Belotur. Os contadores iniciaram seus trabalhos em 23/06/2021, com previsão de prestação de serviços por 12 (doze) meses, com objetivo de eliminar o estoque de prestações de contas em aberto na Belotur. Até o presente momento, o estoque de prestação de contas, relativo ao passivo de 2017-2020, foi reduzido de 409 para 170 prestações de contas em aberto.

Lei Geral de Proteção De Dados - LGPD

Ante as diretrizes estabelecidas pela metodologia desenvolvida pela Prodabel e aprovada pelo Grupo de Trabalho Geral da Prefeitura de Belo Horizonte a Belotur elaborou um Plano de Ação para a implementação e adequação da mencionada Lei nesta Empresa Municipal e vem realizando algumas das ações previstas, conforme o cronograma apresentado.

Para tanto, a Assessoria Jurídica vem trabalhando no sentido de promover a conscientização dos empregados e gestores acerca da Lei, demonstrando seus conceitos, responsabilidades e, sobretudo, a importância e a imperatividade da adequação do tratamento de dados pessoais aos dispositivos da LGPD.

Com isso, em estrita obediência à legislação, e por meio de acompanhamento e orientações da Assessoria Jurídica, vem sendo realizadas, ao longo do ano, diversas atividades, que vão desde as revisões de cláusulas contratuais e análise de aditivos, preparação e revisão de termos de uso e de demais documentos que são afetados pelo tratamento dos mencionados dados, elaboração de pareceres, até o incentivo à criação e participação em grupos de trabalho e estudos, bem como a divulgação de palestras e workshops, tudo a fim de promover a implementação e a efetiva adequação da Belotur à LGPD.

Vale ressaltar que, para a conclusão do trabalho de adequação das atividades da Belotur à LGPD é indispensável o comprometimento dos demais integrantes do grupo de trabalho às demandas postas e priorização dessa entrega dentro da Belotur.

5. ANÁLISE DOS PROCESSOS

Inicialmente, insta registrar os desafios vivenciados por esta ASJUR para manter a qualidade na produtividade, interlocução com as demais Diretoria e tempestividade nas análises dos processos e consultas que tramitaram no setor em razão do teletrabalho e da situação sui generis ocasionada pelas circunstância legislativo da COVID-19.

O elastecer do período de calamidade pública oriundo da COVID -19, somando as atividades rotineiras da Belotur desenvolvidas dentro desse contexto, trouxeram aprendizados jurídicos, inovações nos entendimentos jurisprudências quanto à situação de emergência aplicáveis nas demandas de interesse da Belotur e importantes desdobramentos de procedimentos/processos.

Processos de rotina

Inobstante o número de processos administrativos analisados pelo Jurídico ter diminuído em razão da não realização dos eventos Arraial e Carnaval, verifica-se uma maior complexidade dos assuntos analisados, um retrabalho/reanálise de processos que sofreram alterações de escopo/formato e uma nítida insegurança nas equipes em dar andamento nas demandas, em razão da excepcionalidade do momento, sem prévia consulta ao Jurídico.

Como isso, o houve impacto considerável ao volume de trabalho que tramitou no setor.

Entende-se que, a consultoria de processos foi e será importante instrumento para o aperfeiçoamento das instruções processuais e preparo das equipes refletindo na qualidade da formação e encaminhamento dos processos - atuando, inclusive, como potencial mitigador de risco como resultado objetivo nas contratações da empresa.

6. EXERCÍCIO FINANCEIRO

Reprogramação Orçamentária Belotur 2021 – ROT. Resumo por subação:

Subação	Orçamento Reprogramado	Empenhado Realizado	SALDO
Serviços Administrativos Financeiros	2.233.480,00	2.005.608,65	227.871,35
Serviços Administrativos Financeiros	7.708.000,00	7.540.000,00	168.000,00
Realização de Eventos pela BELOTUR	245.500,00	-	245.500,00
Carnaval de Belo Horizonte	241.000,00	240.250,00	750,00
Arraial de Belo Horizonte	600.000,00	562.987,97	37.012,03
Segmentos e Produtos Turísticos	6.000,00	-	6.000,00
Projetos Turisticos	-	-	-
Ações de Marketing Turístico	53.000,00	45.900,00	7.100,00
Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	8.000.000,00	4.339.758,40	3.660.241,60*
Promoção do Destino Turistico BH	648.000,00	569.073,87	78.926,13
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	60.500,00	-	60.500,00
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	78.000,00	92.426,00	- 14.426,00
Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	224.300,00	79.455,72	144.844,28
Observatório do Turismo	115.752,00	-	115.752,00
Territórios Turísticos	100.000,00	-	100.000,00
Formação, Qualificação e Sensibilização para o Turismo	-	-	-

Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte – 2021/2025	50.000,00	-	50.000,00
Seminário Municipal do Turismo	100.500,00	65.674,82	34.825,18
Desenvolvimento Turístico da Pampulha	96.940,00	90.118,04	6.821,96
Pesquisa de Demanda Turística	71.087,00	-	71.087,00
Laboratório de Inovação e Tecnologia do Turismo de Belo Horizonte	40.000,00	40.000,00	-
Programas de Atração de Eventos Nacionais e Internacionais	201.000,00	170.851,64	30.148,36
Apoio a Eventos de Interesse Público	769.385,00	347.198,29	422.186,71
Eventos PBH	40.000,00	-	40.000,00
TOTAL	**21.682.444,00**	**16.189.303,40**	**5.493.140,60**

**Importante: Houve um saldo substancial na ação "Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos"em função da mudança do cenário da pandemia, que inviabilizou a realização do Edital de Verão do Programa 4 Estações. Em decisão estratégica, a PBH optou por não incentivar a realização de eventos durante a estação, buscando sensibilizar os promotores de eventos e a cidade do perigo da circulação do vírus.*

7. TURISMO EM NÚMEROS

Os últimos anos, 2020 e 2021, trouxeram inúmeras mudanças e reflexões na condução das políticas públicas atingindo principalmente o turismo, um dos setores mais impactados pela pandemia de Covid-19. Estratégias e atividades passaram a adotar formatos híbridos, mesclando o presencial e virtual com cautela, cuidado e eficiência. Em 2021, e ainda em meio a incertezas, mas um pouco mais familiarizados com alguns dos desafios que se apresentaram, o setor do turismo pôde acompanhar, ainda que timidamente, sinais de recuperação e retomada econômica, com o crescimento das taxas de ocupação hoteleira, arrecadação de ISS e índices de embarque e desembarque de rodoviárias e aeroportos.

O estímulo ao turismo continua sendo ação estratégica da administração pública municipal, fundamentada nos impactos positivos no contexto econômico e social de Belo Horizonte, estando focada nesse contexto, na qualificação e capacitação da cadeia produtiva econômica, de forma a estimular a adaptação ao novo cenário; na governança do destino e ampla articulação com as entidades representativas e sociedade civil; além é claro, de continuar estimulando o consumo de bens e serviços, a preservação de patrimônios e de heranças culturais, além da elevação da qualidade de vida das cidades. Foi possível visualizar em 2021 que é possível estimular e realizar um turismo responsável e com protocolos sanitários garantindo a segurança de todos.

Esses resultados podem ser evidenciados em alguns dos indicadores do turismo no município (Tabela 2). Desde 2020, a pesquisa de Demanda Turística, importante fonte de dados e informações a respeito do deslocamento de visitantes não pôde ser aplicada em função do isolamento imposto

pela Covid-19. No entanto, índices como a Taxa de Ocupação Hoteleira e o percentual de ISS Turístico se tornaram, junto com dados de acesso ao Portal Belo Horizonte, indicadores que nos permitiram ainda visualizar os impactos da pandemia no setor. A Taxa de Ocupação Hoteleira, que caiu 35,9% em relação à 2019, apresentou em 2021 uma alta de 21,8% em relação à 2020, fechando o ano em 39,75%. Ainda sobre esse indicador, novembro teve a melhor taxa do ano atingindo 56,92%.

Os dados parciais indicam uma redução da participação das atividades turísticas no ISS arrecadado no município, de 4,4% em 2019 para 3,33% em 2020. Em 2021 ainda não foi possível fazer a apuração final, uma vez que os dados não se encontram disponíveis pela Fazenda, no entanto, até junho de 2021 já apresentava crescimento de 48% em relação ao mesmo período de 2020. Importante também destacar o indicador de Sessões do Portal Belo Horizonte, que passou a se acompanhar desde 2021, em função da rápida digitalização ocorrida em contexto pandêmico. Em 2021, foram 1.372.581 sessões visitadas , mais de 100% a mais do que em 2020, quando o número era de 660.725.

Tabela 1: **Indicadores de Turismo, Belo Horizonte – 2020-21**

Descrição	2017	2018	2019	2020	2021
Taxa de ocupação hoteleira	53,66	54,81	62,02	32,65%	39.75%
Fluxo de turistas na cidade (estimativa em milhões de pessoas) [(a)]	2,34	1,71	1,90	nd[(d)]	nd[(d)]
Média de pernoite na cidade	5,6	4,9	4,9	nd[(d)]	nd[(d)]
Percentual do ISS Turístico	4,06	4,20	4,4	3,33[(c)]	
Nota média do turista para a cidade (Infraestrutura, equipamentos e serviços turísticos)	8,4	8,5	8,1	nd[(d)]	nd[(d)]
Nota média do público para o Carnaval	8,2	8,5	8,6	8,6	nd[(e)]
Número de Sessões Portal Belo Horizonte	nd[(f)]	nd[(f)]	nd[(f)]	660.725	1.372.581

Fonte: Belotur

Notas:

a – Parâmetros utilizados nas estimativas foram alterados a partir de 2018, em função da atualização da Pesquisa de Demanda Turística e do número de unidades de hospedagem apurado pelo IBGE, o que resultou em valores menores.

b – Em 2016 não foi realizada a Pesquisa Demanda Turística, fonte para apuração dos indicadores mencionados.

c – Dados parciais até jan/2021

d – 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. Em 2022, a pesquisa já tem previsão de ser aplicada novamente.

e – Em 2021, em função da Pandemia, não foi realizado o Carnaval de Belo Horizonte. A dinâmica do evento também impossibilitou a realização de atividades no formato online. Dessa forma, não foi possível apurar nota médica de público para o evento.

f – 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 2021

Programa PPAG 2018-2021	Indicador	Meta 2021	Valor Apurado 2021
0086 - Fomento ao Turismo de Lazer, Eventos e Negócios	Percentual do ISS Turístico	4	nd[a]
	Fluxo de turistas na cidade	1,82	nd[b]
	Taxa de ocupação hoteleira	59,5	39.75%
	Média de pernoite na cidade	5,1	nd[b]

FONTE: BELOTUR

Notas:

a – Relatório da Fazenda apresenta inconsistências e pendências não foram resolvidas de forma a fazer a apuração real.

b – Em função das restrições de isolamento social, a Pesquisa de Demanda Turística não pôde ser aplicada em 2020 e 2021, impossibilitando a apuração dos indicadores de Fluxo de Turista, Média de Pernoite e Nota Média para a cidade. Em 2022, a pesquisa já tem previsão de ser aplicada novamente.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ano de 2021 foi um desafio à parte para o Turismo. A recuperação do setor depende diretamente do arrefecimento da pandemia do Coronavírus e a retomada das viagens e momentos de lazer. Apesar de boas esperanças com o início da vacinação, o primeiro semestre foi cautela com as novas ondas de contaminação. O segundo semestre trouxe uma nova onda de esperança e boas perspectivas. Ainda que com uma situação volátil da pandemia, é possível agora enxergar os caminhos mais assertivos para essa retomada.

Nesse sentido, a Belotur condensou seus esforços buscando aproximar o setor em busca das estratégias mais eficazes para o acompanhamento, suporte e retomada do setor e o desenvolvimento do turismo na cidadealém de avançar na implementação do Programa Municipal de Turismo Gastronômico, como um importante ativo para essa retomada dentro de Belo Horizonte.

Continuamos com os esforços voltados para a recuperação do setor e acreditamos que, apesar do enorme desafio, com união e pensamento estratégico estaremos em breve retomando aos patamares pré-pandêmicos.

ANEXO I

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO BELOTUR 2021

ÁREA: DIRETORIA DE MARKETING E PROMOÇÃO TURÍSTICA

CONTEXTUALIZAÇÃO

Em 2021, ainda em meio a incertezas, mas um pouco mais familiarizados com alguns dos desafios que se apresentaram, a Diretoria de Marketing e Promoção Turístico entregou e executou seu Planejamento, com diretrizes melhor orientadas e resultados satisfatórios. Não foi uma tarefa simples, afinal, ainda estamos em um processo de construção de novas ordens comerciais e buscando compreender melhor os novos comportamentos de consumo.

Objetivos do Plano 2021:

*"**Posicionar** e **promover** Belo Horizonte como um destino turístico relevante, singular e principalmente seguro, apoiando o processo de retomada das atividades e atuando na reestruturação, qualificação e diversificação da oferta turística com a valorização de suas riquezas, cultura urbana, experiências, gastronomia, o bem receber e a hospitalidade mineira".*

Os projetos e ações trabalhados pela Diretoria de Marketing e Promoção Turística visam "valorizar atrativos turísticos e aumentar o fluxo de turistas da capital, assim como posicionar e qualificar Belo Horizonte e região como polo turístico de relevância", organizados estrategicamente em eixos (frentes) de atuação, visando uma melhor gestão e projeção da imagem do destino Belo Horizonte no mercado.

Além de, estabelecer e manter relacionamento com as entidades do trade, órgãos oficiais e serviços associados ao turismo, de forma a somar esforços no processo de reposicionar o destino no mercado, qualificando a oferta de bens e serviços e apoiando a sua comercialização; Gerir (gerar, tratar, qualificar e distribuir) informações relacionadas à atividade turística, de forma ordenada e qualificada, promovendo Belo Horizonte como destino seguro e atrativos, no cenário de retomada do pós-pandemia em feiras e eventos nacionais.

PRINCIPAIS PROJETOS E AÇÕES

PROGRAMA POSICIONAMENTO E MARKETING DE DESTINO

1) Apresentação do Plano de Marketing e Promoção às equipes internas da Belotur por meio de reuniões/workshops periódicos (Ascom: Bimestralmente; DRTI: semestralmente; DREV, DRAF e Assessorias: anualmente), visando o alinhamento das ações/projetos em torno do posicionamento turístico do destino.

- 02/12/2020: Apresentação do Plano de Marketing para ASCOM. Devolutivas e ajustes em Janeiro/2021.
- 11/01/2021: Apresentação do Plano de Marketing para DRTI. Devolutivas e ajustes em Janeiro/2021.
- 24/03: Apresentação da importância do posicionamento e marketing do destino Belo Horizonte no Chega Junto, projeto do RH da Belotur. Público presente: ASCOM, DREV, DRTI, DRAF, ASJUR.
- 23/07/2021: alinhamento com ASCOM sobre o Plano de Marketing e posicionamento que seria apresentado no COMTUR/Dialoga.
- 13/08/2021: Apresentação COMTUR com toda Belotur.

2) Apresentação o Plano de Marketing e Promoção Turística aos parceiros integrantes da cadeia produtiva do Turismo, BHC&VB, ABAV, ACMinas, CDL, ABEOC, ABIH, ABRAJET, ABRASEL, AGTURB/SINGTUR, SINDIPROM, FECOMÉRCIO, FIEMG, SEBRAE, SESC, SECULT e promotores de eventos, visando alinhar os esforços de promoção da cidade e captar oportunidades de parceria em ações/projetos da Belotur.

- Durante a realização da segunda etapa do Dialoga Turismo, trazendo as estratégias do Plano como norteadores das ações de mercado e na unicidade do discurso a ser feito por toda a cadeia;
- Foi apresentado na SECEXEC da Frente da Gastronomia Mineira em Setembro/2021, onde estiveram presentes produtores locais, Chefs, culinaristas, gastrônomos e empreendedores do setor criativo.
- 23/06/2021: Foi realizada reunião online com todos os proponentes contemplados no Edital 001/2021 (Inverno). Foram trabalhadas as diretrizes do Posicionamento Turístico da Cidade, os atributos e como poderiam apoiar com os eventos na Promoção e Marketing do destino.
- 16/09/2021: Foi realizada reunião online com todos os proponentes contemplados no Edital 002/2021 (Primavera). Foram trabalhadas as diretrizes do Posicionamento Turístico da Cidade, os atributos e como poderiam apoiar com os eventos na Promoção e Marketing do destino.

3) Articulação de contrapartidas e medidas compensatórias provenientes das Políticas de Fomento da Belotur em prol da disseminação do posicionamento turístico do destino.

- **70** reuniões de alinhamento com os proponentes contemplados no Edital 001/2021 (Inverno) com as analistas;

- **54** reuniões de alinhamento com os proponentes contemplados no Edital 002/2021 (Inverno).

  As reuniões tiveram as devolutivas dos projetos e negociação/alinhamento de contrapartidas. Por meio das reuniões foram captados: Banco de Imagens, Vídeos, Posts Patrocinados, Participações da Belotur e materiais promocionais para o destino.

4) Estabelecer o canal e implementar o envio periódico de conteúdos relacionados ao posicionamento turístico do destino e projetos relacionados ao tema a parceiros do destino.

- Foi criado o Informativo da Belotur para o trade e parceiros da Belotur.
  São realizadas, semanalmente, reuniões com a ASCOM para elaboração do material, sugestões de pautas e conteúdos para o Blog.
  Foram 14 edições publicadas, até agora.

5) Relacionamento com Influenciadores Digitais com estímulo à divulgação do destino, contendo diretrizes para seleção dos parceiros além de ações relacionadas a: envio e reprodução de conteúdos, produção de vídeos e fotos, engajamento nos perfis oficiais, presstrip e experiências turísticas.

- Mapeamento dos influenciadores de viagens;
- Negociação do Press com **Lucas Estevam (@stevampelomundo)** em um passeio na Pampulha, seus atrativos e no restaurante Xapuri. Em contrapartida foi divulgado o destino Belo Horizonte e mencionado o instagram oficial @belohorizonte.mg;
- Captação do Press com o influenciador digital **Rogério Enachev, do Blog @loucoporviagens**, em atrativos turísticos e outros locais importantes para divulgação do destino;
- Captação do Press com os influenciadores digitais **do Blog @360meridianos**, em atrativos turísticos e outros locais importantes para divulgação do destino;
- Ação Deu Match BH e Floripa. Roteirização e viabilização do Press com o **influenciador Lipe (@lipetravelshow)** por espaços gastronômicos da cidade, além de alguns de seus atrativos. Também foi realizada uma gravação do desafio dos chefs, onde o chefe do restaurante Piacenza elaborou alguns pratos com o ingrediente surpresa enviado pelo chef de Florianópolis (Narbal Correa).

6) Captação para ações e projetos da Belotur

- Renovação do contrato das parcerias estabelecidas durante o Carnaval 2020, com as empresas Dimensão Montagens e Eventos e Restaurante Maria das Tranças. Validade: fevereiro de 2022.
- Captação da AMIPÃO para criação da sacola de pão em homenagem ao Dia da Gastronomia Mineira, sem custos para a Belotur.
- Captação do HOJE EM DIA para elaboração do Caderno Especial em homenagem ao Dia da Gastronomia Mineira, sem custos para a Belotur.

- Captação do apoio institucional ao filme A DONA DO TACHO em homenagem ao Dia da Gastronomia Mineira, sem custos para a Belotur.
- Captação do apoio do BH Airport para divulgação de mensagens - SEJA BEM VINDO À CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA por 30 dias no Aeroporto em Julho/2021, em homenagem ao Dia da Gastronomia Mineira, sem custos para a Belotur.
- Captação dos apresentadores Felipe Martins e Virgínia Sasdelli para realização da Live Gastronômica, sem custos para a Belotur.
- Parceria com o Mercado Central para divulgação do Dia da Gastronomia Mineira.
- Sensibilização dos estabelecimentos de gastronomia do Mercado Novo para criação de pratos em homenagem ao Dia da Gastronomia Mineira
- 10 a 14/09/2021. Captação de todos os restaurantes do Presstrip com Rogério Enachev - Louco por Viagem. Restaurantes: Cantina Piacenza, Café Nice, O Beco, Rotisseria, Ninita, Xapuri e AA Wine Experience.
- Captação da participação do Chef Américo Piacenza no desafio dos chefs realizado entre os destinos Belo Horizonte e Florianópolis.

7) Semana do Turismo de Belo Horizonte

- Realização da 1ª Semana do Turismo de Belo Horizonte - de 27/09/2021 a 30/09/2021, a ser realizada pela Belotur.
  Palestra sobre Perspectivas sobre o Mercado Turístico na comercialização dos destinos (Consultor SEBRAE) + 3 Palestras sobre Experiências turísticas em apoio ao Turismo Urbano.

- Nos dias 29 e 30/09/2021 foram realizadas Oficinas de ideação e cocriação BELO HORIZONTE RECEPTIVA.

PROGRAMA PROMOÇÃO AOS MERCADOS E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

1) Participação em Feiras e eventos

- **World Travel Marketing - WTM - Latin América - 10 a 12 de agosto - Formato Híbrido - São Paulo/SP**

  A WTM Latin America tem como objetivo propor soluções que fomentem o crescimento do Turismo. É uma feira especializada em Turismo voltado ao segmento B2B - ou seja, business to business, negócios entre empresas. O evento é reconhecido por explorar e apresentar aos seus participantes as principais tendências e novidades do setor.

  Em 2021, a Belotur participou da feira apresentando o Destino Belo Horizonte em stand virtual, em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (Secult). Foi trabalhado o posicionamento turístico "Belo Horizonte Surpreendente", com os atributos mais marcantes da capital, como a gastronomia, inovação, experiências e negócios.

- **ABAV Expo & Collab - 06 a 08 de outubro - Fortaleza/CE**

  A ABAV Expo é o evento com a maior força de vendas do segmento de turismo, e a aliança ao Collab configurou essa força em um formato híbrido.

  Durante o evento houve apresentação de novos roteiros, produtos e tendências internacionais para oferecer e conquistar diversos perfis de clientes, com alta competitividade e melhor posicionamento no mercado.

  Na 48ª edição, a BELOTUR participou sem stand, de forma mais dinâmica buscando parceirizar ações junto aos operadores e outros destinos.

  Um resultado desta participação é o FAMTOUR com a Azul Viagens, em realização de 04 a 10 de dezembro/2021.

- **EBS - Evento Business Show - 27 e 28 de outubro - São Paulo/SP**

  A Feira EBS reuniu toda a cadeia produtiva do segmento MICE e Experience em um único lugar, onde os clientes finais, agências e fornecedores de produtos e serviços para esse mercado buscaram informação, networking qualificado, enriquecimento profissional e, principalmente, negócios.

  Participamos com stand, apoiando o setor de eventos do segmento de negócios, com a presença do Mineirão, Minascentro, Expominas e Ouro Minas, representados pelo BHCVB.

- **FESTURIS - Feira de Turismo de Gramado - 04 a 07 de novembro - Gramado/RS**

  Considerada pelo Trade a mais efetiva plataforma de negócios da América do Sul, sendo a segunda maior em tamanho. A Feira reuniu profissionais do Brasil e América do Sul para divulgar destinos e produtos turísticos, discutir as últimas tendências do mercado e os rumos da atividade turística, intercambiar conhecimentos e encontrar oportunidades de negócio.

  Este ano, a Belotur não participou do stand do Ministério do Turismo em parceria com a Secult. Optou-se pela promoção do Destino Belo Horizonte junto às operadoras de turismo, OTA 's, agências de viagens, hotelaria, imprensa especializada e outros.

- **Fórum Panrotas - 29 e 30 de novembro - São Paulo/SP**

  O evento exibiu 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 discutiram o papel da liderança dentro das organizações, trazendo as tendências do marketing, distribuição, sustentabilidade, tecnologia e análises sobre comportamento do consumidor.

Estivemos presentes com a ASCOM-BL, de forma a nos conectarmos com essas grandes tendências do universo do turismo, aprimorando nossas atividades finalísticas.

2) Famtour e PressTrips

- Roteirização e viabilização do **Press com Rogério Enachev** - Blog Louco Por Viagens: apresentação de Belo Horizonte, seus atrativos e experiências para criação e divulgação de conteúdo para promoção da cidade.

- Roteirização e viabilização do **Press - Passagens Promo/360 Meridianos:** apresentação de Belo Horizonte, seus atrativos e experiências para criação e divulgação de conteúdo para promoção da cidade.

- Roteirização e viabilização do Press **com influenciador Lipe Travel Show**: Visando fortalecer e potencializar o processo de retomada do turismo dos destinos parceiros Belo Horizonte e Florianópolis, foram realizadas ações conjuntas de marketing e promoção.

  As ações foram trabalhadas pelos órgãos oficiais de turismo das cidades, em parceria com seus Conventions Bureaux, aeroportos e Azul linhas aéreas. Para o fechamento das ações de 2021, foram realizados um tour para o influenciador Lipe Travel Show e a gravação de um desafio de chefs.

  P.S.: A parceria dos destinos acontece desde o processo de candidatura de Belo Horizonte em 2018/2019. Ambas cidades são integrantes da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, designadas no campo da gastronomia.

-

- FAMTOUR Operadores de Luxo - reuniu 8 agentes de viagens de duas operadoras do RJ e ES, do Segmento de luxo, realizada, em setembro, em parceria com a HT Travel (receptivo de BH).

  Foi formatado um roteiro para atender a uma demanda do Hotel Fasano, que vem se especializando na oferta de serviços de luxo na cidade.

- FAMTOUR **"Azul Viagens" - de 04 e 10 de dezembro -** O Famtour reuniu 12 agentes de viagens de várias partes do Brasil (RJ, SP, PE, CE e PR) para realizarem a viagem de familiarização pela Capital, Inhotim e cidades históricas. Realizado pela Azul Viagens, teve como parceiros locais a Belotur, Sebrae-MG e Rede Accor / Novotel BH Savassi e Ibis Afonso Pena. O famtour tem como missão promover a cidade, nossa gastronomia e seus atributos aos agentes - A ação promocional tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico, assim como a ampliação do cardápio das operadoras, gerando oportunidades locais para as agências receptivas, guias e produtores locais, movimentando toda a cadeia através do consumo de bens e serviços.

3) Captação de Eventos

- Elaboração e envio do Book de Captação de Eventos para candidatura de Belo Horizonte como cidade sede da ABAV Expo 2022;
- Revisão do Guia do Planejador de Eventos.

4) Relacionamento com o Trade Turístico

- Criação e envio de 14 edições do informativo Conexão Belo Horizonte;
- Semana do Turismo On-line (Palestras e oficinas);
- Coordenação de 3 grupos táticos do Dialoga Turismo, relacionados a posicionamento e mercado;
- Revisão e publicação da Política de Apoio à Comercialização;
- Elaboração do Edital de Chamamento público para o Programa BH Receptiva;

PROGRAMA PROMOÇÃO AOS MERCADOS E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

1) Qualificação Turística

- Celebração de convênio com o SEBRAE-MG, no valor de R$545.981,74, para execução das ações de QUALIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA, SERVIÇOS E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO, que contempla a estruturação do Programa Belo Horizonte Receptiva e seus desdobramentos, com o objetivo de inserir mais produtos e roteiros no mercado.

- Realização de Instrutoria (palestras, oficinas e seminários) e mentorias entre operadoras e agências de turismo receptivo de Belo Horizonte.

2) Criação do Cardápio de Experiências de Belo Horizonte

- Contratação da 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: abril/2022.

3) Materiais Promocionais

- Atualização do Guia do Planejador;
- Atualização do Guia Belo Horizonte;
- Atualização do Guia LGBTQI+;
- Criação do material Jogos - curiosidades do município;
- Atualização do Mapa Turístico;
- Atualização do Guia Prático;
- Impressão de 20 mil unidades do Guia Prático;
- Impressão de 5 mil unidades do Guia de Gastronomia;
- Impressão de 8 mil unidades do Guia Belo Horizonte - em produção;
- Impressão de 200 Guias do Planejador - em produção.

4) Aprimoramento do Atendimento Turístico

- Portais e Canais Digitais
  - ➔ Pesquisa, cadastro e atualização de atrativos, serviços, equipamentos e eventos no portal Belo Horizonte;
  - ➔ Pesquisa, cadastro e atualização do Calendário Anual de Eventos;
  - ➔ Pesquisa, cadastro e atualização de atrativos, serviços e equipamentos no Portal Minas Gerais;
  - ➔ Atualização dos atrativos na plataforma da Prodabel (QGIS) para inserção da informação no BHMaps;
  - ➔ Atualização das informações sobre turismo contidas no Portal de Serviços da PBH;
  - ➔ Criação de postagens para o blogs do Portal Belo Horizonte, sendo dois publicados;
  - ➔ Criação de 26 roteiros para o Portal Belo Horizonte, ainda não publicados (aguardando chancela da ABAV).

- Capacitação, Qualificação e Acompanhamento dos Estagiários

  - ➔ Capacitação e treinamento para atendimento ao público e sobre os Centro de Atendimento ao Turista (Cats);
  - ➔ Capacitação e treinamento para atualização do Portal Belo Horizonte e Portal Minas Gerais;
  - ➔ Recrutamento de quatro novos estagiários devido ao vencimento dos contratos.

- Requalificação do Uso do CAT Veveco

  - ➔ Cessão do CAT Veveco à FMC para exposição Lab Design pelo período de 13/10/2021 a 21/12/2021, com aditamento em curso, prevendo a extensão da cessão até março/2022.

5) Capacitação de Agentes e Operadores

- Realizada em janeiro ação de capacitação de agentes da CVC, com o fornecimento de material gráfico que apresenta a cidade, especialmente sobre os aspectos comercializados pela CVC.

  Alcance:

  - 1.200 lojas próprias CVC;
  - 63 Lojas exclusivas Experimento;

● mais de 7.000 agências ativas vendendo produtos CVC.

PROGRAMA SENSIBILIZAÇÃO PARA O TURISMO

1) City Tour Belo Horizonte Surpreendente

- Elaboração de 2 roteiros roteiros na modalidade presencial e formato Walking Tour, apresentado: 1- Arte e Cultura Urbana da cidade - hipercentro ; 2- Museus, Cultura e História (Praça da Liberdade). A ação acontece no dia 18/12.

- Gravação de 1 Tours (através das contrapartidas do edital de eventos), através da Produtora Gas, apresentando a cidade surpreendente, principalmente, seus aspectos urbanos. A gravação está em curso, com publicação prevista no portal da cidade.

2) Projeto: Formação de Agentes Multiplicadores do Turismo

- Elaboração de material didático (apresentação e apostila) padronizado para uso nas capacitações a serem ministradas, de acordo com o módulo. O produto precisa ser diagramado e está em curso, junto à ASCOM;
- Capacitação de 10 taxistas, atendendo à demanda de certificação destes profissionais, condição para a licença de suas atividades;
- Foi realizada a capacitação com a Polícia Militar - Batalhão de Guarda do Governador no dia 27/09/2021, no Palácio da Liberdade, no formato presencial.
-

PROGRAMA MUNICIPAL DE TURISMO GASTRONÔMICO

1) Material

- Elaboração do Guia Gastronômico de Belo Horizonte e produção de 5000 exemplares;
- Produção de Cartões e PINS, que foram distribuídos em comemoração ao Dia da Gastronomia Mineira a parceiros e apoiadores do processo. Todos os kits elaborados pela Gerência em 2021 também tiveram a inclusão dos cartões e pins: Seminário Carnaval, Presskit Estevam pelo Mundo, PressKit Rogério Enachev, Presskit @lipetraveshow, Presskit para os jornalistas integrantes do Prestrip de Dez/2021. Proponentes contemplados no Edital 001/2021 e 002/2021 com a pauta de gastronomia;
- Elaboração de adesivos “Cidade Criativa da Gastronomia” para uso em Bares e Restaurantes e para composição dos materiais de sensibilização de marketing turístico do destino.

2) Articulação e Intercâmbio com a Rede de Cidades Criativas e Apoios

- Demanda de conteúdo e apresentação para a cidade de TSURUOKA CITY (JAPÃO);
- Avaliação Rede UNESCO - Cidade Popayan. Relatório feito e entregue à DRTI.
- Spring Food Festival (Coimbra, Portugal). Elaboração da apresentação para o Diretor Marcos Boffa participar do evento;
- Semana do Brasil - Restaurante "El Patio Cusco" Demanda de conteúdo e apoio na produção de vídeos pela EMBRATUR. Negociação dos vídeos a serem transmitidos no evento;
- Flyer Digital UNESCO - produção de informações e tradução do documento para o inglês;
- Demanda Paraty "Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty. Elaboração do Roteiro e acompanhamento da gravação do vídeo, que foi executado pelo Chef Edson Puiati sem custos para a Belotur.
- Avaliação das Cidades Postulantes a Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO em 2021: Esmeraldas (Equador), Battabang City (Camboja), São Petersburgo (Rússia) e Lankaran (Azerbaijão);
- Concessão de 7 apoios institucionais a eventos relacionados à Gastronomia em Belo Horizonte: Apoio Institucional ao Breakfast Festival, Apoio Institucional ao curta-metragem "A dona do tacho", Apoio institucional à "Jornada da Alimentação" solicitado pelo SEBRAE MINAS, Apoio institucional ao "Reality Universitário" solicitado pela FACULDADE PROMOVE, Apoio institucional ao "Cumbucca" solicitado por Marcelo Wanderley, Apoio ao Blog "Territórios Gastronômicos", do Chef Eduardo Avelar, e Pedido apoio do evento FENABAR para Agosto/2022.
- Realização do Especial Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia, que integrou o último dia do TIGA e que comemorou os 2 (dois) anos de designação de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO. A ação integrou todo o setor produtivo. Link para acesso: https://www.youtube.com/watch?v=KFvkeXZPc50&t=2206s .
- 38 eventos gastronômicos patrocinados pelo Edital 4 Estações, totalizando R$ 1.365.000,00, investidos em eventos do setor com potencial turístico.
- Apresentação do case - Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia e sobre as Redes das Cidades Criativas - na SEMATUR em SP em setembro/2021.

PROGRAMA 4 ESTAÇÕES

1) Edital de Eventos

- Edital 001/2021 - Elaboração, Avaliação, Julgamento dos Recursos, Fechamento do Resultado, Reunião Geral de Alinhamento com os Contemplados, Reuniões de Alinhamento de Contrapartidas, Fiscalização por amostragem, acompanhamento da execução - alterações/substituições nos projetos aprovados e medidas compensatórias;
- Edital 002/2021 em execução - Elaboração, Avaliação, Julgamento dos Recursos, Fechamento do Resultado, Reunião Geral de Alinhamento com os Contemplados, Reuniões de Alinhamento de Contrapartidas, Fiscalização por amostragem, acompanhamento da execução - alterações/substituições nos projetos aprovados e medidas compensatórias.

- Edital 003/2021: Elaboração do Edital 003/2021 - Verão - e da Palestra Pública. Edital cancelado em razão da Nota Técnica emitida pela Secretaria Municipal de Saúde.

2) Análise das prestações de contas dos Editais finalizados (passivo), otimizando as contrapartidas e medidas compensatórias para apoio dos projetos da Belotur e de seus parceiros.

- 17 Prestações de contas (área técnica) analisadas referente ao **Edital 001/2018**. Aos proponentes reprovados foram realizadas diligências de até 5 (cinco) dias úteis permitindo a complementação dos itens não comprovados. Aos reprovados ao final do processo foi permitida apresentação de defesa 5 (cinco) dias úteis e prorrogáveis em caso fortuito ou força maior. Foram realizadas notificações (e-mail e Correios com AR) e controle das mesmas. Foram negociadas medidas compensatórias aos proponentes cuja falta não foi considerada grave. Ainda há eventos que não apresentaram proposta e serão devolvidos à área de Prestação de Contas. Todo o trabalho incluiu o acompanhamento processual das notificações, elaboração de Pareceres, elaboração da decisão final referente ao julgamento técnico da Prestação de Contas, instrução processual e lançamento das pendências nos controles da Belotur. Período: Setembro e Outubro de 2021.

- 23 Prestações de contas (área técnica) analisadas referente ao **Edital 002/2018 (Verão)**. Aos proponentes reprovados foram realizadas diligências de até 5 (cinco) dias úteis permitindo a complementação dos itens não comprovados. Aos reprovados ao final do processo foi permitida apresentação de defesa 5 (cinco) dias úteis e prorrogáveis em caso fortuito ou força maior. Foram realizadas notificações (e-mail e Correios com AR) e

controle das mesmas. Foram negociadas medidas compensatórias aos proponentes cuja falta não foi considerada grave. Ainda há eventos que não apresentaram proposta e serão devolvidos à área de Prestação de Contas. Todo o trabalho incluiu o acompanhamento processual das notificações, elaboração de Pareceres, elaboração da decisão final referente ao julgamento técnico da Prestação de Contas, instrução processual e lançamento das pendências nos controles da Belotur. Período: Outubro e Novembro de 2021.

- 26 Prestações de contas (área técnica) em análise referente ao **Edital 001/2019 (Outono)**. Os processos estão em trâmite do setor responsável - Processo original com a execução do Projeto e o Processo de Prestação de Contas. As prestações de contas estão sendo analisadas. Período: Dezembro de 2021 e Janeiro de 2022.

PENDENTE. Estão pendentes de análise técnica os seguintes Editais:

- Edital 004/2019 (Inverno) - 21 Processos;
- Edital 007/2019 (Primavera) - 20 Processos;
- Edital 012/2019 (Verão) - 13 Processos;
- Edital 005/2020 (Inverno e Primavera) - 63 Processos;
- Edital 007/2020 (Primavera/Verão) - 61 Processos;
- Edital 001/2021 (Inverno) - 70 Processos.

3) Fiscalização dos eventos contemplados nos editais:

- 33 eventos fiscalizados, por amostragem, dos 124 contemplados.

4) Política de Apoio - Concessão de Apoio e Apoio Institucional

- Política elaborada e publicada em 16/10/2021 no Diário Oficial do Município - Portaria 051/2021.
- O sistema foi implementado pelo escritório de processos da PBH e, a equipe gestora foi treinada no ambiente foi disponibilizado ao cidadão em 01/11/2021. Link para acesso: Apoio a Eventos e Projetos de Potencial Turístico ;
- 14 Apoios concedidos:
  - Campeonato Mineiro de Esporte Eletrônico
  - Breakfast Festival
  - A Dona do Tacho
  - The Urban Guide - BH
  - Jornada da Alimentação
  - LABCI Conference 2021
  - Cumbucca
  - Live Cantinho Junino na Padaria
  - Reality Universitário Faculdades Promove e Kenedy
  - Comida Di Buteco 2021

- TEDx Belo Horizonte
- Bloquinho da Marina
- FENABAR
- Comida Di Buteco 2022

RESULTADOS ALCANÇADOS

- Realização de um Famtour por meio do convênio com o Sebrae; em parceria com a Azul Viagens, Rede Accor | Novotel BH Savassi e Ibis Afonso Pena em que vieram 12 agentes de viagens de Fortaleza, Recife e Curitiba do dia 04 ao dia 10 de dezembro de 2021.
- Fortalecimento de projetos e iniciativas de promoção e valorização do destino, principalmente, no processo de retomada, dentro das diretrizes e protocolos instituídos;
- Formatação de produtos, ofertas e experiências turísticas, moldadas ao novo cenário, proporcionando a inserção e reposicionamento dos atores no mercado;
- Preparação e apoio à retomada gradativa e segura da atividade turística e, consequentemente, à captação de fluxos para a cidade;
- Inserção do produto turístico "Belo Horizonte Surpreendente" nos catálogos da CVC operadora;
- Reportagens nos blogs dos influenciadores que vieram a BH;
- Participação em 4 feiras para promoção do destino, representando um aumento de 300% em relação à 2020;
- Aumento no número de Press Trips realizados ou apoiados pela Belotur. em 2019 fizemos um Presstrip com foco no Carnaval, já em 2021 foram 5, sendo 4 apoiados e um realizado.
- 12 visitas e reuniões de alinhamento com parceiros estratégicos da PBH e do mercado acerca do posicionamento e ações de interesse da Belotur;
- Captação de parcerias para realização da Semana da Gastronomia Mineira, Arraial de Belo Horizonte (edição online), Semana do Turismo, influencertrips, ações de gastronomia (Rede) e divulgação do destino.
- Articulação de contrapartidas e medidas compensatórias provenientes das Políticas de Fomento da Belotur em prol da disseminação do posicionamento turístico do destino – foram realizadas 124 reuniões com os eventos patrocinados pela Belotur;
- Coordenação e execução do Especial de 2 anos de designação da Cidade Criativa da gastronomia, transmitido em 30/10/2021 dentro da Programação do TIGABH;
- Realização da 1ª Semana da Gastronomia, com ações de divulgação e promoção do segmento junto aos munícipes e visitantes;
- Realização da 1ª Semana do Turismo de Belo Horizonte, com Palestras online e 2 dias de capacitação com o trade turístico;
- Capacitação de 110 policiais integrantes do Batalhão de Guarda do Governador;
- Elaboração e execução de todas as etapas de 3 editais de potencial turístico em Belo Horizonte, integrantes do Programa 4 Estações;
- 124 eventos patrocinados por meio do Edital de Apoio a Eventos de Potencial Turístico.

- Análise completa de 40 Prestações de Contas integrantes do Passivo da Belotur – Setembro a Dezembro de 2021.
- Elaboração do inventário de contrapartidas de medidas compensatórias da Belotur.
- Política de Apoio a Eventos e Projetos de Potencial Turístico elaborada e publicada em 16/10/2021 no Diário Oficial do Município - Portaria 051/2021. Sistema implementado em 01/11/2021 e disponibilizado no Portal da PBH.
- Concessão de Apoios e Apoios Institucionais dentro da Política estabelecida pela empresa, de forma a apoiar as ações de marketing e promoção do destino Belo Horizonte

AVALIAÇÃO QUALITATIVA DOS RESULTADOS ALCANÇADOS

- Através da participação na Feira ABAV - Fortaleza, sem a compra de estande, mas nos fizemos presente para relacionamento, estabelecemos uma parceria com a Azul Viagens, através do seu Gestor de Produtos, Felipe Lacerda, da região Sudeste (RJ, MG e ES), em que conseguimos viabilizar o Famtour para Belo Horizonte;

- A partir do Famtour realizado em dezembro de 2021, assim como as capacitações realizadas para as empresas do Grupo, houve um Estreitamento do relacionamento com os gestores da CVC Corp: Schirlley Azevedo - Gerente de produtos - CVC CORP Lucilene Luna - Gerente de Sourcing – SP e MG - Sourcing | Sudeste, Thereza Belloni Sourcing Produto Nacional resultando no interesse dos parceiros pelos atrativos apresentados, proporcionando novos roteiros ofertados:

    - BH de Bar em Bar – com saídas terça a sábado;
    - Tour da Cachaça - com saídas terça a sábado;
    - Tour da Cerveja - com saídas terça a sábado;
    - BH Gastrô - com saídas terça a sábado;
    - A Bossa do Modernismo - Roteiro Arquitetônico - com saídas terça a sábado;
    - BH Boutique - com saídas terça a sábado;
    - Surpreenda-se por um Belo Horizonte - 4 dias e 3 noites - com saídas terça a sábado;
    - Sentidos - 4 dias e 3 noites - com saídas terça a sábado;
    - Sextou em Beagá - 3 dias e 2 noites - com saídas terça a sábado;
    - LGBT - 3 dias e 2 noites - com saídas terça a sábado;
    - Lanches e Comida de Rua na Capital dos botecos - com saídas terça a sábado;

- Ainda sobre ações de relacionamento com a rede de hotéis, foi mapeado e desenvolvido um portfólio especial de turismo de luxo para os clientes do Hotel Fasano. O material foi elaborado para servir de referência para auxiliar os concierges do hotel a indicarem as melhores experiências para o público seleto que o hotel oferece;

  - Ampliação do alinhamento do posicionamento turístico do destino Belo Horizonte junto aos públicos estratégicos. Foram realizadas ações com o público interno da Belotur, PBH, entidades do trade e parceiros.

- Construção de rede de parceiros para execução de ações em prol da divulgação, comercialização e estruturação do destino. Destaque para as parcerias que permitiram a execução de projetos da Belotur sem utilização do erário público:

- Divulgação e promoção da cidade, no BH Airport totalizando 158 mil reais;

- Apresentação da Live Gastronômica do Arraial – Virgínia Sasdelli (BH Dicas) e Felipe Martins (Made in Beagá);

- Restaurantes de alta gastronomia, gastronomia contemporânea e típica para realização de influencer trips – Ninita, AA Wine Experience, Cantina Piacenza, Xapuri, Dona Lucinha, Paladino, Pão de Queijaria, Bar do Careca, HB, Wals, Roça Capital, Comercial Sabiá, Bar da Lora, Rotisseria Central, Cozinha Tupis, Cervejaria Viela, Cachaçaria Lamparina, Café Nice, O Beco, Estação Krug Bier, entre outros;

- Chefs, cozinheiros, gastrônomos, mixologistas e empreendedores de gastronomia com gravações para uso em ações promocionais e junto à Rede de Cidades Criativas: Chef Edson Puiati, Chef Fagner Albergaria, Chef Flávio Trombino, Chef Márcia Nunes, Chef Tainá Moura, Chef Henrique Gilberto, Chef Sinval do Espírito Santo, Chef Rosilene Campolina, Chef Márcio Almeida, Chef Marcelo Haddad, Chef Américo Piacenza, Chef Eduardo Maia, Chef Eduardo Avelar, Chef Jackson Cabral, Chef Ana Jatobá, Mixologista Marcela Azevedo, Chef Valdelícia Coimbra, Chef Igor Fabiano e Priscilla Curtts, ceramista Alex Santana, jornalista Daniel Neto (Nenel), Ricardo Vasconcelos (Presidente Mercado Central), Gastrô For All, Dona Sônia (Tropeiro Mineirão), entre outros;

- Influenciadores participantes da cozinha-show do Especial de 2 anos de designação de Belo Horizonte – Isabela Lapa (@coisasdemineiro), Rossini Luz (humorista), Priscila Venturim (@ahorizontina) e Rodolfo Ortega (@bhgastro);

– realizações com sucesso de 4 influencer trips e 1 presstrip em Belo Horizonte;

- Padronização da identidade das ações de sensibilização e atualização do material conforme estratégia do Plano de Marketing e Promoção de Belo Horizonte;

- Estabelecimento do Informativo da Belotur para o trade e parceiros da Belotur. A equipe de marketing participa semanalmente de reuniões com a ASCOM para elaboração do material, sugestões de pautas e conteúdos para o Blog. Por meio do Informativo, a Gerência de Marketing solicitou **um espaço para trabalhar posicionamento**, o que foi acatado. Assim, de 15 em 15 dias, é enviado o Informativo com conteúdos sobre posicionamento/marca, atributos e produtos/experiências turísticas da cidade;

- Formação de agentes multiplicadores do destino. Destaque para a capacitação do Batalhão de Guardas do Governador, com cerca de 110 policiais capacitados;

- Atuação junto à Secretaria Executiva da FGM e Plenárias, de forma a conduzir um processo mais participativo na construção das políticas púbicas da Gastronomia na cidade e sustentação do reconhecimento como Cidade Criativa pela Unesco;

- Realização de 04 ações promocionais (apresentação Belo Horizonte e do setor criativo) e participações especiais junto à Cidades integrantes da Rede Criativa da UNESCO: Festival Cidades Criativas (Tsuruoka, Japão) - janeiro/2021; Spring Food Festival (Coimbra, Portugal) - maio/2015; "Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty" (Paraty, Brasil) - julho/2021; Participação especial do Brasil na Itália (Bergamo, Itália).

- 1ª Campanha de Celebração do Dia da Gastronomia Mineira, com a realização de uma série de ações de marketing e promoção da Gastronomia em Belo Horizonte junto à eventos e estabelecimentos (como o Mercado Central e o Mercado Novo - importante pólo gastronômico que vêm despontando na cidade), incluindo conteúdo para redes sociais, blogs, reportagens especiais na imprensa, e mídia inédita no BH Airport recepcionando os turistas.

- Realização da ação de marketing e promoção "DEU MATCH" dos destinos Belo Horizonte e Florianópolis, ambas integrantes da Rede de Cidades Criativas pela Gastronomia. "A parceria dos destinos acontece desde o processo de candidatura de Belo Horizonte em 2018/2019. Em 2021, visando fortalecer e potencializar o processo de retomada do turismo de ambos os destinos, foram realizadas ações conjuntas de marketing e promoção. As ações foram trabalhadas pelos órgãos Oficiais de Turismo das cidades, em parceria com seus Conventions Bureaus, Aeroportos e Azul Linhas Aéreas. O tour proposto ao Influenciador @lipetravelshow fechou as ações em novembro de 2021, além do desafio dos Chefs que foi gravado e transmitido na visita às cidades".

- Gestão e aprimoramento do Edital de Auxílio Financeiro a Eventos e de seus processos. Foram realizados 3 Editais ao final, sendo o último revogado pela administração.

- Foram otimizados os seguintes processos do Edital: Avaliação das propostas (dinâmica online, 1 avaliação + 1 revisão, controle de envios e alterações); Controle Geral dos projetos (Planilha e organização dos projetos); aumento no número de analistas dos projetos - execução (os projetos são divididos pelo número de analistas disponíveis, de forma a diminuir as ações por colaboradora referente ao Edital); retomada das Palestras Pública para aprimorar os projetos inscritos; implementação da reunião geral com os proponentes aprovados para diminuir as dúvidas durante a execução; implementação da fiscalização por amostragem; implementação do Formulário de Prestação de Contas.

- Foram sanadas 40 Prestações de contas (área técnica) analisadas referente ao Edital 001/2018 e 002/20218. Aos proponentes reprovados foram realizadas diligências de até 5 (cinco) dias úteis permitindo a complementação dos itens não comprovados. Aos reprovados ao final do processo foi permitida apresentação de

defesa 5 (cinco) dias úteis e prorrogáveis em caso fortuito ou força maior. Foram realizadas notificações (e-mail e Correios com AR) e controle das mesmas. Foram negociadas medidas compensatórias aos proponentes cuja falta não foi considerada grave. Ainda há eventos que não apresentaram proposta e serão devolvidos à área de Prestação de Contas. Todo o trabalho incluiu o acompanhamento processual das notificações, elaboração de Pareceres, elaboração da decisão final referente ao julgamento técnico da Prestação de Contas, instrução processual e lançamento das pendências nos controles da Belotur.

- Inventário qualificado das medidas compensatórias e contrapartidas recebidas pela Belotur por tipo de serviço e data limite de execução. Mídia já captada: 500 mil reais.

PROJETOS NÃO REALIZADOS + JUSTIFICATIVA

1) 1º Workshop sobre o destino Belo Horizonte com os criadores de conteúdos locais, de forma a apoiar o processo criativo e estimular a divulgação do destino.
    - Ação passou a integrar, estrategicamente, o convênio com o SEBRAE, assinado em 30/11/2021.

2) Campanha Belo Horizonte Surpreendente
    - Ação cancelada por orientação da SUCOM, todavia, está em processo de finalização a Campanha "Viva Belo Horizonte'', contratada junto a agência 18 Comunicação.

3) Braztoa Sudeste - Belo Horizonte
    - Ação adiada pela entidade organizadora, devido à pandemia. Sem previsão ainda de sua realização.

4) Publicação do Edital de Roteiros
    - Edital elaborado, porém o projeto foi incluído no convênio que está sendo celebrado com o SEBRAE- MG com execução em 2022. A proposta foi postergada, inclusive, em função das oficinas realizadas com os receptivos, que demandaram outras ações no processo de requalificação de suas atividades, também previstas no convênio, numa ordem de prioridade.

5) Cessão de uso do CAT Mercado das Flore**s**
    - Edital não publicado devido a pandemia, que limita o interesse do setor privado em investir em um novo negócio. Estamos em contato permanente com o mercado, para avaliação do cenário e das perspectivas.

6) Produção de 2 vídeos promocionais, 1 contemplando os atributos da cidade e outro, a Gastronomia.
    - No momento da submissão da demanda à CCG, a ação foi abortada pela SUCOM, que está trabalhando na reedição do vídeo "Contrapontos", de 2018.

7) Realização dos editais de Outono/2021 e Verão/2022
    - O edital de outono foi cancelado, em função dos altos índices de contágio pela COVID-19 e, da determinação de fechamento do comércio e serviços no período de abril a junho;
    - O edital de verão com publicação realizada em 06/11, foi cancelado, em função das orientações do comitê de enfrentamento da COVID-19, que preconizou que a administração não apoiasse eventos no período entre as festas de fim de ano e o carnaval.

8) Aniversário da Cidade
    - Ação cancelada, em função das orientações da Administração Superior de não realizar ações comemorativas durante a pandemia, além do atendimento à Nota Técnica do Comitê de Enfrentamento da COVID, que orienta a não realização de ações e eventos que possam gerar aglomerações no período.

ENCAMINHAMENTOS, APONTAMENTOS E INSIGHTS PARA 22

- Projeto de Qualificação (o projeto está dentro do escopo do convênio celebrado com o Sebrae). A Qualificação tem como objetivo desenvolver nos participantes competências que conduzam à mudança nos processos de atendimento, formatação e entrega de produtos e experiências turísticas na capital que tornem suas práticas mais criativas. Pretende-se ainda estimular a criação de uma rede de parceiros como instância de autogestão dos produtos e serviços, assim como manter um relacionamento adequado que permita a geração de um fluxo permanente de informações entre a rede de parceiros e demais públicos, com a Belotur visando à divulgação e à qualificação contínua do Projeto por meio da troca de experiências e feedback sobre o seu andamento.

- Execução das ações contidas no convênio celebrado com o Sebrae:

    ➔ Realizar palestras, seminários oficinas e mentorias individuais e coletivas entre Operadoras e Agências Receptivas e Guias de Turismo de Belo Horizonte;

- ➔ Realizar um programa de ideação e aceleração promovendo e estimulando a Economia da Experiência com Operadoras, Guias de Turismo e Agências Receptivas de Belo Horizonte (o acompanhamento individual pode durar até 6 meses de duração) ;

- ➔ Realizar um "DESAFIO DE ROTEIROS" em que os produtos sejam escolhidos a partir de critérios técnicos expostos no chamamento mas, principalmente, com a apresentação de um pitch para uma banca de examinadores que farão a seleção dos roteiros turísticos inscritos (DEMODAY);

- ➔ Realizar 1 Famtour com as principais operadoras e OTA's;

- ➔ Realizar 02 encontros de negócios entre operadoras/OTAs e receptivos locais;

- Após a fase de qualificação dos atores, pretende-se ainda desenvolver plataforma sustentável de promoção e comercialização, com gestão compartilhada pelo setor público e a rede de parceiros, bem como elaborar um planejamento estratégico e tático para a promoção do Programa - seus produtos e serviços - que potencializam os resultados por meio dos Famtours, rodadas de negócios, canais de comunicação e relacionamento do setor público local, das organizações parceiras nacionais e internacionais e de agentes e operadores de turismo.

- Realização do evento Braztoa Sudeste em Belo Horizonte; O evento, direcionado apenas a Agentes de Viagens e Operadores, promete reunir aproximadamente 400 operadores nos dias de evento na capital.

- Participação nas principais feiras do Setor: Abav, WTM, EBS, Festuris dentre outras e, iniciar o processo de participação nas redes internacionais.

- Continuidade do mapeamento e qualificação das experiências realizadas na capital e conclusão do "Cardápio de Experiências de Belo Horizonte";

- Publicação do Edital de Chamamento Público - BH Receptiva, direcionada aos Agentes de Viagens (receptivos) , guias e operadores da Capital;

- Publicação da Política de Promoção Turística;

- As ações ligadas ao posicionamento devem continuar, buscando, sinergicamente, uma unicidade no discurso – alinhamento com parceiros estratégicos, ações promocionais conjuntas, captação de parcerias em prol da promoção e divulgação do destino, realização de press e influencer trips.

- A execução das contrapartidas e medidas compensatórias em projetos e ações da Belotur devem ser privilegiadas, sendo utilizadas de forma orientada e desonerando o erário;

- Ampliação a relação da DRMT com a ASPAR, buscando aprimorar os instrumentos jurídicos e estabelecer parcerias em apoio as ações da empresa;

- Em relação ao Edital, a gestão do passivo nas Prestações de Contas devem ser finalizadas. Além disso, dar continuidade à publicação dos Editais, resguardando-se os trâmites legais, mas simplificando os processos, de forma a desonerar em tempo e gestão as atividades da Diretoria;

- Em razão do alto número de ações executadas fora do planejamento, estabelecidas por demandas externas e não passíveis de previsibilidade, a há que se pensar em ter um fluxo para estas demandas e a sua inserção nas rotinas;

- Os materiais especiais promocionais devem ser restabelecidos, assim como a frente para elaboração dos vídeos do destino e de segmentos prioritários.

EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Subação	Orçamento Reprogramado	Executado (até 09/12/2021)	Não Executado
Segmentos e Produtos Turísticos	6.000,00	-	6.000,00
Projetos Turísticos	-	-	0
Ações de Marketing Turístico	53.000,00	65.600,00	-12.600,00
Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	8.000.000,00	4.339.758,40	3.660.241,60
Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	224.300,00	79.455,72	144.844,28
Promoção do Destino Turistico BH	648.000,00	569.073,87	78.926,13
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	138.500,00	92.426,00	46.074,00
TOTAL	**9.069.800,00**	**5.146.313,99**	3.923.486,01

Obs.: o saldo não executado, retirando os editais abortados é de R$ 263.244,41
Não realizado:

Feiras (outubro e novembro)	60.000,00	Participamos das feiras sem stand, com exceção da EBS
Aniversário da Cidade	62.000,00	Ação abortada
Reimpressão Material	50.000,00	Em processo de contratação na Glico, ainda em 2021
Press Kits (jornalistas e influen.)	10.000,00	Não aprovada na CCG
	182.000,00	

*** Considerar o saldo não executado pela ASCOM na Subação de "Posicionamento Turístico de Belo Horizonte"**

ANEXO II

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO BELOTUR 2021

ÁREA: Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação

---

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

Trazer breve contextualização do Planejamento para 21, recapitulando os objetivos traçados para 2021.

a) Objetivos do Plano 21

Na elaboração do Planejamento 2021-2014, a Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação - DRTI partiu das diretrizes norteadoras dadas pela PBH e pela Belotur para a nova gestão, que situam o turismo como um potencial motor para a retomada econômica, gerador de emprego e renda e capaz de posicionar a cidade como um destino atrativo, com aumento significativo nos indicadores das atividades turísticas nos próximos quatro anos, após forte queda no período da pandemia.

Outros elementos que foram considerados no desenho das ações da DRTI são as diretrizes do Dialoga Turismo, que foram um importante termômetro dos anseios e necessidades do trade turístico, fruto de uma escuta atenta da empresa junto ao trade turístico.

Além das diretrizes da primeira etapa do Dialoga Turismo, foram considerados os seguintes documentos orientadores, que determinaram as ações a serem priorizadas a partir de planos, convênios, contratos e ações de governança, assim como, da auditoria do Tribunal de Contas do Estado, que apontou lacunas a serem supridas. São eles:

- Auditoria do TCE
- Regimento Interno COMTUR
- Revisão do Plano de Marketing
- Plano de Gastronomia/Candidatura Gastronomia
- AAE
- PDITS
- Contrato da CEF/Belotur
- Consulta sobre gestão conselhos
- Consulta realização de Conferências na
- Programa Governo Prefeito
- Eixos estratégicos Planejamento Belotur
- Dialoga Turismo
- ODS
- Plano de Retomada
- Caderno do *Welcome CityLab*

Outro ponto importante a ser frisado antes da leitura do planejamento e que também afetou a priorização das ações a serem realizadas no período, especialmente nos dois primeiros anos da próxima gestão, foram os compromissos já pactuados anteriormente e cujas metas e prazos foram considerados.

Em resumo, os eixos prioritários da DRTI para o Planejamento 2021-2024 são:

- Economia Criativa (com prioridade para Gastronomia, Arquitetura/Design e Eventos |Urbanos - Carnaval)

- Ano Internacional para Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável da Unesco
- Inovação (geração de conhecimento, inteligência competitiva e digitalização)
- Sustentabilidade (economia circular e educação patrimonial)
- Fortalecimento da Governança

Outro ponto a ser destacado nesta breve introdução e que poderá orientar a leitura do relatório é a forma como ele foi estruturado. Neste sentido, as gerências da DRTI propuseram um olhar mais abrangente do caminho já percorrido, do horizonte que miramos em longo prazo, considerando os principais desafios a serem enfrentados, quais são as áreas focais que norteiam as ações a serem priorizadas, quais as estratégias que orientam esse caminho, quais são as oportunidades externas que poderão potencializar as ações propostas, para enfim adentrar nas ações, projetos e programas propostos para a Gestão 2021-2024.

Neste sentido, ao apresentar este relatório, torna-se fundamental olhar no retrovisor e entender o contexto das proposições da DRTI para a Gestão 2021-2024 e fazer uma análise crítica do que foi efetivamente realizado e dos fatores que impactaram a execução, bem como o processo de retomada das atividades turísticas, eventos, atividades culturais e de negócios, neste cenário ainda complexo no qual vivemos, incluindo-se ainda os efeitos da pandemia da COVID 19 em 2021.

2. PRINCIPAIS PROJETOS E AÇÕES

Resumo dos principais projetos realizados em 21 e da rotina de execução das áreas.

EIXO 1 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

- Aprimorar a gestão do COMTUR por meio de uma maior transparência das ações desenvolvidas no âmbito do Conselho e publicidade dos seus atos: qualificação da participação dos conselheiros, melhor organização e eficiência da Secretaria Executiva; maior visibilidade e transparência na divulgação da atuação do órgão colegiado e regularidade das reuniões plenárias. Atualização e manutenção da página do COMTUR - BH no Portal PBH: https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/politicas-de-turismo-e-governanca

- 3 Câmaras Temáticas Implementadas: elaboração da proposta, cronograma, regimento e validação junto ao COMTUR - BH entre os meses de outubro de novembro de 2021. A previsão é de que o início das atividades das Câmaras Temáticas seja feito até março de 2022.

- Dar continuidade ao programa Dialoga Turismo, iniciado no final de 2019, criando a partir das diretrizes definidas em 2020, o Plano Tático Operacional. O Plano Tático Operacional é fruto de um processo participativo empreendido pela Belotur junto ao trade turístico com o objetivo de refletir sobre a situação do turismo e os efeitos da pandemia e buscar novas alternativas para o desenvolvimento do setor. As diretrizes e ações elaboradas em 2020, foram detalhadas com a análise de riscos e oportunidades e a definição de prazos, fontes de recursos, responsáveis e indicadores de monitoramento.

- Networking: manutenção de atividades virtuais de acompanhamento do E-Criativa (Rede de Cidades Criativas Brasileiras da Unesco) e reuniões do cluster COG (Cities of Gastronomy da Unesco) constituído pelas Cidades Criativas da Unesco de todo o mundo. **(Programa Municipal de Turismo Gastronômico).**

- Belo Horizonte foi eleita, ao lado de Buenos Aires, Lima e Bogotá, para representar a América do Sul e Caribe no conselho da World Tourism Cities Federation (WTCF). A entidade, criada em 2012, é uma organização internacional de turismo sem fins lucrativos que visa promover intercâmbios e cooperação entre seus membros e a indústria do turismo. O anúncio dos novos componentes do conselho foi feito nesta terça-feira, dia 13 de Setembro.

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

Os principais projetos realizados neste eixo foram:

- 4ª edição do Seminário Cidades e Destinos Turísticos inteligentes **(Futurismo)**

Realizado virtualmente, entre 23 e 25 de novembro, o evento de caráter técnico científico chegou a sua quarta edição com uma programação de 3 dias com profissionais renomados nacionais e internacionais que compartilharam suas experiências, boas práticas e conteúdos com o público.

- Temporada Internacional de Alimentação e Gastronomia de Belo Horizonte **(Programa Municipal de Turismo Gastronômico)**

Evento híbrido organizado como parte das estratégias de consolidação do título de cidade criativa da gastronomia que resultou em 3 semanas de programações, no período entre 13 e 30 de outubro, celebrando o dia mundial da alimentação e a data em que Belo Horizonte recebeu o título da Unesco. O objetivo de qualificação do público prevista no Inova Gastronomia/Turismo foi incorporado à programação da Temporada de Gastronomia.

- Sede HUB Wakalua **(Futurismo)**

O Ministério do Turismo e a Wakalua - Primeiro Hub Global de Turismo, que fomenta a inovação através de acordos público-privados em mais de 150 países - firmaram um contrato com duração de 3 anos para a implantação de um hub de inovação do turismo no Brasil. A Belotur e a SMDE buscaram uma articulação institucional com a MaxMilhas, através do Laboratório Aberto da PBH, para elaboração, articulação e submissão de candidatura de Belo Horizonte, que resultou em visita técnica da comissão do Mtur e Wakalua e uma sinalização quanto a possibilidade de que Belo Horizonte seja a sede para os programas de aceleração desse Hub. Enquanto o resultado oficial não é oficializado, Belotur, SMDE e MaxMilhas decidiram, estrategicamente, dar continuidade ao relacionamento construído e lançar um projeto que daria sequência à essa articulação que foi estruturada como T3: Turismo, Tecnologia e Tendência.

- T3: Turismo, Tecnologia e Tendência **(Futurismo)**

Projeto que consolidou uma série de atividades previstas no planejamento da Belotur sob um formato único, contendo metodologia, estratégia e direcionamento unificado e integrado para que os resultados fossem alcançados de forma satisfatória. Consistiu na realização de oficinas de design sprint para mapeamento das dores do turismo, meetups (eventos/encontros) com empresas, um hackathon e um programa de pré-aceleração, no período entre 02 de setembro e 10 de dezembro.

Projetos que demandaram atenção especial em razão dos impactos da pandemia de Covid-19 na rotina de trabalho, considerando que as atividades foram realizadas em grande parte de forma virtual, o que gerou a necessidade de repensar, sugerir e adaptar processos como plataformas de transmissão, de engajar o público, aproximar dos parceiros e participantes e ainda de lidar com imprevistos da tecnologia como perda de conexão, apoio aos convidados que não conseguiam acessar plataformas usadas, etc e que demandou por parte da equipe adaptabilidade e planos de contingência.

- Outras ações realizadas:
    - Participação no Hackathon CRA com a proposição de um desafio e mentoria das equipes participantes;
    - Participação no Dialoga Turismo através da proposição, elaboração e monitoramento da ação do Hub de Inovação no Turismo;
    - Apoio prestado à DREV na elaboração do convênio do Carnaval celebrado com o Sebrae;
    - Atuação como facilitador de comunicação e produção de 3 textos para o blog do Portal Belo Horizonte.

- Outros projetos em andamento:
    - Elaboração e proposição de um convênio de inovação turística com Florianópolis e Foz do Iguaçu;
    - Elaboração da minuta do Chamamento Público para Prospecção de Parcerias com Instituições de Ensino.

- PESQUISAS

Neste momento de pandemia e pós-pandemia é imprescindível que a tomada de decisão dos gestores públicos e privados esteja embasada em dados e informações confiáveis, o que torna as pesquisas fundamentais para o sucesso de qualquer destino turístico. Compreendemos, ainda, que as atividades de pesquisas primárias realizadas pelo Observatório atendem à Diretriz Estratégica 6 do Dialoga Turismo “Suficiência de Dados e Inteligência de Mercado”, uma vez que aborda a coleta e sistematização de dados, subsidiando as políticas públicas e contribuindo para a elaboração e aperfeiçoamento dos demais projetos da Belotur.

- Publicações de dados abertos de bases pregressas no Portal da PBH alimentam possibilidades nos desafios de inovação e produção de estudos pelas academias. A base de dados das demais pesquisas primárias serão preparadas para publicação em 2022 em dados abertos.

- Pesquisa em parceria com a Fundação de Parques Municipais e Zoobotânica - Estamos aplicando uma pesquisa junto aos frequentadores de 10 parques, que permite o registro, sistematização e análise dos dados referente à visitação dos atrativos turísticos, especialmente dos obtidos a partir do sistema de agendamento de visitas.Prazo: entrega do Relatório em janeiro de 2022.

- Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade dos Serviços Turísticos -objetiva diagnosticar a qualidade dos serviços em atrativos turísticos, por meio do protocolo TOURQUAL. Vale ressaltar que este é único protocolo de qualidade validado e registrado no Brasil. Este projeto foi classificado como finalista no Programa

Turistech do Ministério do Turismo - Mtur.Prazo: entrega de Relatório Junho de 2022.

- 3ª onda de pesquisa sobre impacto do Covid 19 - online RBOT - A pesquisa de opinião “Impactos do novo coronavírus na atividade econômica” foi realizada entre os dias 26 de julho e 4 de agosto 2021, pela da Fecomércio MG, com 398 empresas do comércio varejista, atacadista e de serviços de Minas Gerais.

- ESTUDOS

- Evolução do ISS Turístico 2021- Tem o intuito de mostrar a evolução da arrecadação de impostos pelo poder municipal de atividades tipicamente e parcialmente turísticas na cidade. Os dados são provenientes da Secretaria Municipal da Fazenda da Prefeitura de Belo Horizonte (SMF-PBH). A agregação e classificação dos setores foi pensada em uma tarefa conjunta da Belotur com a SMF. Finalizado com o lançamento do POWER BI - Indicadores Turísticos de Belo Horizonte em Novembro de 2021.

- Editais de apoio a eventos 2020 - Busca avaliar alguns indicadores dos eventos habilitados, classificados e apoiados pelos editais no intuito de construir instrumentos de análise e possíveis indicadores de monitoramento para subsidiar a tomada de decisão da unidade gestora dos editais e gerar conhecimento para outros públicos interessados. Os dados são coletados junto às prestações de contas dos eventos e se referem à aplicação e destinação dos recursos concedidos pela Editais da Belotur. - Finalizaremos a coleta de dados em dezembro de 2021 e até julho de 2022 o estudo estará concluído.

- Apoio na elaboração do questionário, estratégia de coleta e relatórios das pesquisas da Cultura como Festival de Literatura Internacional, Virada Cultural e Festival de Arte Negra

- Participação na Rede Brasileira de Observatórios de Turismo

- Pesquisa de avaliação de qualidade e protocolos com metodologia Tourqual - viabilizado pela parceria com RBOT - Coleta iniciada.

EIXO 3 – DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

- Manutenção e reinstalação das lunetas danificadas e reforço no sistema de fixação dos cabeçotes (Pampulha + Mangabeiras + Sapucaí).

- Construção de Mirantes na Orla da Lagoa da Pampulha **:** o projeto destina-se a suprir uma antiga demanda da Pampulha, que é dotar a orla da lagoa da Pampulha de infraestrutura para a sua fruição, proporcionando melhores condições de receptividade e acomodação dos visitantes e turistas. Estão previstos a reforma e ampliação dos quatro banheiros (que serão dotados de duas unidades e acessibilidade) somados a quiosques de alimentação nos Mirantes Biguá, Bem-te-vi, Das Garças e Sabiá, assim como a implantação de dois novos mirantes, que contarão com a mesma infraestrutura e mobiliário nos mirantes já existentes (lixeiras, bancos e bebedouros). A DRTI/Belotur não conseguiu cumprir as exigências da CEF dentro do prazo da Cláusula Suspensiva e o Contrato de Repasse

foi cancelado. No entanto, houve um entendimento de que o Projeto Básico (arquitetônico) é crucial para a captação de recursos e para a articulação junto a outros órgãos para viabilizar a sua execução futura e, portanto, a DRTI seguiu com sua contratação com verba própria (R.O.T.), fazendo todos os trâmites necessários à contratação do escritório de arquitetura, que é autor do projeto original.

- Realização do Territórios e Redes Criativas – Pampulha (como foco no design, arquitetura e patrimônio) com 4 oficinas e uma mesa-redonda ;
- Realização do Innovation Camp de Design Pampulha (parceria com a Escola de Design da UEMG): 6 horas de oficinas em metodologia ágil para desenvolvimento de produtos associados ao turismo com participação de 19 estudantes, resultando em quatro soluções propostas.
- Lançamento do e-book: Roteiro e receitas da gastronomia da região da Lagoinha (ação final do Territórios e Redes Criativas – Lagoinha) com a realização de uma live com o jornalista Daniel Neto e com a chef de cozinha Mariana Gontijo. No processo de pesquisa junto a 15 empreendedores de gastronomia da região da Lagoinha foram realizadas consultorias especializadas em gastronomia, empreendedorismo e comunicação digital para alavancar os empreendimentos, que ganharam novo fôlego durante o período da pandemia.

Outras Ações – não programadas

- **Chamamento Ônibus Turístico Conjunto Moderno da Pampulha:** articulação da DRTI/Belotur com a BHTRans para implementação de linha turística integrada à Estação do Move, conforme meta incluída no Plano de Ação e Gestão do Conjunto Moderno da Pampulha para a UNESCO. É importante destacar que essa articulação avançou bastante nos meses de outubro e novembro, mas depende fortemente de uma formalização entre a Belotur e o órgão que será responsável pelo setor de transportes no município a partir de 2022. Há que se definir as formas de gestão e monitoramento dos serviços e respectivos indicadores de desempenho, além da cessão da plataforma turísticas e boxes do entorno, tornando assim sustentável a operação da linha turística.

- **Avaliação Ambiental Estratégica – AAE:** articulação entre a DRTI/Belotur e Secretaria de Meio Ambiente em atendimento a orientação feita pelo TCE, no sentido de se criar um plano de desenvolvimento sustentável para o turismo em Belo Horizonte. A articulação envolve uma análise técnica do Resumo Executivo da AAE, em especial o quadro de indicadores, para atualização e estabelecimento de um plano de ação que seja viável às duas pastas.

- **Plano de Turismo Sustentável para o Conjunto Moderno da Pampulha:** outra meta constante no Plano de Ação e Gestão do Conjunto Moderno da Pampulha para a UNESCO, cuja matriz de responsabilidade é assumida pela Belotur e Fundação Municipal de Cultura, além da SMMA. A Belotur irá integrar a equipe que irá desenvolver um Plano de Gestão Integrada a partir da metodologia do IPHAN.

3. RESULTADOS ALCANÇADOS

Em tópicos, e caso haja indicadores de comparação, informar (aumento ou diminuição em relação ao ano anterior, etc).

EIXO 1 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

- As Câmaras Temáticas do COMTUR BH foram implementadas ao longo dos meses de outubro e novembro de 2021. A Belotur apresentou uma proposta de constituição de três Câmaras Temáticas, a saber: Câmara Temática de Oferta Turística, Câmara Temática de Demanda Turística e Câmara Temática de Gestão do Destino (Governança). Foi aberto um processo de inscrição de forma ampliada para a composição de cada Câmara Temática, que teve a adesão de um total de 40 pessoas, sendo 33 representantes da sociedade civil e 7 representantes do setor público.

- A nova composição do COMTUR foi validada em reunião ocorrida no dia 13 de abril de 2021. A regularidade das reuniões foi submetida à aprovação de um calendário anual, zelando por uma maior regularidade das reuniões, no entanto, com a segunda etapa do Dialoga Turismo sendo realizada entre os meses de junho e julho, cujas atividades possuem ampla participação da maioria dos conselheiros(as). A página específica do portal da PBH destinada a dar publicidade e transparência à atuação do COMTUR BH foi atualizada e todas as atas e atos relacionados ao conselho, encontram-se disponibilizados.

CRONOGRAMA DE REUNIÕES COMTUR BH - 2021		
REUNIÕES ORDINÁRIAS	REUNIÕES EXTRAORDINÁRIAS	DATAS
13ª Reunião Ordinária		15/04/21
	3ª Reunião Extraordinária	13/08/21
14ª Reunião Ordinária		23/08/21
15ª Reunião Ordinária		16/09/21
	4ª Reunião Extraordinária	22/10/21
16ª Reunião Ordinária		18/11/21
17ª Reunião Ordinária		14/12/21

- O Plano Tático Operacional do Dialoga Turismo foi elaborado ao longo dos meses de junho e julho, por meio da realização de oficinas participativas online que tiveram como cerne, priorizar as ações contidas nas diretrizes da primeira etapa do programa, desenvolvido em 2020. A partir das diretrizes e das respectivas ações elencadas na primeira fase do programa, foi aplicada uma metodologia ágil que

permitiu analisar conjuntamente os riscos, potencialidades de cada ação, assim como definir responsáveis, prazos e indicadores de monitoramento. O resultado deste processo encontra-se sumarizado no documento denominado Plano Tático Operacional e em plataforma online, acessada pelos líderes e parceiros envolvidos no acompanhamento de cada uma das 14 ações priorizadas, muitas delas, já contempladas no conjunto de ações, projetos e programas da Belotur 2021-2024. Para dar maior transparência e abrangência ao monitoramento dessas ações, que ajudarão a nortear as políticas públicas do setor turístico no município até o final de 2022, prazo no qual deverá ser concluído o processo de construção do Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte. O Plano Tático Dialoga Turismo foi validado junto ao COMTUR BH na 14ª Reunião Ordinária, realizada no dia 23 de agosto.

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

- 4ª edição do Seminário Cidades e Destinos Turísticos inteligentes (Futurismo):
    - 442 inscritos e 260 participantes em 2021, que correspondeu a 59% dos inscritos (704 inscritos e 316 participantes em 2020, que correspondeu a 45% dos inscritos);
    - 18 convidados nacionais e internacionais de 7 países;
    - 3 dias de eventos e 9 horas de conteúdo;
    - 1.657 visualizações na página do evento na Sympla;
    - 20 profissionais envolvidos em atividades de apoio, produção e logística;
    - 14 horas de gravações para o evento de encerramento com 115 visualizações.

- Temporada Internacional de Alimentação e Gastronomia de Belo Horizonte (Programa Municipal de Turismo Gastronômico):
    - 636 inscritos e 296 participantes;
    - 9 sessões virtuais de caráter técnico científico;
    - 39 convidados nacionais e internacionais de 13 cidades e 10 países;
    - 3 semanas de eventos e 18 horas de conteúdo;
    - 2.755 visualizações na página do evento na Sympla;
    - + de 40 horas de gravações presenciais para o programa/evento especial de encerramento;
    - 884 visualizações do vídeo do programa/evento especial de encerramento;
    - 35 profissionais envolvidos em atividades de apoio, produção e logística.

- T3: Turismo, Tecnologia e Tendência (Futurismo):
- Oficinas de Processamento :
    - 3 sessões com 2 horas de conteúdo cada;
    - 4 desafios levantados pelos participantes nas oficinas
    - 46 participantes.
- Meetups:
    - 559 inscritos nos meetups com 113 participantes, que correspondeu a 20% dos inscritos;
    - 3 sessões com 4 horas de conteúdo;
    - 6 convidados nacionais;
    - 1.300 visualizações na página do evento na Sympla;
- Hackaton:
    - + de 200 horas de conteúdo, capacitação e qualificação durante o hackathon e a pré-aceleração;

- 99 inscritos no Hackathon que durou 3 dias ininterruptos, com a participação de 52 pessoas e 5 equipes;
- 7 startups participantes na pré-aceleração;
- 20 mentores em inovação, design, produtos digitais, experiência do usuário, serviços, desenvolvimento, tecnologia;
- 5 facilitadores e condutores de todas as etapas do projeto;
    - 3 equipes premiadas.
- Pré-aceleração:10 profissionais da área de turismo, direito, comunicação, publicidade, recursos humanos, administração e economia envolvidos na organização;
- + de 40 profissionais envolvidos em atividades de apoio, produção, logística, oficinas de cocriação e comissões julgadoras.

Números gerais:

- *233 horas de conteúdo/informação disponível;*
- *+ de 1.775 participantes;*
- *193 convidados e profissionais envolvidos.*

- Observatório do Turismo:
    - Mais 4 bases disponibilizadas em dados abertos da PBH;
    - Aprimoramento da divulgação dos dados do setor com painel de powerBi; Incremento no monitoramento da atividade turística com inclusão do novo Caged;
    - O estudo dos editais de eventos permitiu analisar, monitorar a ação para o aperfeiçoamento dos editais de subvenção da Empresa Municipal de turismo S/A - Belotur.
    - 3 apoios em pesquisas de eventos promovidos pela Fundação Municipal de Cultural

EIXO 3 – DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

- A manutenção e reinstalação das lunetas danificadas e reforço no sistema de fixação dos cabeçotes das onze lunetas instaladas na Pampulha, Parque das Mangabeiras e Mirante da Rua Sapucaí foi concluída no dia 2 junho de 2021.

- A Construção na Orla da Lagoa da Pampulha (Mirantes): Tendo a Cláusula Suspensiva do Contrato de Repasse 893740/2019 não sido superada, conforme previsto no planejamento. No entanto, optou-se pela contratação do Projeto Arquitetônico com verba própria da Belotur (R.O.T.), cujo contrato foi assinado no final de julho. A execução dos serviços teve início em agosto, sendo concluída a terceira e última etapa no dia 6/11/21. À esta última etapa está vinculada a aprovação do projeto junto aos órgãos de patrimônio nas três instâncias - municipal (DPCA/FMC, estadual (IEPHA-MG) e federal (IPHAN). O protocolo junto a estes órgãos foi realizado no dia 7 de dezembro de 2021, em meio eletrônico. É importante ressaltar que no dia 18/11/21 foi realizada uma reunião de alinhamento para apresentação do projeto junto aos órgãos de patrimônio, na qual foram pontuadas algumas alterações, que foram então incorporadas ao Projeto Básico, facilitando assim o processo de pré-análise técnica. O projeto será considerado finalizado, após a aprovação dos três órgãos de patrimônio, cuja previsão não é possível ser feita neste momento, dado que o trâmite em cada órgão se dá de forma distinta.

- O Projeto Territórios e Redes Criativas – Etapa Lagoinha é fruto de um convênio celebrado entre a Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Belotur, e o Sebrae; e contou com a parceria da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico – SMDE, a Secretaria Municipal de Assistência Social, Segurança Alimentar e Cidadania – SMASAC, por meio da Subsecretaria de Segurança Alimentar e Nutricional – SUSAN e o SENAC**.(Programa Municipal de Turismo Gastronômico)**

  Na sua terceira e última fase do projeto, foi realizado o lançamento em formato online, no dia 10 de agosto deste ano, com uma *live* com a participação do Nenel (Baixa Gastronomia), a chef e empresária Mariana Gontijo e um dos empreendedores que participou do processo formativo e das consultorias realizadas ao longo do projeto Cátia Cândida da Silva (Bar Venda da Esquina).

Link vídeo de lançamento do e-book: https://www.youtube.com/watch?v=EW6-Q_BXK

Link e-book: http://portalbelohorizonte.com.br/sites/default/files/documentos/2021-08/e-book-lagoinha.pdf

- Reputação Digital da Gastronomia de Belo Horizonte **(Programa Municipal de Turismo Gastronômico)**

O projeto teve o intuito de mensurar e analisar a reputação digital e a presença digital de 650 estabelecimentos gastronômicos de Belo Horizonte. As informações para a análise foram coletadas nas plataformas Google, Facebook, TripAdvisor e Ifood. Portanto, a reputação consiste na opinião dos consumidores que avaliam os estabelecimentos e a presença digital dos mesmos no Instagram. O diagnóstico da reputação digital do setor gastronômico serviu de subsídio para a definição de estratégias, diretrizes, linhas de ação e de objetivos para a condução do setor de forma eficiente e eficaz. O diagnóstico foi uma das ações do convênio firmado entre a Belotur e o SEBRAE - MG. Finalizado em agosto de 2021. Desta ação surgiram as ações: consultoria sobre engajamento digital para 200 (duzentos) estabelecimentos de alimentação de Belo Horizonte e fornecimento de insights para elaboração de 6 (seis) ações de capacitação direcionadas para algumas "dores"específicas do setor (delivery, preços, atendimento, engajamento, aplicativos e vendas) , como a Jornada da Alimentação.

4. AVALIAÇÃO QUALITATIVA DOS RESULTADOS ALCANÇADOS

Parágrafo de conclusão dos principais resultados alcançados, qualificando a entrega para além dos números (relacionamento com parceiros, articulação, etc).

EIXO 1 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

- Em geral, podemos avaliar que a área de governança teve um resultado bastante satisfatório no que tange a qualificação e maior proximidade da Belotur com o trade turístico, tanto na organização do COMTUR BH quanto na execução e resultados obtidos no Dialoga Turismo e na criação das Câmaras Temáticas. O COMTUR – BH tem uma pauta bem mais abrangente e é mais demandado pelo trade turístico, demonstrando a legitimação dessa instância de interlocução entre a sociedade civil organizada e a Belotur. O Dialoga Turismo é citado com um exemplo de processo participativo que resultou em documentos consistentes, que hoje norteiam o planejamento da Belotur. Por último, as Câmaras Temáticas eram uma antiga reivindicação do *trade* turístico, agora concretizadas, com Regimento Interno e Composição validados pelo COMTUR-BH, inaugurando uma nova etapa de governança no setor de turismo no município.

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

- 4ª edição do Seminário Cidades e Destinos Turísticos inteligentes:
    - A consolidação do Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes como um evento de calendário da Belotur e também de repercussão nacional, chegando a sua 4ª edição;
    - Criação de landing page para o evento;
    - 4 sessões virtuais de caráter técnico científico, com convidados nacionais e internacionais que compartilharam experiências, casos de sucesso, boas práticas e conhecimento com os participantes inscritos;
    - 9 horas de conteúdo disponível em http://portalbelohorizonte.com.br/destinosinteligentes para consulta de quem não conseguiu acompanhar ao vivo;
    - Uma novidade e avanço em termos de acessibilidade foi a disponibilização de interpretação em libras para o público;
    - Temas abordados: Destinos Turísticos Inteligentes: perspectivas e desafios da implementação do modelo DTI pós pandemia; Turismo, Big Data e Inteligência Artificial; Agenda 2030 e turismo: como incorporar novos parâmetros para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável;
    - Evento de encerramento com 1 hora de duração contando com representantes e especialistas do ecossistema da inovação que irão disponibilizar conteúdos sobre o tema, além de dicas que possam contribuir para o empreendedorismo e o incentivo à criatividade, utilizando de ferramentas tecnológicas a favor da transformação digital do turismo que será transmitido em 10 de dezembro de 2021.

- Temporada Internacional de Alimentação e Gastronomia de Belo Horizonte:
    - 9 sessões virtuais de caráter técnico científico, com convidados nacionais e internacionais que compartilharam experiências, casos de sucesso, boas práticas e conhecimento com os participantes inscritos;
    - 18 horas de conteúdo disponível em http://portalbelohorizonte.com.br/temporadagastronomia para consulta de quem não conseguiu acompanhar ao vivo;
    - Uma novidade e avanço em termos de acessibilidade foi a disponibilização de interpretação em libras para o público;
    - Criação de hotsite para o evento;
    - Temas abordados: Turismo gastronômico; Agricultura urbana; Inclusão social; Turismo de negócios e eventos; Mercados, desenvolvimento e produção local; Sustentabilidade e inovação na gastronomia; Governança; Patrimônio imaterial; Circuitos alimentares;
    - Destaque para a convocatória lançada pela Belotur junto à rede de cidades criativas da Unesco que permitiu que 13 cidades criativas da gastronomia do mundo todo pudessem compartilhar suas histórias durante o evento. Incluem nesse rol Suécia, Equador, Espanha, México, EUA, Austrália, Peru, Itália, China e Brasil;
    - Integraram ainda na programação da Temporada Internacional de Gastronomia e Alimentação de Belo Horizonte eventos da Secretaria e Fundação Municipal de Cultura e da Secretaria Municipal de Assistência Social, Segurança Alimentar e Cidadania, que expandiram o alcance para públicos e temáticas diversas;
    - E para encerrar a temporada, um evento especial foi transmitido no dia 30/10 em comemoração aos 2 anos do título de cidade criativa, com um bate-papo entre chefs belo-horizontinos e com participações de convidados

que apresentaram e conversaram sobre as diversas vertentes e frentes da gastronomia.

- T3: Turismo, Tecnologia e Tendência:
    - Reconhecimento do projeto nacionalmente, já que o T3 foi finalista no Desafio Turistech, promovido pelo Ministério do Turismo e Wakalua;
    - Aproximação da Belotur com startups e outros atores do ecossistema de inovação da cidade, especialmente com a MaxMilhas;
    - Desenvolvimento de uma ação oriunda do chamamento público do Laboratório Aberto da PBH;
    - Realização de 3 oficinas de cocriação para definição dos desafios que serão trabalhados no hackathon e a na pré-aceleração, com a participação de 23 representantes da cadeia produtiva do turismo e de startups/ travel techs;
    - Realização dos meetups/encontros para a troca de experiências e discussão de estratégias para a digitalização do turismo com a participação de importantes players como ClickBus, Sympla, Airbnb e MaxMilhas;
    - Pela primeira vez utilizamos uma plataforma gamificada para dar mais dinamismo, interação e integração em um projeto simulando o ambiente presencial em um ambiente virtual - chamada Gather, durante o hackathon e a pré-aceleração;
    - Equipes multidisciplinares focadas em solucionar, durante um final de semana, problemas mapeados nas oficinas de cocriação dentro do hackathon;
    - 4 semanas de pré-aceleração para catalisar as soluções de startups.

- Pesquisas e Estudos:

Os dados disponibilizados contribuem para a tomada de decisão mais assertiva por parte do poder público, privado e entidades de classe, além de proporcionar à academia insumos para a geração de novos conhecimentos, o que também propicia um ambiente para a inovação e sustentabilidade da atividade turística. A integração com os observatórios de turismo proporciona a padronização das metodologias de pesquisa, o compartilhamento de conhecimentos, a parceria em projetos de pesquisa, como por exemplo a Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade dos Serviços Turísticos em andamento.

A geração de novas pesquisas permitiu conhecer o perfil dos frequentadores dos atrativos e parques, além de avaliar a qualidade da infraestrutura e serviços ofertados, proporcionando aos gestores informações qualificadas para maximizar os pontos fortes e minimizar os pontos negativos observados pelos frequentadores dos estabelecimentos supracitados.

- Projetos Especiais do Observatório do Turismo:

    - Maior integração com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo;
    - Convites para participação como palestrante em seminário, grupo focal para RIMT (Rede de Inteligência de Mercado no Turismo)
    - Por conseguinte o conjunto de ações do Observatório do Turismo favoreceu o ambiente de estudos e análises do setor, ademais fortalece a Belotur como referencial de governança de dados.

- Monitoramento de indicadores turísticos:

- Taxa de ocupação hoteleira - Diária média e RevPar - Aumento em relação à 2020 , mas menor em relação à 2019 em função da COVID 19
- ISS Turístico - Aumento em relação à 2020 e menor em relação à 2019 em função da COVID 19
- Monitoramento de Métricas do Portal Belo Horizonte - Coleta, organização e manutenção do histórico comparativo dos números da gestão do portal Belo Horizonte extraídos do Google Analytics. Esta ação visa compreender os impactos das ações/projetos/conteúdos produzidos e geridos pela Belotur no âmbito digital. Vale ressaltar que o monitoramento já é realizado mensalmente. As principais métricas são: visão geral de comportamento do usuário (visualização da página, visualização de página única, taxa de rejeição e percentual de saída); o que os usuários veem quando estão em seu site (qual página é a mais popular e páginas mais acessadas) quais as origens dos seus usuário e de onde vem seus acessos;

EIXO 3 – DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

- Apesar de ter concluído com êxito a manutenção e a reposição das peças das lunetas, é necessário a definição de um plano de manutenção das lunetas junto à SUDECAP, que não foi viabilizada por meio de uma interlocução no nível gerencial, ou seja, entre a Gerência de Desenvolvimento Turístico/DRTI/Belotur e a Gerência do Departamento de Manutenção de Próprios I DPMP-SD/SUDECAP que acompanhou a instalação e manutenção das lunetas desde a implantação do projeto, em 2018. A DRTI articulou inclusive um treinamento para a manutenção das lunetas junto ao fabricante, assim como o envio de um manual detalhado (em PDF e vídeo) para a manutenção dos equipamentos. As informações sobre as lunetas (mapa e localização) no Portal de Belo Horizonte foram atualizadas.

- Contrato de Repasse Belotur/MTUR – Reforma e Construção na Orla da Lagoa da Pampulha (Mirantes)**,** as metas da contratação do Projeto Básico foram cumpridas dentro do prazo estipulado e com todas as entregas efetuadas, faltando apenas a aprovação dos órgãos de patrimônio nas instâncias federal, estadual e municipal, fator sobre o qual não temos plena governança, mas devido a um esforço de articulação da DRTI, houve um alinhamento para que o projeto fosse apresentado conjuntamente a todos os órgãos, o que em tese, facilita a análise técnica. No entanto, o prazo para a emissão dos pareceres técnicos de aprovação do Projeto Básico dos Mirantes da Pampulha ainda está indefinido e continua a ser devidamente monitorado pela DRTI.

- Territórios e Redes Criativas: ao longo da realização de duas etapas do projeto em regiões com características tão distintas da cidade como a Lagoinha e a Pampulha, podemos avaliar que os objetivos propostos foram amplamente alcançados, especialmente no que tange à ampliar o olhar sobre esses territórios, valorizando as principais características identitárias de cada região e aliar ações de formação e capacitação do *trade* turístico e dos empreendedores locais às ações de estruturação destes territórios, conforme proposto no planejamento das ações da DRTI.

  Outro ponto a ser ressaltado na execução do projeto é a criação de sinergia para atuação em rede, que no caso da Lagoinha reuniu empreendedores do setor da alimentação, com instituições como o Sebrae, SENAC e órgãos públicos que atuam com políticas públicas que possuem interfaces diversas com o setor, como é o caso

da Belotur (turismo), SMDE (geração de emprego e renda) e SMASAC (segurança alimentar).
No caso da Pampulha a sinergia se deu na união entre profissionais já estabelecidos, experiências diversas do setor público que conectam design, turismo e patrimônio e estudantes do ensino superior, buscando um olhar multifacetado sobre um determinado território a partir da abordagem inovadora das suas potencialidades criativas.

- Qualificação da reputação digital dos empreendimentos gastronômicos para 200 empreendimentos **(Programa Municipal de Turismo Gastronômico)**
    - Consultoria sobre engajamento digital para estabelecimentos de alimentação de Belo Horizonte - Ofereceu consultoria com diagnóstico personalizado e gratuito para bares, restaurantes, lanchonetes, mercados, queijarias, empórios, chefs de cozinha e empreendedores caseiros de Belo Horizonte. Visou melhorar a avaliação dos negócios nos meios digitais, promoveu mais interação dos empresários com seus clientes e, com isso, impulsionou a retomada da economia local. Foram beneficiados 200 empreendimentos gastronômicos. Ação finalizada em junho de 2021.

    - Jornada da Alimentação foram 6 capacitações no formato de lives que abordaram os principais problemas encontrados na reputação digital, com temas: delivery, preços, atendimento, engajamento, aplicativos e vendas. Alcançou mais de 4 mil visualizações no canal do youtube do parceiro desta ação, que segue disponível para acesso: https://www.youtube.com/c/sebraeminas/videos

5. PROJETOS NÃO REALIZADOS + JUSTIFICATIVA

Em tópicos, com justificativa curta do motivo da não realização da ação planejada.

EIXO 1 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

- Preparação da I Conferência Municipal de Turismo de Belo Horizonte concluída (Dialoga Turismo): esta ação está atrelada à elaboração do Plano Municipal de Turismo, uma das ações priorizadas no Plano Tático Dialoga Turismo a ser concluída até o final de 2022. Ocorre que na legislação a elaboração do Plano Tático é de responsabilidade da Belotur e do COMTUR-BH. Neste sentido, houve o entendimento, que será devidamente validado junto ao conselho, de que seria necessário um trabalho prévio a partir dos documentos de planejamento já existentes, assim como um alinhamento das ações previstas no Dialoga Turismo, no sentido de se fazer um diagnóstico prévio do setor turístico no município, para posteriormente apresentar os resultados de forma mais ampliada. Assim, primeiro será feito este processo de análise e diagnóstico, para posteriormente realizarmos a conferência e aprovação do Plano Municipal de Turismo. A realização da Conferência Municipal de Turismo foi, portanto, adiada para acontecer em novembro de 2022 e o processo preparatório ocorrerá a partir de junho.
- Criar instâncias de diálogo e construção de políticas públicas para o segmento da gastronomia, propiciando um diálogo ampliado entre os setores público e privado que reúna os vários elos da cadeia produtiva, por meio da implementação do Comitê Gestor da PBH para Cidade Criativa da Gastronomia e da Rede de Governança Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia. O decreto de constituição do Comitê Gestor da Cidade Criativa da Gastronomia aguarda

tramitação. **(Programa Municipal de Turismo Gastronômico)**.

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

- Sustentabilidade e Inovação no Carnaval 2022
    - Justificativa: Em razão da indefinição quanto à realização do Carnaval de Belo Horizonte em 2022 e considerando que esse projeto é vinculado ao planejamento do evento, a ação não foi realizada.

- Pesquisas: sobre uso e consumo de informação; eixo estratégico prioritário; eventos da Belotur (Carnaval e Arraial de Belo Horizonte); Demanda Turística; perfil dos hóspedes
    - Justificativa: em consequência da covid 19, tanto as pesquisas de campo quanto as digitais que teriam impacto na coleta, foram adiadas pelas indefinições de cenário para um momento oportuno.

- Personas do Turismo
    - Justificativa: por se tratar de uma ferramenta que tem por objetivo criar a imagem do turista ideal para ajudar o mercado a desenvolver produtos e serviços que atendam às necessidades dos turistas, não iremos realizar este estudo no ano de 2021. Esta decisão foi tomada em função da pandemia do covid 19 e as transições de cenários que impactam as delimitações do escopo do trabalho a ser contratado.
- Edital para 2º livro digital com artigos sobre a economia criativa (com foco na gastronomia) e turismo
    - Justificativa: sabendo-se que a maioria das universidades permaneceram em 2021 com as aulas a distância e com prazos para submissão e análise curtos, não teríamos adesão dos docentes como voluntários no projeto.
- Pesquisas e estudos em conjunto com Rede Observatório do Turismo de Minas Gerais para projeto de monitoramento de fluxo e perfil dos atrativos turísticos do Circuito Liberdade.
    - Justificativa: com alteração de gestão do circuito este projeto foi descontinuado até uma nova oportunidade de parceria.

EIXO 3 – DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

- Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha e entorno
    - Justificativa: a renovação/atualização da Sinalização Interpretativa Turística atendendo ao novo padrão do Guia Brasileiro de Sinalização Turística e do Manual de Sinalização do Patrimônio Mundial/IPHAN, ambos publicados em 2021, para que haja uma padronização da identidade visual adotada pela UNESCO encontra-se vinculada a um convênio da Confederação Nacional dos Municípios com o Ministério do Turismo com verba do BNDES, no qual Belo Horizonte é signatário, por meio do Diretoria de Patrimônio Cultural e Arquivo Público/FMC, sobre o qual a Belotur não possui governança. É importante destacar, que diante da imprevisibilidade dos recursos do referido convênio para a nova Sinalização Interpretativa Turística de acordo com a identidade visual da UNESCO, a Belotur em parceria com outros órgãos da PBH, vem buscando alternativas junto à iniciativa privada para viabilizar os recursos necessários, no entanto, até o momento, não temos nenhuma previsão para que tais parcerias serão efetivadas.

- Contrato de Repasse Belotur/MTUR – Reforma e Construção na Orla da Lagoa da Pampulha (Mirantes)
  - Justificativa: diante das limitações impostas pela pandemia, falta de conhecimento técnico em projetos de infraestrutura e da extensa documentação exigida pela Caixa Econômica Federal para o vencimento da Cláusula Suspensiva, entre os quais a aprovação do projeto executivo e projetos complementares pelos órgãos de patrimônio nas três esferas governamentais, não foi possível acessar os recursos do Contrato de Repasse 893740/2019 celebrado entre a Belotur e o Ministério do Turismo - MTur, com interveniência da Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura no prazo determinado, a saber, até o dia 27/06/20. Conforme já esclarecido anteriormente, optou-se pela contratação do Projeto Básico de Reforma dos Mirantes já existentes e construção de dois novos, com verba própria da Belotur, visando viabilizar um cenário mais favorável à captação de recursos para a execução do projeto em pauta em médio e longo prazos.

- Territórios e Redes Criativas – Etapa Mercado Central
  - Justificativa: não foi realizada devido às limitações impostas pela pandemia. É importante ressaltar que para termos resultados mais palpáveis neste projeto é necessário um esforço extra de conhecimento e reconhecimento de cada território, que exige um tempo necessário para realização de pesquisa e mapeamento e um processo de articulação junto às lideranças, visando a aderência do público-alvo às ações propostas e customizadas conforme as demandas e lacunas identificadas.

6. ENCAMINHAMENTOS, APONTAMENTOS E INSIGHTS PARA 22.

Em tópicos, trazer encaminhamentos, com base no relatório para o planejamento 22 (projetos, programas ou ações que precisam de fortalecimento, continuidade ou interrupção).

EIXO 1 – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

- Uma das ações prioritárias da Governança é a elaboração do Plano Municipal de Turismo que será o principal instrumento de planejamento das políticas públicas de turismo do município após validado junto ao COMTUR BH. Este, assim como os demais planos já elaborados pela Belotur, não é uma atribuição de uma diretoria ou um setor da empresa isoladamente. Portanto, é fundamental que todos os setores da empresa sejam envolvidos no processo que resultará no Plano Municipal de Turismo, assim como na sua execução ao longo dos próximos anos.
- É igualmente importante que os outros setores da empresa acompanhem o trabalho das Câmaras Temáticas ao longo dos próximos anos, que servem como um termômetro das demandas do setor e podem auxiliar na divulgação e na mobilização dos diversos atores da cadeia produtiva do turismo.

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO E PROCESSOS DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO

- Para 2022 percebemos a importância da retomada da proposta de elaboração de uma metodologia que auxilie a Belotur a traçar as estratégias e diretrizes no eixo destino turístico inteligente e que essa temática seja conciliada com a realização da Conferência Municipal de Turismo. Esse é o ponto de necessidade de

fortalecimento que pode balizar, inclusive, a condução dos demais projetos de inovação e sustentabilidade da empresa e para a cidade. Além disso, algumas percepções:

- A proposta para o Seminário Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes é que o evento possa se conectar e integrar a programação da Conferência Municipal de Turismo e fortalecer a programação, com o foco nesta temática;
- Em relação à Temporada Internacional de Alimentação e Gastronomia de Belo Horizonte a proposta é que a mesma passe a ocorrer bianualmente;
- A parceria com MaxMilhas foi executada de forma plena e satisfatória de forma que instiga o desejo em dar continuidade ao projeto em 2022 com o desenvolvimento de um programa de aceleração, por exemplo;
- A utilização do instrumento da SMDE - Laboratório Aberto da PBH se mostrou adequada, útil e eficaz para a execução de ações voltadas para inovação e tecnologia no Município, que pode ser um caminho a ser usado em 2022 no relacionamento e apoio à startups/ travel techs;
- Com base no exemplo bem sucedido do Laboratório Aberto da PBH a proposta da DRTI é de um edital de chamamento público, em moldes similares, para prospecção de instituições de ensino que desejam parcerias com a Belotur;
- Fomentar as análises e produção de textos para discussões com recorte de áreas específicas, de acordo com os projetos do planejamento.
- É preciso repensar, analisar e validar modelos de eventos - presencial, virtual, híbrido para encontrar o melhor modelo para a continuidade dos eventos técnicos científicos da Belotur.
- Importante avaliarmos a necessidade de uma maior integração da DREV nos processos de realização de eventos da Belotur
- Importância de manter a coleta de base primárias como pesquisa de demanda.
- A pesquisa Tourqual está com baixa adesão do público e seria importante ter uma equipe para atingir uma amostra estatisticamente válida. Verificar possibilidade de estagiário ou parceria com as academias.
- Na pesquisa de avaliação dos Parques, após relatório análise também da continuidade e expansão para demais parques e atrativos da cidade.
- Projetos Especiais do Observatório:
    - Manutenção das interações com trade e academia na produção e estímulo do uso das informações disponibilizadas.
    - Empregos da Economia Criativa - CAGED 2020 (Foco Gastronomia) - formalizar a parceria com os Observatórios da Gastronomia de Florianópolis e São Paulo, para construir uma metodologia para acompanhar e planejar o monitoramento de indicadores, dados, informações e conhecimento sobre as atividades criativas nas cidades brasileiras presentes na rede. Salienta-se, ainda, que a parceria será formalizada por convênio, que permitirá a adesão de outras cidades no intuito de ampliar ainda mais as cooperações e o escopo do trabalho proposto. Previsão de assinatura do convênio - maio de 2022 (programa Municipal de Turismo Gastronômico).

EIXO 3 – DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

- Considerando o estado precário da Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha, após dois anos sem a devida manutenção, que aguardava o trâmite e aporte de recursos do referido convênio da CNM/BNDES, desde o início de 2020, há que se considerar se a Belotur realiza a manutenção da sinalização atual, que não está nos padrões da UNESCO ou se investe recursos em uma nova sinalização interpretativa turística, considerando, portanto, que o referido convênio não será efetivado em um horizonte temporal de curto prazo, ou seja, ainda em 2022.

- O MTUR possui edital de infraestrutura turística, que sazonalmente é aberto e no qual estão habilitados a se inscrever órgãos de turismo dos municípios brasileiros. Ocorre que a maioria desses órgãos não possui corpo técnico próprio capaz de desenvolver projetos de arquitetura e engenharia, normalmente necessários à execução de obras de infraestrutura. Este problema tem sido recorrente em todos os municípios e para que tais projetos sejam efetivados sem maiores percalços, é necessário que os órgãos de turismo municipais façam arranjos internos com os órgãos responsáveis pela execução de obras.

- Para todo e qualquer projeto de infraestrutura já proposto ou a ser desenvolvido pela Belotur é urgente estabelecer os seguintes alinhamentos e parâmetros que podem impactar diretamente na eficiência de tais iniciativas:
    - A Belotur não possui em seu quadro técnico profissionais com formação técnica em engenharia e manutenção de equipamentos que possa atuar na manutenção de toda e qualquer estrutura física ou equipamento de uso público, que por ficarem expostos às condições do tempo e ao uso massivo da população, requerem inspeção e cuidados permanentes, dependendo assim da atuação de outros órgãos, que podem ou não priorizar essas ações em seus respectivos planejamentos;
    - A manutenção de equipamentos deve ser compreendida como uma ação de caráter contínuo pelas áreas meio da Belotur, o que possibilitaria que o planejamento de tais ações fosse pensado em longo prazo, desonerando as áreas envolvidas no que tange aos processos necessários às contratações devidas, considerando que estes serviços serão, necessariamente, terceirizados, uma vez que o corpo técnico da Belotur não possui expertise para desempenhar tais funções;
    - Posto que os projetos em pauta já se encontram em curso, é urgente que uma solução para sua manutenção seja pensada no nível do gabinete da empresa, com definições claras sobre a programação orçamentária, responsáveis técnicos, plano de ação, prazos e indicadores para o devido monitoramento das ações, junto aos órgãos responsáveis pela manutenção de infraestrutura física e equipamentos públicos na PBH. É importante destacar que nos níveis gerenciais e de diretoria, já houve inúmeras tratativas junto à SMOBI/SUDECAP, visando a manutenção dessas estruturas, porém, sem sucesso.
    - Dada a importância do projeto de reforma e construção dos Mirantes da Pampulha e o custo relativamente baixo para a execução da obra (incluindo-se os projetos complementares e do projeto executivo), é necessária uma articulação política do gabinete junto à PBH, em parceria com a DPCA/FMC/SMC e SMPOG no sentido de se obter recursos para a sua realização.

- Todas as ações realizadas no escopo do projeto Territórios e Redes Criativas em 2020 e 2021 foram feitas dentro do convênio Belotur/Sebrae-MG. Devido ao escopo abrangente das ações que compõem o projeto em pauta — que vão desde a formação voltada para a gestão e empreendedorismo, passando pela gestão da gastronomia, pesquisas, mapeamentos, reflexão, debate e até mesmo ações que possuem interface tecnológica, como a Realidade Aumentada — é necessário analisar se as ações propostas conseguirão ser efetivadas com a agilidade necessária, sem as parcerias externas. Avaliamos que os resultados obtidos foram, em parte, devido a um esforço extra da equipe e a uma maior agilidade nos processos de contratação, sem os quais, provavelmente, os resultados apresentados seriam distintos.

- A divulgação é um problema recorrente na realização dos projetos da DRTI. Mesmo seguindo o fluxo e prazos desenhados pela ASSCOM, a divulgação/assessoria de imprensa não é realizada com maior antecedência, comprometendo o alcance e a repercussão dos projetos e ações.

- As ações relacionadas à Pampulha, devido à sua complexidade, necessitam de uma articulação política junto a outros órgãos da PBH. Quando o Comitê Gestor do Conjunto Moderno da Pampulha estava ativo, essa articulação era facilitada. Com a retirada do IPHAN da coordenação do Comitê Gestor, em junho de 2019, as ações concernentes à Pampulha encontram-se desconexas. Atualmente há uma perspectiva de retomada do Comitê Gestor, articulada pelo DPCA/FMC. No entanto, não há previsão para que ele retome as atividades.

- Neste momento o DPCA/FMC está realizando a revisão da matriz de responsabilidades das ações pactuadas entre a PBH e a UNESCO para a manutenção do título de Patrimônio da Humanidade. A Belotur concluiu quase todas as ações previstas, no entanto, ficando pendentes aquelas nas quais geralmente há uma atuação interfacetada com outros órgãos como o ônibus turístico. Se analisarmos as atividades propostas no planejamento e o volume de recursos aportado, considerando que a Pampulha é o principal atrativo turístico de Belo Horizonte e constar como uma das ações prioritárias no Planejamento Estratégico da PBH 2021-2024, o total de recursos destinados à região não espelha essa visão estratégica. É de vital importância uma articulação política conjunta entre os diversos órgãos da PBH com os quais o turismo possui interface, especialmente a a FMC (patrimônio), a SMPU (políticas Urbanas e a partir de 2022, Mobilidade), SMOBI (manutenção, reforma e construção) e SMMA (Meio Ambiente), no sentido de se estabelecer metas conjuntas, priorizá-las e destinar um maior aporte de recursos para finalizar projetos como a Reforma e ampliação dos Mirantes, a produção de conteúdos tecnológicos (QRCodes, Realidade Aumentada), a melhoria do acesso, a sinalização no padrão UNESCO e outras ações de estruturação e desenvolvimento turísticos.

7. EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Em planilha simplificada: Orçamento x Execução x Não executado.

DRTI	Orçamento	Execução	Não Executado

GITUR	310.000,00	250.000,00	60.000,00
GDTUR	246.940,00	96.940,00	150.000,00
GEREP	187.839,00	22.000,00	165.839,00
Total	744.779,00	368.940,00	375.839,00

Obs: Vale considerar que diversos projetos da DRTI foram realizados no primeiro semestre de 2021 com recursos do convênio com SEBRAE MG provenientes do orçamento 2020.

Anexo III

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO BELOTUR 2021

ÁREA: Diretoria de Eventos - DREV

---

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

Trazer breve contextualização do Planejamento para 21, recapitulando os objetivos traçados para 2021.

a) Objetivos do Plano 21

- *PLANO DE CONTINGÊNCIA - CARNAVAL 2021*

Planejar de forma integrada com os órgãos municipais e estaduais, ações de contingência que possam evitar a aglomeração de pessoas, dando suporte e apoio para a atuação dos órgãos de segurança da PBH nos assuntos de contratação de estruturas e serviços e expertise no trato com os atores do carnaval.

- *AÇÕES FORMATIVAS ATORES DO CARNAVAL*

Capacitar artistas, produtores e gestores em suas carreiras artísticas, contribuindo para a qualificação dos produtos gerados para o Carnaval da cidade e oportunizando ações que promovam o engajamento e o intercâmbio entre toda a rede.

- *EDITAL DE PROJETOS RELACIONADOS AOS ATORES DO CARNAVAL*

Selecionar projetos que contribuam com a manutenção dos atores do carnaval, fortalecendo o papel da Belotur como indutora do desenvolvimento da cadeia produtiva do carnaval e contribuindo para a promoção e fortalecimento dos atores do carnaval, assim como do produto "carnaval".

- *REGISTRO IMATERIAL BLOCOS CARICATOS*

Contribuir na manutenção e visibilidade dos Blocos Caricatos, reconhecendo a importância histórica e cultural dos Blocos Caricatos e fortalecendo o papel da Belotur como indutora de todo esse processo.

- *ARRAIAL DE BELO HORIZONTE*

Transformar o Arraial em um produto turístico, ampliando/diversificando a programação do evento e fortalecendo a cultura junina na cidade com ações para além do evento e do período junino.

- *PARADA LGBT*

Promover maior integração no planejamento e operação do evento com a programação associada, ampliando a participação da Belotur no evento para além

da operação. E, a longo prazo, tornar a Parada do Orgulho LGBT um produto turístico para a cidade.

- *ANIVERSÁRIO DA CIDADE*

Ampliar a atuação e liderança da Belotur na realização dos eventos oficiais da cidade e promover uma programação descentralizada, aumentando a participação do público no evento.

- *TROCA DA BANDEIRA*

Proporcionar maior visibilidade ao evento, tornando-o mais atrativo e interativo, mantendo a operacionalização do evento de forma objetiva e organizada.

- *DESFILE CÍVICO E MILITAR DE SETE DE SETEMBRO*

Manter a operacionalização do evento de forma objetiva e organizada e aumentar a integração para alinhamento sobre a governança do evento.

- *CALENDÁRIO DE EVENTOS*

Estruturar o calendário anual de eventos de Belo Horizonte, em canal único, de forma organizada e certificar os eventos de maior potencial turístico e impacto socioeconômico.
Obs: Em fevereiro de 2021 recebemos uma devolutiva do Gabinete sobre o planejamento pontuando que era importante tratar o assunto de forma transversal para definirmos quais os encaminhamentos e tratativas - Boffa sugeriu utilizar uma das câmaras temáticas do COMTUR para essa discussão.

- *EDITAIS DIGITAIS*

Desenvolver e implantar os processos de editais de fomento e chamamentos realizados pela DREV em formato digital, por meio da plataforma MAPACULTURALBH, a fim de ampliar e democratizar o acesso dos proponentes aos editais da DREV e aprimorar o fluxo de trabalho interno.

- *GESTORES PÚBLICOS*

Realizar intercâmbio entre gestores públicos nos âmbitos municipal e estadual e, a partir de outras experiências externas, inovar no planejamento e operação dos eventos realizados pela DREV.

2. PRINCIPAIS PROJETOS E AÇÕES

Resumo dos principais projetos realizados em 21 e da rotina de execução das áreas.

O ano de 2021 iniciou com a certeza de que não haveria a possibilidade da realização do Carnaval devido às situações epidemiológicas à época. A preocupação, no entanto, estava nas ações de contenção de possíveis comemorações carnavalescas de rua. Dessa forma, a Diretoria de Eventos articulou junto com o COP e demais órgãos municipais um plano de contingência denominado “Operação não

Carnaval". O COP organizou a realização de um posto de comando com a participação dos seguintes órgãos: Fiscalização, Guarda Municipal, Polícia Militar, Vigilância Sanitária, Corpo de Bombeiros, BHTRANS, SLU, e contou com o apoio da Belotur durante o período para monitorar e atuar nos eventos clandestinos durante o feriado do Carnaval. Dentre as estruturas necessárias para cumprimento do plano, a Belotur disponibilizou 09 vans volantes para as equipes da GM e Fiscalização para circular pela Cidade entre 15h e 03h todos os dias do período de Carnaval. As principais intervenções foram realizadas em eventos clandestinos e em locais que estavam descumprindo o decreto. Conforme levantamentos prévios realizados pela Belotur os atores do Carnaval (Blocos de Rua, Escolas de Samba e Blocos Caricatos) compreenderam a delicadeza do momento e não realizaram ações que pudessem estimular que as

Em março/2021, foi firmado um convênio com a SMSA (Secretaria Municipal de Saúde) para estruturação e implantação de todos os pontos de vacinação Drive-Thru da COVID-19, com o apoio de toda a equipe Gerência de Produção da Diretoria de Eventos, nas etapas de planejamento, produção executiva e monitoramento. A equipe auxiliou nas visitas técnicas, definição de estrutura, participação em reuniões, sugestões de layout, utilização de estrutura administrativa/financeira, utilização de editais de licitação, experiência em produção executiva e controle de saldos.

Considerando a expertise em logística da Belotur também foram realizadas outras ações de enfrentamento à pandemia, sendo:

1- apoio a SMSP, realizando o cercamento de praças com grades, a partir do planejamento do Carnaval, e a contratação de fornecedores via Registro de Preços. Tal ação tinha o objetivo de evitar a formação de aglomerações para evitar a possibilidade de transmissão de COVID 19;

2- apoio à SMSP, com as barreiras sanitárias nas entradas da cidade para monitoramento do fluxo de pessoas/carros de habitantes de outras cidades, em que a Belotur realizou a contratação de banheiros químicos, planejamento e controle de entregas, manutenção e retiradas de banheiros (contratação via Registro de Preço);

3- apoio à SMSP e SMAFIS na fiscalização para atuação em bares, restaurantes e eventos clandestinos para dispersar aglomerações durante o período de carnaval em 2021, em que a Belotur realizou a contratação de vans e monitoramento em tempo real da prestação dos serviços (contratação via dispensa de licitação).

Diante das medidas de isolamento social para enfrentamento da Pandemia, a Diretoria de Eventos, se preocupou em garantir a perenidade dos eventos, mantendo o desenvolvimento da cadeia produtiva, visando impulsionar a atividade turística na cidade nos próximos anos. Para isso, a equipe traçou inúmeros cenários, dentre eles híbridos, presenciais, ou até 100% online para os dois principais eventos oficiais: o Carnaval e o Arraial de Belo Horizonte. Os cenários previam a flexibilização das medidas de isolamento, ou, até um possível agravamento dos índices de contágio. Todo esse planejamento, envolveu: benchmarking, brainstorming de ideias inovadoras com a participação de toda a equipe da Diretoria, definição do conceito da ação, desenho de possibilidades online, até o orçamento detalhado de serviços e itens necessários para realização dos mesmos.

No entanto, realizamos o que estava ao alcance da Diretoria, independente das condições sanitárias, projetamos novas formas de fomento e manutenção da cadeia produtiva do carnaval ao longo do ano, para além do período carnavalesco, valorizando os atores e trabalhadores participantes da realização do evento, tais como os blocos de rua, escolas de samba, blocos caricatos. Dessa forma chegamos a uma proposta de Edital de Projetos e também formatamos o Projeto de Empreendedorismo e Capacitação para o Carnaval com o objetivo de auxiliar na manutenção dos atores, fortalecendo o papel da Belotur como indutora do desenvolvimento da cadeia produtiva do carnaval contribuindo para a promoção e fortalecimento dos atores do carnaval.

O Projeto de Empreendedorismo e Capacitação para o Carnaval, por meio do convênio firmado entre a Belotur e o SEBRAE, teve seu planejamento iniciado em 2020, e para chegar ao escopo final, inúmeras pesquisas foram realizadas, reuniões com a gerente do projeto que representa o SEBRAE, com os atores dos blocos de rua, escolas de samba e blocos caricatos, bem como o resgate dos resultados de pesquisas realizadas em 2020 com os atores do Carnaval. A assinatura do convênio aconteceu em maio/21, com o aporte de R$ 220 mil da Belotur e igual valor aportado pelo SEBRAE. Foram realizadas 06 ações ao longo do ano, dentre elas, o primeiro seminário do Carnaval de Belo Horizonte, palestras de temas variados, cursos e mentorias individualizados com consultores altamente qualificados sobre a temática Carnaval e desenvolvimento de carreiras artísticas. Em set/21 foi necessário realizar um aditivo para readequar as entregas que definimos em conjunto no convênio, aumentando a oferta de ações aos atores.

A fim de dar sequência à manutenção e visibilidade aos atores que compõem o ecossistema produtivo do Carnaval, demos continuidade às articulações com o legislativo e Diretoria de Patrimônio Cultural e Arquivo Público, da Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte, para que os Blocos Caricatos, tivessem o registro de patrimônio imaterial do município. Contudo, nesse processo, levantamos que há um registro do samba em andamento, portanto os blocos caricatos serão abarcados neste registro. Respondemos por duas vezes ao Projeto de Lei 1035/2020. Conforme conversas e orientação da FMC, a Belotur finalizou a incitação de diálogos a respeito do tema.

Em meados de março/21, os diálogos sobre o Arraial de Belo Horizonte se iniciaram com a Comissão Junina. No intuito de realizar algum tipo de ação presencial, mesmo que com público reduzido, foi planejado um documentário vivo, espetáculo itinerante que consistia em um circuito pelos caminhos do Parque Municipal, com uma história junina sendo encenada pelas quadrilhas a cada ponto. O detalhamento deste evento pode ser encontrado aqui.

Porém, com o agravamento dos índices de contágio do vírus em abril/21, optou-se por realizar uma nova forma de experimentar o evento, resgatando a memória dos festejos, promovendo a cultura junina e gerando protagonismo às quadrilhas de Belo Horizonte. Para alcançar esse objetivo, foi realizado um evento online entre os dias 19/08 a 29/08 que contou com três eixos: prosas juninas, concurso municipal de figurinos e live gastronômica. O Prosas Juninas nasceu de um

projeto realizado pela Comissão Junina em 2020 e ganhou força no Arraial de Belo Horizonte 2021 com o apoio da Belotur, sendo uma importante forma de diálogo, promoção, fomento e apoio aos diversos assuntos que permeiam a cultura junina mineira. Foram 05 encontros com transmissão em tempo real, abordando os diversos temas que abrangem a cultura junina. O estúdio foi montado no CRJ e teve uma repercussão muito positiva entre os quadrilheiros. O concurso de figurinos se deu no formato digital, constituído por dois grupos, Especial e Acesso, cuja inscrição só foi possível via google drive. Cada quadrilha junina apresentou o figurino de 01 (um) casal caipira para concorrer. A gravação dos figurinos para o concurso aconteceu no Museu de Artes e Ofícios, 09 ao dia 13 de agosto e teve 06 jurados que avaliaram os vídeos e os figurinos expostos no Teatro Francisco Nunes. A apuração dos resultados aconteceu no dia 23 de agosto de 14h às 21h30. Também houve uma votação popular no site do Arraial de Belo Horizonte, onde todos os figurinos das quadrilhas ficaram disponíveis para votação por vídeo. O mais bem votado recebeu o troféu "Prêmio Júri Popular - Arraial de Belo Horizonte 2021". A live gastronômica teve a participação do Chef Caio Soter, do restaurante O Jardim Restô Bar e Bruna Martins, do restaurante Birosca, além da apresentação de Felipe Martins, da loja Made In Beagá e Virgínia Sasdelli, do instagram @bhdicas. O formato foi de uma cozinha-show, com duração de 1h. Enquanto batiam um papo, os chefs fizeram uma releitura de 2 (dois) pratos tipicamente juninos - um prato principal e uma sobremesa. Essa ação abordou ainda a história do Arraial, seus eixos estratégicos destacando a gastronomia e como ela gera memórias, experiências e é uma demonstração de afeto, cuidado e carinho. Além disso, para finalizar o Arraial com chave de ouro, pela primeira vez, a DREV realizou no espaço da foyer da Belotur um evento para a entrega dos troféus para as quadrilhas campeãs.

Durante todo o período do evento foram tomadas todas as medidas sanitárias necessárias que incluíram: testes de Covid com a equipe e participantes, adoção de protocolos de distanciamento, disponibilização de álcool gel em todas as mesas e para os convidados, cartazes informativos espalhadas no local do evento, com as melhores práticas para evitar a contaminação.

Os eventos oficiais da troca da bandeira não ocorreram devido à pandemia, porém foram alcançados avanços no processo de troca, com a elaboração de tutorial para operar o maquinário instalado em julho/21. Além disso, estabeleceu-se a rotina de visitas à praça para verificar as condições físicas da bandeira a cada 15 dias, com registro de fotos e relatório de avarias. Foram realizadas 05 trocas ao longo do ano de 2021 em e o controle pode ser encontrado aqui: Controle de estoque BANDEIRAS.

A inovação é um dos pontos chave que a DREV busca para o avanço da gestão no setor público. Por isso, iniciou-se em 2021 o projeto para adequar alguns editais de fomento para o formato digital, facilitando o processo para a sociedade civil que deseja se inscrever, além de modernizar e otimizar os fluxos internos na Belotur. A Gerência de Processos, capitaneou o projeto para transformação dos

editais da DREV, em parte, digitais. Iniciou-se com a pesquisa dos editais constantes na plataforma Mapa Cultural BH: formato, processos, requisito e criou-se um grupo de implementação para desenvolvimento das atividades, com planejamento, assessoria de gestão, GLICO e informática. Foram realizadas reuniões com o setor responsável na FMC, elaborados relatórios com as necessidades da Belotur para a plataforma e ainda será elaborado um plano de trabalho com a SMC para dar continuidade ao projeto em 2022.

Além disso, para viabilizar o atendimento das necessidades da BELOTUR e do município de Belo Horizonte, a Gerência de Processos elaborou Termos de Referências/Plano de Trabalho para:

- Publicação de Editais de Registro de Preço de Sanitários Químicos e de Prestação de serviços e/ou locação de bens;
- Contratação por dispensa de licitação para: serviços de locação de vans para transporte de passageiros, ação de contingência no período do carnaval e para fornecimento imediato de cadernos capa dura para compor kits institucionais, a serem utilizados em ações estratégicas de marketing e promoção de Belo Horizonte.
- Termo de cooperação com a Secretaria Municipal de Saúde - SMSA, com a Secretária Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social - SMAICS, 1º aditivo ao convênio firmado com o SEBRAE.

A DREV trabalha em busca das melhores práticas, inovações e formatos de editais e ações para realizar constantes melhorias nos eventos, utilizando-se de referências do setor público e também do privado. A Diretora de Eventos, Marah Costa, já realizava contatos e tinha diálogo constante com os representantes das cidades de São Paulo e Salvador. Então, em junho/2021, surgiu a ideia de formalizarmos uma rede com a participação dos gestores públicos que realizam o Carnaval. O convite para os gestores foi muito bem recebido e mediado por um consultor contratado pelo Sebrae, André Martinez. Os encontros aconteceram entre Julho/2021 a Outubro/2021 e foram realizados no total 7 encontros, sempre às terças-feiras, de 09h às 12h. As principais discussões e assuntos abordados foram: compartilhamento da impressões e estágios de cada cidade a cerca da realização ou não do Carnaval; fortalecimento do ecossistema do Carnaval; preocupação com a cadeia produtiva; solidificação de políticas públicas; como equilibrar e administrar tensões entre os diferentes interesses dos diversos atores do Carnaval; boas práticas em políticas sociais; política de inclusão, acessibilidade, sustentabilidade e ações de promoção da igualdade racial em eventos públicos e, por fim, captação de patrocínio. Todos os encontros contaram com cobertura jornalística e foram transcritos para a elaboração de uma publicação para registro. Além disso, desenvolvemos uma identidade visual e denominamos o projeto de “Rede Cidades do Carnaval”.

Além disso, a Diretoria disponibiliza sua equipe para para avaliação de editais

de outras secretarias, além de realizar ações intersetoriais ao articular possíveis inserções dos atores envolvidos nos eventos Arraial e Carnaval em projetos executados por outras pastas como por exemplo: Circuito Municipal de Cultura, Virada Cultura e Lei Aldir Blanc. A equipe também participa da Comissão de Acessibilidade, COMPIR, COMTUR e do projeto da DRTI Dialoga. Como integrante da CPA-BH (Comissão Permanente de Acessibilidade da Prefeitura de Belo Horizonte), em 2021, foram 42 horas entre a participação nas assembléias mensais e na jornada de acessibilidade, realizada no mês de novembro. Como integrantes da Comissão de Acessibilidade da Fundação Municipal de Cultura foram aproximadamente 30 horas de reuniões em todo o ano de 2021, incluindo o apoio no Grupo de Trabalho de acessibilidade para a realização do FLI-Festival Literário Internacional, evento realizado pela Secretaria Municipal de Cultura.

3. RESULTADOS ALCANÇADOS

Em tópicos, e caso haja indicadores de comparação, informar (aumento ou diminuição em relação ao ano anterior, etc).

- *Posto de Comando Virtual para monitorar as ações do Plano de Contingência no feriado do Carnaval*

Foram 05 dias de posto de comando, sendo 03 dias no formato virtual e 02 dias no formato presencial, contando com 08 órgãos públicos envolvidos de forma mais atuante, além da equipe Belotur. Também foram disponibilizadas 09 vans volantes para as equipes da GM e Fiscalização. Em nenhum momento ocorreram aglomerações nem denúncias que envolvessem os Blocos de Rua, as Escolas de Samba e/ou Blocos Caricatos. Portanto foram alcançados os resultados propostos em planejamento:

1) Evitar a aceleração do contágio do vírus COVID 19 na população
2) Manter Belo Horizonte entre as cidades referências de enfrentamento ao COVID-19
3) Desenvolvimento das ações operacionais de forma harmoniosa evitando confrontos com a população
4) Capacidade de tomada de decisão colegiada por meio do monitoramento da cidade em tempo real.

- *Realização de, pelo menos, 01 (uma) ação formativa em 2021 com atores do Carnaval*

Foram realizadas 06 ações de formação, dentro do Projeto de Empreendedorismo e Capacitação para o Carnaval de Belo Horizonte, dentro do convênio firmado com o Sebrae, sendo:

a) Seminário do Carnaval de Belo Horizonte: 03 dias de seminário, carga horária de 09 horas, 04 mesas temáticas, 29 convidados compondo as mesas e 2.186 visualizações dos três vídeos na plataforma Youtube.
b) Ciclo de Palestras: 06 temas, 07 dias de palestras, carga horária de 21 horas, 14 palestrantes + 01 mediadora, 1.929 visualizações dos 07 vídeos na plataforma Youtube.
c) Workshop de Planejamento Estratégico: 02 turmas, carga horária de 24 horas, 45 pessoas capacitadas, sendo 41 blocos de rua.
d) Curso Carnaval de Passarela - Escolas de Samba: carga horária de 24 horas, 26 pessoas capacitadas, sendo 12 escolas de samba + A Liga
e) Curso Carnaval de Passarela - Blocos Caricatos: carga horária de 26 horas, 17 pessoas capacitadas, sendo 08 blocos caricatos + Associação
f) Curso de Empreendedorismo e Inovação para o Carnaval de Belo Horizonte: carga horária de 36 horas, 49 pessoas capacitadas, sendo 44 blocos de rua

>> Total de 137 pessoas capacitadas, sendo 105 grupos carnavalescos.

Os resultados propostos em planejamento foram alcançados:

1) Contribuir para o amadurecimento da profissionalização dos atores e dos produtos gerados para o Carnaval da cidade.
2) Promoção da sustentabilidade e independência dos atores e do produto.
3) Propiciar o estreitamento do relacionamento da Belotur com os atores do Carnaval.

- *Realizar o Arraial de Belo Horizonte 2021, em formato digital*

07 dias de evento, no formato online, sendo: 01 concurso de figurinos com live de apuração ao vivo, 01 live gastronômica (gravada) e 05 prosas juninas também transmitidas ao vivo. A equipe de trabalho para planejamento e operação do evento contou com 42 pessoas no total, considerando Belotur, Comissão Junina e terceirizados.

a) Concurso Municipal de Figurinos Juninos: 35 quadrilhas participantes, R$306.250 mil total de subvenção (R$8.750 foi o valor recebido por cada quadrilha), R$36 mil foi o valor distribuído de premiação (Grupo Especial: 1º lugar 7k, 2º lugar 6k, 3º lugar 5K // Grupo de Acesso: 1º lugar 6K, 2º lugar 5K, 3º lugar 4K, 4º lugar 3K). Na votação popular, tivemos 1.720.136 entradas e 1.685.992 votos computados em 7 dias de votação. Significa que foram registrados em média 156 votos por minuto (2,6 votos por segundo).
b) Live Gastronômica: 02 chefs renomados
c) 05 Prosas Juninas: 34 convidados participantes, entre quadrilheiros e parceiros da cultura junina.

Dados de comunicação e visibilidade: 1.900 horas de exibição, alcance orgânico de 14,5 mil visualizações, 61 mil impressões - tráfego advindo do portal (61%) e do

Whatsapp (25%), pico de visualização 21:15 min - (live apuração), 3.500 espectadores únicos. A média mensal de acessos do portal passou de 63.502, em julho, para 475.570, no mês da realização do Arraial (agosto).

Dos resultados propostos em planejamento alcançamos estes:

1) Maior visibilidade para o evento em nível nacional, colocando Belo Horizonte dentre os destinos turísticos mais procurados no período junino;
2) Inovação no formato do evento,

- *Definição de diretrizes, metodologia e critérios para certificação dos eventos que irão compor o Calendário Oficial de Eventos.*

Não realizado (justificado no item 5)

- *Publicação de, pelo menos, 01 edital digital*

Não realizado (justificado no item 5)

- *Realização de, pelo menos, 01 (um) Seminário de Gestores Públicos*

O Seminário em si não foi realizado, definição que foi tomada de forma coletiva com os membros da Rede, entendendo a delicadeza do momento. Por outro lado, foram realizados 07 encontros online com os gestores públicos de 07 cidades do Carnaval, onde foram discutidos 05 temas principais, além de outras trocas de conhecimento e experiências.

Porém dos resultados esperados com a criação da rede, entendemos que esses foram alcançados:

1) Reconhecimento da Belotur como órgão público que promove o intercâmbio entre entes públicos.
2) Diversificação da atuação da DREV.
3) Fortalecimento da imagem de Belo Horizonte como protagonista de inovação e planejamento.

Elaboração de políticas públicas mais consistentes e integradas.

- *Apoiar na realização de ações relacionadas a Parada do Orgulho LGBT*

Evento não realizado (justificado no item 5)

4. AVALIAÇÃO QUALITATIVA DOS RESULTADOS ALCANÇADOS

Parágrafo de conclusão dos principais resultados alcançados, qualificando a entrega para além dos números (relacionamento com parceiros, articulação, etc).

AÇÕES FORMATIVAS ATORES DO CARNAVAL

O convênio firmado com o Sebrae para a realização do Projeto de Empreendedorismo e Capacitação para o Carnaval de Belo Horizonte permitiu maior aproximação, diálogo e relacionamento com os atores envolvidos na realização do evento, em que foi possível atender a uma demanda já apresentada à Belotur por ações de formação e qualificação. Conseguimos desenvolver um trabalho minucioso e personalizado, a partir da realidade e necessidade de cada um dos atores, trazendo instrutores/professores/mentores de extrema relevância e temáticas coerentes ao universo do Carnaval. Realizamos ao final dos cursos uma pesquisa de avaliação com todos os participantes em que, no geral, os cursos foram muito bem avaliados. Outro ponto positivo foi a participação de diferentes perfis de blocos de rua, considerando o grande volume existente na cidade, diversificando as turmas e as situações abordadas, demonstrando também o aspecto democrático e acessível dos cursos.

Durante as trocas e alinhamentos realizados com os instrutores contratados foi possível perceber o quanto estamos avançados no planejamento, articulações e operação do nosso Carnaval, pois foi algo ressaltado. Esse trabalho também foi percebido pelos instrutores no próprio planejamento dos cursos. Considerando a qualidade e renome dos instrutores, obtivemos trocas de experiências e conhecimentos que beneficiaram não só aos alunos, mas também à própria equipe DREV. Por fim, foi uma boa oportunidade da equipe Diretoria de Eventos adquirir experiência na formulação e condução de convênios. Além disso, estreitamos a parceria com o SEBRAE na continuidade da pactuação de convênios com a Beltour.

ARRAIAL DE BELO HORIZONTE

O Arraial de Belo Horizonte contemplou uma experiência junina completa, com o objetivo de preservar a cultura junina, com impacto social altamente positivo, movimentando a cadeia produtiva envolvida com o Arraial, além da mobilização das comunidades regionais do Município. Dentre as inúmeras avaliações qualitativas acerca do evento, podemos destacar que a execução do planejamento ocorreu com excelência. Desde o projeto estrutural e cênico, que foi um grande diferencial, além do engajamento das quadrilhas (audiência e interação no chat) as transmissões ao vivo sem nenhuma intercorrência e escolha dos locais adequados para as atividades. As equipes envolvidas, tanto da própria Diretoria de Eventos quanto das equipes de trabalho dos fornecedores audiovisuais, foram excelentes, cumprindo à risca o cronograma de programação sem atrasos, escolha dos tempos das lives adequadas.

Outro ponto positivo que o Arraial nos deixou como legado, foram as articulações realizadas com o CRJ, Teatro Francisco Nunes e o MAO-Museus de Artes e Ofícios

mobilizando a Prefeitura e utilizando dos espaços públicos para realização do evento. Além disso, a Rádio Liberdade, seguiu nos apoiando, trazendo a atração musical que abriu o primeiro “Prosas Juninas”. Também, estreitamos a relação com a Caixa Econômica submetendo o projeto ao patrocínio, mas não obtivemos resposta positiva em tempo hábil.

PLANO DE CONTINGÊNCIA CARNAVAL 2021

A participação da Belotur no Plano de Contingência foi positiva e manteve a posição de governança do evento de Carnaval. O fato de não ter tido aglomerações por parte dos atores do Carnaval também ressaltou o diálogo e monitoramento realizado pela Belotur junto aos mesmos.

TROCA DA BANDEIRA

Embora não tenhamos realizado o evento oficial de troca das bandeiras, a manutenção do maquinário, bem como a troca periódica da bandeira, foram realizados. Os processos para a compra e estoque estão sendo bem geridos.

EDITAIS DIGITAIS

Considerando que ainda não foi publicado nenhum edital no formato digital, por meio da plataforma MAPACULTURALBH, não é possível fazer uma avaliação de resultados. Por outro lado, após primoroso planejamento e alinhamento entre as equipes envolvidas, foi informado à SMC acerca da comissão formada pela Belotur para acompanhar o processo de utilização da plataforma MAPACULTURABH para gestão dos futuros editais. Entretanto, os próximos passos estão atrelados à decisão e alinhamentos com a Secretária de Cultura e a Belotur.

GESTORES PÚBLICOS

A rede de gestores públicos, além de promover o intercâmbio e a troca de informações, nos permitiu ampliar o olhar acerca dos eventos realizados no país. A publicação nos trará o registro dessa iniciativa inovadora e enriquecedora para o evento festivo mais importante do Brasil, o Carnaval.

Com a realização desta ação a DREV posicionou a Belotur como protagonista de inovação e como órgão público que promove o intercâmbio entre entes públicos e como uma cidade destino para eventos.

5. PROJETOS NÃO REALIZADOS + JUSTIFICATIVA

Em tópicos, com justificativa curta do motivo da não realização da ação planejada.

- *EDITAL DE PROJETOS RELACIONADOS AOS ATORES DO CARNAVAL*

Foi elaborada uma proposta de edital, no valor de 1 milhão de reais, voltado para todos os atores do carnaval, com a previsão de publicação em setembro/21. A ideia era utilizar o valor de R$970.000,00 residual do Carnaval 19/20 + aporte de 30 mil da Belotur. Porém, em entrevista no dia 19/11, o prefeito Kalil informou que a PBH não fornecerá recursos para o carnaval, então a continuidade deste edital específico ainda depende da liberação de ROT para publicação.

Todavia, foi lançado dia 03/11 o Edital de Eventos que contempla dois pontos extras para ações relacionadas a contratação de atores carnavalescos e para eventos com temática do carnaval. Porém, esse mesmo edital foi suspenso no último dia 19/11 e ainda está aguardando definições internas da Belotur para continuidade.

- *REGISTRO IMATERIAL BLOCOS CARICATOS*

Em 07/12/2020 a Diretoria de Eventos elaborou uma minuta de resposta e enviou ao Gabinete da Belotur acerca da proposta contida no projeto Projeto de Lei nº 1035 de 2020. Salientando neste que o citado projeto trará benefícios para a Cultura dos Blocos Caricatos, tão característica da cidade de Belo Horizonte, bem como será um importante passo para a manutenção desta cultura que iniciou-se durante a década de 40, quando da construção da cidade.

No dia 03/03/2021 em contato com ACBC (Associação dos Blocos Caricatos) a DREV recebeu a informação advinda do parecer em 1º turno da Projeto de Lei 1035/2020 (de 22/02/2021) informando que: "foi designado novo relator que solicitou que o PL fosse baixado em diligência Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A/Belotur, com o objetivo de obter "parecer sobre a viabilidade, interesse público° e eficiência da implantação da proposta apresentada". 0 vencimento da diligência expirou em 02/02/2021 sem que a BELOTUR enviasse 6 CMBH qualquer resposta. É lamentável que a PBH não tenha se manifestado tempestivamente tendo em vista que a resposta da diligência seria de fundamental relevância para subsidiar a relatoria do presente Parecer. Não obstante, compete a esse relator emitir seu melhor entendimento acerca do Projeto de Lei n° 1035/2020..."

Foi iniciada uma conversa com Françoise Jean e Alan Oziel, da Diretoria de Patrimônio Cultural e Arquivo Público, a respeito do processo de Registro Imaterial do Carnaval, realizada reunião em 01/06/21 com a presença de Gilberto e Fabioula,

Secretária Municipal de Cultura, a mesma informou que entraria em contato com Gilberto para conversarem mais sobre esse tema. A proposta ultrapassa a atuação da Diretoria de Eventos, uma vez que já está em andamento o registro imaterial do samba, incluindo todos artistas do gênero, entre eles, os blocos caricatos.

Em reunião no dia 03/11/21 na sede da Belotur com a presença de todos os presidentes dos Blocos Caricatos, do presidente da Belotur e do vereador Léo Burguês novamente este assunto foi retomado, e o vereador Léo Burguês ficou de retomar a pauta.

Em 24 de novembro de 2021 a Diretoria de Eventos elaborou e enviou a minuta de resposta para o Gabinete da Belotur acerca das emendas realizadas na PL 1035/2020 - TAG 347689, pelos Vereadores Duda Salabert e Wesley.

- *PARADA LGBT*

Tendo em vista os decretos vigentes nos meses de maio, junho e julho, quando a transmissão do coronavírus ainda não estava controlada, e os eventos públicos de grande porte ainda não eram permitidos pela PBH, a Parada do Orgulho LGBT de BH foi cancelada e, portanto, o apoio prestado pela Belotur para a realização do evento não se fez necessário.

No mesmo período, foi realizada a Jornada pela Cidadania LGBT, uma iniciativa do CELLOS/MG que, este ano, trouxe o nome de Anyky Lima e uma extensa programação online pelo no Instagram @paradabh. No dia 18/07 às 16h aconteceu uma live artística marcando a data que aconteceria a 24ª Parada Do Orgulho LGBT de BH.

- *DESFILE CÍVICO E MILITAR DE SETE DE SETEMBRO*

Tendo em vista os decretos vigentes nos meses de julho, agosto e setembro, quando os eventos públicos de grande porte ainda não eram permitidos pela PBH, o Desfile Cívico e Militar de Sete de Setembro foi cancelado e, portanto, o apoio prestado pela Belotur para a realização do evento não se fez necessário.

Mesmo com a não realização do evento, a Prefeitura de Belo Horizonte reorganizou as atribuições e representatividades, sendo incluída a Secretaria de Segurança Pública e Guarda Civil Municipal na governança do Desfile e a continuidade da Belotur como representante operacional e estrutural do evento.

- *ANIVERSÁRIO DA CIDADE*

Considerando a última portaria sobre protocolos e flexibilização de regras para eventos, publicada em 11/11/2021, ainda não são permitidos os "eventos de rua", em espaços públicos e sem controle de público. Dessa forma, o evento de Aniversário da Cidade ainda não definido e, portanto, o apoio prestado pela Diretoria de Eventos para a realização do mesmo ainda não se fez necessário/não foi demandado. Contudo outras Diretorias da Belotur estão planejando ações para comemoração da data que possam ser realizadas dentro dos protocolos vigentes.

- *CALENDÁRIO DE EVENTOS*

Para atender a ação de definir diretrizes, metodologia e critérios para certificação dos eventos que irão compor o Calendário Oficial de Eventos, a DREV fez um documento com todas as informações e necessidades para o Calendário de Eventos. Porém, a diretriz do gabinete da presidência da Belotur foi de que essa demanda deveria ser direcionada como atribuição da DRMT, que tem um estudo destes eventos mais apurado, somente com apoio da DREV. De toda forma, em reunião com a Sympla apresentamos uma possibilidade de avançar uma parceria neste sentido para levantamento e acompanhamento destes eventos.

6. ENCAMINHAMENTOS, APONTAMENTOS E INSIGHTS PARA 22.

Em tópicos, trazer encaminhamentos, com base no relatório para o planejamento 22 (projetos, programas ou ações que precisam de fortalecimento, continuidade ou interrupção).

A Diretoria de Eventos busca sempre aperfeiçoar seus processos, sendo a cada ano mais eficiente, organizada e com projetos condizentes com as diretrizes e estratégias da Belotur. A partir dos resultados colhido em 2021, entendemos que:

1) Existe uma alta complexidade de realização dos eventos no modelo de contratação de itens e serviços atual, que é a licitação por lote, por isso estará no planejamento de 2021 da Diretoria de Eventos o desejo de pactuar MROSC para o Arraial de Belo Horizonte, caderno de encargos para o Carnaval de 2023 e licitação por evento para o Aniversário da Cidade, 07 de setembro e Carnaval 2023.
2) Ainda há uma dificuldade para a digitalização dos processos da Diretoria de Eventos um vez que envolve outros setores da Belotur e que há outros processos tramitados pela empresa
3) Os projetos de capacitação em parceria com o SEBRAE tiveram muitos entraves administrativos, com melhorias de processos propostas muito em cima da hora, além disso houve morosidade na aprovação e desgastes na execução do plano. É preciso estudar e levantar as possibilidades de ações de

fomento e outros parceiros para manter as ações de capacitação para os atores do Carnaval.

7. EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Em planilha simplificada: Orçamento x Execução x Não executado.

AÇÃO	**ORÇAMENTO**	**EXECUÇÃO**	**NÃO EXECUTADO**
Plano Contingência Carnaval 2021 - vans volantes		R$ 20.250,00	
Ações formativas atores do carnaval		R$ 220.000,00	
Edital Atores do Carnaval			R$ 970.000,00
Arraial de Belo Horizonte 2021	R$ 600.000	R$ 564.573,40	
Convênio SMSA - Pontos vacinação Drive-Thru		R$ 215.270,66 (mar a nov)	
Apoio a SMSP - Cercamento de praças com grades		R$ 28.050,75	
Apoio SMSP - Barreiras Sanitárias		R$ 8.868,42	
	TOTAL	**R$ 1.057.013,10**	**R$ 970.000,00**