# RELATÓRIO ANUAL 2024

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

Belo Horizonte, MG
Março de 2025

**Conselheiros:**
*Adriana Branco Cerqueira*
*Adriano Henrique de Fontoura Faria*
*André Soares Dantas*
*Célio de Cássio Moreira*
*Chyara Sales Pereira*
*Claudius Vinicius Leite Pereira*
*Edna Márcia de Oliveira Andrade Pazini*
*Edvalth Rodrigues Pereira*
*Gabriel Saulo Rios Matos Sobrinho*
*Jean Mattos Duarte*
*Silvio Higino de Rezende*
*Taciana Malheiros Lima Carvalho*

**Presidente**
*Bárbara Mundim Menucci*

**Chefia de Gabinete**
*Marcos Tito*

**Diretores Executivos**
*Alexis Oliveira Jacinto*
*Eduardo Henrique de Paula Cruvinel*
*Daniele Araújo da Silva Rossi*
*Marina Pacheco Simião*

**Assessoria Jurídica**
*Laura Menezes Rodrigues*

**Assessoria de Planejamento e Gestão Estratégica**
*Caroline Toledo de Figueiredo*

**Assessoria de Comunicação**
*Gabriel Cota Aranda*

## 1. INTRODUÇÃO

O presente relatório tem por objetivo positivar as principais e mais estratégias ações realizadas pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR, no ano de 2024.

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

Em 2024 focamos em reverberar as ações socioambientais e a preocupação com um turismo sustentável pela Belotur, com a filiação a rede do Pacto Global e também recebemos o prêmio da Embratur sobre as práticas ESG vinculadas ao destino turístico de Belo Horizonte e também vinculados às iniciativas ligadas à Sustentabilidade, pauta fortemente tratada ao redor do mundo, seguimos com as ações do Programa DTI (destino turístico inteligente).

A Belotur efetuou o patrocínio a 21 eventos de potencial turístico por meio do Edital "Belo Horizonte Cidade dos Eventos", com aporte total de R$3 milhões de reais para incentivo e fomento ao setor de eventos. Início das atividades do Colabora - realizado por meio de convênio com o Sebrae-MG, com foco na melhoria do edital e capacitação de empreendedores do setor.

Destaque para a realização do Carnaval de Belo Horizonte 2024 com recorde de foliões e turistas nas ruas da cidade, contabilizando 5,5 milhões de foliões, entre eles 262 mil turistas, e uma movimentação financeira de R$968 milhões. Com uma programação extensa e descentralizada, o Carnaval contou com 418 cortejos, recorde em comparação aos outros anos. Como parte das ações de sustentabilidade foram plantadas 100 mudas de árvores, além de parceria com a SLU no Projeto Catadores, visando reduzir a produção de resíduos. Além disso, houve um esforço significativo para capacitar os 20.865 ambulantes cadastrados e a divulgação de vagas de emprego durante o treinamento.

Assim como para a realização da 45ª edição do Arraial de Belo Horizonte que atraiu cerca de 80 mil pessoas durante o período junino, representando um aumento de 35% no público diário em comparação ao ano anterior. Realizado em novo local (Mineirinho) o Concurso Municipal de Quadrilhas alcançou um número recorde de inscritos: 45 grupos; e a nota média geral dada pelo público ao evento foi 9,2 em 10. Na Vila Gastronômica, os bares do Mercado Central e os vencedores do 5º Concurso Prato Junino registraram um aumento na venda de alimentos e bebidas de 54% por dia em comparação ao ano anterior. A coleta seletiva foi outro destaque, com aproximadamente 1,7 tonelada de resíduos recicláveis recolhidos pela equipe de catadores do projeto Recicla Belô, que participou do Arraial pela primeira vez.

Foi o ano de lançamento do Menuuh! resultado do Programa Acelera Check-in Turismo, em parceria com o Sebrae-MG, que culminou em um cardápio com 19 experiências inovadoras nas áreas de gastronomia, agroecologia, cervejaria, arte, design, entre outras, para quem quer viver e sentir BH. O lançamento ocorreu durante a Abav Expo, em Brasília, na sequência, apresentação na FIT Buenos Aires. Nas duas ocasiões, empreendedores e receptivos participantes estiveram presentes.

Essa celebração dos 5 anos do título de cidade criativa da Gastronomia com a entrega de ações de valorização e reconhecimento dos ativos gastronômicos e alimentares da cidade como o projeto projeto ‘Bares com Alma’, um inventário de 30 estabelecimentos icônicos e tradicionais da cidade. A iniciativa tem o objetivo de homenagear e reconhecer bares notáveis que contribuíram para a rica

história gastronômica da capital. Além do lançamento do 'Guia Virtual do Mercado Central'. Por meio de uma plataforma multissensorial, os turistas e moradores da cidade podem explorar um universo gastronômico vasto e diversificado. O guia reúne conteúdos em variados formatos e suportes, como textos, áudios e vídeos, proporcionando uma experiência inovadora e envolvente. A plataforma oferece cinco caminhos temáticos: doces, comidas, queijos, bebidas e ingredientes/panelas, abrangendo um total de 31 estabelecimentos do centro de compras.

2024 foi um ano expressivo para o turismo em Belo Horizonte. O Carnaval de Belo Horizonte segue em contínua expansão, mantendo a qualidade da festa constatada na pesquisa de satisfação junto aos foliões. Com recorde de foliões, 5.5 milhões pelas ruas da cidade no período total do Carnaval e uma movimentação financeira de R$968 milhões. Movimentação que está relacionada ao fluxo de recursos financeiros, como dinheiro, crédito, investimentos e transações financeiras entre indivíduos, empresas e instituições financeiras, envolvendo as entradas e saídas de recursos na cidade. Outros números relevantes dizem respeito ao percentual de turistas que foi maior do que em 2023, somando 16,7% são visitantes (em 2023 foi de 15,1%), assim como aumento do gasto médio per capita do visitante que em 2024 foi de R$ 1.474,34 (2023 foi de R$ 1.133,50).

O Carnaval é um reflexo do impacto dos eventos no turismo na cidade e de um movimento de crescimento do setor ao longo dos anos, especialmente quando analisado sob a manutenção da política de patrocínio a eventos de potencial turístico pela Belotur que em 2024 totalizou 21 eventos patrocinados com aporte total de R$ 3 milhões para fomento e incentivo ao setor de eventos.

## 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, realização de press trips e fam trips, 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, pautas ESG e 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 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, Carnaval de Belo Horizonte e Bienal da Gastronomia, 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. Dentro desse eixo está o Edital Belo Horizonte Cidades dos Eventos .

**E) Fortalecimento institucional e governança:**
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 é claro da governança interna, controle de riscos e integridade.

**Abaixo, os projetos previstos em 2024, vinculados aos Eixos Estratégicos.**

Figura 1: Estrutura Analítica de Projetos da Belotur em 2024.

| PROJETOS VINCULADOS AOS EIXOS ESTRÁTEGICOS DE 2024 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Disseminação do posicionamento e apoio à comercialização:** | **Inteligência de mercado e incorporação de processos de inovação no turismo:** | **Desenvolvimento e qualificação turística:** | **Realização e fomento de eventos urbanos:** | **Fortalecimento institucional e governança:** |
| Campanhas do Carnaval , Arraial, e Divulgaçao Bares com Alma e Guia Virtual do Mercado | Pesquisas do carnaval, arraial, mercados, pampulha e hipercentro | BH receptiva e Acelera Check In + formação e capacitação de agentes | Carnaval de Belo Horizonte | Belotur tornou-se signatária da Rede Brasil do Pacto Global, |
| Press Trip + Fam Trip + Ações orgânicas com Influenciadores | Lançamento do estudo de posicionamento da gastronomia (Ajunta Gastronomia) | Sinalização Turística Interpretativa do Conjunto Moderno da Pampulha | Arraial de Belo Horizonte | Celebração dos 5 anos do título de cidade criativa da Gastronomia pela UNESCO |
| Novo @ do instagram + atualizaçãoes no portal + hotsite no portal dos principais projetos | Realização de duas Jornadas de Inovação e Turismo | Manutenção das Lunetas rua Sapucaí | Patrocpinio a 21 eventos via edital Belo Horizonte Cidades dos eventos | Implementação e aplicação do Programa de Integridade |
| Feiras e eventos (FITUR, WTM, MTM, Travel Next, Abav Expo e FIT) | | Lançamento Guia Virtual do Mercado e da Pampulha em parceria com a SMC | Apoio a primeira edição da Stock Car | |
| Reabertura do Centro de Atendimento ao Turista Mercado das Flores + City Tours | | Lançamento do Menuuh! 18 experiências inovadoras de potencial turístico | Calendário semanal de eventos | |
| | | Lançamento do primeiro mapeamento do Bares com Alma | | |

## 3. EXECUÇÃO DE PROJETOS E RESULTADOS

- **Carnaval de Belo Horizonte** com recorde de foliões e turistas nas ruas da cidade, contabilizando **5,5 milhões de foliões**, entre eles 262 mil turistas, e uma movimentação financeira de **R$968 milhões**. Com uma programação extensa e descentralizada, o Carnaval contou com **418 cortejos**, recorde em comparação aos outros anos. Como parte das ações de sustentabilidade foram plantadas **100 mudas de árvores**, além de parceria com a SLU no Projeto Catadores, visando reduzir a produção de resíduos. Além disso, houve um esforço significativo para **capacitar os 20.865**

**ambulantes** cadastrados e a divulgação de vagas de emprego durante o treinamento. Foram captados **R$6 milhões de reais** junto aos patrocinadores CODEMGE, CDL, SESC e Mart Minas.

- **Promoção de Belo Horizonte** nas feiras FITUR em Madri, WTM em São Paulo, MTM e Travel Next, as duas últimas em Belo Horizonte, Abav Expo em Brasília e FIT Argentina alcançando um **público estimado de 97 mil, 27 mil, 2,5 mil, 5 mil, 23 mil e 130 mil pessoas**, respectivamente.
- **Novo edital "Belo Horizonte Receptiva"** lançado com objetivo de ampliar e diversificar a oferta turística da cidade, incentivando a participação de guias e agências de turismo receptivo.
- Realização do Acelera Check-in Turismo, por meio de convênio com o Sebrae-MG que culminou com o lançamento do **Menuuh! 19 experiências** inovadoras nas áreas de **gastronomia, agroecologia, cervejaria, arte, design, entre outras**, para quem quer viver e sentir BH. Elas foram desenvolvidas e aprimoradas a partir de um trabalho de diversificação e ampliação da oferta turística em nossa cidade.
- **Patrocínio a 21 eventos de potencial turístico** por meio do Edital "Belo Horizonte Cidade dos Eventos", com aporte total de **R$3 milhões de reais** para incentivo e fomento ao setor de eventos.
- **Colabora: O Laboratório de ideias do Edital de Eventos -** realizado por meio de convênio com o Sebrae-MG, Uma série de ações focadas em inovação, promoção, empreendedorismo e desenvolvimento do ecossistema da produção de eventos de potencial e relevância turística em Belo Horizonte.
- **Reabertura do Centro de Atendimento ao Turista Mercado das Flores**, tradicional Centro de Atendimento ao Turista de Belo Horizonte, por meio de cessão onerosa ao Sesc-MG. O local retoma o atendimento ao público, com foco no turismo social e nos encontros entre cultura e gastronomia.
- Realização de 9 iniciativas de capacitação sobre Belo Horizonte para atendentes do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, Batalhão de Guardas da Polícia Militar, Guarda Municipal, Taxistas e outros, totalizando **244 participantes**.
- Realização de **05 city tours/ 7 walking tours** gratuitos em Belo Horizonte para **275 participantes**.
- Em mais uma iniciativa de **valorização da Pampulha**, um dos principais ícones da capital mineira e reconhecido como Patrimônio Cultural Mundial pela Unesco,a Belotur, lançou cinco modelos de **mapas turísticos ilustrados** da região. Os materiais são disponibilizados gratuitamente para turistas e moradores da cidade, visando aprimorar a experiência desse importante cartão-postal da cidade. **Os mapas na versão digital estão disponíveis no Portal Belo Horizonte.**
- Celebração dos **5 anos do título de cidade criativa da Gastronomia** com a entrega de projetos de valorização e reconhecimento dos ativos gastronômicos e alimentares da cidade.
- **Lançamento do Guia Virtual do Mercado Central**. Por meio de uma plataforma multissensorial, os turistas e moradores da cidade poderão explorar um universo gastronômico vasto e diversificado. Este guia reúne conteúdos em variados formatos e suportes, como textos, áudios e vídeos, proporcionando uma experiência inovadora e envolvente. A plataforma oferece **cinco caminhos temáticos: doces, comidas, queijos, bebidas e ingredientes/panelas**, abrangendo um total de **31 estabelecimentos** do centro de compras.
- Lançamento do projeto projeto **'Bares com Alma'**, um inventário de **30 estabelecimentos icônicos e tradicionais da cidade**. A iniciativa visa homenagear e reconhecer bares notáveis que contribuíram para a rica história gastronômica da capital.
- **Famtour:** Realizado famtour com agentes e operadores de turismo brasileiros, por ocasião do evento Stock Car, já com inserção de produtos do Menuuh! Finalizado recentemente Famtour com operadores nacionais pautado no Menuuh! e Bares com Alma.
- **Press trip:** Belo Horizonte recebeu também jornalistas argentinos e chilenos em quatro ações de press trips. Uma em colaboração com BH Airport e LATAM, a segunda com a EMBRATUR, que selecionou Belo Horizonte como uma das três cidades brasileiras para essa ação durante o Carnaval, e

por fim, 2 Press Trips uma para atividades do Menuuh! e Bares com Alma, e outra para o Arraial de Belo Horizonte com influenciadores de outros estados.

- Realização da **45ª edição do Arraial de Belo Horizonte** que atraiu cerca de **80 mil pessoas** durante o período junino, representando um **aumento de 35% no público diário em comparação ao ano anterior**. Realizado em novo local (Mineirinho) o **Concurso Municipal de Quadrilhas alcançou um número recorde de inscritos: 45 grupos**; e a nota média geral dada pelo público ao evento foi 9,2 em 10. Na Vila Gastronômica, os bares do Mercado Central e os vencedores do **5º Concurso Prato Junino** registraram um **aumento na venda de alimentos e bebidas de 54% por dia em comparação ao ano anterior**. A coleta seletiva foi outro destaque, com aproximadamente **1,7 tonelada de resíduos recicláveis recolhidos** pela equipe de catadores do projeto Recicla Belô, que participou do Arraial pela primeira vez. Destaque para a segurança visto que o evento transcorreu sem ocorrências.
- **Lançamento do estudo de posicionamento da gastronomia** (Ajunta Gastronomia) como estratégia para fortalecimento da cidade como um importante destino gastronômico, em que o alinhamento da identidade, marca e posicionamento é peça fundamental para a consolidação desse reconhecimento.
- Manutenção corretiva e preventiva nas **68 placas** de comunicação visual do atual Sistema de **Sinalização Turística Interpretativa** do Conjunto Moderno da Pampulha (pedestres). Emenda impositiva.
- Realização de duas Jornadas de Inovação e Turismo para gestores de destinos turísticos brasileiros e internacionais e estudantes da UFMG somando mais de 60 pessoas capacitadas. Além da participação de Belo Horizonte no autodiagnóstico da Rede Iberoamericana DTI e o financiamento do projeto de sensorização turística pelo BID e Sebrae Nacional.
- **ESG**, a Belotur tornou-se signatária da Rede Brasil do **Pacto Global,** mostrando o compromisso com um turismo sustentável e práticas ajustadas a agenda 2030 e aos ODSs, o que contribuiu para a premiação **em 1° Lugar no Concurso ESG da Embratur**, como melhor destino a exercer as práticas vinculadas a promoção e experiências turísticas com responsabilidade socioambiental..
- **Parceria com a BH Airport** para promoção internacional do destino Belo Horizonte. Realização conjunta de Press Trip com jornalistas do Chile e Argentina (março). Ação conjunta para atração de novos voos e eventos para Belo Horizonte junto à equipe MICE da Embratur e Casa do Turismo de Belo Horizonte. Ação conjunta para apresentação do destino Belo Horizonte Surpreendente nos 5 Roadshows realizados na América do Sul pela Embratur (Lima, Bogotá, Montevidéu, Buenos Aires e Santiago)
- **Mudança do @ do Instagram para BH BELOTUR** - reconhecendo a Belotur como força impulsionadora do destino turístico de Belo Horizonte, de forma atual e com linguagem que impacta o público final, resultando o aumento nos seguidores que atualmente passa dos 70 mil. (um ganho de mais de 10 mil do ano de 2023 para 2024).
- **Ações orgânicas realizadas em média com 20 influenciadoras e guias culturais** locais via de relacionamento nos principais eventos realizados pela Belotur: Arraial / Lançamento Bares com Alma/ Walking Tour no Centro de BH/ Lançamento Guia Virtual do Mercado, gerando engajamento de *stories* no perfil da Belotur e posts no feed dos influenciadores de divulgação orgânica dos atrativos acima citados.
- **Portal de Belo Horizonte:** Melhorias de usabilidade foram finalizadas, facilitando a disposição das informações, além da **revisão de funções de acessibilidade, se adequando a novas regras de inclusão**; Novas áreas de destaques de conteúdos foram incluídas na home;
- Nesse período foram criados os hotsites do Carnaval de Belo Horizonte 2024, implementando uma **funcionalidade inovadora, com o mapa do carnaval**. Função essa que incluía em um só lugar todos os blocos, banheiros fixos, pontos de atendimento médico, desfiles de escolas de samba e

caricatos. **Apenas o hotsite do carnaval, no período da festa, teve aproximadamente 1.7milhões de acessos;** Também foi criado o hotsite do Arraial de Belo Horizonte 2024; E o hotsite do projeto Bares com Alma 2024; 12 manutenções evolutivas foram realizada no período.

## 4. AÇÕES DE MELHORIAS DA GESTÃO

A melhoria contínua da gestão está entre um dos pilares de atuação da Belotur e também como uma das propostas de valor do Planejamento Estratégico da empresa. Esses projetos e ações buscam aprimorar os fluxos internos, evitar retrabalhos, capacitar os colaboradores e as áreas, e alinhar os procedimentos internos à Administração Direta sempre que possível.

Em relação ao planejamento de 2024, foram realizadas as seguintes ações:

1 - GRP - A PBH iniciou em 2019 a implantação do sistema GRP. Trata-se de uma Solução Integrada de Gestão da Prefeitura de Belo Horizonte. O sistema busca unificar os procedimentos administrativos e financeiros da Prefeitura e demais entidades da Administração Direta e Indireta.

Em 2022 foram implementados os módulos de compras e suprimentos. Finalmente, em 2024, a implementação dos demais módulos do GRP foi finalizada.

2 - BH Digital - Outra ferramenta que teve início para utilização foi o BH Digital. Os processos começaram a ser inseridos no sistema e estão sendo instruídos paralelamente com os processos físicos. Entretanto, no futuro, todos os processos administrativos irão tramitar exclusivamente por meio digital.

## 5. EXERCÍCIO FINANCEIRO

Em relação a execução orçamentária, o ano de 2024 iniciou com um desafio para a Administração, tendo em vista uma restrição imposta pela legislação eleitoral.

Ainda assim, consideramos que conseguimos êxito na maior parte da execução orçamentária, como demonstrado nos quadros seguintes.

**Tabela 1: Execução Orçamentária por Fonte de Recurso**

| FONTE / DETALHE | ORÇAMENTO INICIAL | EMPENHADO | % REALIZADO (D/C) | EMPENHADO DEZEMBRO 23 | % VARIAÇÃO (24/23) |
|---|---|---|---|---|---|
| Pessoal e Benefícios - ROT | 15.466.328,00 | 16.140.060,69 | 104,36% | 14.785.912,53 | 109,16% |
| Pessoal e Benefícios- Recursos Próprios | - | 203.808,90 | | - | |
| Custeio - ROT | 44.136.104,00 | 29.731.860,52 | 67,36% | 31.370.792,55 | 94,78% |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Custeio - ROT (Emenda Impositiva) | 1.204.074,00 | 625.134,93 | 51,92% | 249.735,32 | 250,32% |
| Custeio - Recursos Próprios | 95.660,00 | 991.943,74 | 1036,95% | - | - |
| Custeio - Recursos Vinculados | 25.505.000,00 | 6.202.801,17 | 24,32% | 1.350.000,00 | 459,47% |
| Investimento - ROT | | | | | |
| Investimento -Recursos Próprios | 55.000,00 | 8.078,58 | 14,69% | 318.379,96 | 2,54% |
| **TOTAL GERAL** | **86.462.166,00** | **53.903.688,53** | **62,34%** | **48.074.820,36** | **112,12%** |

**Fonte: Sistema Orçamentário Financeiro – SOF / 03/02/2025**

**Tabela 2: Execução Orçamentária por Subação – 2023**

| AÇÃO | SUBAÇÃO | ORÇAMENTO INICIAL | EMPENHADO | % REALIZADO (D/C) |
|---|---|---|---|---|
| 2900 | Serviços Administrativos Financeiros | 18.432.680,00 | 18.747.289,29 | 101,71% |
| 2629 | Apoio a Eventos de Interesse Público | 24.000,00 | | 0,00% |
| | Apoio e Subvenção a Eventos e Projetos | 8.000.000,00 | 2.965.772,50 | 37,07% |
| | Arraial de Belo Horizonte | 4.834.900,00 | 5.722.985,83 | 118,37% |
| | Carnaval de Belo Horizonte | 50.002.000,00 | 23.293.943,16 | 46,59% |
| | Eventos PBH | 25.000,00 | | 0,00% |
| | Formação, Qualificação e Sensibilização para Turismo | 287.472,00 | 300.000,00 | 104,36% |
| | Projetos Turísticos | 199.729,00 | 4.539,80 | 2,27% |
| | Realização de Eventos pela Belotur | 108.668,00 | 98.689,20 | 90,82% |
| 2914 | Posicionamento Turístico de Belo Horizonte | 279.675,00 | 137.310,22 | 49,10% |
| | Qualificação da Informação em Prol de uma Melhor Experiência Turística em Belo Horizonte | 80.136,00 | | 0,00% |
| | Atração de Eventos Nacionais e Internacionais | 54.308,00 | 140.304,09 | 258,35% |
| | Marketing e Promoção do Destino Belo Horizonte | 1.722.857,00 | 1.211.463,32 | 70,32% |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2915 | Desenvolvimento e Estruturação de Territórios Turísticos | 338.403,00 | 131.408,42 | 38,83% |
| | Fortalecimento da Governança e das Relações Institucionais | 56.160,00 | | 0,00% |
| | Inovação Turística (Futurismo) | 179.712,00 | 143.646,02 | |
| | Observatório do Turismo | 229.593,00 | 211.588,46 | 92,16% |
| 2932 | Desenvolvimento e Fomento da Gastronomia | 200.000,00 | 94.613,29 | 47,31% |
| | Formação e Qualificação da Gastronomia | 561,00 | | 0,00% |
| | Governança e Networking da Rede de Cidades Criativas | 89.856,00 | | 0,00% |
| | Promoção, comunicação e Valorização da Gastronomia | 112.382,00 | 75.000,00 | 66,74% |
| | E.I. - semana de eventos Jornada Pascoal | 854.074,00 | 283.611,17 | 33,21% |
| | E.I. - reforço de dotação orçamentária para a realização do Arraial de Belo Horizonte - Arraiá de Belô | 300.000,00 | 298.666,66 | 99,56% |
| | E.I. - ao reforço de dotação orçamentária para o Desfile dos Blocos Caricatos no Carnaval de 2024 | 50.000,00 | 42.854,10 | 85,71% |
| **TOTAL** | | **86.462.166,00** | **53.903.685,53** | 62,34% |

## 6. TURISMO EM NÚMEROS

O setor turístico acompanhou o momento positivo do mercado de trabalho em Belo Horizonte, que teve saldo de movimentação positiva de mais de 3608 empregos em 2024, sem considerar o mês de dezembro no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED).

Em termos de movimentação aeroportuária, o Aeroporto Internacional de Belo Horizonte Confins se consolida como o 3º maior aeroporto internacional do Brasil e o 2º em destinos domésticos com 71 destinos totais (sendo 7 internacionais).

O Aeroporto Internacional de Belo Horizonte se destaca como uma das principais portas de entrada para o turismo no Brasil, fortalecendo a conectividade e impulsionando o desenvolvimento econômico da região. Com 71 destinos totais, entre voos domésticos e internacionais, ele conecta Belo Horizonte a oportunidades globais e regionais.

Destaques que reforçam o diferencial competitivo do aeroporto:

- 7 destinos internacionais, aproximando Minas Gerais de diversos países e culturas.
- Reconhecido como o 3º maior aeroporto internacional do Brasil, um marco de sua relevância para o tráfego aéreo nacional e global.
- O 2º aeroporto com mais destinos domésticos no Brasil, conectando diretamente Belo Horizonte a inúmeras cidades do país, promovendo o turismo interno.
- O 3º colocado em destinos totais no Brasil, consolidando sua posição estratégica no cenário nacional.

- O único aeroporto brasileiro com 4 bancos de conexão, ampliando a eficiência e as opções para passageiros em trânsito.

Este cenário destaca o papel do Aeroporto Internacional de Belo Horizonte como um motor para o turismo em 2025, impulsionando o fluxo de passageiros e contribuindo para o fortalecimento de Belo Horizonte como um destino global.

A taxa de Ocupação Hoteleira também apresentou crescimento: a média em 2024 foi de 62,62%. Neste mesmo período do ano em 2023, a média foi de 58,96%. O ISS de atividades tipicamente turísticas teve um percentual apurado de janeiro a novembro de 6,01% em relação ao total arrecadado no município. Importante destacar que as atividades de transporte dentro do município não serão contabilizadas nas atividades turísticas, o que impactará na definição dos indicadores para os próximos anos. Os indicadores de Fluxo de Embarque e Desembarque nas duas principais portas de entrada, Rodoviária e Aeroporto, também mostram incremento em 2024: no aeroporto de Confins o fluxo registrado até novembro de 2024, 11,26 milhões, foi 8,69% superior ao registrado no mesmo período do ano anterior. A Rodoviária do município registrou um fluxo de 7,28 milhões, 2,82% superior ao registrado em 2023.

**Tabela 1: Indicadores de Turismo, Belo Horizonte, 2020 – 2024**

| Descrição | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Taxa de ocupação hoteleira (em %)[a] | 27,35 | 34,45 | 56,24 | 58,96 | 62,62[b] |
| Média de pernoite na cidade | nd[c] | nd[c] | 5,53 | [d] | 6,7 |
| Percentual do ISS Turístico (em %)[e] | 3,33 | 4,97 | 5,54 | 6,09 | 6,01[f] |
| Fluxo Rodoviária (milhões) | 4,00 | 4,68 | 6,73 | 7,08 | 7,28 |
| Fluxo Aeroporto (milhões) | 4,92 | 6,9 | 10,9 | 10,36 | 11,26[g] |

**Fonte**: Belotur/PBH

**Notas:**

a – Em função da não continuidade dos dados da ABIH, os dados para hotelaria contam com uma nova fonte, agora da FOHB.

b - Valor final de 2024

c - 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.

d – A média de pernoites na cidade é obtida a partir da Pesquisa de Demanda Turística, que é aplicada bianualmente.

e - Percentual em relação ao total arrecadado em ISS pelo município.

f - Valores até novembro de 2024.

g - Valores até novembro de 2024

**Tabela 2: Indicadores do PPAG 2022-2025**
**Apuração 2024**

| Programa | Nome do Indicador | Unidade de Medida | Meta 2024 | Valor Apurado 2024 |
|---|---|---|---|---|
| 86 - Fomento ao turismo de lazer, eventos e negócios | Taxa de ocupação hoteleira | Percentual | 69,25 | 62,62 |
| | Percentual do ISS turístico | Percentual | 5,87 | 6,01(a) |

**Notas:** (a) Valores até novembro de 2024.

## 7. PROJETOS NÃO EXECUTADOS

Territórios e Redes Criativas – Mercados
No PPAG 2021-2024 estava prevista a realização de mais uma etapa do projeto até o final de 2024, que seria destinada a gerar conteúdos relacionados a um segundo mercado, no entanto, devido a priorização de outros projetos pela DRTI, esta etapa não foi realizada.

Contratação de consultoria para implementação de normas para os documentos digitais: Em função de restrições orçamentárias para utilização de recursos próprios da Belotur, não foi possível a conclusão da contratação no ano de 2023, sendo a contratação adiada para 2024.

Realizar uma segunda edição do Edital de Patrocínio Belo Horizonte Cidade dos Eventos, em virtude da não aprovação de parte do recurso e chegada do período eleitoral e vedações, não foi possível dar continuidade, assim, aproveitou-se o período para iniciar o Colabora, projeto que promoveu o diálogo entre produtores de eventos e a equipe da Belotur com vistas a identificar oportunidades de melhorias e inovações no instrumento.

Participação em feiras e eventos internacionais, em parceria com a Embratur, tendo em vista a proibição de viagens internacionais custeadas pela PBH, não foi possível a nossa participação na BTL (Lisboa).

Participação em feiras e eventos nacionais, tendo em vista a não aprovação da CCG, as restrições eleitorais e a proibição de viagens nacionais, não foi possível a nossa participação nas feiras de turismo nacionais como a BTM e Festuris.

Revisão dos materiais promocionais - Tendo em vista a aprovação de apenas 20% da CCG que solicitou aprovação para contratação da revisão e impressão dos materiais promocionais, não foi possível fazer a modernização e impressão dos referidos materiais.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ano de 2024 foi marcado por avanços notáveis na promoção e atração de visitantes e turistas. Em particular, destacamos a aproximação com a Embratur e BH Airport, e a relevância das pautas ESG, com a signatura a Rede Brasil do Pacto Global, sendo a Belotur a primeira empresa municipal de turismo do Brasil a se vincular a rede, confirmando o pioneirismo junto ao tema tão relevante mundialmente, se mostrando um empresa responsável, atenta ao turismo sustentável e um destino seguro.

O carnaval de 2024 teve grande destaque na mídia nacional e principalmente internacional colocando o foco em Belo Horizonte como destino turístico de grandes eventos e manifestações populares, tal fato foi fundamental para a promoção internacional do destino. Além disso, voos diretos, resultado da parceria com a BH Airport, contribuíram significativamente para o aumento da acessibilidade ao município.

Outro ponto alto, neste ano, foi a mudança de local do 45º Arraial de Belo Horizonte, considerado o maior festejo junino do eixo sudeste, que nesta edição foi para o Mineirinho e atraiu mais de 80 mil pessoas e teve um saldo de zero ocorrências durante os 4 dias de evento.

Essas ações foram refletidas de maneira expressiva nos indicadores de ISS e Ocupação Hoteleira, que já ultrapassam os níveis pré-pandêmicos. Isso demonstra que as estratégias adotadas foram eficazes e que estamos no caminho certo para a consolidação do turismo na região.

Para a gastronomia os 5 anos do título de Cidade Criativa da UNESCO foi celebrado por 2 projetos: Bares com Alma e Guia Virtual do Mercado, que mobilizaram a cidade e ainda atraíram os olhares da mídia e do trade  qualificando ainda mais esse grande atrativo turístico de BH que é a gastronomia. Ambos projetos não apenas incrementou a economia local, mas também valorizou a cultura e a culinária regional, contribuindo para o fortalecimento do nosso patrimônio gastronômico.
Em convênio com o SEBRAE para as áreas de marketing e promoção  turística, grande parceiro de 2024, Belotur realizou, com foco na atração de grandes eventos para a capital, o projeto Colabora de capacitação de produtores de eventos em Belo Horizonte. E com foco na economia criativa lançou o Menuuh, um cardápio com 19 experiências turísticas únicas locais, aumentando e diversificando com qualidade as ofertas de turistas de Belo Horizonte..

A continuidade do Planejamento Estratégico do Turismo 23-27 pelo COMTUR também merece ser mencionada. Este planejamento fornece direcionamento estratégico para as próximas ações na área de turismo, alinhando as expectativas e definindo metas claras para o setor. Além disso, houve avanços significativos nas iniciativas de sustentabilidade, e este reconhecimento veio pela premiação em 1° lugar do concurso ESG da Embratur. Além do sucesso do Programa DTI, que promove o desenvolvimento de um destino turístico inteligente, em 2024 a Belotur se tornou um exemplo na sua aplicabilidade, sendo referência para outras cidades a aderir ao programa Ambas conquistas citadas refletem o nosso compromisso com as práticas Ambientais, Sociais e de Governança e evidenciam a nossa determinação em adotar práticas mais responsáveis e conscientes no setor.

Em suma, 2024 foi de resultados expressivos para a consolidação do turismo no município. As conquistas alcançadas nos deixam otimistas e confiantes de que as perspectivas para o futuro são extremamente positivas. Vamos continuar trabalhando duro para garantir que o turismo continue a crescer e a ser uma força motriz para a economia local e que Belo Horizonte se torne uma referência para o turismo nacional de forma segura, sustentável, responsável, consciente e acolhedora.

**Bárbara Menucci**
Presidente

**ANEXO I – DETALHAMENTO RESULTADOS**

**EIXO - PROGRAMA MUNICIPAL DE TURISMO GASTRONÔMICO**

➔ **Lançamento do Livro Digital de Artigos da Bienal da Gastronomia**

O Livro Digital de Artigos da Bienal da Gastronomia é uma das ações da programação da Bienal que estava pendente de ser concluída, em razão do tempo para revisão e publicação dos artigos que ocorreu em 2024. A seleção dos artigos aconteceu na Bienal e o evento de lançamento foi 02 de abril de 2024 no auditório P7 Criativo.

O Livro Digital de Artigos da Bienal da Gastronomia tem o objetivo de promover conhecimento e informações sobre o fenômeno da gastronomia, a Belotur, em conjunto com os professores e os estudantes das Faculdades Arnaldo, Estácio de Sá, Una, Promove e Senac, produziu uma edição do livro "Dos sabores aos saberes", especial da Bienal. Segue o link do livro:
https://linktr.ee/BienalGastronomia?utm_source=linktree_profile_share

Indicador:
- Publicação do Livro Digital de Artigos da Bienal da Gastronomia.

➔ **Ajunta Gastronomia:**

O projeto Ajunta Gastronomia, idealizado pela Belotur em parceria com o Sebrae, tem o objetivo de localizar a identidade de Belo Horizonte para construir um posicionamento sólido e fortalecer ainda mais a cidade como um polo e destino gastronômico.

As iniciativas, realizadas em 2023, tiveram sua continuidade, no ano de 2024.
- O principal objetivo foi cumprido, sendo a Entrega do estudo de posicionamento e presença da marca de Belo Horizonte, por meio de:
- Desenvolvimento do plano de ativação – (iniciado em 2023, com término em 2024).
- Fase das diretrizes de materialização do conceito desenvolvido na fase anterior.
- Nesse momento foram organizadas as ações e iniciativas necessárias para a implementação da marca-lugar através de um plano que envolve tanto a dimensão conceitual (branding, comunicação) quanto a dimensão física (experiência do usuário, atividades e atratividades, diretrizes de ocupação do espaço público).
- No final da quarta fase, foram apresentados os respectivos resultados sob a forma de relatórios, apresentações e recomendações:
- Com base nos resultados da pesquisa efetuada na primeira fase e as conclusões do workshop, foram selecionados os projetos finais a implementar, que melhor se adequam à ideia central da marca-lugar à estratégia definida. Foi realizado um aprofundamento dos 40 projetos e ativação da marca. Dos 40 sugeridos, foram agrupados e consolidados 31 projetos a serem levados adiante.
- Definição da escala de prioridade dos projetos X tempo X investimento. Foram definidos 7 projetos com alta prioridade. São eles: Identidade Visual, Comitê da marca, Barriga no Balcão, Welcome BH, Circuitos BH, Coisas de BH, Certificação Boteco de Origem ( realizado em 2024 , o Bares com Alma ).
- Estudo sobre as possibilidades de construção da Instância de Governança da Marca, com sugestão de critérios. Este estudo iniciou-se em 2024 e deverá ser concluído em 2025.

- Início da criação das identidades potenciais , a serem apresentadas e aprovadas em 2025.

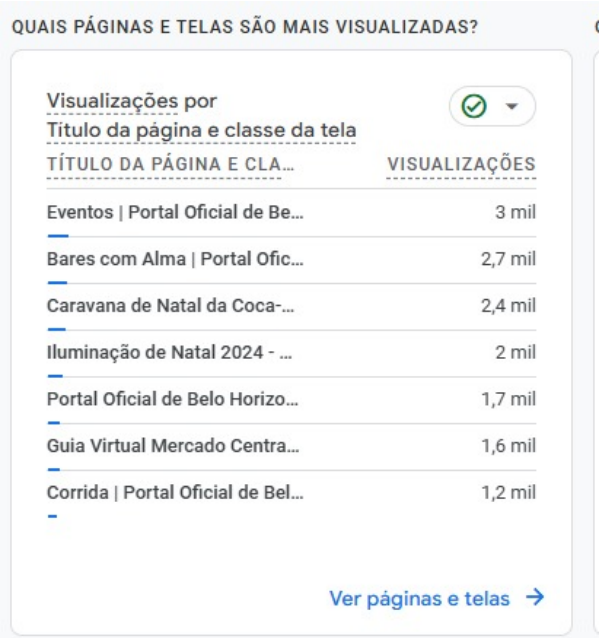
Indicador:
- Etapa 4 realizada. 100% de execução.
- Etapa 5, pertencente a um novo convênio com o SEBRAE iniciado em 2024.

➔ **Territórios e Redes Criativas – Guia Virtual Mercado Central**

Na etapa Mercado Central o projeto se propõe a apresentar o Mercado Central aos visitantes através de um mergulho na história das pessoas e dos produtos ali encontrados, cujo recorte é a gastronomia. Visa proporcionar uma imersão no vasto e diverso universo que é o Mercado Central, por meio de caminhos temáticos que reunirão conteúdos em diversos formatos e suportes (textos, áudios e vídeos), proporcionando aos visitantes uma experiência inovadora.

Indicadores:
- Guia Virtual concluído: projeto lançado no dia 26 de novembro - 100% - Plataforma do Guia Virtual espelhada no Portal Belo Horizonte no link: https://portalbelohorizonte.com.br/guiavirtualmercadocentral
- Número de Acessos à Plataforma Virtual: devido a problemas no espelhamento da Plataforma no site da Belotur (Portal Belo Horizonte) a verificação do número de acessos será prejudicada, uma vez que o espelhamento no Portal não permite que os conteúdos específicos das lojas sejam acessados diretamente. A verificação se dará a partir do número de acessos feitos diretamente via buscas no site ou por meio dos QR Codes que levam à home, instalados em locais estratégicos do Mercado Central.

Em apuração realizada no dia 29/11/24 – 4 dias após o lançamento do Guia Virtual, foram apurados 1.644 acessos, sendo que o Portal tem uma média de acessos diária de 8 mil acessos. Abaixo segue a média de acessos comparada com algumas outras páginas do Portal:



➔ **Bares com Alma**

Concebido como um projeto de intercâmbio entre cidades criativas da UNESCO, inspirado nos moldes do Bares Notables de Buenos Aires, o projeto Bares com Alma surgiu com o intuito de localizar e reconhecer 30 estabelecimentos (bares, cafés, restaurantes, mercearias etc) que ajudaram a construir a identidade de Belo Horizonte, destacando sua autenticidade e relevância histórica. Realizado pela Prefeitura de Belo Horizonte, através da Belotur, e pelo SEBRAE Minas, o objetivo é promover esses bares como espaços autênticos, incentivando o turismo local e a preservação desses estabelecimentos históricos.

A seleção foi feita a partir de 112 indicações por um comitê de 60 membros da sociedade civil de diferentes regiões da cidade, e um grupo de curadores composto por jornalistas, pesquisadores e lideranças comunitárias definiu os 30 bares escolhidos com base em critérios como tempo de existência e relevância na comunidade. O processo incluiu entrevistas e levantamento de arquivos históricos para registro e divulgação. Os selecionados estão espalhados por 20 bairros da capital mineira, buscando ampliar e descentralizar o entendimento dos moradores e turistas acerca dos botecos importantes para conhecer mais a história da nossa cidade.

O evento de lançamento do Bares com Alma aconteceu nos dias 13 e 14 de novembro de 2024. No dia 13 de novembro aconteceu o evento de lançamento do projeto com o anúncio dos 30 bares reconhecidos como Bares com Alma e foi no estacionamento do Mercado Novo para um público estimado de 150 pessoas.

No dia 14 de novembro o evento aconteceu no Cine Santa Tereza com o título de Bares com Alma - Prosas de balcão: patrimônio e autenticidade: e contou com uma programação composta por conversas entre especialistas nacionais e internacionais que abordaram temáticas relacionadas ao patrimônio, autenticidade, turismo e economia criativa que perpassam questões levantadas no decorrer do projeto. Além de compartilhar boas práticas, experiências e relatos que perpassam por esses temas, atuais e relevantes, que merecem um debate incorporando a sociedade civil.
Site: https://portalbelohorizonte.com.br/barescomalma

Indicador:
- 100% da ação executada. Todas as etapas do convênio concluída
- Levantamento de 112 bares
- Seleção de 30 bares com Alma, que atenderam os critérios do projeto.
- Realização do evento de divulgação dos bares selecionados.

➔ **Relatório Quadrienal de Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO**

- **Após o cumprimento do acordo com a UNESCO** de finalizar e entregar o relatório quadrienal de Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia apresentando as atividades realizadas nos últimos 4 anos, bem como das ações planejadas para os próximos 4 anos, **em forma de um relatório diagramado e consolidado com 27 páginas** em português e traduzido para o inglês, o relatório foi solicitado , por outra forma, online, com duas partes:
- A contribuição das Cidades Criativas para implantação da UCCN - RELATÓRIO DE MONITORAMENTO;
- Contribuição das Cidades Criativas para o desenvolvimento sustentável, em linha com a Declaração MONDIACULT 2022.

Indicador:
- 100% da ação executada.

➔ **Avaliação de candidaturas e relatórios das cidades criativas da Unesco**

- 4 avaliações realizadas por Belo Horizonte de relatórios de monitoramento no rol de membros das cidades criativas da Unesco: Shunde (China), Phuket (Tailândia) e Bendigo (Austrália).

Indicador:
- 100% das avaliações demandadas foram concluídas.

➔ **Consulta sobre recomendações UNESCO**

Rede de Cidades Criativas da UNESCO Consulta sobre a implementação das recomendações da avaliação efetuada pela Divisão de Serviços de Supervisão Interna.

Por ocasião do vigésimo aniversário da Rede de Cidades Criativas da UNESCO (UCCN), e a fim de fortalecer a avaliação de impacto, o Serviço de Supervisão Interna da UNESCO (IOS) lançou uma avaliação independente da Rede em fevereiro de 2023. O objetivo geral desta avaliação é refletir sistematicamente sobre as realizações e experiências passadas, bem como identificar áreas de melhoria para a UCCN.

Os resultados desta avaliação foram apresentados ao Conselho Executivo da UNESCO na sua 219ª sessão (março de 2024). O Conselho Executivo congratulou-se com a avaliação, registou com interesse as suas recomendações e solicitou que a sua implementação fosse discutida durante a XVI Conferência Anual.

Tal como anunciado anteriormente e após a Conferência Anual deste ano, este questionário online foi enviado para recolher comentários e feedback das Cidades Criativas e dos seus prefeitos sobre a implementação das seis recomendações do IOS a curto e médio prazo. Belo Horizonte participou respondendo às recomendações.

Indicador:
- 100 % executado.

➔ **II Fórum Ibero-americano de Cidades Criativas da UNESCO**

Participação no II Fórum Ibero-americano de Cidades Criativas da UNESCO,no período de 28 de outubro a 01 de novembro de 2024, em Castelo Branco, Portugal, representado pela Sra. Sandra Lima- chefe de Gabinete.

Este evento pioneiro em Portugal visa promover o diálogo e a colaboração entre cidades, instituições e agentes culturais dos países ibero-americanos. O Fórum criou uma plataforma para a troca de experiências e boas práticas no desenvolvimento de cidades criativas, oferecendo um espaço para a partilha multicultural e o fortalecimento entre as Cidades Criativas da UNESCO.

A Belotur foi convidada a participar como palestrante no evento e compartilhar a experiência e perspectivas de Belo Horizonte enquanto cidade criativa da gastronomia, junto aos participantes do evento para enriquecer o diálogo e a troca de conhecimentos.

Importante destacar que a partir da rede de relacionamentos construída nos eventos em que a Belotur tem participado geram parcerias, colaborações e troca de experiências que impactam positivamente nas estratégicas para o fortalecimento da gastronomia da cidade.

A organização do evento foi responsável pelo custeio de passagem aérea, hospedagem, alimentação e serviço de traslado, sem ônus para a Prefeitura de Belo Horizonte.

Indicador: 100% executado

➔ **XVI Conferência Anual das Cidades Criativas da Unesco**

Anualmente a UNESCO realiza um encontro para tratar dos assuntos relacionados às cidades que possuem o título de Criativas (que possui 7 sub-redes) , o encontro visa o relacionamento entre os pontos focais das idades criativas de todo o mundo, troca de experiências, avaliar a candidatura de novas cidades que pleiteiam o título, além de para disseminar conhecimento e informação entre os membros representantes das cidades.

Em 2024 (29/6 a 7/7), o evento aconteceu em Braga em Portugal que desde o início de 2018 ostenta o título de Cidade Criativa UNESCO no domínio das Media Arts. Uma série de atividades foram realizadas durante o evento como cerimônia de abertura, fórum de prefeitos, divulgação de relatórios de pesquisa, fóruns temáticos, conferências de promoção, feira comercial, exposições e apresentações. O encontro contou com a participação de mais de 100 países.

Belo Horizonte foi representada pela Sra. Bárbara Menucci - Presidente da BELOTUR.

➔ **Evento Ouro Preto**

Entre os dias 17 e 19 de outubro, a Belotur esteve presente na Conferência Internacional sobre Estudos e Pesquisas em Gastronomia e Turismo, realizada em Ouro Preto/MG. Foi realizada uma cozinha show com os renomados chefs Diego Grammont e Pedro Barbosa e apresentou uma mesa de debates focada em Turismo Gastronômico e Cidades Criativas. Os participantes internacionais da agenda também desfrutaram de uma visita guiada ao Mercado Novo e ao Mercado Central, onde puderam interagir com os palestrantes e ampliar suas perspectivas sobre a temática.

Indicador:
- 100 participantes nacionais e internacionais durante a cozinha show e a apresentação sobre o título de cidade criativa;
- 25 participantes internacionais durante visita técnica ao mercado central e mercado novo.

**EIXO - PROGRAMA DE PESQUISA E INOVAÇÃO TURÍSTICA**

➔ **Plano de Transformação Digital de Belo Horizonte**

- Monitoramento do plano com a entrega da atualização dos 104 requisitos na plataforma

digital do programa em busca do atingimento do % necessário para obter a certificação do Mtur.

Indicador:
- 100% dos requisitos da metodologia DTI Brasil atualizados.

➔ **Intercâmbio de capacitação e qualificação DTI**

As Jornadas de Inovação e Turismo de Belo Horizonte representam uma iniciativa estratégica para fortalecer a governança no turismo por meio da criação de uma rede colaborativa de troca de boas práticas entre destinos e gestores. O evento busca promover o conhecimento de metodologias inovadoras de gestão de destinos turísticos inteligentes, com base em experiências internacionais reconhecidas, e capacitar os participantes por meio de treinamentos ministrados por especialistas renomados.

O formato das jornadas combina teoria, prática e visitas técnicas, permitindo que os participantes vivenciem o conceito de smart cities e destinos turísticos inteligentes. Esse modelo incentiva a troca de experiências, o aprendizado mútuo e a aproximação entre gestores de diferentes localidades, fortalecendo uma cultura de colaboração essencial para a inovação e sustentabilidade do turismo.

A edição anterior destacou o impacto dessa abordagem. Em 2023, contamos com a presença de Edurne Vidal López-Tormos, Presidente da Empresa Municipal de Turismo de Santander, S.A.M.P., na Espanha, que compartilhou sua expertise em governança e inovação turística. Já em 2024, os especialistas Karina Fortete e Sebastian Soumastre, da Divisão de Turismo de Montevidéu/Uruguai, trouxeram valiosas contribuições que reforçaram a importância da gestão integrada e da articulação entre destinos.

Ao fomentar uma rede de diálogo e cooperação, as Jornadas de Inovação e Turismo consolidam Belo Horizonte como um polo de referência em turismo inteligente e colaborativo. Esse esforço contínuo não apenas enriquece os destinos participantes, mas também promove a governança como elemento central para o desenvolvimento sustentável e inovador do setor.

As Jornadas de Inovação e Turismo têm como principal objetivo promover o compartilhamento de boas práticas internacionais no campo da gestão de destinos inteligentes. Isso é alcançado por meio de treinamentos ministrados por especialistas renomados e da participação de gestores de destinos brasileiros e da Rede Ibero-Americana DTI. Além de qualificar gestores, profissionais e estudantes da área de turismo, as Jornadas promovem a disseminação de conhecimento sobre a metodologia DTI, além de incentivar a interação e o aprendizado colaborativo entre diferentes destinos.

Até o momento, a Belotur realizou duas edições das Jornadas de Inovação e Turismo. O formato inovador das edições combina teoria, prática e visitas técnicas, permitindo que os participantes vivenciem, durante dois a quatro dias, o conceito de smart cities aplicado ao contexto turístico.

A segunda edição ocorreu de 26 a 28 de novembro de 2024, durante a Semana de Turismo da UFMG, em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais. Dois especialistas internacionais, Karina Fortete e Sebastián Soumastre, da Divisão de Turismo de Montevidéu, Uruguai, compartilharam experiências valiosas. Essa edição teve como destaque a participação de gestores de destinos como Rio de Janeiro, Goiânia, Gramado, Santos, Curitiba, Montevidéu e Belo Horizonte.

Na programação, a Belotur apresentou duas boas práticas locais:
1. Lançamento do Guia Virtual do Mercado Central, uma plataforma inovadora para explorar um dos principais atrativos turísticos da cidade.
2. Uma experiência imersiva do "Menuuh de Experiência de Belo Horizonte", que oferece 19 atividades turísticas nas áreas de gastronomia, agroecologia, cervejaria, arte e design. Esses produtos foram desenvolvidos para diversificar e ampliar a oferta turística da cidade, proporcionando uma vivência única de Belo Horizonte.

Indicador:
- 100% realizado em 2 edições.
- Segunda edição da Jornada de Inovação e Turismo de Belo Horizonte - 2024
- Participação de 07 cidades de 2 países - Brasil e Uruguai
- Disseminação de 09 boas práticas
- Capacitação de 37 participantes: sendo 8 convidados de outros destinos do Brasil, 2 do Uruguai, 20 alunos da UFMG, 2 professores UFMG e 5 da Belotur.

➔ **Publicação do e-book - Plano de Transformação Digital e Boas Práticas DTI**

Layout do e-book - Plano de Transformação Digital e Boas Práticas DTI e a sua publicação em 2024 incorporando como boas práticas os vencedores do Prêmio Ibero-americano DTI, promovido pela Rede Iberoamericana DTI em conjunto com o apoio técnico da Belotur coordenadora da mesa de transferência de conhecimento e boas práticas da referida rede.

O e-book foi publicado em 2 idiomas - portugês e espanhol.
- Link e-book português: https://destinosinteligentesiberoamerica.com/wp-content/uploads/2024/12/Ebook-Portugues-Boas-Praticas-DTI-1.pdf
- Link e-book espanhol: https://destinosinteligentesiberoamerica.com/wp-content/uploads/2024/12/Ebook-Espanhol-Buenas-Practicas-DTI.pdf

Indicador:
- 100% realizado.

➔ **Desafio de Inovação no Turismo**

Participação do Desafio Futurize, uma iniciativa da Escola de Arquitetura e Design em parceria com o Mestrado Profissional em Educação e Docência - PROMESTRE da UFMG. O objetivo do projeto foi encontrar soluções inovadoras que tornem Belo Horizonte um destino turístico ainda mais atrativo, destacando sua identidade gastronômica.

Colaboramos na organização do desafio, prestando suporte aos participantes, esclarecendo dúvidas, oferecendo mentorias e, por fim, participando da banca de avaliação das soluções desenvolvidas.

Indicador:
- 8 equipes formadas e 40 participantes.

➔ **Inteligência de dados**

- Pesquisas realizadas pela Belotur desde a criação do Observatório do Turismo de Belo Horizonte com 13 bases de dados publicadas, feita com base nas informações coletadas:
- 09 Bases de dados primários sobre: Carnaval Foliões Desfile de escolas de Samba e Bloco Caricatos, Carnaval Foliões de Blocos de Rua e Avenida Sonorizadas, Arraial de Belo Horizonte, Parada do Orgulho LGBT, Stock Car, Território Raul Soares e 2 etapas da Demanda Turística com respectivas publicações de relatórios, power BI e 3 Releases de divulgação (Carnaval unificada).
- 01 Tratamento e Informações da base de dados gerada pelo Cadastro de ambulantes.
- 01 Publicação com Painéis de dados - Tratamento de dados públicos e manutenção de painel de indicadores - 08 Bases de dados, sendo: RAIS, CAGED, PNAD, Movimentação Aeroportuária e Rodoviária, Ocupação Hoteleira, ISS Turístico e Estabelecimentos do cadastro Municipal de Contribuintes.
- 04 Bases de dados em parceria sobre: Pesquisa Avaliação Parques Municipais, Virada Cultural, Festival Internacional de Quadrinhos e Festival Internacional de Teatro com respectivos relatórios publicados e dados nas releases de balanço.
- 01 mesa mediada e com apresentação de trabalhos na Rede Brasileira de Observatórios - Disponíveis no canal do Youtube da RBOT, temas: Pesquisa em rede
- 01 composição de mesa e com apresentação de trabalhos do Observatório de Belo Horizonte no Encontro da Rede Brasileira de Observatórios - Disponíveis no canal do Youtube da RBOT, temas: Cases de Sucesso.
- 01 Artigo apresentado no 20º Seminário de Economia de Diamantina, “Evolução do setor criativo em Belo Horizonte: uma análise sobre o mercado de trabalho”
- 01 Artigo apresentado no Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo - “Determinantes da avaliação de eventos turísticos e culturais em Belo Horizonte”.
- Panorama do Turismo - Boletim semestral de dados de Belo Horizonte - 2ª e 3ª Edição do Boletim Semestral “Panorama do Turismo” em 2024.

Indicador:
- 100% de pesquisas planejadas aplicadas.
- Levantamento intersetorial e monitoramento de indicadores em consonância com metodologia DTI Brasil
- Levantamento dos indicadores DTI concluído que passam a integrar o monitoramento do Plano de Transformação Digital de Belo Horizonte e ajudam a cumprir um dos requisitos da metodologia DTI Brasil.

## EIXO – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E GOVERNANÇA

➔ **Detalhamento do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027**

- Realização de uma série de seis mentorias destinados a detalhar as vinte e duas Linhas de Ação do Plano junto a diferentes públicos (Corpo Técnico da Belotur, Órgãos da PBH que possuem interface com a atividade Turística, Trade Turístico e Academia).
- As principais ações realizadas dentro do escopo do projeto foram:
- Realização de seis mentorias junto aos distintos públicos – duas em cada mês (fevereiro, março e abril) Sistematização das propostas e dados obtidos nas oficinas;

- Redação do Documento Final com ações detalhadas contendo ações, responsáveis, prazos, atividades, indicadores, líderes e formas de implementação.

Indicadores:
- Detalhamento do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 concluído até maio de 2024: 100% concluído.
- Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027 validado junto ao Comtur-BH e Câmaras Temáticas: 100% concluído

AÇÕES CONTÍNUAS

1. FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA

- 03 reuniões ordinárias do Comtur - BH realizadas
- 01 reunião unificada do Comtur - BH e das Câmaras Temáticas realizada
- 01 reunião extraordinária do Comtur - BH realizada
- 06 encontros virtuais realizados para a discussão da proposição de alteração do regimento interno
- 06 oficinas de detalhamento do Plano Estratégico de Turismo realizados com o trade turístico de Belo Horizonte, Prefeitura e Belotur

| **REUNIÕES ORDINÁRIAS CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE COMTUR- BH E CÂMARAS TEMÁTICAS DO COMTUR – BH - 2023** | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MÊS / COLEGIADO | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ |
| ORDINÁRIA COMTUR | | | 16/04 | | 18/06 | | 20/08 | | 15/10 | | 10/12 |
| EXTRAORDINÁRIA COMTUR BH | | 06/03 | | | | | | | | | |
| CÂMARAS TEMÁTICAS | | 26/03 | | | | | | | | | |
| UNIFICADA COMTUR + CÂMARAS TEMÁTICAS | 27/02 | | | | | | | | | | |

**As reuniões das Câmaras Temáticas são de responsabilidade dos coordenadores e só acontecem se os mesmos enviarem as pautas com antecedência de 7 dias. A secretaria executiva do Comtur – BH dá apoio operacional (envio de convites e opera a plataforma online no dia da reunião e faz a ata). As reuniões de maio e julho (em vermelho) não aconteceram por falta de pauta.*

<u>REUNIÕES UNIFICADAS DAS CÂMARAS TEMÁTICAS E DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO</u>

2ª Reunião Unificada do Conselho Municipal de Turismo Comtur - BH e das Câmara Tematicas: 27 de fevereiro de 2024:
- Posse dos membros da Gestão 2024-2025 do Comtur - BH
- Validação da Ata da 28 ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- Aprovação do Calendário Anual de Reuniões do Comtur - BH e Câmaras Temáticas
- Regimento Interno Comtur - BH (Montar grupo de trabalho para a revisão do regimento interno)

- Apresentação Mentorias - Detalhamento do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023/2027
- Apresentação do projeto "Bares com Alma"
- Consulta sobre o formato das oficinas para o detalhamento do Plano Municipal de Turismo 2023-2027 (online ou presencial)

REUNIÕES ORDINÁRIAS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

29ª. Reunião Ordinária - 16 de abril de 2024

- Validação das Atas da 2ª Reunião Unificada do Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte Comtur - BH e das Câmaras Temáticas e 5ª Reunião Extraordinária do Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte Comtur-BH
- Apresentação do novo presidente da Belotur – Glauco Carlos Carvalho
- Posse dos membros da Faculdade Arnaldo
- Reabertura do CAT - Mercado das Flores – Experiência Concessão Belotur e Sesc
- Divulgação Prepara Gastronomia
- Divulgação do programa BH Receptiva
- Informes gerais: Plano de Negócios / Feira dos Destinos Turísticos Inteligentes /Coordenador(a) Câmara de Demanda Turística

30ª. Reunião Ordinária - 18 de junho de 2024

- Validação da ata da 29ª Reunião Ordinária do Conselho Municipal de Turismo de Belo Horizonte Comtur - BH
- Apresentação da presidente da Belotur – Bárbara Menucci
- Apresentação do detalhamento do Plano Municipal de Turismo de Belo Horizonte 2023-2027
- Arraial de Belo Horizonte em novo local (Mineirinho)
- Informes gerais: Edital de Eventos e Acelera *Check in* Turismo

31ª. Reunião Ordinária - 20 de agosto de 2024

- Validação da Ata da 30ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- Revisão do Regimento Interno do Comtur - BH
- Apresentação da Câmara Temática de Governança: conceitos e metas para 2024/2025
- Balanço Arraial de Belo Horizonte 2024
- Informes gerais: Monitoramento do Plano Estratégico de Turismo 2023/2027

32ª. Reunião Ordinária - 15 de outubro de 2024

- Validação da Ata da 31 ª Reunião Ordinária do Comtur - BH
- Aprovação Final do Regimento Interno do Comtur - BH
- Monitoramento das Ações do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte - 2023/2027
- Solução para o funcionamento e envolvimento das Câmaras Temáticas
- Apresentação de proposta da Minuta do Decreto do FUMTUR
- Apresentação do Guia Interativo da Pampulha - FMC / Interact Place
- Projeto novo PAC restauração da Praça Dino Barbieri

33ª. Reunião Ordinária - 10 de dezembro de 2024

- Validação da Ata da 32 ª Reunião Ordinária do Comtur – BH
- Planejamento e atualizações do Carnaval 2025
- Balanço Belotur 2024
- Pesquisa Território Raul Soares (Mercado Central, Mercado Novo e Galeria São Vicente)
- Informes gerais: Lunetas e Nova Marca da Gastronomia da Cidade Criativa da Gastronomia

REUNIÕES EXTRAORDINÁRIAS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

5ª. Reunião Extraordinária - 06 de março de 2024
- Apresentação do Sistema de Votação
- Votação para eleição do vice-presidente do Comtur-BH
- Apuração dos votos e divulgação dos resultados

REUNIÕES ORDINÁRIAS DAS CÂMARAS TEMÁTICAS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

8ª Reunião das Câmaras Temáticas do Comtur-BH - 26 de março de 2024
- Apresentação do Regimento Interno das Câmaras Temáticas (Secretaria Executiva do Comtur/Câmaras Temáticas)
- Definição da Coordenação da Câmara Temática de Demanda Turística
- Ações para o Regimento Interno (Câmara Temática de Governança e Gestão: montagem do Grupo de Trabalho e definição do cronograma de trabalho)

Quais outros documentos serão analisados e/ou atualizados (Câmara Temática de Governança e Gestão)
- Prazos das reformas para o término (Câmara Temática de Governança e Gestão)

REVISÃO DO REGIMENTO INTERNO DO COMTUR – BH

- Criação do Grupo de Trabalho no âmbito da Câmara Temática de Governança e Gestão do Turismo com objetivo de atualizar e adequar o texto do regimento interno do Comtur-BH, uma vez que, ocorreu alteração na legislação e no próprio regimento no ano de 2023;
- 06 encontros virtuais realizados para a discussão da proposição de alteração do regimento;
- Composição atualizada conforme legislação vigente;
- Competências atualizadas;
- Estrutura básica do Comtur-BH reorganizada, incluindo a criação da seção para as eleições e das funções do vice-presidente;
- Novos capítulos criados e reorganizados;
- Regimento Interno aprovado e validado pelos conselheiros na 32ª Reunião Ordinária do Comtur - BH

Indicadores:
- Número de reuniões ordinárias do Comtur-BH realizadas: 100%
- Número de reuniões ordinárias das Câmaras Temáticas realizadas: 20% *As Câmaras Temáticas são órgãos auto organizados, coordenados pela sociedade civil.
- Número de reuniões Unificadas do Comtur-BH + Câmaras Temáticas realizadas: 100%

➔ Regionalização do Turismo

Certificação obtida como Instância de Governança Regional, no âmbito federal, com a conclusão do preenchimento do Mapa do Turismo, além da participação nas Assembleias Gerais Extraordinárias, reuniões FECITUR, Rede de Gestores e SECULT/MG e Encontros de Gestores Municipais de Cultura e Turismo e Circuitos Turísticos de Minas convocados. Essas certificações fazem parte do Programa Nacional de Regionalização do Turismo em que a certificação de Belo Horizonte mantém o destino no programa e permite acesso aos fundos, verbas e inserção em outros programas estaduais e nacionais voltados para o turismo.

Indicador:
- Certificação do Ministério do Turismo obtida - 100% concluída.

➔ **Categorização**

Participação no piloto da categorização proposta pela SECULT-MG,com metodologia construída baseada em critérios e levantamentos que indicam a situação atual das IGRs no que tange a gestão e mercado.

Após a soma dos critérios referentes aos Eixos de Gestão e Mercado, foi calculada a média simples,resultando na nota final de 79%. Assim, a IGR Belo Horizonte foi classificada no grupo QUEIJO. ( Resultado em 2025).

Indicador:
- 100% executada.

➔ **Ações pacto global**

O Pacto Global da ONU tem como objetivo fortalecer a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) no setor de turismo e eventos em Belo Horizonte. Como parte desse compromisso, a equipe da Belotur participou do curso **Jornada ODS**, uma capacitação que aprofunda o conhecimento sobre os 17 ODS e suas aplicações práticas. A iniciativa visa integrar princípios de sustentabilidade, governança e responsabilidade social nas políticas e projetos da Belotur, ampliando o impacto positivo das ações desenvolvidas, especialmente no contexto do Carnaval de Belo Horizonte e outros eventos estratégicos da cidade.

## EIXO - DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO TURÍSTICA

➔ **Sinalização Interpretativa Turística do Conjunto Moderno da Pampulha**

O projeto compreende a revitalização da Sinalização Interpretativa Turística – Pedestres da orla da lagoa da Pampulha e entorno imediato do Mineirão, adaptado à normatização prevista no 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. Destaca-se que a revitalização da Sinalização Interpretativa Turística foi incluída no portfólio de projetos da Belotur apresentado à Câmara dos Vereadores, visando a captação de recursos de Emendas Parlamentares Impositivas/2023, sendo contemplado com o valor de R$ 150.000,00 por meio de uma Emenda da Vereadora Marcela Trópia, com recursos aportados em abril de 2023.

A revitalização prevê a contratação de serviços de manutenção corretiva (realizados em sua maior parte na primeira etapa concluída em maio de 2024, com recursos oriundos da Emenda Parlamentar Impositiva) e de manutenção preventiva (que possuem sazonalidade de 4 meses) e valor fixo. O contrato tem duração de dois anos e término previsto para dezembro de 2025, por isso foi incluído nas ações contínuas.

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

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

Indicadores:

- Número de Placas revitalizadas e reinstaladas: 69 placas – 100%
- Quantitativo de Manutenções Corretivas Finalizadas:
- 1ª Manutenção Corretiva nas 69 placas de sinalização concluída em 21 de maio de 2024.
- Quantitativo de Manutenções Preventivas Finalizadas:
- 1ª Manutenção Preventiva nas 69 placas de sinalização concluídas.
- 2ª Manutenção Preventiva nas 69 placas de sinalização concluídas.

➔ **Manutenção das Lunetas**

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

O sistema é composto de um total de 11(onze) lunetas de observação terrestre, sendo elas:

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

A contratação via licitação (pregão eletrônico) foi concluída em setembro de 2024 e no início de outubro, com a apresentação do Plano de Trabalho a execução foi iniciada, tendo em vista integrar algumas entregas já previstas no cronograma da PBH, como é o caso da obra de requalificação da Rua Sapucaí, cuja conclusão se dará no dia 12 de dezembro, aniversário da cidade.

Indicadores:

- Número de Lunetas revitalizadas e reinstaladas: 3 lunetas de um total de 11 lunetas revitalizadas até dezembro de 2024.
- Quantitativo de Manutenções Corretivas Finalizadas:

- 1ª Manutenção Corretiva realizada em 3 lunetas de um total de 11 lunetas até dezembro de 2024.
- Quantitativo de Manutenções Preventivas Finalizadas: 11 lunetas.

**EIXO - REALIZAÇÃO E FOMENTO DE EVENTOS URBANOS**

➔ **Política de Patrocínio da Belotur**

A Belotur tem como missão promover Belo Horizonte como um destino turístico de destaque. Entre 2018 e 2022, utilizou os editais do Programa Belo Horizonte Quatro Estações para fomentar eventos na cidade. Em 2023, com o Decreto nº 18.362, foi lançado o "Edital de Patrocínio - Belo Horizonte: Cidade dos Eventos", que trouxe uma abordagem inovadora para o setor. Desde então, os editais têm fortalecido a cultura, a gastronomia e os atrativos da cidade, contribuindo para seu posicionamento como destino de negócios e eventos.
O ano de 2024 foi atípico para a política de incentivo a eventos, uma vez que, por ser ano eleitoral, houve restrições quanto à execução orçamentária e à publicação de novos editais, impactando diretamente o setor. Ainda assim, a Belotur manteve seu compromisso em apoiar iniciativas estratégicas para a promoção turística da cidade.
Tivemos a publicação de 1 edital em 2024, no primeiro semestre, já com as novas regras.

https://portalbelohorizonte.com.br/editaldeeventos
Entregas:
- 22 eventos patrocinados pela Belotur.
- Decreto nº 18.362/2023.
- HotSite de Divulgação do Edital: https://portalbelohorizonte.com.br/editaldeeventos

Indicadores:
- Editais publicados: 1 - (004/2024)
- Projetos Inscritos: 180 eventos
- Contemplados: 22 eventos
- Prestações de contas finalizadas: Todas do Edital 004/2024
- Prestações de contas pendentes: 0 (nenhuma)
- Valor global dos editais publicados: 3.000.000,00 (três milhões)

➔ **Prestação de Contas dos Editais de Patrocínio**

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

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

Indicadores (Passivo Edital 4 Estações): [1] *Considerando apenas os contemplados que executaram

totalmente os eventos.

- Pareceres de prestação de contas produzidos no ano de 2024: 22 do edital 004/2024 e 41 do edital 008/2023
- Prestações de contas do passivo finalizadas até 2024: 350
- Prestações de contas finalizadas somente em 2024: 43 (22 do edital 004/2024 e 21 do edital 008/2023
- Passivo: 31 prestações de contas a finalizar
- Aguardando defesa administrativa: 5 processos
- Aguardando recebimento do processo para análise: 31 prestações de contas (passivo)
- Compensação: 07 medidas substitutivas atendidas pelos proponentes até o momento (fev/2025)

**Indicadores (Passivo Novo Modelo Edital Patrocínio):**
- Prestações de contas finalizadas somente em 2024: 43 prestações de contas
- Aguardando defesa administrativa: 5 processos
- Prestações de contas entregues intempestivamente: 1 projeto, a proponente não recebeu a 2ª parcela de patrocínio.
- Aguardando execução/recebimento do processo para análise - 31 prestações de contas do passivo

➔ **Colabora: O Laboratório de Ideais do Edital de Patrocínio**

O programa Colabora teve como objetivo qualificar a produção de eventos com potencial turístico em Belo Horizonte, fortalecendo a competitividade da cidade como destino e incentivando boas práticas em cultura, sustentabilidade (ESG) e inovação.

Ao longo de sua realização, promoveu entrevistas, oficinas e capacitações, criando oportunidades de aprendizado, networking e inovação para organizadores de eventos e profissionais do setor. A iniciativa visou compartilhar conhecimento, consolidar alianças estratégicas e impulsionar o mercado turístico local.

A parceria entre Belotur e Sebrae Minas foi essencial para o fortalecimento da cadeia produtiva de eventos e turismo na capital. Firmado em março de 2024, o convênio “Desenvolvimento e Promoção do Destino Belo Horizonte Surpreendente” buscou aprimorar o setor por meio de capacitação, benchmarking e análise crítica, promovendo a profissionalização e o crescimento sustentável do turismo.

Belo Horizonte se destaca como um destino vibrante, combinando cultura, gastronomia e belezas naturais, além de seu carnaval. O Colabora impulsionou pequenos negócios, fomentou a troca de experiências e incentivou a inovação para um ecossistema de eventos alinhado às melhores práticas sustentáveis.

➔ **CAPTAÇÃO DE RECURSOS E PARCERIAS**

Mercado das Flores

Abertura do Mercado das Flores

O tradicional Centro de Atendimento ao Turista (CAT) - Mercado das Flores, de responsabilidade da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - Belotur, foi cedido de forma onerosa ao Sesc, por meio de termo de parceria assinado em janeiro de 2023. Após a reforma, o local ganhou duas obras

criadas pelo artista Thiago Mazza e contou com diversas melhorias na sua estrutura, retomando o atendimento ao público, com foco no turismo social e nos encontros entre cultura e gastronomia.

A cessão do espaço à iniciativa privada faz parte do planejamento da Belotur para a promoção de Belo Horizonte enquanto destino turístico com a oferta de serviços a moradores e visitantes, pautada pela reconhecida hospitalidade do belo-horizontino. A ação também integra o planejamento de requalificação do hipercentro da cidade, O Centro de Todo Mundo.

O local, reaberto em 19/03/24, possui várias funcionalidades e serviços, como divulgação de informações turísticas, atendimento personalizado a quem pretende adquirir pacotes de viagem operacionalizados pelo Sesc, venda de ingressos para eventos no Sesc Palladium, além de outras facilidades ligadas à experiência cultural, gastronômica e turística na cidade

O valor da cessão é de R$6 mil mensais, com permissão de uso por 36 meses, podendo ser prorrogável. Esse montante será revertido em ações de promoção turística para a cidade.

Além do pagamento do aluguel mensal, o SESC está realizando obras de melhoria, para entregar um novo espaço para a população.

Entrega:

- Abertura em 19/03/2024

Indicador:

- Geração de renda mensal: R$ 6.000,00
- De agosto/24 a Novembro/24 o CAT Mercado das Flores recebeu 9.582 pessoas (Total de Entrada de Turistas e Visitantes)

Edital de patrocínio para o Carnaval

A edição de 2024 do Carnaval de Belo Horizonte aconteceu entre os dias 27 de janeiro e 18 de fevereiro. O evento momesco é um dos principais produtos turísticos da cidade e do estado. Para além da importância cultural e de entretenimento, a festa gera emprego e renda para vários setores da sociedade. A folia na cidade é organizada de maneira espontânea e um dos principais atrativos é a essência democrática e plural.

O Carnaval de Belo Horizonte 2024 teve o patrocínio master do Governo do Estado de Minas Gerais, por meio da Codemge; apoio do Sistema Fecomércio-MG, Sesc e Senac em Minas e Sindicatos Empresariais e colaboração da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL-BH) e da rede de supermercados Mart Minas.

O Carnaval de Belo Horizonte permanece sendo uma festa democrática, pautada pela diversidade e inclusão. A hospitalidade inconfundível do Belo Horizontino é um dos diferenciais para atrair os turistas que se encantam e prometem voltar nos próximos anos!

Essa grande festa segue em construção, baseada no diálogo e na escuta. Uma folia espontânea e descentralizada, que movimenta toda a cidade de forma organizada e segura, a partir de um trabalho integrado que envolve cerca de 40 órgãos das esferas políticas, municipais e estaduais, além dos órgãos privados.

2024
Entregas:
- 3 editais de Captação de Patrocínio
- 1 Captação direta
- 68 reuniões de prospecção realizadas

Indicador
- Captação via edital : 03 patrocinadores - R$2.000.000,00
- Captação direta via Codemge - Total: R$ 4.000.000,00
- Total Captado: R$ 6.000.000,00

Arraial de Belo Horizonte

O Arraial de Belo Horizonte, que chega à 45ª edição em 2024, é o festejo junino mais representativo da Região Sul e Sudeste do Brasil, pela valorização e respeito à cultura e às tradições que envolvem o período. Trabalhado a partir da ideia de uma 'Experiência Junina Completa', a festa belo-horizontina foca em três grandes eixos: a apresentação das tradicionais quadrilhas da cidade, shows musicais, com artistas locais e nacionais, e diversas atividades gastronômicas, como o Concurso Prato Junino e a Vila Gastronômica, sempre valorizando o título de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco.

Neste ano tivemos um formato diferenciado, onde o Concurso Prato Junino que estava em sua 5ª Edição com a participação e envolvimento das faculdades UNA, Senac, Promove, Estácio de Sá e Arnaldo, ocorreu em duas etapas, sendo a primeira realizada nas próprias faculdades, que organizam e produzem as suas próprias Seletivas. Nesta fase, dois pratos de cada faculdade são selecionados para concorrerem à Grande Final do Concurso Prato Junino do Arraial de Belo Horizonte.

Foram realizadas a captação do Supermercados Mart Minas e CDL para serem patrocinadoras do Arraial de 2024.
Entregas:
- 5 bares operando a Vila Gastronômica com 5 barracas em todos os dias do evento.
- 5 barracas de faculdades comercializando o Prato Junino na Vila Gastronômica

Indicadores:
- Recursos financeiros (Arraial): R$115.000,00

**EIXO - DISSEMINAÇÃO DO POSICIONAMENTO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO**

➔ **Promoção nacional - participação em feiras**

A promoção para o mercado nacional em 2024 foi focada no tema Cidade Criativa da Gastronomia, apresentando em todas as feiras o Temas Bares antigos, destacando elementos que despertam a memória afetiva e a valorização da gastronomia belo-horizontina, através das degustações de produtos típicos e cozinhas show.
A estratégia de manter o mesmo tema e identidade visual tem por objetivo reforçar Belo Horizonte como cidade da gastronomia e síntese da cozinha mineira.

Participação na WTM onde a Belotur apresentou o tema mencionado acima. O evento contou com a

presença de diversos parceiros, como o Mercado Central, Lalka, operadores de turismo receptivo credenciadas pelo BH Receptiva, chefs de cozinha para realização de cozinhas-show de pratos típicos de Belo Horizonte como Kaol, fígado com jiló.

Participação na MTM, feira realizada em parceria com a ABAV MG, com divulgação de Belo Horizonte para agentes de viagens vindos de todo o Brasil, capacitação para agentes sobre a cidade e degustação de cervejas artesanais.

Participação na Travel Next, através de, parceria firmada nos editais de Carnaval, remetendo aos botecos da capital, com apresentação do stand remetendo aos Bares e Botecos da cidade, com cozinha show, com releitura do clássico Fígado com Jiló, degustação de cerveja artesanal e roda de samba, também como parceria firmada nos editais de Carnaval, além de apresentação de algumas experiências do Menuuh de Experiências.

Aproveitando a realização da Travel Next, com a presença de grandes operadores nacionais, concomitante ao evento da Stock car, foi realizado um famtrip com 08 operadores, que vivenciaram a experiência da Stock car, conhecendo toda a estrutura, além de uma experiência gastronômica na região do Conjunto Arquitetônico da Pampulha.

Participação na Abav onde a Belotur em conjunto com o Sebrae MG lançou o Meuuh de Experiências Turísticas para o Mercado, com a presença de 10 empresários participantes do Programa Check in Turismo e BH Receptiva estiveram presentes, participando do stand e de encontros de negócios, divulgando as experiências do Menuuh. Contamos com a degustação de diversos produtos da gastronomia mineira em parceria com o Mercado Central e com a degustação de cerveja artesanal, parceria firmada nos editais de Carnaval, remetendo aos botecos da capital. Ainda sobre a gastronomia da Capital, tivemos ação de cozinha show com a Chef Tainá Fígado onde os visitantes do stand puderam se deliciar com jiló, pão de queijo coquetel com pernil, tropeiro, mexido e torresmo.

Como estratégia de divulgação focada em segmentos turísticos, a Belotur participou da Expo LGBT + Turismo EXPO em São Paulo, promovendo o Guia LGBT, material elaborado pela equipe técnica da Belotur, reforçando a parceria com a Câmara LGBT e a filiação com a IGLTA.

Durante a realização do G20 em Belo Horizonte, a Belotur promoveu a cidade e sua marca de destino, além de prestar informações para o público presente, distribuindo materiais em 03 idiomas.

Participação no Minas Summit 2024, com a prestação de informações turísticas e promoção de Belo Horizonte para os participantes, durante todos os dias do evento.

Como estratégia de promover Belo Horizonte para o interior de Minas Gerais, a Belotur participou do Work da ABAV em Juiz de Fora, apresentando os atrativos e o Programa BH Receptivo para agentes de viagens de todo o interior de Minas Gerais.

Uma das principais ações de 2024 foi a elaboração do Menuuh de Experiências Turísticas, resultado do convênio realizado com o Sebrae MG, Acelera Checkin. O projeto contou com capacitação e desenvolvimento de experiências que resultou no Menuuh de Experiências Turísticas de Belo Horizonte, seu lançamento e promoção para o mercado B2B e B2C. Para a promoção para o mercado B2B foram realizados viagens de familiarização (Famtrip) com os maiores operadores de turismo do mercado nacional e para as ações de promoção para o público final, foram realizados fampress e

ações com influenciadores vindos de diversas regiões do Brasil e de diversos segmentos.

Focando nas ações de divulgação para o público final, foram realizados o fampress durante o Arraial de Belo Horizonte, com a promoção do evento e da cidade para influenciadores nacionais.

Entregas:
- Participação em 07 feiras apresentando o destino Belo Horizonte Surpreendente.
- Realização de 08 cozinhas show
- Realização de 03 fampress para mercado nacional
- Realização de 03 famtrips
- Realização de 02 ações diretas com influenciadores
- Participação em 02 grandes eventos em Belo Horizonte

Indicadores:
- Menuuh de Experiências Turísticas - entrega de 19 novas experiências para o mercado nacional e internacional
- Formatação de novos pacotes turísticos
- Recepção de 15 influenciadores nacionais
- Participação de 11 empresas no BH Receptiva.
- Apresentação do destino para visitantes, profissionais e público final, tendo sido atendido aproximadamente 6.000 pessoas nas ações
- Realização de reuniões com o trade e parceiros, a saber: BH Airport, Anseditur, IGLTA, Braztoa, Sebrae Nacional, Sebrae MG, operadoras nacionais , organizadores de eventos, entre outros.

➔ **Promoção Internacional**

Participação na FITUR, no stand da Embratur, com a realização de 2 cozinhas show promovida pela Belotur no stand e oferta de degustação de pão de queijo em ação promocional para público final no El corte Inglés, também iniciativa em parceria com a Embratur.

Participação na FIT Buenos Aires no stand da Embratur, onde foi realizado uma capacitação sobre o Menuuh de Experiências para agentes de viagens da América Latina, com a participação de 10 empresas participantes do Menuuh e uma cozinha show.

Belo Horizonte foi representada pela BH Airport, visto restrições de viagens internacionais em ano eleitoral, para iniciativas de promoção do destino em 5 roadshows realizados pela Embratur nas cidades de Buenos Aires, Santiago, Bogotá, Lima e Montevidéu.
Realização de fampress para o mercado internacional durante o Carnaval, em parceria com a Embratur, para a promoção do carnaval e também da gastronomia e atrativos da cidade, com influenciadores Colombianos e Argentinos

**Entrega**
- Participação em 02 feiras internacionais
- Participação em 01 road show
- REalização de 01 cozinha show
- REalização de 01 fampress para mercado internacional
- Capacitação de 45 agentes e operadores

**Indicadores**

- Participação em 2 eventos internacionais apresentando o destino Belo Horizonte Surpreendente
- Capacitação de 45 operadores e agências de viagens
- 01 fampress com 06 influenciadores

➔ **Ações para o desenvolvimento e promoção da capital**

Visando ampliar o networking e a promoção da capital a Belotur em 2024 a Belotur manteve a filiação com a Casa do Turismo, Braztoa, Anseditur, ABAV, IGLTA e também se filiou à Câmara LGBT.

Reinauguração do CAT Mercado das Flores, através da concessão realizada pelo SESC.

Reformulação do QR code e linktree, privilegiando a divulgação de material de forma digital, atendendo ao conceito ESG.

Continuação do Projeto "Seu Postal Vai Viajar" nos CAT's Sede , Veveco e em alguns eventos realizados em Belo Horizonte como o Minas Summit, o Congresso Nacional de Turismo Sustentável e o G20. O programa oferece cartões-postais para serem enviados gratuitamente para qualquer local do país ou do mundo. A ação tem o objetivo de promover Belo Horizonte nacional e internacionalmente, no corrente ano foram elaboradas versões em espanhol e inglês.

Reimpressão de materiais promocionais e criação de 5 modelos colecionáveis do Mapa da Pampulha, alguns sem a marca da prefeitura ou apenas com a tríade de marcas (logomarca da Prefeitura e Belotur e a marca turística Belo Horizonte Surpreendente), devido ao período de vedação eleitoral.

Realização de press trip (já mencionados acima) , city tours e walking tours para promoção do destino Belo Horizonte e para sensibilizar e estimular a comunidade local sobre a importância do turismo e criar o sentimento de pertencimento e de amor pela cidade.

Reuniões com redes hoteleiras para a inserção de material promocional e do QR code nos espaços comuns dos hotéis para fornecer informações e divulgar calendário de eventos, agenda e atrativos aos hóspedes dos principais hotéis da cidade.

Participação no Congresso Nacional de Turismo e Cultura Sustentável, com balcão de informação e distribuição de material promocional. Também foi proferida palestra sobre o Menuuh de Experiências Turísticas como ação de Sustentabilidade.

Participação durante a Stock car, com divulgação de material promocional e prestação de informação turística durante todo o período de realização do evento.

Entregas:

- 05 city tours
- 07 walking tours
- Ação de promoção do destino Belo Horizonte Surpreendente
- Criação e impressão de 5 modelos do mapa colecionável da Pampulha
- Impressão de 10 cartazes BH surpreendente
- Criação do Menuuh - versão online em 3 idiomas

- Adesão a filiação a Câmara LGBT
- Criação do guia LGBTQIAPN + versão online em 2 idiomas
- Promoção Começa em Casa: Foram realizadas 6 visitas; Museu da Moda, Centro de Referência do Queijo Artesanal, Cine Theatro Brasil, Mercado de Origem - Olhos d'água, MIrante do Acaiaca e Museu da Moda.
- Concessão de pedido de 25 Apoios institucionais que agregam na promoção da cidade de Belo Horizonte.
-

Indicadores
- Total de participantes walking tour e city tour: 275

➔ **Ações de capacitação**

**Capacitação dos empreendedores do Menuuh através do Programa Acelera Check In**

O Programa Belo Horizonte Receptiva, tem como premissa diversificar a ampliar a oferta turística da cidade, criando condições favoráveis à sua atuação e operação, sensibilizando e capacitando seus profissionais relacionados, apoiando na estruturação, qualificação e requalificação dos produtos e serviços ofertados, de forma subsidiária, e, objetivamente, apoiando a comercialização dos produtos turísticos de Belo Horizonte.

Em 2024, o programa foi revisto de forma a ampliar a participação de mais segmentos no programa, assim foi necessário realizar capacitações para o alcance dos objetivos do Programa e dinamizar a formatação de roteiros, produtos e experiências turísticas, o reposicionamento dos atores no mercado, o posicionamento turístico da capital, entre outros progressos para o desenvolvimento do turismo em Belo Horizonte.

Entrega
- Edição do cardápio de experiências Menuuh

Indicadores:
- 19 empreendimentos capacitados

**Capacitação: Introdução ao turismo da Capital**

Ao longo do ano de 2024, foram realizadas ações de capacitação com participação de público diversificado tais como Taxistas, atendentes do SESC Mercado das Flores, Guarda Municipal de Belo Horizonte, Alunos do curso do Batalhão de Guardas da Polícia Militar de MG, alunos do curso de Hotelaria da Faculdade Antonio Meneghetti e alunos do curso de Guia de Turismo do Senac/MG

As capacitações foram realizadas por técnica especializada, funcionária da Belotur, em diversos espaços públicos e privados como a própria Belotur, o Batalhão da Polícia Militar de Minas Gerais, a Escola Itapõa e o Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, porta de entrada de parte dos nossos turistas.

Entrega:
- Realização de 11 ações de capacitação

Indicador

- Total de 244 pessoas capacitadas

➔ **Avaliação de projetos**

Avaliação dos projetos inscritos nos Editais no âmbito da Lei Paulo Gustavo

Atendendo à demanda da Secretaria de Cultura, a diretoria integrou a comissão de avaliação dos Editais no âmbito da Lei Paulo Gustavo, que teve como objeto a seleção de agentes culturais que representassem as Culturas Populares e Tradicionais, Culturas Urbanas e de Pontos de Cultura certificados pelo Governo Federal e a seleção de projetos culturais de diversas linguagens artísticas para recebimento de apoio financeiro com o objetivo de incentivar as diversas formas de manifestações culturais da cidade de Belo Horizonte.

Avaliação dos projetos inscritos no Edital de auxílio financeiro para blocos de rua no carnaval de 2024

A Diretoria participou da Comissão de Avaliação do edital para concessão de auxílio financeiro. A avaliação compreendeu a análise do histórico dos blocos; participações em edições anteriores; articulação com a comunidade; ações de sustentabilidade ambiental e social; presença digital, entre outros.

Indicadores:
- Edital Paulo Gustavo: 55 candidaturas analisadas (Amanda)
- Edital Carnaval: 28 projetos analisados (Ana Paula)

**EIXO - REALIZAÇÃO E FOMENTO DE EVENTOS URBANOS:**

➔ **Captação de eventos**

Apoio na captação de eventos (Congresso Brasileiro de Gameologia 2024) e Congresso da Sociedade Brasileira de Cirurgia Cardiovascular (2026).

A Política de Apoio da Belotur é estabelecida exclusivamente para eventos e projetos de potencial turístico.

Essa modalidade concede o direito de uso das marcas institucionais e divulgação do evento por meio do Portal Belo Horizonte e outros canais, sem a disponibilização de recursos materiais e humanos, serviços ou cessão de espaços, bem como sem o repasse de recursos financeiros.
No ano de 2023, foram concedidos 22 pedidos de eventos, e em 2024 foram 25 pedidos concedidos.

Apoio técnico e atuação conjunta com outros órgãos da Prefeitura para captação do evento Stock Car para os próximos cinco anos, a contar a primeira edição em 2024.

Entrega:
- Elaboração de Nota técnica para composição do processo de fundamentação do Termo de Parceria para realização do campeonato Stock Car

Indicadores:
- 3 eventos captados

- Filiação a Casa do Turismo (antigo Convention e Visitors Bureau)
- Levantamento de informação para produção do Guia do Planejador de Eventos

**EIXO - REALIZAÇÃO E FOMENTO DE EVENTOS URBANOS**

➔ **Carnaval de Belo Horizonte**

O Carnaval de Belo Horizonte consolidou-se como um dos eventos festivos de maior destaque no país, atraindo um número crescente de turistas nacionais e internacionais, bem como uma participação cada vez mais expressiva dos residentes locais. O planejamento estratégico implementado possibilitou a ampliação dos investimentos em políticas sociais, segurança pública, inovação e sustentabilidade, com o objetivo de promover uma celebração cada vez mais responsável e cidadã.

A contínua evolução e as melhorias implementadas por esta gestão, incluindo as conquistas de governança junto aos diversos atores do carnaval, que transcendem o âmbito da festividade, contribuíram para que o evento se tornasse um produto de grande atratividade.

Dessa forma, destacam-se a seguir os principais projetos e ações desenvolvidos, que posicionaram o evento entre os cinco principais do país.

*Planejamento e Operação*

A utilização da ferramenta KMZ (Keyhole Markup Language) permite o georreferenciamento dos trajetos dos blocos, do plano de mobilidade, dos eventos oficiais e programação associada, dos pontos de atendimento à saúde, bem como a distribuição estratégica de infraestrutura (sanitários, grades, entre outros). Diante da sua utilização, identificou-se a necessidade de aprimorar os relatórios gerados e, no mesmo ano, foi desenvolvido o Sistema de Eventos, em parceria com a PRODABEL, com o intuito de reunir todas as informações relativas à operação e planejamento do Carnaval em uma única plataforma, otimizando a sua gestão.

Anualmente, são realizadas melhorias no sistema, o que possibilita a redução de custos com mão de obra, o aumento da confiabilidade e integração das informações, além da padronização dos processos, que minimiza o retrabalho e mitiga as falhas.

Em colaboração com a PRODABEL, iniciou-se o desenvolvimento de relatórios automatizados na ferramenta Power BI. Esse avanço permite que as decisões sejam tomadas com base em informações de forma mais ágil e eficaz, proporcionando resultados ainda mais positivos para a operação do Carnaval.

Adicionalmente, o Grupo de Trabalho do Carnaval de Belo Horizonte desempenha um papel fundamental no planejamento e operação, promovendo a integração, coordenação e articulação dos projetos e ações do Poder Executivo com as entidades municipais, estaduais e federais vinculadas à realização do Carnaval.

Cabe ressaltar que o Grupo de Trabalho possibilitou, entre outras ações, a implementação das seguintes medidas:

- Montagem de estruturas para os PMA's (Postos Médicos Avançados) fixos e móveis, em locais estratégicos da cidade, em conjunto com a SMSA e o CBMMG;
- Implementação das ARC's (Áreas de Restrição de Circulação), desenvolvida pela BHTrans, que proporcionou uma melhoria significativa para a mobilidade urbana durante os dias da festividade;
- Implementação de um modelo de monitoramento da operação do carnaval pelo COP (Centro de Operações da Prefeitura), que se tornou referência para outros estados, com a presença dos representantes dos órgãos, possibilitando a resolução eficaz e ágil de todas as demandas.

*Kandandu*

O encontro de blocos afro de Belo Horizonte (KANDANDU), construído coletivamente desde 2017 pela Associação dos Blocos Afro de Minas Gerais (Abafro) e o poder público, marca a abertura oficial do Carnaval. KANDANDU, na língua africana kimbundu, significa "abraço" e também expressa a união de filosofias, ideias, conhecimentos e vivências por meio da ancestralidade africana. A ação tem como objetivo enaltecer e dar protagonismo aos blocos que possuem relevante contribuição na realização do Carnaval e que são frequentemente marginalizados. Em 2018, o evento recebeu homenagem do Ministério dos Direitos Humanos, sendo reconhecido como uma das maiores ações de promoção de igualdade racial do país, superando iniciativas de cidades como Salvador e Rio de Janeiro.

*Alteração nos processos e editais*

Adicionalmente, uma das formas de fomentar as ações de acessibilidade foi a inclusão de critérios com pontuações significativas no edital de auxílio financeiro aos Blocos de Rua para os proponentes que comprovasse a realização de ações/iniciativas que valorizassem a diversidade, a sustentabilidade e a inclusão em seus desfiles, bem como nas demais atividades realizadas pelo bloco ao longo do ano.

Ainda neste contexto, com o intuito de tornar os editais cada vez mais acessíveis e compreensíveis para todos os cidadãos, a Diretoria de Eventos realizou palestras explicativas sobre o Edital de Auxílio Financeiro de Blocos de Rua. Os instrumentos jurídicos desenvolvidos na Diretoria são concebidos e elaborados de forma a minimizar a burocracia, observando e cumprindo todas as exigências legais, para facilitar o acesso por parte dos interessados.

*Descentralização da festa*

Democratizar a festa significa expandi-la para além da região central da cidade, com o objetivo de fortalecer os diversos territórios da cidade, conferindo visibilidade e fortalecendo a cultura local. O principal objetivo do desenvolvimento deste projeto é estabelecer conexão e dar destaque a outras manifestações artísticas e culturais que ocorrem ao longo do ano na cidade.

Outro aspecto relevante que contribui efetivamente para a descentralização da festa é a previsão, no Edital de Fomento aos Blocos de Rua, de pontuação adicional para aqueles que cadastrarem seus desfiles fora do eixo Centro-Sul (exceto Santa Tereza). Além disso, a Belotur realiza diversas reuniões e articulações para contribuir na viabilização de desfiles em todos os territórios, incluindo comunidades, sem que haja intercorrências.

*Economia e Cultura Local*

Em virtude do crescimento da festividade e do envolvimento de toda a cidade durante o período carnavalesco, reconhece-se a necessidade de valorizar os atores que contribuem efetivamente para o sucesso do evento, como os Blocos de Rua, Escolas de Samba, Blocos Caricatos e a Corte Momesca.

Nesse sentido, o auxílio financeiro destinado aos atores culturais dos eventos realizados pela Belotur tem apresentado um aumento considerável. O repasse aos atores que integram a programação oficial da festa contribui para a valorização da economia e cultura local.

*Sustentabilidade e Inovação*

A sustentabilidade e a inovação constituem outro pilar do evento que tem recebido maior atenção, investimento e projeção. É importante ressaltar que esses projetos, em sua maioria, são realizados por meio de parcerias estratégicas, o que não onera os cofres públicos. Além disso, a redução da burocracia permite que o foco seja direcionado para a operação do evento, maximizando os resultados. Esses resultados, além de financeiros, são qualitativos e fortalecem o ecossistema de inovação e sustentabilidade da cidade, incluindo universidades e associações, ampliando e proporcionando oportunidades de participação a novos atores.

*Tecnologia para aprimorar a comunicação*

A tecnologia tem sido uma importante ferramenta para aprimorar diversas ações do carnaval, desde a operação com o sistema de eventos até a comunicação com os diferentes públicos. Considerando o perfil do público, optou-se por utilizar o SMS como principal canal de comunicação com os ambulantes. A adoção dessa tecnologia possibilitou uma comunicação mais eficiente com esse público, o que resultou em uma melhoria significativa na operação do credenciamento e na disseminação de informações sobre a distribuição dos blocos de rua.

Entregas:

- Realização do Carnaval de Belo Horizonte;
- Articulação com os órgãos públicos responsáveis a operacionalização do evento;
- Fomento das ações promovidas pelos atores que fortalecem o potencial turístico do Carnaval.
- Publicação do edital de auxílio financeiro para Blocos de Rua, Blocos Caricatos e Escolas de Samba.

Resultados:

- Ampliação do interesse de marcas conseguindo captar patrocínio privado;
- Ampliação da integração com demais órgãos da Prefeitura de Belo Horizonte, para além da operação;
- Modernização e melhorias nos processos de planejamento, gestão e operação do evento.
- Movimentação da cadeia produtiva do carnaval
- Fortalecimento do papel da Belotur como órgão indutor do desenvolvimento turístico, que promove o relacionamento entre sociedade civil e poder público.

Indicadores:

- 11 agendas de integração e reuniões com os órgãos;
- 02 patrocinadores: Fecomércio e Mart Minas;
- Nº de blocos de rua, escolas de samba e blocos caricatos inscritos

*Blocos de Rua*
Período de Cadastro: 16/10/23 a 07/11/23
Total de Blocos cadastrados: 542
Total de desfiles cadastrados: 586
Blocos Realizados: 392
Desfiles Realizados: 418
Blocos Não Realizados: 8
Blocos Cancelados 147
Desfiles não realizados: 8
Desfiles Cancelados: 160
Número de novos Blocos: 175

*Escolas de Samba*
Número total de inscritos: 12 Escolas de Samba
Grupo Especial: 08
Grupo Acesso: 04

*Blocos Caricatos*
Número total de inscritos: 10 Blocos Caricatos
Grupo A: 08
Grupo B: 02

- Nº de atores inscritos x contemplados

*Edital de Auxílio Financeiro aos Blocos de Rua*
Número total de inscritos: 220

Número total de inscritos Categoria A: 124
Número de contemplados Categoria A: 50
Número total de inscritos Categoria B: 59
Número de contemplados Categoria B: 35
Número total de inscritos Categoria C: 37
Número de contemplados Categoria C: 20

*Escolas de Samba*
Número total de inscritos: 12 Escolas de Samba
Número total de inscritos e Contemplados Grupo Especial: 08
Número total de inscritos e Contemplados Grupo Acesso: 04

*Blocos Caricatos*
Número total de inscritos: 10 Blocos Caricatos
Número total de inscritos e Contemplados Grupo A: 08
Número total de inscritos e Contemplados Grupo B: 02

- Valor total repassado em cada edital

*Edital de Auxílio Financeiro aos Blocos de Rua*

O valor total repassado ao edital de auxílio financeiro aos Blocos de Rua foi de R$ 1.662.500,00

*Escolas de Samba*

O valor total repassado ao edital de auxílio financeiro às Escolas de Samba foi de R$2.535.520,00

*Blocos Caricatos*

O valor total repassado ao edital de auxílio financeiro aos Blocos Caricatos foi de R$ 589.360,00

- Valor distribuído entre as categorias no edital de blocos de rua

*Edital de Auxílio Financeiro aos Blocos de Rua*

Categoria A: 21.500,00 - 50 contemplados - R$ 1.075.000,00
Categoria B: 12.500,00 - 35 contemplados - R$ 437.500,00
Categoria C: 7.500,00 - 20 contemplados - R$ 150.000,00

- 5,5 milhões de público durante o Carnaval

➔ **Arraial de Belo Horizonte**

Minas Gerais possui um vasto e prestigiado calendário de festejos juninos em seu período de celebrações e na capital, o "Arraial de Belo Horizonte" é a festa mais representativa da região sul e sudeste do Brasil, pela sua valorização e respeito às tradições e presença de agentes simbólicos da arte e cultura do seu povo. O Arraial de Belo Horizonte se tornou um produto turístico da cidade, refletindo ao longo dos anos seu caráter tradicional e notório entre os moradores e visitantes.

Com isso, Belo Horizonte foi considerada pelo Ministério do Turismo e pela Embratur o maior destino turístico junino do Sudeste e um dos cinco maiores do país, ao lado das cidades de Bragança (PA), Campina Grande (PB), Corumbá (MS) e São Luís (MA).

De forma geral, o evento conta com uma programação que visa continuar fortalecendo os três eixos do Arraial: quadrilhas/dança, música/show e gastronomia.

*Cortejo Junino*

Realização do cortejo junino saindo em do Mineirinho até a Igreja da Pampulha.

*Concurso de Prato Junino*

Realização do concurso do prato junino para a seleção de pratos típicos a serem comercializados na vila gastronômica do evento.

*Apresentações Musicais*

Realização de shows no palco principal do evento com artistas de renome regional e nacional.

*Concurso Municipal Especial*

Realização dos Concursos Municipal de Quadrilhas com apresentações de quadrilhas do grupo especial.

*Concurso Municipal Acesso*

Realização dos Concursos Municipal de Quadrilhas com apresentações de quadrilhas do grupo de acesso.

*Vila Gastronômica*

Durante os dias do evento, espaço de comercialização de bebidas e alimentação.

*Arraial Sustentável*

Ação com catadores de material reciclado , plantio de mudas em parceria com a SMMA (Secretária Municipal de Meio Ambiente) e projeto biofábrica de Joaninhas para combate de pragas.

*Apuração Resultados*

Apuração de resultados conforme notas dos jurados no concurso.

Entregas:

- Divulgação e realização do Arraial de Belo Horizonte;
- Novo local para realização do evento, uma vez que a Praça da Estação estava em reforma o evento foi realizado do Mineirinho;
- Ampliação do interesse de marcas conseguindo captar patrocínio privado do Mart Minas;
- Transformar o Arraial em um produto turístico, fortalecendo a cultura junina e a gastronomia mineira (local, programação, experiência).

Resultados:

- Fortalecimento da programação entregando ações nos 03 eixos (gastronomia, música/shows e quadrilhas/dança).
- Maior visibilidade para o evento em nível nacional, colocando Belo Horizonte dentre os destinos turísticos mais procurados no período junino;
- Melhoria do alcance da comunicação, otimizando os processos internos e antecipando a definição da programação;

Indicadores:

- 16 apresentações das quadrilhas do grupo especial
- 15 apresentações das quadrilhas do grupo de disputa
- 14 apresentações das quadrilhas do grupo de acesso
- 45 quadrilhas contempladas com auxílio financeiro
- 3.500 quadrilheiros
- 20 quadrilhas no cortejo junino com mais de 500 quadrilheiros no total
- 06 apresentações artísticas: Paula Fernandes, Duda Paiva, Clayton e Romário, Chama Chuva e Trio Forrozão
- 55.000 pessoas durante o evento

- 2,5% do público eram de outras cidades e estado
- 9,2 foi a nota geral para o evento

➔ **Cerimônia da Troca da Bandeira**

Todo mês, na terceira semana do mês, há uma cerimônia de troca da Bandeira Nacional, com o objetivo de estimular o culto aos valores cívicos da Nação Brasileira. No dia 19 de novembro, é celebrado o Dia da Bandeira, onde o evento ganha mais destaque e recebe um maior número de participantes, requerendo operação e estruturas mais robustas.

A solenidade é realizada pelo comando do órgãos: Marinha do Brasil, o Exército Brasileiro (EB), a Força Aérea Brasileira (FAB), a Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG), o Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais (CBMMG) e pela Guarda Municipal de Belo Horizonte (GMBH).

A Belotur, por meio da Diretoria de Eventos, é responsável por: licenciar o evento junto a SMPU, adquirir as bandeiras, planejar e realizar a interlocução com os órgãos de apoio para realização do evento, além de divulgar e realizar o convite ao público participante, como por exemplo escolas públicas.

Entregas:
- Realização do evento, com todas as contratações de estruturas e serviços necessárias
- Articulação com SMED para realizar de ações de mobilização junto às escolas públicas e privadas

Resultado:
- Realização dos eventos com excelência (estruturas e cerimônia)
- Fortalecimento do relacionamento com a Secretaria de Educação para aumentar o engajamento das escolas públicas e privadas
- Realização do planejamento com maior integração com os órgãos competentes

Indicadores:
- 06 eventos realizados

➔ **Desfile Cívico Sete de Setembro**

O desfile cívico-militar de Sete de Setembro é um evento tradicional da cidade de Belo Horizonte, que ocorre no feriado da Independência do Brasil, na avenida Afonso Pena. Desfilam integrantes do Exército Brasileiro, da Força Aérea, do Corpo de Bombeiros, das polícias: Militar, Civil, Federal e Rodoviária, da Defesa Civil, da Guarda Municipal, além de associações e escolas.

Entregas:
- Realização do evento com operacionalização do evento de forma objetiva, eficaz e organizada;
- Definição das responsabilidades de cada órgão na realização do evento.

Resultados:
- Realizar o evento com todas as contratações de estruturas e serviços necessárias;
- Inserção do evento no calendário oficial de eventos da cidade.

Indicadores:
- Participação de mais de 50 agrupamentos no Desfile Cívico.