CARTA ANUAL DE GOVERNANÇA 2021

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

Belo Horizonte/Minas Gerais

Dezembro/2021

1. IDENTIFICAÇÃO GERAL

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

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

CNPJ: 21.835.111/0001-98 – Inscrição Estadual

Sede: Belo Horizonte/ Minas Gerais

Tipo de Estatal: Empresa Pública

Acionista Controlador: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte

Tipo societário: Sociedade Anônima

Tipo de Capital: Aberto

Abrangência de atuação: Local (município de Belo Horizonte)

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

Diretor de Administração e Finanças:

Alexis Oliveira Jacinto

Email: alexisj@pbh.gov.br

Telefone: (31) 3246-0249

Data de divulgação: Junho de 2022.

2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

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

A Carta Anual de Governança Corporativa 2021 representa, ainda, o Relatório das Atividades realizadas pela Empresa na Gestão Municipal no ano de 2021, de forma consolidada e com as entregas prioritárias. Mais do que um instrumento de conformidade, é um importante mecanismo de compromisso da Belotur com a **transparência**.

Ressaltamos 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 a temas estratégicos e sensíveis; a realização da 1ª Temporada Internacional de 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 três semanas de programação com participação de convidados de 13 países; a execução de um 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.

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.

Belo Horizonte, abril de 2022.

Gilberto César Carvalho de Castro
Diretor-Presidente

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

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

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

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

4. POLÍTICAS PÚBLICAS

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

4.1. Interesse público subjacente às atividades empresariais:

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

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

Alinhadas ao interesse público, são competências da Belotur:

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

- Dinamizar as relações com o mercado turístico de forma a possibilitar o acesso do setor privado às oportunidades geradas pela atividade turística;
- Divulgar e promover o Destino Belo Horizonte e seus produtos turísticos nos principais mercados emissores de turistas em âmbito nacional e internacional;
- Instrumentalizar convênios e parcerias com órgãos públicos e/ou com entidades da iniciativa privada, com o objetivo de incrementar e fortalecer os elos da cadeia produtiva do turismo e a gestão turística da cidade;
- Manter e qualificar um sistema de informação e publicações turísticas relativas à cidade de Belo Horizonte.

4.2. Atividades que atendem aos objetivos de políticas públicas

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

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

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 que possam se apresentar:

A) Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização:

Relação direta com os mercados, apoiando a venda e a comercialização da cidade, além da comunicação 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 para o setor. São atividades dessa frente 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 desse eixo está o 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 à realização 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, e com ações de qualificação, estruturação e governança dos atores participantes. 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 presentes as atividades relacionadas ao fortalecimento da Governança do Turismo e a relação com organizações representativas e entidades de classe, organizações mundiais, além da governança interna, controle de riscos e integridade.

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

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

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

Subação	Orçamento Reprogramado
Serviços Administrativos Financeiros	2.233.480,00
Serviços Administrativos Financeiros	7.708.000,00
Realização de Eventos pela BELOTUR	245.500,00
Carnaval de Belo Horizonte	241.000,00
Arraial de Belo Horizonte	600.000,00
Segmentos e Produtos Turísticos	6.000,00
Projetos Turísticos	-
Ações de Marketing Turístico	53.000,00
Apoio e Subvenção à Eventos e Projetos	8.000.000,00
Promoção do Destino Turístico Belo Horizonte	648.000,00
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	60.500,00
Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiencia Turística em Belo Horizonte	78.000,00
Posicionamento Turístico de Belo Horizonte	224.300,00
Observatório do Turismo	115.752,00
Territórios Turísticos	100.000,00
Formação, Qualificação e Sensibilização para o Turismo	-
Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte – 2021/2025	50.000,00
Seminário Municipal do Turismo	100.500,00
Desenvolvimento Turístico da Pampulha	96.940,00
Pesquisa de Demanda Turística	71.087,00
Laboratório de Inovação e Tecnologia do Turismo de Belo Horizonte	40.000,00
Programas de Atração de Eventos Nacionais e Internacionais	201.000,00
Apoio a Eventos de Interesse Público	769.385,00
Eventos PBH	40.000,00
TOTAL	**21.682.444,00**

Tabela 1: LOA 2021

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

> I – na condução e na execução da política orçamentária, financeira, patrimonial, previdenciária e de recursos humanos do Poder Executivo;
>
> II – na definição das diretrizes a serem implementadas no âmbito das políticas públicas;

III – no planejamento e no alinhamento das ações governamentais;

IV – na validação de diretrizes e projetos que envolvam tecnologia da informação;

V – nas decisões de interesse das entidades, sociedades de economia mista e empresas controladas direta ou indiretamente pelo Município;

VI – na validação das políticas e estratégias de gestão de suprimentos e contratação de serviços, observada a qualidade do gasto.

4.4. Estruturas de controles internos e gerenciamento de riscos:

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

O corpo diretor e corpo técnico da Belotur estão implementando melhor o controle interno para enfrentar os riscos e eventos, provenientes de fontes internas ou externas, que possam afetar a estratégia, a missão e a realização dos objetivos da empresa. Assim, a Belotur aderiu ao Programa de Integridade Pública, coordenado pela Controladoria Geral do Município de Belo Horizonte, com intuito de aprimorar suas práticas de gestão estratégica. Tal programa encontra-se atualmente na etapa 5 de implementação.

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

5. PRINCIPAIS RESULTADOS 2021

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 no estímulo à retomada econômica do setor, fortalecer a governança do destino, incluindo em frentes como a do Carnaval, principal evento com potencial de atratividade de visitantes, que não pôde ser realizado em 2021 em função das medidas de isolamento. Entre as ações prioritárias estavam a capacitação e qualificação do setor frente às adversidades do contexto, o constante diálogo com as entidades representativas e medidas que pudessem aliviar a frágil situação econômica deixada pelo ao de 2020. Pode-se destacar a ampliação do diálogo junto ao COMTUR, o pacote de capacitações e workhops voltados para a rápida digitalização do setor, principalmente o de serviços, além do investimento no setor de eventos, fortemente atingido pela pandemia, e importante vetor de atratividade para o município. Outro avanço este ano foi a disponibilização de dados e indicadores de forma dinâmica e em tempo real para auxiliar o setor no acompanhamento do desempenho e na tomada de decisões.

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.

5.1. ESTRATÉGIA E AÇÕES

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 às 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, com dois editais publicados, no valor de 5 milhões de reais. O foco em 2021 permaneceu nos eventos online, tendo o último edital permitido a retomada de eventos presenciais, com limitação de público e protocolos.
- Implementação de 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 a Blocos e Escolas. Em agosto também aconteceram cinco rodas de conversas para os atores do Arraial. Este programa foi fundamental para dar continuidade às ações e diálogos em dois dos principais eventos da cidade.
- Na governança, avançamos na efetividade do COMTUR com a implementação de três 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 e 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 Famtours. 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 foi acelerado. Foi disponibilizado no Portal Belo Horizonte três 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 foram 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 e 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 em design e arquitetura), com a Pampulha como Temática. O projeto foi realizado junto a empreendedores e estudantes de design, turismo e arquitetura em formato de "Inovation camp", em quatro sábados de agosto. Ao final foram cinco propostas de produtos de turismo apresentadas.
- Projeto BH Receptiva foi lançado em 27/09 com realização de duas oficinas nos dias 28 e 29 de setembro. O público dessas oficinas foram os guias e receptivos de Belo Horizonte, com o objetivo de qualificar e criar melhores produtos e roteiros mais atrativos para os visitantes.
- Realização de dois City Tours 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, com dois roteiros importantes: Baixo Centro e história da cidade, e circuito de Museus na Praça da Liberdade.
- Painel de Indicadores Turísticos disponibilizado eletronicamente, de forma a facilitar o acesso às 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, digitalização do turismo e sustentabilidade". O evento foi 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 dois 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.

5.2. 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 familiarizado 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 em termos econômico e social de Belo Horizonte. Por isso, seguimos focados 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 da cidade. Foi possível visualizar em 2021 que é viável 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 os dados de acesso ao Portal Belo Horizonte, indicadores que nos permitiram 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, acompanhado desde 2021, em função da rápida digitalização ocorrida em contexto pandêmico. Em 2021, foram 1.372.581 sessões, mais de 100% a mais do que em 2020, quando o número era de 660.725.

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.

INDICADORES DE 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.