

# Orientações para o Planejamento e Gestão Municipal do Turismo em Minas Gerais

## **Governo de Minas Gerais**

### **Alberto Pinto Coelho**

Governador do Estado de Minas Gerais

### **Tiago Lacerda**

Secretário de Estado do Turismo e Esportes

### **Rogério Aoki Romero**

Secretário Adjunto de Turismo e Esportes

### **Mário Queiroz Guimarães Neto**

Chefe de Gabinete

### **Silvana Nascimento**

Subsecretária de Turismo

### **Cláudia Bolognani Pereira**

Superintendente de Políticas do Turismo

### **Marina Pacheco Simião**

Superintendente de Gastronomia

### **Nathalia Farah Laranjo**

Superintendente de Estruturas do Turismo

## **FICHA TÉCNICA**

### **Coordenação Geral:**

Cláudia Bolognani Pereira

### **Coordenação Técnica e Conteúdo:**

Gláucia Beatriz Oliveira Borba

### **Equipe Técnica:**

Ana Patrícia Gusmão

Andreza Ribeiro dos Santos

Flávia Josélia Nogueira Ribeiro

Geiza Gonçalves de Azevedo

Júnia Gontijo Cândido

Lívia de Paiva Pacheco

Márcio Roberto Ferreira O. Ribeiro

Marina Pacheco Simião

Nayane Suelen Maia de Assis

Rafael Almeida de Oliveira

Raul Suhett de Moraes

Viviane Araújo Pereira

### **Colaboradores:**

Ane Lopes

Grazielle Vilela

Juliana Silva Oliveira

Mariana Araújo Rocha

Mateus Ferreira Neves

Lucas de Paula Fernandes Xavier

Renata Toffoli Guedes

“A Sociedade dos Sonhos se baseia em contar histórias. A maioria dos destinos atualmente tem boas camas e uma equipe educada. Nós precisamos de algo extra para atrair turistas nesta indústria cada vez mais global. Eu lhes digo: as melhores histórias vencerão! (...) E, por favor, não as invente: você já as tem!” - ROLF JENSEN (2009)

## APRESENTAÇÃO

---

Planejar e gerir a atividade turística de forma qualificada é mais do que gerar emprego e renda para uma comunidade, é investir no bem estar social e na proteção do patrimônio local. Além disso, desenvolver o turismo com responsabilidade é um meio para fortalecer vínculos entre os moradores e o território em que habitam.

Promover e desenvolver a **Política Pública do Turismo** envolve conceitos relacionados à **estruturação, capacitação, promoção, informação e fomento** que só poderão ser implementados se definidos com **participação cidadã e construção coletiva**, para assim gerar **qualidade de vida e desenvolvimento social**.

Não é pretensão dizer que o “fazer turístico” efetivamente se apropriou do seu potencial e agora explora, de forma cuidadosa, os diversos caminhos em busca do desenvolvimento territorial justo e sustentável. Por reconhecer a capacidade de transformação social da atividade turística, o Estado de Minas Gerais, por meio da Secretaria de Estado de Turismo e Esportes (SETES-MG), produziu o presente documento com o objetivo de disponibilizar orientações práticas aos gestores municipais que conduzem o desenvolvimento do turismo, bem como apresentar os instrumentos técnicos adequados para o PLANEJAMENTO E GESTÃO da atividade.

A proposta deste documento é a instrução, por meio de diretrizes, metodologias e instrumentos práticos para a efetivação de uma gestão pública ordenada para o turismo. Aqui, constarão orientações quanto a ações municipais para sua articulação em prol de um destino mais competitivo no mercado, mais atraente para os turistas e mais acessível para a comunidade. Para tal, é necessário entender que cada região tem suas particularidades e que o gestor público deve se adaptar ao seu entorno.

Assim, após analisar os materiais de planejamento disponíveis, identificar a necessidade de uma orientação para a ordenação dos processos, dos caminhos e das oportunidades que o turismo pode trazer aos municípios, a SETES-MG dedicou-se a elaborar o presente documento. Entendendo também ser importante escutar aqueles que se envolvem diretamente com o planejamento, execução e estudo do turismo, a SETES-MG submeteu o conteúdo deste documento à avaliação social por meio de uma consulta pública. Houve contribuições de diversos representantes de associações de circuitos turísticos de Minas Gerais e de gestores municipais de Secretarias de Turismo, findando na absorção de muitas dessas considerações neste documento final.

De forma sintética e objetiva serão apresentados os mecanismos para viabilizar a gestão compartilhada do turismo entre poder público, iniciativa privada e comunidade, bem como a importância da ação articulada regionalmente para o desenvolvimento dos Destinos Mineiros.

DESEJAMOS A TODOS UMA BOA LEITURA!

# Sumário

---

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1. PANORAMA DO TURISMO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. PLANEJAMENTO E GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO .....</b>	<b>17</b>
2.1. <i>A Regionalização do Turismo.....</i>	18
2.1.1. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil .....	19
2.1.2. A Regionalização em Minas Gerais .....	19
2.2. <i>Instrumentos de Planejamento e Gestão Municipal para o Turismo.....</i>	24
2.2.1. Conselho Municipal de Turismo - COMTUR .....	25
2.2.1.1. Competências do COMTUR.....	27
2.2.1.2. Participantes do COMTUR .....	28
2.2.1.3. Funcionamento do COMTUR .....	29
2.2.1.4. Recomendações técnicas para o bom funcionamento do COMTUR.....	30
2.2.2. Política Municipal de Turismo.....	31
2.2.3. Plano Municipal do Turismo - PMT.....	32
2.2.3.1. Construindo o Plano Municipal do Turismo .....	34
2.2.3.1.1. Monitorando o PMT .....	42
2.2.3.1.2. Indicadores .....	43
2.2.3.1.3. Cronograma .....	43
2.2.4. Fomento da atividade Turística: FUMTUR e ICMS Turístico.....	43
2.2.4.1. Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR .....	45
2.2.4.2. ICMS Turístico .....	46
2.2.4.3. Recurso de Editais e Linhas de Financiamento .....	47
<b>3. GESTÃO DE DADOS PARA O TURISMO .....</b>	<b>51</b>
3.1. <i>Planejamento .....</i>	52
3.1.1. Inventário da Oferta Turística – <a href="http://www.inventario.turismo.gov.br">www.inventario.turismo.gov.br</a> .....	52
3.1.2. Pesquisa de Demanda.....	53
3.2. Monitoramento.....	54
3.2.1. Boletim de Ocupação Hoteleira- <a href="http://www.hospedagem.turismo.gov.br">www.hospedagem.turismo.gov.br</a> .....	54
3.2.2. Pesquisas em Eventos .....	55
3.3. Meios de Hospedagem.....	55
3.3.1. CADASTUR – <a href="http://www.cadastur.turismo.gov.br">www.cadastur.turismo.gov.br</a> .....	55
3.3.2. SBCLASS – <a href="http://www.classificacao.turismo.gov.br">www.classificacao.turismo.gov.br</a> .....	57
3.4. Informação Turística.....	58
3.4.1. Centro de Atendimento ao Turista .....	58
3.4.2. Portal de Turismo de Minas Gerais – <a href="http://www.minasgerais.com.br">www.minasgerais.com.br</a> .....	58

<b>4. POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DO DESTINO .....</b>	<b>61</b>
4.1. <i>Segmentação Turística .....</i>	62
4.2. <i>Comercialização .....</i>	64
4.3. <i>Plano de Marketing Turístico .....</i>	68
4.4. <i>Tendências do Mercado de Turismo .....</i>	69
4.4.1. <i>Inclusão Social .....</i>	70
4.4.2. <i>Divulgação e comercialização por meio de novas tecnologias .....</i>	70
4.4.3. <i>Turismo de experiência .....</i>	70
4.4.4. <i>Formatação de produtos culturais: Economia Criativa .....</i>	71
<b>5. ICMS TURÍSTICO – PROCEDIMENTOS PARA ENCAMINHAMENTO DA DOCUMENTAÇÃO .....</b>	<b>73</b>
5.1. <i>Crerios e Documentos para Participação no ICMS Turístico .....</i>	75
5.2. <i>Adequação da Documentação.....</i>	80
5.3. <i>Análise da Documentação .....</i>	80
5.4. <i>Exemplos de Preenchimento dos Formulários Previstos na Resolução Setur         n.º 06/2010 .....</i>	82
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>91</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>93</b>
<b>GLOSSÁRIO.....</b>	<b>96</b>



# INTRODUÇÃO





## INTRODUÇÃO

---

O turismo é uma atividade de grande importância para a economia de diversos países. Estudos de 2013 da OMT - Organização Mundial do Turismo<sup>1</sup> - apontam que receitas geradas pelo turismo internacional alcançaram US\$ 1,075 trilhão em exportações – um crescimento de 3,1% em relação a 2011.

Ainda de acordo com a OMT, o volume de negócios relacionados com a atividade turística é igual ou superior aos negócios vinculados à exportação de petróleo, alimentos ou automóveis, gerando anualmente US\$ 4 trilhões ao redor do mundo. Os dados supracitados evidenciam a grande relevância do setor na economia mundial, afinal, o turismo é o responsável por 9% do PIB mundial e emprega 200 milhões de pessoas.

No ano de 2011, segundo o *World Economic Forum*, o turismo internacional no Brasil foi responsável por 5,4 milhões de desembarques e US\$ 6,5 bilhões de receita. E em 2012, estima-se que o turismo representou 8,9% do PIB Nacional e 8,1% dos empregos do país.

Em Minas Gerais o cenário não é diferente. O Estado reúne uma multiplicidade de atrativos dificilmente encontrados em um só destino. São 853 municípios e mais de cinco mil distritos e povoados, repletos de riquezas históricas, naturais e culturais, expressas na gastronomia, no artesanato, na hospitalidade e nas festas tradicionais.

Neste contexto, a Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais, entendendo que o turismo é uma atividade econômica, com implicações políticas, sociais, ambientais e culturais, cumpre o seu papel de fomento ao turismo e articula, em conjunto com os Circuitos Turísticos, prefeituras, entidades e empresas da cadeia turística, projetos e ações que maximizam e fortalecem a atividade em todo o estado.

O grande desafio do planejamento e da gestão do turismo consiste em amenizar a complexidade das relações entre os diversos atores envolvidos, bem como valorizar as peculiaridades de cada atrativo.

Muitos gestores municipais vêm buscando reconhecer mecanismos eficientes para desenvolver o turismo local. Como todo processo de planejamento participativo, apesar de não existir um único meio ou ferramenta, alguns instrumentos são essenciais para que a implementação das ações alcance os objetivos e expectativas almejados. Assim, visando auxiliar a atuação municipal, encontram-se, neste documento, algumas instruções básicas para o planejamento e a gestão municipal do turismo, dispostas a seguir:

- ✓ Planejamento e Gestão Pública do Turismo
- ✓ Gestão de Dados para o Turismo
- ✓ Posicionamento Estratégico do Destino

---

<sup>1</sup> *World Tourism Organization* (UNWTO). UNWTO Tourism Highlights. UNWTO: Madrid, 2013.

# PANORAMA DO TURISMO



Vegetação do Pico da Bandeira.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG



Pedras.  
Xará. / SETES-MG.

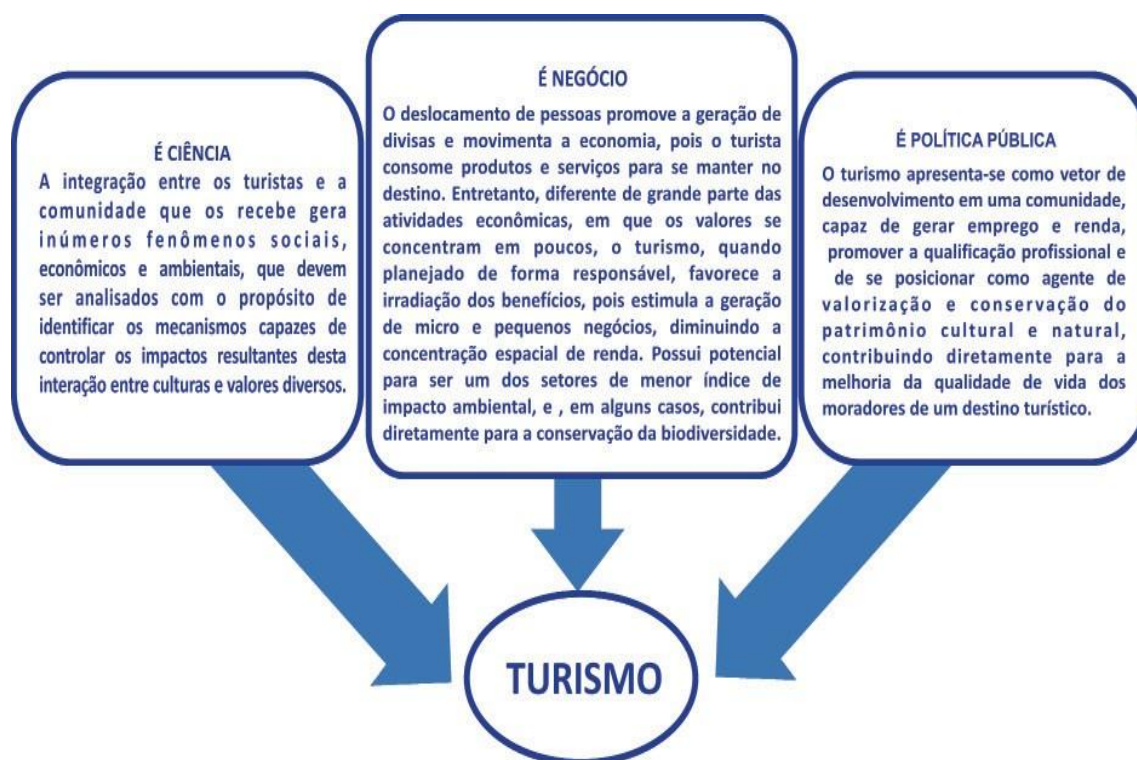


Igreja.  
Xará. / SETES-MG.

## 1. Panorama do turismo

O turismo é comumente conhecido como uma atividade relacionada ao deslocamento temporário de pessoas que buscam lazer e descanso, experiências, aventuras, negócios, eventos, em um local diferente de sua residência fixa. Entretanto, desenvolver a atividade turística em um território é mais do que atrair visitantes para a sua localidade, uma vez que envolve diversos atores sociais que produzem distintos impactos no espaço.

Para organizar um destino turístico, é importante que o gestor público esteja ciente do impacto que o deslocamento no território acarreta. Por este motivo, o turismo deve ser cuidadosamente planejado, considerando os 03 (três) pilares que o transformam em um fenômeno complexo:



Por possuir interface com tantas áreas, a atividade turística necessita de uma estrutura extremamente articulada para garantir a qualidade da experiência do visitante e, ao mesmo tempo, promover o desenvolvimento da sociedade que o recebe.

Diante desta complexidade e interdisciplinaridade, muitos estudiosos aplicam o conceito de turismo responsável<sup>2</sup> ao ato de planejar a atividade e seus desdobramentos.

<sup>2</sup> Turismo Responsável é aquele que busca minimizar os impactos negativos e valorizar as características dos recursos naturais e culturais nos destinos, sustentando-as para as futuras gerações de comunidades, visitantes e empresários. (WWF-Brasil, 2004)

Quando o horizonte de análise é ampliado, percebe-se que o deslocamento das pessoas pode ser motivado por diversos fatores: visitas a parentes e amigos, contato com a natureza, prática de esportes, atrações culturais, questões ligadas à saúde, negócios, lazer, religião, práticas acadêmicas e científicas, dentre outros.

O turismo responsável traz como característica principal a participação efetiva das comunidades envolvidas no processo de planejamento e consolidação da atividade, quaisquer que sejam as suas características socioculturais ou localização geográfica. Apenas o efetivo reconhecimento do potencial interno e do perfil do público-alvo a ser atingido permitirá que o destino se posicione e se consolide no mercado de forma adequada. Caberá a cada localidade se reconhecer e se posicionar como destino turístico.

Como cada localidade possui características naturais e sociais diversas, não existem fórmulas que garantam a transformação de um município em um destino turístico de qualidade, reconhecido pelo mercado e gerador de riquezas para a comunidade local. Contudo, é possível destacar 04 (quatro) diretrizes básicas que contribuem para o desenvolvimento do turismo responsável:

**a) Conservação do Patrimônio Natural e Histórico - Cultural** – O patrimônio natural e histórico cultural é objeto de interesse da atividade turística. Neste sentido, devem ser desenvolvidos programas e projetos que visem a conservação e a utilização destes bens de forma responsável baseado em uma conduta de interpretação do ambiente para o visitante e para a população. Além de promover medidas como pesquisas de capacidade de carga<sup>3</sup> dos atrativos e leis de tombamento, proteção e conservação.

**b) Valorização da identidade local e geração de renda** – A busca por experiências únicas têm se tornado o grande motivador de viagens na sociedade atual. O contexto homogêneo das grandes capitais reforça o diferencial das localidades que mantém o vínculo com os costumes e modos de vida tradicionais. O turismo estruturado por meio do fortalecimento e da participação da comunidade é um importante indício de um destino forte, que conserva suas raízes e, por este motivo, oferece produtos exclusivos aos turistas, destacando-se de maneira diferenciada no mercado.

**c) Integração regional** – Para se desenvolver o turismo em uma localidade, deve ser realizado um exercício de identificação do que é único em cada território, porém, paralelamente, é importante a articulação de forma a favorecer a atratividade regional. Para efetivar a integração entre os produtos de uma região, municípios vizinhos devem se perceber como complementares e não concorrentes. Portanto ao desenvolver o turismo de forma articulada, é possível apresentar uma oferta diversificada, enriquecendo a experiência do visitante, promovendo o aumento do fluxo e de permanência dos turistas na região. Além disso, a integração entre municípios estimula o reconhecimento e potencializa a articulação regional para

<sup>3</sup> Termo relacionado à utilização adequada em relação ao número de visitantes que o atrativo comporta. Cada atrativo, físico ou natural, comporta determinada quantidade de visitantes. Necessário estudo técnico para definir este número.

soluções de problemas comuns e criação de propostas inovadoras.

**d) Planejamento participativo** – A articulação entre agentes públicos e sociedade civil organizada é imprescindível para o desenvolvimento do turismo responsável, já que a atividade depende igualmente da atuação de ambos os setores. Para tanto, deve-se estimular a construção participativa que prioriza o benefício coletivo em detrimento ao interesse particular.

Entretanto, para que estas diretrizes sejam implementadas, é importante que cada elo da cadeia reconheça o seu papel e entenda quais formas de articulação devem ser estabelecidas com o restante dos atores. O grande desafio consiste, portanto, no fato de que o desenvolvimento da atividade turística não depende unicamente da atuação pública.

Um destino bem sinalizado e com transporte público de qualidade não será capaz de atrair o turista se não existirem hotéis e restaurantes adequados às suas expectativas. Da mesma forma, é pouco provável que um turista retorne a um destino que possua uma oferta diversificada de atrativos e estrutura completa de alimentação e hospedagem se não existirem vias de acesso bem cuidadas e serviços de saúde e segurança que atendam às necessidades mínimas do visitante. Ou seja, a qualidade da experiência turística depende da atuação articulada entre iniciativa privada e poder público.

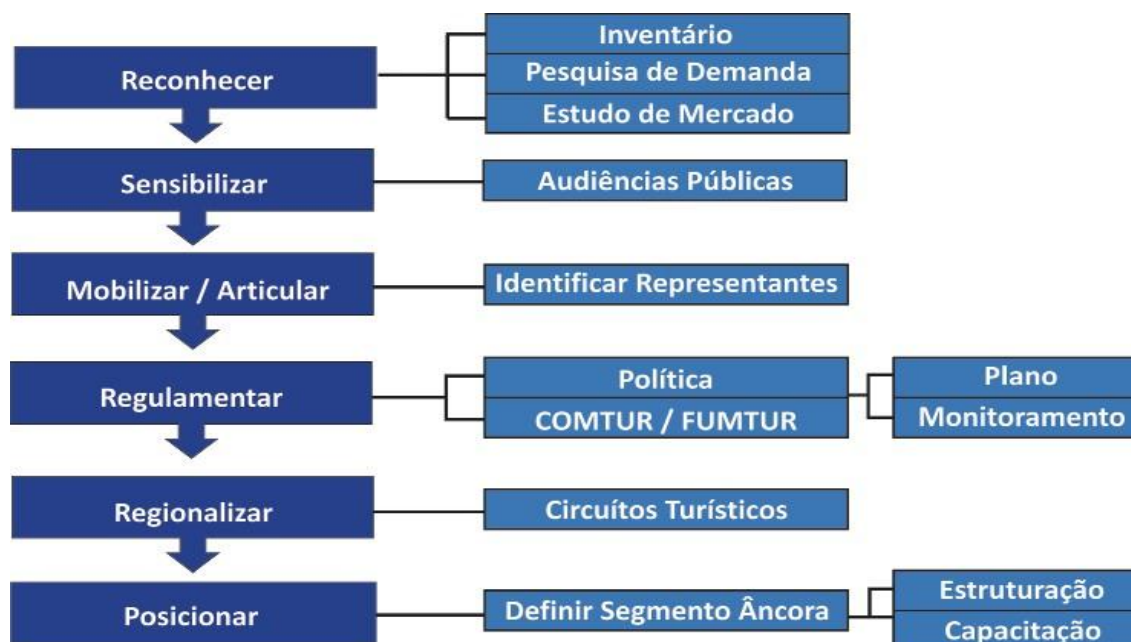
Assim, é **competência do poder público municipal** redigir e aprovar, de maneira participativa, um conjunto de leis e planos capazes de regulamentar a atividade turística, estabelecendo diretrizes e normas que deverão orientar a atuação dos visitantes, dos empresários que trabalham no setor e da comunidade de forma geral.

Mostra-se fundamental que a Prefeitura crie uma estrutura mínima de gestão municipal a fim de coordenar os esforços das entidades que se orientem pelo ordenamento responsável do turismo, constituindo uma secretaria de turismo, um departamento, ou um setor específico. Nesse sentido, é recomendável que o corpo técnico presente, no mínimo, 01 (um) profissional de turismo para conduzir as ações de articulação e desenvolvimento turístico local.

É competência dos empresários da cadeia produtiva do turismo oferecer ao turista serviços qualificados e produtos diversificados, em conformidade com o posicionamento do destino no mercado, definido em conjunto, de forma a fortalecer uma oferta turística completa e coesa. Além disso, os empreendimentos devem desenvolver estratégias para atendimento às expectativas e necessidades dos turistas, sem comprometer à qualidade de vida dos residentes.



Sendo assim, apresenta-se abaixo o esquema síntese deste documento e que se pretende representar as premissas básicas para o planejamento e gestão pública do turismo, criando assim condições para o desenvolvimento responsável da atividade.





# PLANEJAMENTO E GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO



Serra da Canastra.  
Xará / SETES-MG.



Praça Minas Gerais.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.



Artesanato.  
Xará / SETES-MG.



## 2. Planejamento e gestão pública do turismo

---

Assim como outros setores da administração pública, a atividade turística deve ser sustentada e regida por um planejamento técnico responsável, que aponte estratégias para alcançar o futuro desejado pelo conjunto de atores que representa a comunidade.

Planejar o turismo em uma localidade não é tarefa fácil. A atividade se relaciona (direta ou indiretamente) com os diversos setores de uma comunidade: hospedagem, alimentação, transporte, atrativos e atividades turísticas, produção rural, prefeitura, hospital, escola, comércio, cultura, serviços de comunicação, entre outros. Para garantir a atuação alinhada deste conjunto diverso, o PLANEJAMENTO da atividade turística deve ser elaborado de forma PARTICIPATIVA, envolvendo representantes de todos os grupos que compõem uma comunidade.

Antes de começar a planejar e gerir o turismo no município é essencial que os administradores públicos conheçam as diretrizes estaduais e federais para que seus planos e programas estejam alinhados de forma a potencializar o resultado das ações.

### 2.1. A REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

Para potencializar os resultados do Plano Municipal de Turismo é fundamental que o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e a Secretaria Municipal de Turismo construam programas e projetos alinhados às diretrizes de gestão do Estado e do País. Dessa forma, as ações serão fortalecidas e, quando articuladas, serão capazes de contribuir para a eficiência dos processos, transformando o turismo em uma atividade econômica estável e um vetor de desenvolvimento social perene.

O Programa de Regionalização é o modelo de ordenamento político-territorial referência para todas as ações do Ministério do Turismo e das Secretarias de Estado de Turismo, configurando-se como o principal instrumento de execução da Política de Turismo em todo o país. Além disso, a regionalização deve ser considerada como uma iniciativa de fomento ao modelo de gestão participativa, passando a conferir ao território a capacidade de se tornar mais democrático, dinâmico e integrado. Nesse sentido, a regionalização cria condições para a formulação de políticas públicas que auxiliem e se voltem para as especificidades locais.

Regionalização é um modelo de gestão pública que tem sido difundida internacionalmente como forma de se obter um maior aproveitamento de recursos financeiros, técnicos e humanos. Visando a descentralização de gestão e recursos, regionalizar significa criar condições e oportunidades para revelar e estruturar destinos, tornando-os mais competitivos e qualificados.

---

4 Sabe-se da realidade da gestão municipal em que, em sua maioria, não possuem uma pasta para o turismo, ou seja, uma Secretaria exclusiva de gestão e planejamento do turismo. Dessa forma, entende-se aqui também todo órgão correspondente que se volte ao planejamento e gestão do turismo.

Regionalizar é gerir, estruturar e promover o turismo no país de forma descentralizada e integrada. Em suma, implementar a regionalização no setor turístico significa promover a cooperação e a parceria entre os poderes públicos, organizações sociais, agentes econômicos e comunidade, com base na flexibilidade, articulação, mobilização e cooperação.

### **2.1.1. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**

Como forma de promover a integração a nível nacional, em 2004, o Ministério do Turismo - MTUR adotou a regionalização como diretriz para o desenvolvimento do turismo no país, implementando, em todo o território nacional, o PRT - Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil.

A criação do programa surgiu como grande marco da gestão participativa do turismo com foco no desenvolvimento regional, sendo que, a partir deste, as diversas esferas (governamental, sociedade civil e setor privado) trabalham em conjunto para a implantação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo sustentável focada em base local.

Desta forma, esse programa é um dos principais elementos da execução da Política do Turismo e referência para todas as ações do Ministério do Turismo, o qual propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística, visando o fomento ao desenvolvimento local.

### **2.1.2. A Regionalização em Minas Gerais**

Em Minas Gerais, a regionalização se consolidou por meio das ASSOCIAÇÕES DE CIRCUITOS TURÍSTICOS<sup>5</sup>, que possuem o objetivo comum de desenvolver o turismo de forma integrada.

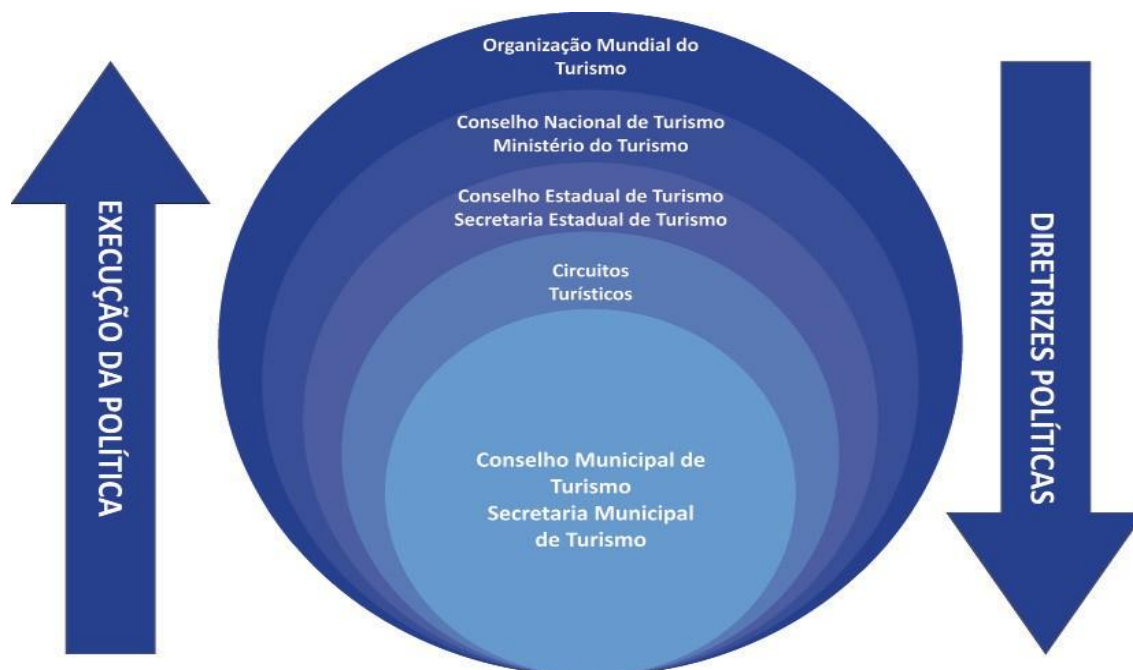
Os Circuitos Turísticos Mineiros são Instâncias de Governança Regionais<sup>6</sup>, reconhecidas pelo Decreto Lei nº 43.321, de 08/05/2003, e se configuram como o principal interlocutor dos governos municipais junto ao governo estadual e federal, orientando e coordenando, em parceria com os Conselhos Municipais, a execução da política de turismo junto à cadeia produtiva local.

---

<sup>5</sup> Conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem, sem finalidade lucrativa, para organizar e desenvolver a atividade turística responsável regionalmente, através da integração contínua dos municípios.

<sup>6</sup> A Instância de Governança Regional é uma entidade ou colegiado formado pelo poder público e atores privados dos municípios que a compõe, cujo papel é coordenar as ações do Programa de Regionalização do Turismo, além de organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma responsável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma identidade regional. (MTUR – Disponível em [http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/instancia\\_governanca](http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/instancia_governanca). Acesso em mar/2014).

## Sistema do Turismo

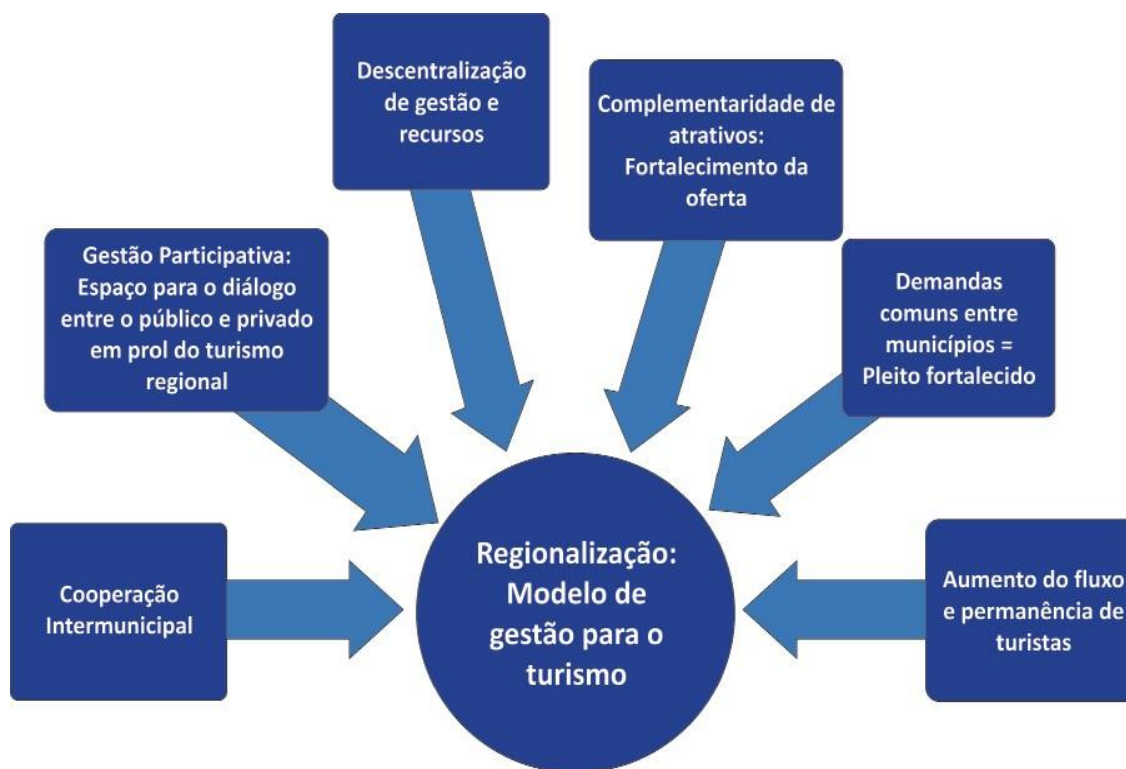


Deve-se entender, ainda, que a articulação de municípios em Circuitos é estratégica para fortalecer a oferta turística de uma região por promover a integração de atrativos turísticos complementares, estimulando parcerias e evitando a concorrência local.

Quando alinhado com os planejamentos municipais, o trabalho realizado por meio dos Circuitos Turísticos se torna fundamental para aumentar a permanência do turista na região, favorecendo a circulação entre municípios e descentralizando os benefícios socioeconômicos.

Uma demanda encaminhada de forma integrada, partindo de vários municípios associados, possui mais força e visibilidade do que uma demanda pontual, que parte de um município isolado. Por este motivo é tão importante participar de um Circuito Turístico por razões técnicas (atributos físicos e sociais similares) e não por afinidade política, favorecendo assim a construção de metas comuns e a elaboração de projetos únicos.

Os Circuitos Turísticos são mantidos por meio de taxas de adesão e contribuições mensais dos seus membros (municípios, iniciativa privada e pessoas físicas). Possuem autonomia administrativa e financeira, são regidos por um Estatuto e Regimento Interno e representados e geridos por uma diretoria, geralmente composta por um Presidente, Vice-Presidente, Secretário, Diretores e Membros e um Gestor contratado, responsável pela execução do planejamento da instância.



Desse modo, os Circuitos Turísticos são uma forma de organização social, **sem fins lucrativos**, de caráter privado, que pressupõem o envolvimento contínuo do poder público, iniciativa privada, ONGs e outras representações da sociedade civil.

Para otimizar a estrutura de gestão do Circuito, deve-se considerar como parâmetro o conceito de ASSOCIATIVISMO:

O Associativismo é uma forma de organização que tem por finalidade conseguir **benefícios comuns** para seus associados por meio de ações coletivas. Através deste é possível tornar-se mais competitivo por meio de **parcerias, divisão de ônus e custos**, além de explorar novas oportunidades, oferecendo produtos de maior qualidade. A **responsabilidade pelo sucesso é de todos os associados**, portanto, esses devem apresentar um alto grau de **comprometimento**, sendo imprescindível o planejamento e as ações. ( SEBRAE/PR - Adaptado SETES-MG)

## **Circuito Turístico – Trabalho em equipe!**



Cada membro do Circuito Turístico tem um importante papel para o desenvolvimento dos trabalhos e sucesso da instituição.

A figura do Gestor é estratégica para o bom funcionamento da associação, uma vez que é ele o interlocutor da região a qual representa. A SETES-MG tem o Gestor como grande aliado e uma figura de referência no que tange à multiplicação da informação, alinhamento, capacitação e execução de ações do Estado nas regiões em que atuam.

São funções do gestor:

- a) Promover a interlocução entre os demais circuitos, municípios, comunidades, parceiros, governo estadual e federal;
- b) Detectar possíveis projetos turísticos adequados à realidade regional;
- c) Visitar periodicamente todos os municípios associados;
- d) Gerenciar projetos e executar ações, conforme Planejamento Estratégico do Circuito;

- e) Assessorar a diretoria no planejamento de ações;
- f) Captar parcerias e associados em conjunto com a diretoria executiva;
- g) Conhecer a cadeia produtiva dos municípios associados;
- h) Elaborar projetos e identificar editais e linhas de financiamento;
- i) Auxiliar tecnicamente na elaboração da legislação municipal de turismo;
- j) Promover o fluxo de informações de forma homogênea entre os associados;
- k) Manter as informações do circuito atualizadas junto à SETES-MG.

Para que o Circuito possua credibilidade e seja capaz de coordenar as ações de desenvolvimento do turismo junto à cadeia produtiva local, o gestor deve representar todos os municípios associados de forma impessoal e técnica, evitando o atendimento desigual aos municípios. Todos os associados devem se enxergar bem representados na figura do gestor!

Vale destacar que, mesmo que cada município associado a um Circuito Turístico possua interesses específicos, o trabalho em grupo é importante para identificar as demandas comuns e traçar estratégias de forma coletiva. Reuniões periódicas com a presença de todos os representantes do poder público e iniciativa privada são fundamentais para que os rumos da atividade turística regional sejam definidos em benefício do **conjunto** da região.

Para tanto, a região deve definir qual será o seu posicionamento no mercado, elencando um segmento âncora que represente a essência turística local e cada município deve reconhecer o papel que representa na região de forma a favorecer a complementaridade da oferta e a articulação de atrativos.

Leia mais em “*Posicionamento Estratégico de Destino*” – pág. 61.



O município que deseje integrar um Circuito Turístico deverá entrar em contato com a SETES/MG, através da Diretoria de Planejamento das Políticas de Turismo e se informar sobre os circuitos que atuam em sua região. **Acesse o site [www.turismo.mg.gov.br](http://www.turismo.mg.gov.br) e conheça mais sobre os Circuitos Turísticos.**

## 2.2. INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL PARA O TURISMO

A implementação da atividade turística pode ser executada de vários modos, entretanto, existem estratégias de gestão pública que contribuem para que as ações planejadas alcancem os objetivos e expectativas almejadas.

A seguir serão detalhados 04 (quatro) instrumentos para o desenvolvimento responsável do turismo no município, sendo:

- *COMTUR - Conselho Municipal de Turismo*
- *Política Municipal de Turismo*
- *Plano Municipal de Turismo*
- *Fomento da atividade turística: FUMTUR e ICMS Turístico*

O turismo, quando planejado e desenvolvido de maneira responsável, pode contribuir significativamente para o desenvolvimento social, econômico e cultural e também para a conscientização dos moradores a respeito da importância da preservação do meio ambiente e do patrimônio artístico-histórico local e consequente valorização e aprovação dos mesmos.

### 2.2.1. Conselho Municipal de Turismo - COMTUR

O **COMTUR** é um órgão da Administração Municipal, ligado ao poder executivo, de caráter consultivo e/ou deliberativo, composto por representantes do poder público, empresários e sociedade civil<sup>7</sup>.

Este órgão é capaz de promover a descentralização administrativa, constituindo um espaço de vivência e de construção contínua da democracia, essencial para uma gestão participativa. Neste sentido, os conselhos permitem que a comunidade contribua, participe e fiscalize as ações do governo de forma legítima.

#### Formação do COMTUR - Conselho Municipal do Turismo



A efetiva participação social no processo do planejamento da atividade só será alcançada após um intenso processo de SENSIBILIZAÇÃO que reforce a importância do turismo para o desenvolvimento da região. Esta etapa é fundamental para esclarecer ao setor público e privado, e à própria comunidade, acerca das vantagens em estruturar, aumentar e diversificar a oferta turística.

É muito importante que os membros da Câmara Municipal de Vereadores sejam sensibilizados para a causa do turismo, uma vez que o ordenamento de uma atividade turística responsável depende de uma legislação forte.

<sup>7</sup> Orientação apresentada pelo Ministério do Turismo no documento "Programa de Qualificação à distância para o desenvolvimento do Turismo", Livro 2, pág. 114, 2008.



Reuniões, oficinas, palestras, entrevistas na rádio, matérias nos meios de comunicação impressos e até mesmo conversas informais são alguns dos métodos utilizados para apresentar os benefícios do turismo e as iniciativas de sucesso existentes, no intuito de estimular e inspirar o grupo.

Durante a fase de sensibilização são identificadas as lideranças locais que irão conduzir à próxima etapa: a MOBILIZAÇÃO.

A mobilização é essencial para que as comunidades se sintam responsáveis por seu próprio desenvolvimento. Por meio da mobilização é possível reunir pessoas que se disponham a construir um ideal coletivo e a participar ativamente das decisões que envolvam a estruturação local do turismo, em conjunto com o poder público.

A mobilização deve ser focada nos atores diretamente envolvidos com a cadeia produtiva do turismo, como proprietários de hotéis, bares, restaurantes, empresas de receptivos, guias e condutores, representantes de grupos envolvidos com o meio ambiente, gestores culturais, produtores rurais, entre outros.

Como consequência natural dos processos de sensibilização da comunidade e mobilização dos representantes da cadeia produtiva para o pensamento coletivo do turismo, devem ser identificadas as pessoas interessadas em participar do desenvolvimento das normas e metas para o turismo local.

Em conjunto com a prefeitura municipal, estas pessoas constituirão uma comissão de trabalho que será responsável por realizar o levantamento das entidades e associações relacionadas com o turismo na região, bem como elaborar o projeto de Lei de Criação do Conselho Municipal de Turismo.

A Lei de Criação do COMTUR deve determinar, dentre outros:

- ✓ A criação e a finalidade do colegiado;
- ✓ As competências do conselho;
- ✓ Os setores a serem representados;
- ✓ A duração do mandato.

O suporte administrativo, indispensável para a instalação e funcionamento do COMTUR, deverá ser prestado diretamente pela Prefeitura Municipal.

### 2.2.1.1. Competências do COMTUR

É papel do Conselho, participar ativamente, por meio de informações técnicas e conhecimentos colhidos por meio de experiências práticas, no processo de elaboração dos principais documentos de regulamentação da atividade turística no nível municipal.



Portanto, fará parte das competências de um COMTUR, dentre outras:

- ✓ Auxiliar na formulação e implantação da Política Municipal de Turismo, observando o Plano Diretor e as demais legislações relacionadas à atividade turística no município;
- ✓ Auxiliar a Secretaria Municipal de Turismo ou órgão equivalente no planejamento e execução de ações, planos, programas e projetos, deliberando sobre sua importância para definir prioridades;
- ✓ Zelar para que o desenvolvimento da atividade turística no município se faça sob a defesa da ética e da sustentabilidade ambiental, social, cultural, econômica e política, propondo normas que contribuam com a produção e adequação da legislação turística, tendo por objetivo a qualidade do turismo municipal;
- ✓ Fornecer, quando solicitados, auxílio e informações ao Poder Público e à comunidade, quanto aos programas e projetos que visem à melhoria da prática da atividade turística no município;

- ✓ Adotar medidas e apoiar iniciativas em favor do desenvolvimento do turismo e atividades próximas, objetivando a saúde e o bem-estar do cidadão, observando o cumprimento dos princípios e normas legais;
- ✓ Orientar e fiscalizar o gerenciamento do investimento na atividade turística;
- ✓ Gerenciar o Fundo Municipal de Turismo;
- ✓ Acompanhar a gestão de recursos públicos voltados para a prática do turismo, bem como avaliar os ganhos sociais obtidos e o desempenho dos programas e projetos aprovados, manifestando-se a respeito e sugerindo aprimoramento.

### **2.2.1.2. Participantes do COMTUR**

É essencial que a diversidade de atores esteja representada no COMTUR; portanto, é importante realizar um levantamento das entidades locais envolvidas com o turismo no município antes de elaborar a Lei de Criação do Conselho Municipal de Turismo, uma vez que a referida legislação determinará quais os grupos deverão estar representados no colegiado.

Para garantir o adequado sistema de representatividade de todos os segmentos de uma comunidade é ideal que o COMTUR seja composto somente por representantes de entidades, órgãos e associações (pessoas jurídicas). Caso existam grupos expressivos que ainda não estejam articulados formalmente, poderão participar representantes pessoas físicas.

O poder público municipal possui o importante papel de estimular a criação de entidades de classe dos diversos setores da comunidade, pois é fundamental estruturar espaços democráticos para a identificação das demandas e interesses de cada grupo, a fim de garantir uma representatividade efetiva e, conseqüentemente, a legitimação das decisões do COMTUR.

Portanto, sugere-se que estejam representados os seguintes setores no COMTUR:

- ✓ Secretaria, Departamento, Coordenação ou outra forma de administração municipal para o turismo;
- ✓ Secretarias Municipais de Cultura, Esporte, Educação, Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Transporte, Obras, Planejamento e outras cujas ações envolvam o turismo;
- ✓ Associações do setor de hospedagem;
- ✓ Associações de Bares e Restaurantes;
- ✓ Associações de Atrativos Turísticos e Congêneres;
- ✓ Associações de Agências de viagens e turismo;
- ✓ Associações de Guias, Condutores e Técnicos em Turismo;
- ✓ Associações de Transportes Turísticos;

- ✓ Associações dos Artesãos;
- ✓ Associação dos Produtores Rurais;
- ✓ Entidades parceiras, públicas ou privadas;
- ✓ Entidades Ambientais;
- ✓ Entidades Culturais;
- ✓ Instituições de ensino relacionadas com o turismo;
- ✓ Associação Turística Regional de Municípios (Circuitos Turísticos);
- ✓ Outras entidades que se relacionem, impactem ou que sejam impactadas pela atividade turística no município.

Ainda como forma de assegurar a democracia participativa, é importante o empenho para que a representatividade dos empresários e da sociedade civil no COMTUR seja efetiva, somando diferentes pontos de vista na construção de um direcionamento coletivo.

O Conselho Municipal de Turismo é constituído por membros voluntários, portanto, não recebem pagamento pelos serviços prestados, sendo considerada uma atividade de utilidade pública.

### **2.2.1.3. Funcionamento do COMTUR**

Após a aprovação e publicação da Lei de Criação do COMTUR, o Prefeito ou o Gestor do órgão de turismo do município solicitará aos setores que compõem o Conselho (de acordo com a lei de criação) que indiquem seus representantes para, então, publicar um Ato com os nomes dos respectivos indicados de cada entidade.

Uma vez criado o Conselho e publicada sua composição, os conselheiros já poderão tomar posse. O Prefeito, como chefe do Poder Executivo Municipal, é quem deverá dar posse aos Conselheiros, seja na 1ª reunião ou em cerimônia destinada especificamente a este fim. Nesta ocasião, os Conselheiros assinarão o Termo de Posse e os ausentes serão convocados, em momento posterior, para tomarem posse.

Assim que os integrantes do conselho tomarem posse, a primeira ação é a convocação da primeira reunião ordinária, ou reunião de trabalho, para elaborar, ou validar o regimento interno, que determinará as normas de funcionamento e os procedimentos para apreciação dos assuntos e tomadas de decisões do COMTUR.

Caso o conselho já possua Regimento Interno devidamente aprovado, conforme determinado na Lei de Criação do COMTUR, a primeira ação deve ser a convocação da primeira reunião para leitura do REGIMENTO INTERNO.

É muito importante, que todos os membros conheçam e estejam de acordo com as determinações do Regimento Interno.

O Regimento Interno do COMTUR deve apresentar, minimamente:

- ✓ Duração do mandato dos conselheiros;
- ✓ Atribuições do Presidente, Vice-Presidente, Secretário e dos demais membros;
- ✓ Periodicidade das reuniões ordinárias;
- ✓ Definições de questões sobre as eleições;
- ✓ Definição das Câmaras Temáticas;
- ✓ Procedimentos precisos para a convocação de reuniões ordinárias e extraordinárias, elaboração de atas, apreciação de temas, apresentação de demandas, produção de pareceres e atuação das câmaras temáticas, quórum mínimo para instalação das reuniões, substituições de membros, tomada de decisões/votações e alteração do regimento.

Em suma, o Regimento Interno deverá dispor de informações essenciais para o bom andamento do Conselho. Depois de elaborado, o Regimento deverá ser aprovado pelo COMTUR e publicado por um Ato do Prefeito.

#### **2.2.1.4. Recomendações técnicas para o bom funcionamento do COMTUR**

- ✓ A duração do mandato dos conselheiros deve ser de pelo menos dois anos, devendo o conselheiro exercer, no máximo, dois mandatos consecutivos;
- ✓ O término do mandato dos conselheiros não deve coincidir com as eleições municipais;
- ✓ Ter um Presidente eleito pelos seus membros, alternando entre um representante do poder público e dos empresários/sociedade civil;
- ✓ Elaborar e respeitar um Plano de Trabalho, conduzindo-o para sua efetiva implementação e continuidade, mesmo nas trocas de mandato;
- ✓ Ter suas ações norteadas pelos interesses coletivos do desenvolvimento da atividade turística no município, não servindo a interesses político-partidários e/ou pessoais;

- ✓ Não ser uma extensão do poder público municipal;
- ✓ Estabelecer equilíbrio na quantidade dos membros representantes do poder público, empresários e sociedade civil definidos pela lei de criação do COMTUR;
- ✓ Um conselho consultivo e deliberativo possui maior autonomia para propor e encaminhar normas e ações do que um Conselho **apenas** consultivo;
- ✓ As Câmaras Temáticas devem envolver, principalmente, mas não exclusivamente, os seguintes segmentos de atuação:
  - Normatização do Turismo
  - Infra Estrutura
  - Linhas de Financiamento
  - Desenvolvimento e consolidação dos Produtos Turísticos
  - Comunicação e Promoção do Destino
  - Capacitação e Qualificação da Mão de Obra
- ✓ Os membros das Câmaras Temáticas devem realizar reuniões periódicas e, preferencialmente, antes das reuniões ordinárias, no intuito de encaminhar para debate do plenário as ações relacionadas por cada segmento de atuação, conforme pré-estabelecido no Plano de Trabalho;
- ✓ Câmaras Temáticas produtivas garantem um COMTUR ativo.

### 2.2.3. Política Municipal de Turismo

A Lei da Política Municipal de Turismo deve expressar a vontade do município em relação ao turismo. Elaborada e implementada em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo, deverá apresentar diretrizes que favoreçam o desenvolvimento do turismo no município a partir de uma visão global, primando pela educação cidadã e a busca constante por uma atividade turística responsável que beneficie toda a população.

É necessário entender que, além de se apresentar como atividade econômica que gera emprego e renda, o turismo também é um meio para o desenvolvimento social no que tange aos serviços de atendimento às necessidades básicas de uma comunidade (saúde, educação, mobilidade urbana, limpeza, segurança, lazer, cultura, etc.).

Neste sentido, as diretrizes para o desenvolvimento do turismo devem ser elaboradas em conjunto com as demais Secretarias Municipais, uma vez que a estruturação de um destino é intersetorial.

A máxima do turismo deve ser sempre lembrada: UMA CIDADE SÓ É BOA PARA O TURISTA SE FOR BOA PARA A COMUNIDADE.

A lei de Política Municipal de Turismo deverá dispor, dentre outros:

- ✓ O sistema municipal de turismo;
- ✓ Atribuições e organização do departamento ou pasta de turismo;
- ✓ Especificar as competências administrativas;
- ✓ Estabelecer as áreas de interesse turístico;
- ✓ Normas para o funcionamento das atividades e empreendimentos turísticos;
- ✓ Capacidade de carga dos atrativos e das atividades;
- ✓ Multas e sanções para o descumprimento do disposto em lei.

A elaboração da lei deve ser discutida e aprovada de forma ampla, seguida pela aprovação na Câmara de Vereadores e sancionada pelo Prefeito, sendo posteriormente regulamentada.

A Política Municipal de Turismo deve estar em estreita sintonia com a Lei Orgânica do Município – lei maior do município que o organiza - e com Plano Diretor Municipal – instrumento de planejamento da ordenação das cidades - garantindo a conformidade entre as legislações e fortalecendo os compromissos do poder executivo e legislativo com a comunidade.

Para que haja uma efetiva execução e acompanhamento dos apontamentos direcionados pela Lei de Política Municipal de Turismo, faz-se necessária a elaboração do Plano Municipal do Turismo - PMT: um documento que estabelece as formas e os meios de se alcançar as aspirações dispostas na lei.

#### **2.2.4. Plano Municipal do Turismo - PMT**

O PMT é o instrumento de planejamento, elaborado em conjunto com COMTUR que será o elo entre a política estabelecida e a ação de fato.

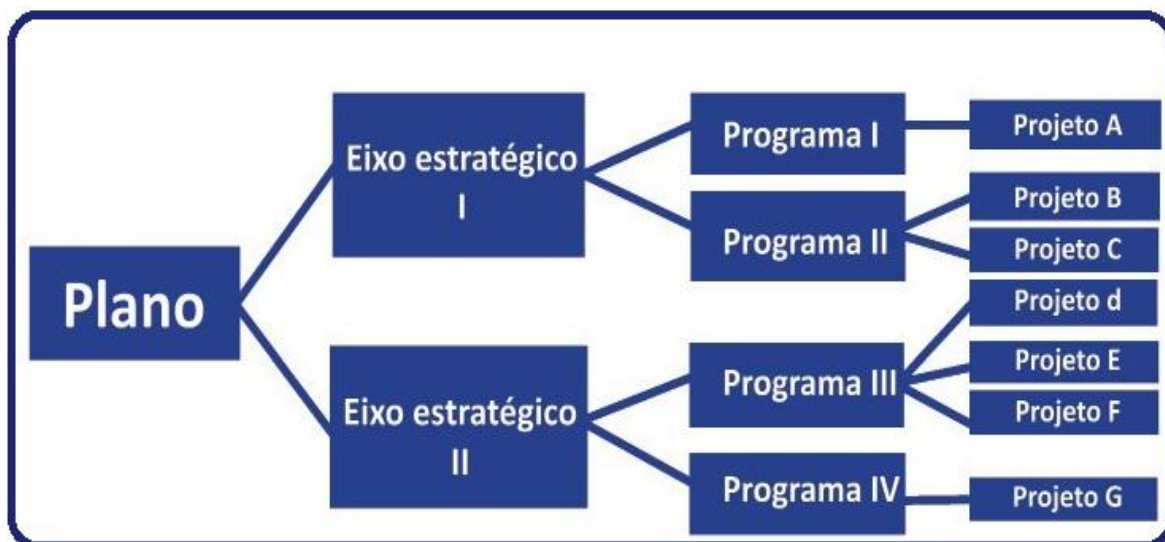
No geral, possui um horizonte de planejamento de quatro anos, no entanto, não se trata de um documento estático, pois deve ser readequado a partir de mudanças de cenário, garantindo as estratégias de atuação para a implementação da Política Municipal de Turismo.

O PMT possibilita ao município, dentre outras:

- ✓ Promover a integração e a participação da comunidade no planejamento turístico.
- ✓ Estruturar e ordenar o turismo local e regional;
- ✓ Fomentar a produção turística, a fim de conceber uma oferta qualificada;
- ✓ Qualificar e capacitar os produtos turísticos do município e da região;
- ✓ Promover o município como destino qualificado;
- ✓ Valer-se de objetivos e metas, com definição de recursos e prazos necessários para se alcançar as entregas projetadas.

As orientações descritas no PMT devem ser pautadas pelo fato de que o turismo é um fenômeno social, com relações entre pessoas, produtos e serviços. Essa atividade tem na essência de suas práticas a base cultural, herança histórica, meio ambiente diverso, paisagens e relações sociais de hospitalidade e de troca de informações interculturais. Sabe-se então que o PMT deverá objetivar o desenvolvimento do turismo de maneira responsável, buscando os interesses coletivos.

O PMT é orientado por meio de eixos estratégicos, que possibilitam a criação de programas e, dentro desses, projetos, todos alinhados à Política de Turismo:



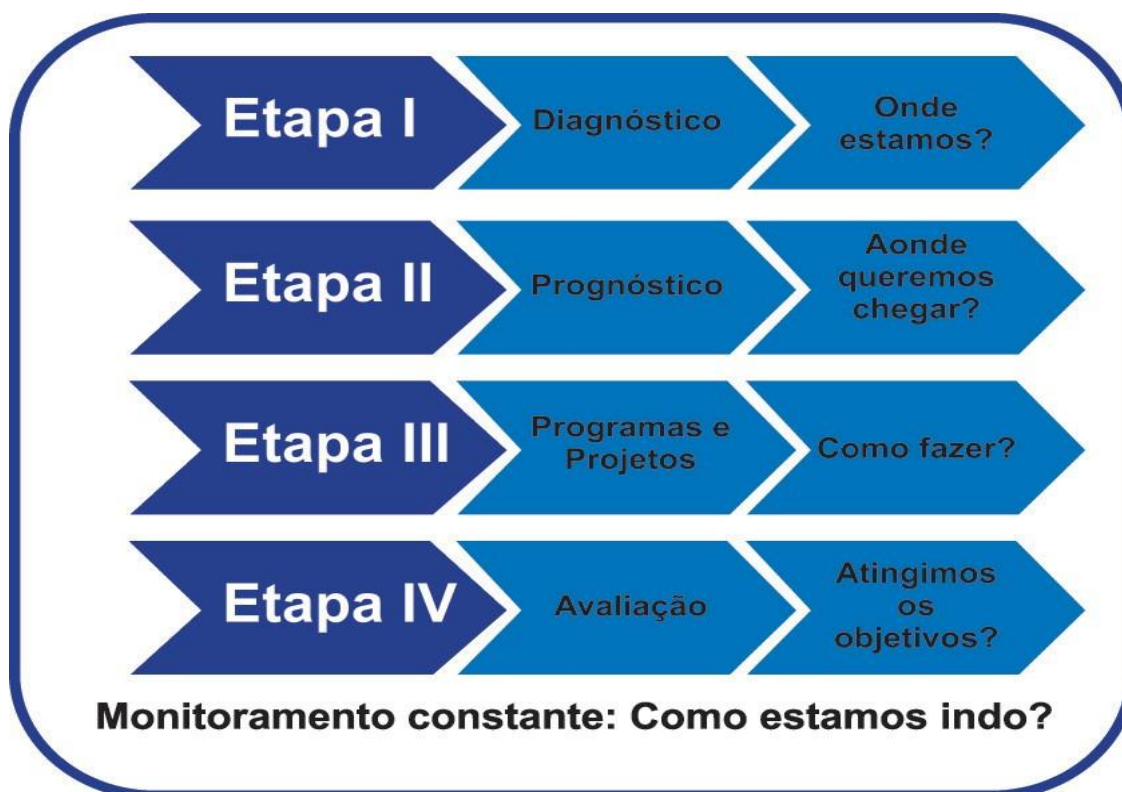
Ressalta-se que o modelo apresentado neste documento foi escolhido pela equipe da SETES/MG por contemplar os itens essenciais do planejamento estratégico para o desenvolvimento da atividade turística. No entanto, não é um modelo rígido e sua estrutura poderá ser readequada conforme a necessidade específica de cada município.



### 2.2.4.1. Construindo o Plano Municipal do Turismo

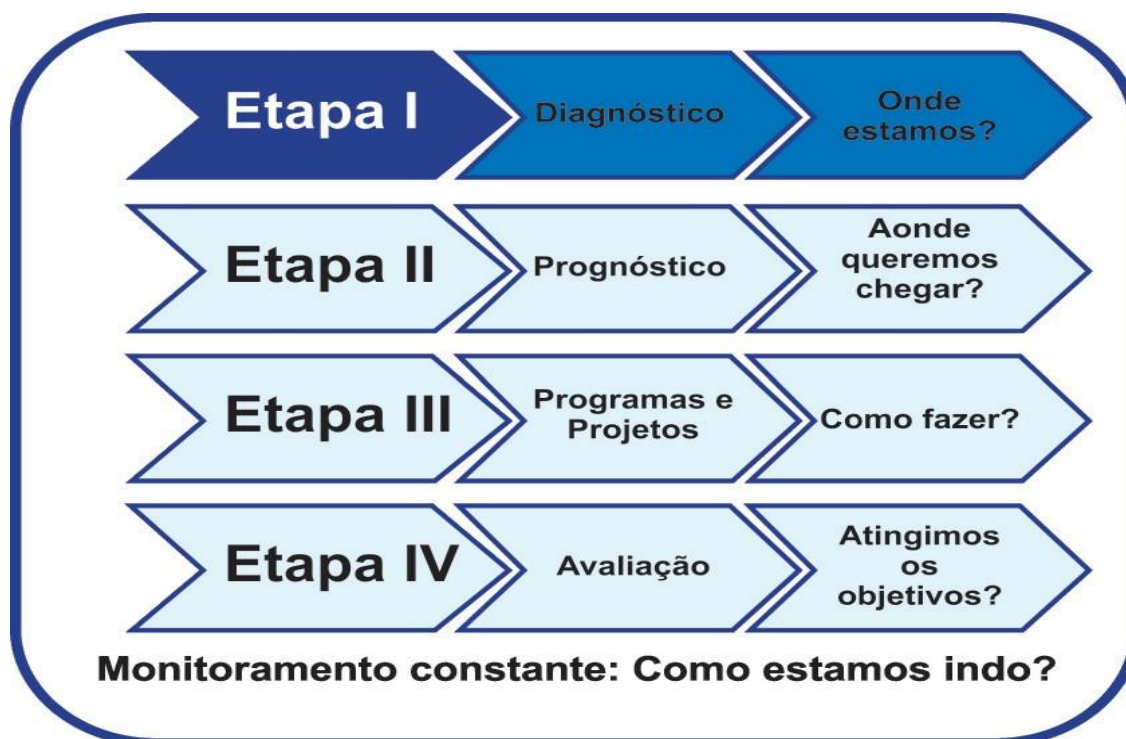
O PMT, como instrumento de planejamento, tem a função de organizar as ações futuras evitando que essas aconteçam de maneira improvisada e desarticulada. Sendo assim, é imprescindível “cercar” os imprevistos e otimizar as ações a serem empreendidas além de evitar perdas desnecessárias de tempo, dinheiro e outros recursos.

O esquema abaixo apresenta quatro etapas básicas a serem consideradas no processo de construção do Plano que serão apresentadas de maneira detalhada a seguir:



#### Etapa I: Diagnóstico – Onde estamos?

A primeira ação a ser realizada é o reconhecimento da realidade atual. Nesta etapa, busca-se responder à pergunta “onde estamos?”, de forma a entender a situação do município em relação ao turismo.



Para tanto, os gestores deverão recorrer ao estudo do Inventário Turístico do município, da Pesquisa de Demanda Turística e de Mercado. É importante ainda realizar levantamento e análise dos produtos turísticos ofertados pelo município e das informações básicas municipais em vários âmbitos.

Tanto o Inventário quanto a Pesquisa de Demanda serão apresentados adiante e devem ser devidamente compreendidos para melhor execução desta etapa.

O levantamento de informações básicas sociais, culturais, econômicas, políticas, institucionais e ambientais, por meio do inventário, contribuirá para que o turismo dialogue harmonicamente com estas diferentes áreas de afinidade.

A compreensão do mercado turístico permitirá conhecimento acerca de destinos concorrentes. Já a análise dos produtos turísticos ofertados, por sua vez, responderá basicamente a três importantes questões: aceitação do produto oferecido; reflexo do turismo na economia da região; e capacidade de carga dos atrativos.

Todas essas análises permitirão sinalizar os pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades em relação à atividade turística, assim como auxiliar na identificação da demanda turística do município.

Para melhor entendimento, sugere-se a utilização do quadro abaixo, que traz o exemplo de um município e situações fictícias:



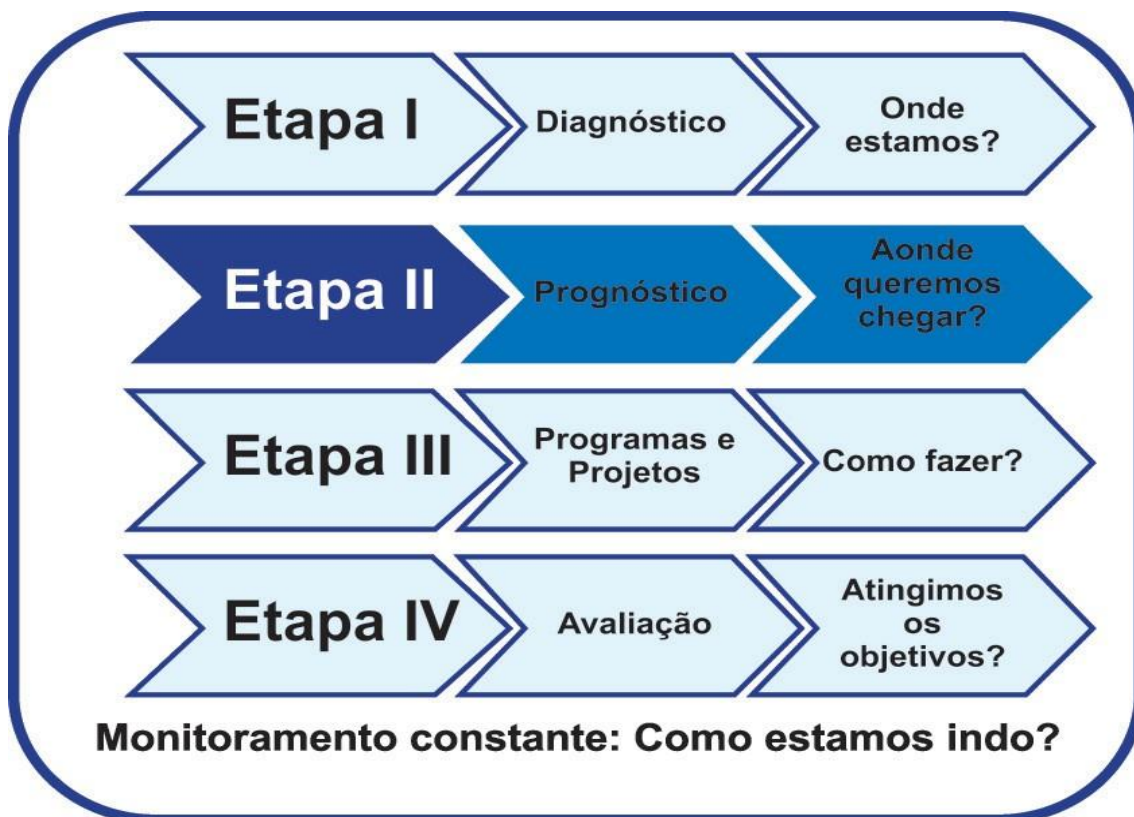
Nesse quadro, as informações obtidas a partir das análises serão apresentadas de forma resumida. Para tanto, deve-se considerar **forças** e **fraquezas** como aspectos internos ao município, enquanto as **oportunidades** e **ameaças** como aspectos externos.

Importante considerar que um instrumento de análise (inventário, pesquisa de demanda, visitas técnicas, etc.) poderá apresentar tanto pontos fortes, como pontos fracos, oportunidades e ameaças. Além disso, uma mesma informação poderá ser retirada de mais de um instrumento ou ainda ser complementada por vários.

Exemplo: a partir do diagnóstico realizado, percebe-se que um município possui uma grande potencialidade para o turismo rural; como força foi identificado grande numero de hotéis-fazendas na área rural do município; como fraqueza, o município apresenta deficiência em mão-de-obra qualificada; como oportunidade, foi identificada a proximidade com centros urbanos emissores destes públicos, no entanto, a estrada que o liga a este público não está bem sinalizada, gerando uma ameaça ao desenvolvimento do turismo.

**Etapa II: Prognóstico – Aonde queremos chegar?**

Após a realização do diagnóstico, já sabendo “*onde estamos?*”, passamos para a fase na qual buscamos responder “*aonde queremos chegar?*”.



O prognóstico é uma projeção baseada no estudo do ambiente externo e interno ao município para cenários futuros. Nesse momento, busca-se antever como um problema presente na atualidade poderá ser solucionado, ou como será encaminhada uma questão para atingir o resultado esperado.

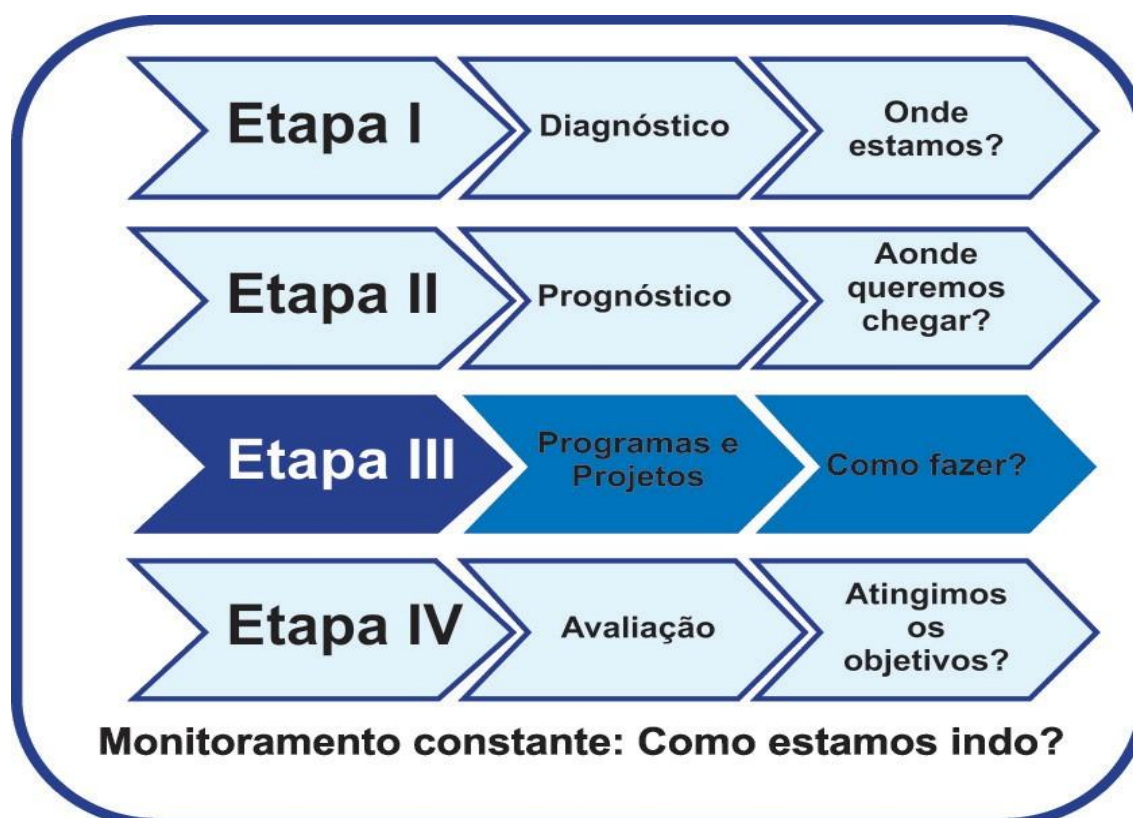
Essa etapa permitirá estabelecer a forma com que o município anseia se posicionar como destino turístico consolidado. Trata-se, portanto, de um momento onde serão propostas **metas e objetivos**, definindo onde o município busca chegar ao planejar sua política turística.

É uma etapa importante também para se pensar em segmentos turísticos prioritários a serem trabalhados internamente como, por exemplo, o turismo rural, de negócios, cultural, de natureza, etc.

Os objetivos são aquilo que se pretende alcançar, devem ser claramente delimitados e possíveis de serem mensurados. As metas por sua vez, são os degraus necessários ao alcance dos objetivos e devem determinar o que se pretende atingir e quando.

### Etapa III: Programas e Projetos – Como Fazer?

Definidos as metas e objetivos com base no diagnóstico e prognóstico municipal, é chegado o momento de definição dos meios para atingi-los. Para isso, devem ser estabelecidos os programas e, dentro deles, os projetos que conterão as ações que serão desenvolvidas.



Para facilitar a criação dos programas é interessante a utilização de eixos estratégicos.

A seguir, sugerem-se 03 (três) grandes eixos que orientarão o desenvolvimento de um bom plano. Esses eixos devem funcionar de forma coordenada, através do desenvolvimento de programas e projetos, no sentido de impulsionar o desenvolvimento do turismo.



#### 1º Eixo: Relação Institucional

Trata-se da relação do município com outras esferas governamentais, entre as secretarias municipais e ainda da sensibilização da comunidade para o desenvolvimento do turismo local. É importante trabalhar os programas deste eixo tendo como pano de fundo a regionalização, de forma a propor ações articuladas com o programa trabalhado em nível regional, estadual e federal.

Exemplos de objetivos de programas dentro deste eixo:

- ✓ Agilizar soluções, eliminar entraves burocráticos, compartilhar decisões e facilitar a participação dos atores envolvidos no processo de crescimento do setor;
- ✓ Construir redes para atuação conjunta e o fortalecimento da região e dos Circuitos Turísticos;
- ✓ Coordenar, executar e avaliar as políticas públicas de desenvolvimento local;
- ✓ Desenvolver ações que visem a preservação do Patrimônio Natural e Histórico Cultural, (delimitação de capacidade de carga, leis de tombamento, proteção e conservação dos patrimônios);

- ✓ Promover educação patrimonial, sensibilização sobre o turismo responsável, conscientização ambiental e segurança pública, bem como a utilização dos temas nas escolas de nível fundamental e médio;
- ✓ Desenvolver parcerias com outros municípios e instituições;
- ✓ Prover ações que visem ao envolvimento da comunidade na atividade turística.

#### 2º Eixo: Estrutura

Os programas deste eixo tratarão de infraestrutura de apoio ao turismo, capacitação, informação e estatística, e fomento.

Exemplos de objetivos de programas dentro deste eixo:

- ✓ Melhorar infraestrutura existente, de forma a atender não só a demanda turística, mas também à comunidade;
- ✓ Promover e/ou captar cursos de capacitação de prestadores de serviços turísticos;
- ✓ Levantar informações de oferta e demanda e dos possíveis impactos da atividade turística no município;
- ✓ Captar investimentos e financiamentos para que se possa investir no desenvolvimento da atividade turística.
- ✓ Incentivar produção local, buscando o desenvolvimento de produtos turísticos qualificados e competitivos, além da produção associada e do artesanato.

#### 3º Eixo: Produtos Turísticos

Este último eixo terá como instrumentalização programas que visem a estruturação, diversificação e promoção dos produtos. Associados a isso, devem ser considerados, também, programas de proteção e valorização do patrimônio histórico-cultural.

Exemplos de objetivos de programas dentro deste eixo:

- ✓ Estruturar e ordenar os equipamentos e serviços turísticos (hospedagem, alimentos e bebidas, agências de turismo, transportes turísticos, serviços e equipamentos para eventos e lazer, dentre outros);
- ✓ Posicionar o destino turístico no mercado;
- ✓ Desenvolver produtos e roteiros integrados;
- ✓ Criar canais de distribuição, imagem do destino turístico e campanhas de divulgação;
- ✓ Estabelecer capacidade de carga dos atrativos e leis de tombamento, proteção e conservação dos mesmos.

Cada *programa* é um conjunto de projetos de interesses comuns, a fim de possibilitar uma execução otimizada, orientado pelos eixos estratégicos.

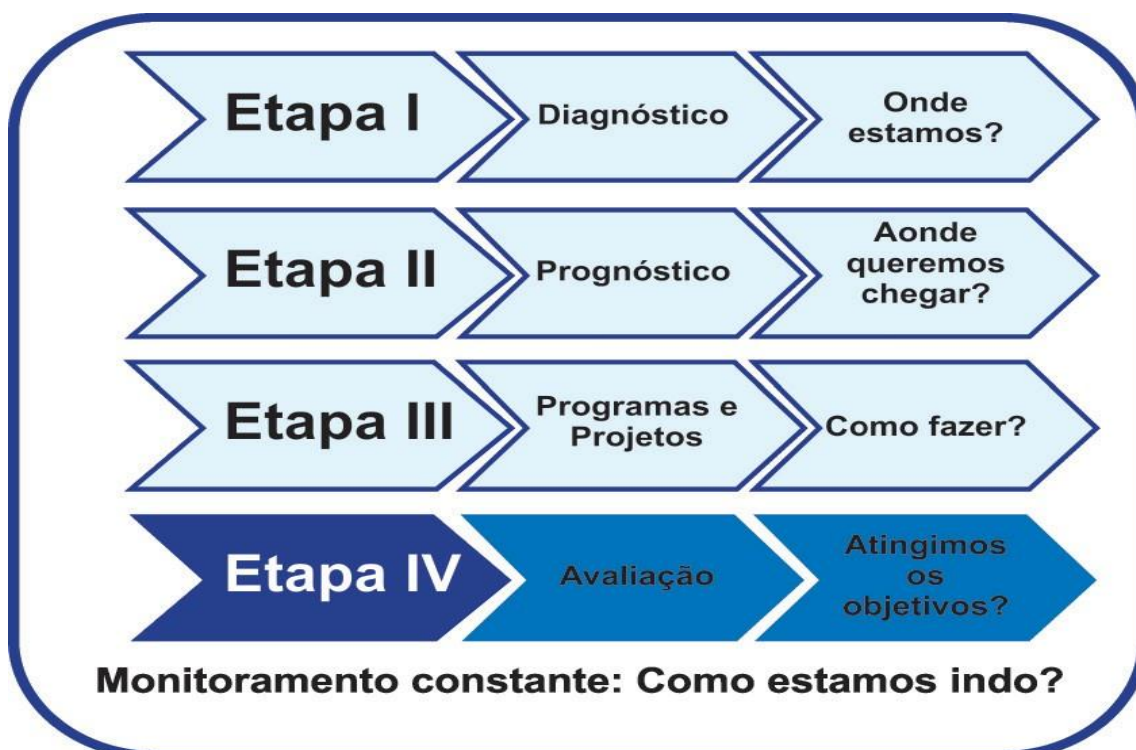
É através dos programas e projetos que o município será capaz de estabelecer uma série de ações estratégicas e articuladas, possibilitando o alcance dos objetivos do PMT e da Política Municipal de Turismo.

Para a construção de cada programa recomenda-se a utilização de algumas etapas que auxiliarão no planejamento, compostas pelos seguintes planejamentos básicos:

- ✓ Objetivos: O que queremos com o projeto;
- ✓ Indicadores: Como será verificado o andamento do projeto;
- ✓ Ações: Como será executado o projeto;
- ✓ Cronograma: Acompanhamento dos prazos;
- ✓ Orçamento: Levantamento de custos e cronograma de desembolso;
- ✓ Responsáveis: Identificar os executores das ações, bem como os possíveis parceiros.

#### **Etapa IV: Avaliação – Atingimos os objetivos?**

Nesse momento já sabemos onde estamos aonde queremos chegar e qual será nosso caminho. Cabe ao planejador estabelecer como será verificado se os objetivos foram alcançados ao final de execução do plano.





Para a realização da avaliação, o gestor deve observar os objetivos propostos na Etapa II – Prognóstico. Nessa etapa, o gestor deverá verificar se a entrega prevista foi eficaz (se ocorreu, de fato), eficiente (se houve utilização racional dos recursos) e efetiva (se a entrega foi realmente útil para o alcance do objetivo proposto).

O desenvolvimento do plano é um processo contínuo devendo considerar revisões a fim de possibilitar aperfeiçoamento constante.



#### 2.2.4.1.1. Monitorando o PMT

Trata-se do acompanhamento contínuo e permanente das ações e deve permear todas as etapas do plano. O monitoramento será responsável por “levantar bandeiras vermelhas” ao longo do desenvolvimento de todas as ações visualizando possíveis desvios ainda em tempo de corrigi-los.

Sem o monitoramento os desvios serão observados apenas na avaliação, quando o plano já tiver produzindo seus efeitos. Assim, sendo os resultados negativos, não há nada que se possa fazer, logo, haverá perda de tempo e de outros recursos.

Dentre os instrumentos de monitoramento que podem ser utilizados pelo gestor, destacam-se dois de grande relevância e que foram citados como elementos básicos de um projeto: **indicadores** e **cronograma**. Esses instrumentos podem (e devem) ser utilizados em todas as etapas do plano, devidamente adaptados.

### 2.2.4.1.2. Indicadores

São instrumentos que permitem verificar o andamento do plano/programa/projeto de acordo com as entregas. Sua definição leva em conta aspectos como qualidade, quantidade, tempo, custo, etc. Devem ser questões mensuráveis e relevantes, ou seja, que possam ser traduzidas em números e que representem uma ligação direta com os objetivos propostos. Os indicadores poderão ser utilizados também para a etapa de avaliação.

Exemplos de indicadores: Crescimento do número de visitantes no município; nível de satisfação do turista no município; número de bares e restaurantes; etc.

### 2.2.4.1.3. Cronograma

Detalhamento dos prazos do plano/programa/projeto, contendo os elementos essenciais para a execução e o sucesso dos mesmos:

- ✓ Recursos materiais, humanos e financeiros disponíveis e necessários;
- ✓ Mecanismos e fontes de financiamento – origem do recurso;
- ✓ Parceiros e parcerias necessárias;
- ✓ Etapas de execução;
- ✓ Prazo de execução: início e fim;
- ✓ Resultados e impactos esperados.

Na construção do cronograma as ações devem ser relacionadas a prazos exequíveis observando as dependências entre elas. Dessa forma, o cronograma permite orquestrar as ações para que todas atuem de maneira coordenada.

“Na estruturação de um cronograma, deve-se pensar na íntima relação entre “o que é feito” e “quando é feito”, uma vez que é através desta vinculação que são analisadas as sequências e a duração das atividades previstas, e com isso, “o que é necessário” e “quando é necessário”, quando se pensar nos recursos que serão aplicados.”

Ministério do Turismo – Módulo Operacional 4, pág. 56. 2007

### 2.2.5. Fomento da atividade Turística: FUMTUR e ICMS Turístico

A partir da aplicação das ferramentas para o planejamento e gestão da atividade, o gestor público do turismo deve buscar fontes de financiamento para a execução das ações, projetos e programas, estabelecidos no **Plano Municipal de Turismo**, construído em conjunto com o COMTUR e o Circuito Turístico ao qual o município é associado, alinhado às políticas estaduais e federais.

É fundamental que os agentes do turismo desenvolvam mecanismos de sustentabilidade de financeira independentes do orçamento da Prefeitura, pois em grande parte dos pequenos e médios municípios do interior mineiro, quase a totalidade do recurso proveniente do Fundo de Participação Municipal - FPM encontra-se comprometido com as pastas de saúde, educação e obras.

Entretanto, considerando o importante papel que o turismo desempenha como propulsor para a economia local e gerador de renda e emprego para os moradores, as prefeituras municipais possuem a responsabilidade de conduzir, técnica e operacionalmente, a busca por mecanismos contínuos de fomento ao turismo.

### **Fluxo do Repasse de Recursos para o Fomento do Turismo**



### 2.2.5.1. Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR

O FUMTUR - Fundo Municipal de Turismo é uma conta bancária exclusiva, vinculada à administração financeira da Prefeitura, destinada a receber recursos, próprios ou de terceiros, a serem investidos no desenvolvimento das ações previstas na Lei da Política Municipal de Turismo e no Plano Municipal de Turismo.

Gerenciado pelo COMTUR, o FUMTUR apresenta autonomia na utilização dos recursos, mas dependência política e contábil da prefeitura municipal. Ou seja, os recursos do FUMTUR deverão ser destinados para a execução das ações propostas na Lei da Política Municipal de Turismo e no Plano Municipal de Turismo, estando os custos para manutenção administrativa da secretaria de turismo desvinculados deste recurso.

#### Como criar o FUMTUR?

O FUMTUR é instituído por lei e deverá ser regulamentado por um Ato do Prefeito. Ele deverá possuir um Comitê Gestor, formado por membros do COMTUR, sendo responsável pela prestação de contas aos órgãos competentes e pela gestão financeira do Fundo.

#### Origem dos recursos para o FUMTUR

Os recursos destinados ao FUMTUR deverão estar previstos em legislação e poderão se originar de:

1. Recursos Públicos: porcentagem de arrecadação de impostos, arrecadação de eventos, dotações orçamentárias específicas ou especiais, recursos de órgãos governamentais, ICMS Turístico, dentre outros.
2. Recursos Privados: convênios com empresas, instituições financeiras, entidades parceiras, ONGs, fundações, dentre outros.
3. Outros: taxas de turismo, doações, repasses diretos, aluguéis de espaços públicos, taxas relacionadas a eventos, dentre outros.

Percebe-se que em muitos municípios há o entendimento de que o ICMS Turístico<sup>8</sup> é a única fonte de recursos do FUMTUR. Tal entendimento dificulta, e até mesmo impede, a execução de todas as ações e projetos previstos no Plano Municipal de Turismo.

Recomenda-se que fique determinada, na lei de criação do FUMTUR, a transferência direta de recurso municipal para a conta do fundo, oriundo de dotação orçamentária específica, até que este apresente sustentabilidade financeira periódica.

---

<sup>8</sup> O ICMS turístico será detalhado no próximo capítulo deste documento.

Também é de extrema importância que na lei esteja prevista a transferência direta do recurso referente ao repasse do ICMS Turístico, garantindo financiamento para a execução de projetos com vistas ao desenvolvimento do turismo local, acentuando a gestão e a autonomia do COMTUR.

### **Destinação dos recursos do FUMTUR**

A destinação dos recursos do FUMTUR deve respeitar as prioridades estabelecidas pelo PMT e todas as contratações de serviços ou aquisições de bens deverão ser aprovadas pela maioria dos membros do COMTUR, em conformidade com o disposto no documento que regula o fundo. Para isso, é de suma importância que a regulamentação do FUMTUR preveja as condições de captação, execução e controle dos recursos.

### **2.2.5.2. ICMS Turístico**

Após a implementação do planejamento e das ferramentas de gestão municipal para o turismo, o município estará apto a pleitear o ICMS Turístico.

A inclusão do critério “turismo” na distribuição de parcela de arrecadação do ICMS Estadual foi uma importante conquista dos municípios mineiros, uma vez que prima pela organização municipal turística e o desenvolvimento turístico local.

Pela primeira vez na história da economia brasileira, municípios passaram a receber recursos do ICMS para trabalharem a sua gestão turística. Além disso, o turismo é um dos instrumentos de distribuição de renda mais democráticos, já que a atividade permite, a todos os setores da economia, um grande benefício, ao promover um substancial desenvolvimento econômico, cultural e social.

Dessa forma, o ICMS Turístico atua como motivador e catalisador de ações, visando estimular a formatação/implementação de programas e projetos municipais voltados para o desenvolvimento turístico sustentável, em especial os que se relacionam com as políticas para o turismo dos Governos Estadual e Federal.

O percentual do ICMS turístico a ser repassado para os municípios é definido com base no índice de investimento em turismo do município, o somatório das notas da organização turística do Município e de todos os municípios habilitados e o índice de receita corrente líquida per capita de cada município (fórmula matemática estabelecida pela Lei nº 18.030/09). Para ter direito ao repasse, o município deverá, anualmente, comprovar que possui um sistema de planejamento e gestão de turismo completo e atuante por meio do enquadramento nos seguintes critérios obrigatórios:

1. Participar de um Circuito Turístico reconhecido pela SETES-MG, nos termos do Programa de Regionalização do Turismo no Estado de Minas Gerais;
2. Ter elaborada e em implementação uma Política Municipal de Turismo;
3. Possuir Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), constituído e em REGULAR funcionamento, e;
4. Possuir Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), constituído e em REGULAR funcionamento.

O repasse dos valores aos municípios habilitados é feito semanalmente pela Secretaria de Estado de Fazenda. O cálculo do valor a ser recebido pelos municípios tem como base o resultado da fórmula matemática para cálculo do índice de repasse e a arrecadação semanal do ICMS e do IPI no Estado, daí a impossibilidade de se definir, antecipadamente, o valor dos repasses a cada um dos municípios.

A documentação a ser encaminhada deverá estar de acordo com o disposto nos decretos estaduais 45.403/2010 e 46.625/2011 e na Resolução SETUR nº 06, de 22 de junho de 2010.

Os Procedimentos para encaminhamento da documentação se encontram no Capítulo 5 - ICMS Turístico, pág. 72.

Para mais informações sobre o ICMS Turístico, acesse o *link*:

[www.turismo.mg.gov.br/icms-turistico](http://www.turismo.mg.gov.br/icms-turistico)

### **2.2.6. Recurso de Editais e Linhas de Financiamento**

A SETES-MG, por meio da Diretoria de Investimentos e Captação de Recursos, realiza, periodicamente, prospecções de oportunidades para captação de investimentos em ações atreladas às políticas públicas de turismo. Pode-se dizer que a captação de recursos é uma das estratégias governamentais para atendimento às demandas sociais e para o fomento ao desenvolvimento socioeconômico sustentável.

Para realizá-la, convém, ao gestor público, atentar-se ao contexto socioeconômico no qual está inserido, às áreas prioritárias para investimentos, à qualidade do gasto e da alocação efetiva dos recursos públicos, e aos impactos que a política social pode acarretar.

Para captação, a principal fonte de informações e acesso aos recursos pode ser encontrada em [www.convenios.gov.br](http://www.convenios.gov.br). Nesse site, podem-se analisar as principais fontes de financiamento disponibilizadas tanto para a Administração Pública quanto para Entidades Privadas sem fins lucrativos.

Geralmente, o procedimento necessário para realizar a captação, envolve o desenvolvimento dos seguintes itens:

- ✓ Proposta de Trabalho;
- ✓ Plano de Trabalho;
- ✓ Termo de Referência / Projeto Básico;
- ✓ Projeto Executivo.

Nos quais, devem ser observados:

- ✓ Justificativa da intervenção e alinhamento estratégico;
- ✓ Metodologia;
- ✓ Descrição do objeto a ser executado;
- ✓ Descrição das metas a serem atingidas;
- ✓ Resultados e impactos do projeto;
- ✓ Previsão de prazo para a execução;
- ✓ Definição das etapas ou fases da execução;
- ✓ Cronograma de execução do objeto (cronograma físico);
- ✓ Estimativa dos recursos financeiros;
- ✓ Viabilidade técnica e disponibilidade de recursos;
- ✓ Relação custo benefício;
- ✓ Cronograma de desembolso;
- ✓ Plano de aplicação dos recursos a serem desembolsados pelo concedente e da contrapartida financeira do proponente;
- ✓ *Stakeholders*/parceiros;
- ✓ Análise de impacto ambiental;
- ✓ Documentações do proponente.

Para mais esclarecimentos, recomendamos que acessem:

- ✓ Manuais de capacitação e orientações do Governo Federal:

<https://www.convenios.gov.br/portal/manuais.html>

- ✓ Manual de obtenção de recursos federais para municípios do Senado Federal:

<http://www.senado.gov.br/senadores/Senador/psimon/livros/livro030.pdf>

- ✓ Manual de elaboração de Projetos e Captação de Recursos da Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais:

[http://planejamento.mg.gov.br/images/documentos/gestao\\_de\\_captacao\\_de\\_recursos/elaboracao\\_projetos.pdf](http://planejamento.mg.gov.br/images/documentos/gestao_de_captacao_de_recursos/elaboracao_projetos.pdf)

- ✓ Programa mineiro de empreendedorismo e gestão para resultados municipais:

[http://www.conversandosobregestao.mg.gov.br/images/carΘlhas/5.Finanas\\_Pblicas.pdf](http://www.conversandosobregestao.mg.gov.br/images/carΘlhas/5.Finanas_Pblicas.pdf)

- ✓ Manual para Gestão Pública Municipal - Captação de Recursos da Associação Mineira de Municípios:

<http://www.portalamm.org.br/index.php/areas-tecnicas/93-captacao-de-recursos-publicos/602-manual-para-gestao-publica>





# GESTÃO DE DADOS PARA O TURISMO



Santuário de Bom Jesus de Matosinhos.  
Xará. / SETES-MG.



Culinária Mineira  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.



Gruta de Maquiné.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.

## 3. Gestão de Dados para o Turismo

O levantamento de dados estatísticos do turismo possibilita ao poder público criar políticas eficazes para a atividade ao compreender o perfil dos visitantes e o impacto que causam em cada destino turístico de um determinado território.

A existência de estatísticas exatas sobre o turismo é de vital importância para determinar os seus impactos diretos ou indiretos na economia, para auxiliar no planejamento e desenvolvimento de novos produtos turísticos, para determinar as características do turista, para permitir a formulação de estratégias promocionais e de marketing e para detectar mudanças nas preferências e características do turista.

Apresentam-se, a seguir, as principais ferramentas de levantamento de dados e informações existentes que podem auxiliar no planejamento local e regional da atividade turística.



### 3.1. PLANEJAMENTO

#### 3.1.1. Inventário da Oferta Turística – [www.inventario.turismo.gov.br](http://www.inventario.turismo.gov.br)

O Inventário da Oferta Turística consiste no principal instrumento de levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo servindo de base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística, possibilitando a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo ao turismo sustentável.

Com o padrão dos formulários do Ministério do Turismo, o município pode realizar um diagnóstico preciso de toda a sua oferta turística, possuindo uma base de dados fundamental para o desenvolvimento do turismo na região e principalmente, atuando nos principais gargalos apontados por esse levantamento.

Sugere-se que o levantamento seja realizado anualmente, facilitando a comparação da oferta ao longo dos anos e incentivando a melhoria na prestação de serviços pela prefeitura e também para os empresários locais.

O inventário turístico também funciona como ferramenta para informação básica de atrativos, festas e eventos do município ao turista local, alimentando ferramentas virtuais de informação ou materiais promocionais.

Atualmente, as principais informações dos inventários municipais de Minas Gerais estão disponíveis no site [www.minasgerais.com.br](http://www.minasgerais.com.br), e devem ser sempre checadas e atualizadas por cada município, garantindo, assim, a veracidade das informações para os turistas no estado. Mesmo assim, é fundamental que o município tenha sempre em mãos as informações completas do inventário visto sua grande relevância para o planejamento turístico de cada cidade.

### **3.1.2. Pesquisa de Demanda**

A pesquisa de demanda é considerada uma das principais ferramentas para o monitoramento do desenvolvimento do turismo em qualquer região. Vários países e cidades de grande relevância turística no mundo utilizam de ferramentas de pesquisa para compreender o perfil de seus visitantes para traçar estratégias de captação de público-alvo ou posicionamento de produtos e serviços turísticos.

A pesquisa de demanda tem como objetivo principal traçar o perfil dos turistas e excursionistas que visitam a região ou o município, além de suas principais motivações, nível socioeconômico e expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante sua estada.

Sugere-se que a pesquisa seja realizada durante três períodos do ano: alta temporada, média temporada e baixa temporada. É importante também manter a continuidade de aplicação da pesquisa, garantindo assim, uma série histórica que possibilite a compreensão dos dados em longo prazo e previsões de cenários futuros.

Para a aplicação dos questionários pode-se realizar parcerias com universidades e centros técnicos, visando não só a qualidade na coleta dos dados, mas também a inserção de futuros profissionais em práticas fundamentais na atividade turística, além de fomentar a produção acadêmica que possa ser utilizada pelos órgãos públicos e demais setores.

A SETES/MG realiza séries anuais nos principais destinos de Minas Gerais e os resultados podem ser encontrados no site [www.minasgerias.com.br/observatorioturismomg](http://www.minasgerias.com.br/observatorioturismomg).

## 3.2. MONITORAMENTO

### 3.2.1. Boletim de Ocupação Hoteleira- [www.hospedagem.turismo.gov.br](http://www.hospedagem.turismo.gov.br)

O Boletim de Ocupação Hoteleira é um documento preenchido mensalmente pelos hotéis com os dados da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes e enviado para o Ministério do Turismo de forma obrigatória no Sistema Nacional de Registro de Hóspedes.

O Sistema Nacional de Registro de Hóspedes – SNRHos é o sistema criado pelo Ministério do Turismo – MTur , para informatizar a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FNRH, facilitando o envio, pelos meios de hospedagem, das informações exigidas pela Lei 11.771/2008 e Decreto 7.381/2010, permitindo que o governo federal realize o tratamento dessas informações identificando o perfil do turista e as taxas de ocupação hoteleira de cada região, possibilitando a melhoria da elaboração de políticas públicas direcionadas ao setor turístico.

O SNRHos foi desenvolvido em 03 (três) módulos, objetivando permitir sua utilização por todos os meios de hospedagem no país:

- ✓ Módulo Online – Destinado aos meios de hospedagens que possuem acesso à internet;
- ✓ Módulo Webservice – Destinado aos meios de hospedagem que já possuem sistema próprio de gestão hoteleira;
- ✓ Módulo *Off-line* – Destinado aos meios de hospedagem que não possuem acesso direto à internet.

Preferencialmente o meio de hospedagem deve registrar a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FNRH no módulo on-line disponível no site da hospedagem.

Caso o meio de hospedagem já possua sistema de gestão próprio e pretenda continuar a utilizá-lo, deverá utilizá-lo ao SNRHos por meio de webservice conforme manual de integração disponibilizado pelo MTUR.

Para os estabelecimentos que não possuam acesso à internet, o MTUR disponibiliza um programa *off-line* para o registro das FNRHs e posterior envio ao SNRHos.

Os resultados obtidos através dos boletins são o número de hóspedes em hotéis, taxa de ocupação hoteleira, permanência média e hóspede por UH (unidades habitacionais). Os dados são fundamentais para o município conhecer a sua oferta hoteleira e de leitos, os períodos de maior e menor movimentação no setor, para fins da elaboração de estratégias para a sustentabilidade hoteleira.

A partir da compilação desses dados por meio do BOH, o planejamento e gestão do setor hoteleiro se tornam mais assertivos também do ponto de vista municipal. Os gestores poderão propor ações conjuntas com o empresariado local que visem diminuir os efeitos da sazonalidade do setor, tais como controlar e gerenciar a oferta de produtos e equipamentos turísticos em períodos de

alta temporada, bem como ações de divulgação externas e produção de eventos para amenizar os efeitos da baixa temporada.

### **3.2.2. Pesquisas em Eventos**

A realização de pesquisas em eventos de relevância tem como objetivo identificar o perfil dos participantes, sua avaliação sobre os produtos e serviços durante o período de realização e, também, pode-se avaliar o nível de satisfação da própria comunidade em relação ao evento específico.

Assim, é possível traçar estratégias de melhorias para as próximas edições, como também criar ações que incentivem uma maior integração da comunidade durante a programação, gerando benefícios para os moradores e para os visitantes no município.

Como exemplo, a SETES/MG realiza pesquisas em alguns eventos de relevância para a atividade turística de Minas Gerais, com a intenção de coletar dados que possam identificar o perfil dos visitantes em determinadas regiões de nosso Estado. Os resultados destas pesquisas são ferramentas importantíssimas para gestores, pois, além de embasar projetos, ajudam no planejamento e aprimoramento da atividade turística nos municípios.

## **3.3. MEIOS DE HOSPEDAGEM**

### **3.3.1. CADASTUR – [www.cadastur.turismo.gov.br](http://www.cadastur.turismo.gov.br)**

O CADASTUR é o sistema gratuito de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo Ministério do Turismo em parceria com a SETES-MG, através do termo de cooperação técnica e convênio de repasse de recursos.

O programa visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor, visto que essas ações proporcionam maior segurança para o turista ao contratar um serviço, maior garantia e benefícios para o prestador de serviços e maior arrecadação para os governos, gerando mais recursos para aplicação em políticas do setor.

É importante ressaltar que a SETES-MG trabalha em consonância com o MTUR visando otimizar as ações de formalização e cadastramento das empresas. A união de esforços dentro de uma mesma proposta é fundamental para não haver sobreposição de ações entre as esferas de governo. Cabe ao município monitorar e incentivar os cadastros de seus empreendimentos, garantindo a legalidade dos mesmos. Garante também maior segurança na prestação de serviços para os turistas e maior visibilidade para os empreendimentos e municípios.

O Sistema recebe cadastros obrigatórios dos prestadores de serviços turísticos das seguintes atividades:

- ✓ Meios de Hospedagem (albergue, condo-hotel, flat, hotel urbano, hotel de selva, hotel fazenda, hotel histórico, pousada, resort e cama & café)
- ✓ Agências de Turismo
- ✓ Transportadoras Turísticas
- ✓ Organizadoras de Eventos
- ✓ Parques Temáticos
- ✓ Acampamentos Turísticos
- ✓ Guias de Turismo

Em caráter opcional, também podem se cadastrar:

- ✓ Restaurantes, Cafeterias e Bares
- ✓ Centros de Convenções
- ✓ Parques Aquáticos
- ✓ Estruturas de Apoio ao Turismo Náutico
- ✓ Casas de Espetáculo
- ✓ Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos
- ✓ Locadoras de Veículos para Turistas
- ✓ Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos

Para o cadastramento, o prestador de serviços turísticos deve entrar no site do CADASTUR e checar a documentação necessária para o seu estabelecimento. A documentação exigida pode ser enviada para o escritório do CADASTUR em Minas Gerais.

Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais – CADASTUR

Endereço: Rua Curitiba, nº 1264 – Minas Centro – Belo Horizonte/MG

CEP: 30170-121

Telefones: (31) 3217-7864 / 7865

E-mail: [cadastur@turismo.mg.gov.br](mailto:cadastur@turismo.mg.gov.br)

Caso o prestador tenha sua documentação aprovada, o mesmo ganhará um certificado digital que poderá ser conferido por qualquer pessoa diretamente no site do CADASTUR.

### 3.3.2. SBCLASS – [www.classificacao.turismo.gov.br](http://www.classificacao.turismo.gov.br)

O SBCLASS é o novo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, foi elaborado de forma participativa por meio de uma ampla parceria entre o Ministério do Turismo, o Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia – SBM e a sociedade civil e foi adotado como estratégia para o país, aumentando a competitividade do setor.

A classificação é, reconhecidamente, um instrumento de divulgação de informações claras e objetivas sobre meios de hospedagem, sendo um importante mecanismo de comunicação com o mercado. Possibilita a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxilia turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas.

O Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu sete tipos de Meios de Hospedagem, para atender a diversidade da oferta hoteleira nacional, considerando que cada tipo de meio de hospedagem reflete diferentes práticas de mercado e expectativas distintas dos turistas;

- ✓ Hotel - de 1 a 5 estrelas
- ✓ Hotel Fazenda - de 1 a 5 estrelas
- ✓ Cama & Café - de 1 a 4 estrelas
- ✓ Resort - de 4 a 5 estrelas
- ✓ Hotel Histórico - de 3 a 5 estrelas
- ✓ Pousada - de 1 a 5 estrelas
- ✓ Flat/Apart-Hotel - de 3 a 5 estrelas

Assim como a maioria dos sistemas de classificação de outros países, o Sistema Brasileiro de Classificação é de adesão e adoção voluntárias pelos meios de hospedagem.

O SBClass está fundamentado em uma série de requisitos a que os meios de hospedagem devem atender:

- ✓ Infraestrutura - vinculados às instalações e aos equipamentos;
- ✓ Serviços - vinculados à oferta de serviços;
- ✓ Sustentabilidade - vinculados às ações de sustentabilidade (uso dos recursos, de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações).

Os requisitos são divididos em **mandatórios** (ou seja, de cumprimento obrigatório pelo meio de hospedagem) e **eletivos** (ou seja, de livre escolha do meio de hospedagem, tendo como base uma lista pré-definida).



O meio de hospedagem para ser classificado na categoria pretendida deve ser avaliado por um representante legal do Inmetro e demonstrar o atendimento a 100% dos requisitos mandatórios e a no mínimo 30% dos requisitos eletivos (para cada conjunto de requisitos).

Para fazer a solicitação da nova Classificação, é necessário primeiro preencher o formulário eletrônico de solicitação da classificação, no site do CADASTUR ([www.cadastur.turismo.gov.br](http://www.cadastur.turismo.gov.br)), seguir as orientações e vistorias. Uma vez concedida a classificação, o empreendimento receberá uma placa indicativa que será colocada na entrada do estabelecimento, certificando que aquele empreendimento cumpre todos os requisitos legais para tal categoria.

### **3.4. INFORMAÇÃO TURÍSTICA**

#### **3.4.1. Centro de Atendimento ao Turista**

O centro de atendimento ao turista funciona como posto de informação e serviços aos visitantes, com atendentes capacitados para fornecer informações sobre a cidade, empresas de transportes, agências de viagens, hotéis, restaurantes, pontos turísticos, dentre outros.

É indicado que cada posto possua um controle de atendimentos, com fins a compreender o perfil do público para auxiliar na elaboração de estratégias de capacitação e confecção de materiais promocionais. Além disso, as informações do tipo de atendimento realizado (tais como atendimentos telefônicos, e-mail ou pessoalmente) podem ser utilizadas para melhoria na alocação da equipe em determinadas datas de grande fluxo e agilidade nas respostas.

A vantagem desse levantamento é o baixo custo de sua aplicação, além de gerar um monitoramento mensal dos atendimentos, facilitando a elaboração de estratégias para a melhoria do atendimento e divulgação do destino.

#### **3.4.2. Portal de Turismo de Minas Gerais – [www.minasgerais.com.br](http://www.minasgerais.com.br)**

O portal é uma plataforma tecnológica que disponibiliza informação turística sobre Minas Gerais e também possibilita uma interligação com toda rede do turismo mineiro através de um ambiente seguro e confiável na internet.

Hoje em dia, o Portal possui conteúdo colaborativo, ou seja, qualquer empresário do setor turístico (hotéis, restaurantes, equipamentos, agencias, etc.) pode se cadastrar gratuitamente, atualizar ou inserir fotos diretamente no site através de seu CNPJ, login e senha. O cadastro de atrativos, informações gerais e infraestrutura dos municípios são realizados pelas prefeituras e associações de circuitos turísticos.

São disponibilizadas diversas tecnologias úteis para o turista planejar sua viagem pelo estado como: integração com mapas, sistema de previsão do tempo, conversor de moedas, ferramenta de

criação de roteiros personalizados e lista de favoritos. Além disso, o portal torna acessível um extenso acervo multimídia com fotos e vídeos do estado, e está totalmente integrado às redes sociais.

Também é possível acessar todo o conteúdo de informações do portal através de aplicativo para smartphones de forma rápida segura e eficiente.

Dessa forma, o portal se apresenta como uma poderosa ferramenta de promoção dos atrativos e serviços turísticos de nosso estado no ambiente WEB (internet).

Atualmente o Portal de Turismo de Minas Gerais já se encontra na primeira página do Google, que atualmente é o site de busca de conteúdo mais acessado na internet, devido ao alto poder de congregação e atualização de informações sobre Minas Gerais.

Por ser colaborativo, torna-se importantíssima a verificação dos dados já inseridos pelas prefeituras e associações de circuitos turísticos de seus respectivos municípios. Fundamental se faz também divulgar esta importante ferramenta para todo o trade turístico.

Caso necessite de mais informações entre em contato com a equipe SETES/MG, através da Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística.



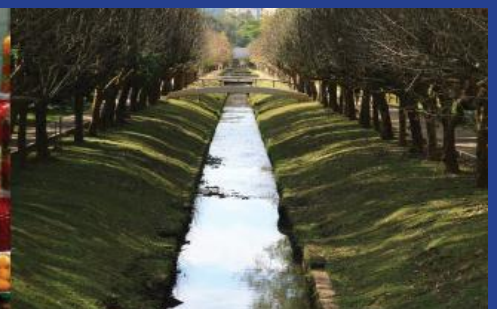
# POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DO DESTINO



Santo Hilário.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.



Mercado Central  
Xará. / SETES-MG.



Caxambú.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.

## 4. Posicionamento Estratégico do Destino

---

O turismo é uma atividade econômica que tem ganhado cada vez mais destaque para o desenvolvimento econômico e social de uma população. Conseqüentemente, os dirigentes políticos possuem crescente interesse em investir na atividade turística, seja pelo valor econômico ou pelo elevado número de empregos que gera. De maneira bem resumida, podemos entender os processos turísticos para conquista de mercado com duas etapas principais:

- ✓ Transformação de recursos em produtos: o recurso se torna um produto quando o turista já encontra nele toda a condição necessária para visitá-lo, estando totalmente acessível ao público.
- ✓ Transformação dos produtos em ofertas acessíveis ao mercado: oferta é basicamente o produto divulgado de forma adequada. A partir disso, o mercado responde comprando, o que consolida o destino como turístico.

Para que esse investimento seja realizado de maneira a gerar resultados, é importante que se use um instrumento técnico de direcionamento: o plano de marketing. Porém, antes de trabalhar o referido plano, alguns conceitos devem ser entendidos.

### 4.1. SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

*Segmentar é olhar para o destino, inclusive os mais tradicionais, e encontrar nele uma vocação, de modo que atenda ou agrade a um público específico. (PRT - Diretrizes, 2013)*

É entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. Segmento, do ponto de vista da demanda, é um grupo de clientes atuais e potenciais que compartilham as mesmas características, necessidades, comportamento de compra ou padrões de consumo.

Ao segmentar, é importante notar que:

- ✓ Os turistas devem ser distintos entre diferentes grupos;
- ✓ Os turistas devem ter semelhanças dentro do mesmo grupo.

Os critérios de segmentação usados pelo mercado para definir nichos específicos de consumidores são:

<b>Objetivo da Viagem</b>	- Lazer, negócios, visitas a amigos, etc.
<b>Demográficos</b>	- Sexo, idade, profissão, religião, ocupação.
<b>Região Demográfica</b>	- Região de origem, país, clima, etc.
<b>Psicográficos e psicossociais</b>	- Atitudes socioculturais, opiniões, personalidade estilo de vida.
<b>Benefícios buscados pelos turistas</b>	- Tranquilidade, compras, boa comida, etc.

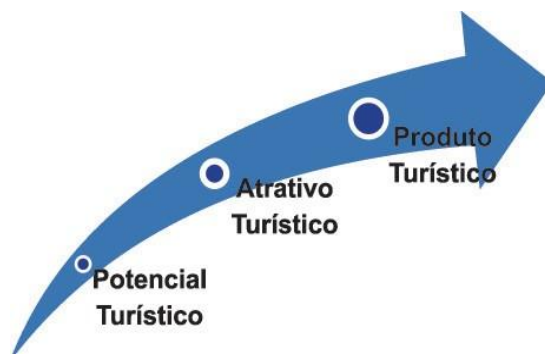
O Ministério do Turismo aponta como principais segmentos a serem especialmente trabalhados:



## 4.2. COMERCIALIZAÇÃO

O processo de comercialização de um produto turístico conta com 03 (três) passos básicos, sendo eles: identificar potencial turístico, desenvolver o atrativo turístico e, por último, fomentar o produto turístico.

É preciso saber identificar em qual posição os diversos atrativos do município (sejam eles culturais ou naturais) estão inseridos para que se possa identificar qual medida tomar.



### 1º Passo: Identificar Potencial Turístico

- ✓ Uma bela cachoeira
- ✓ A casa onde viveu uma personalidade

A comercialização turística começa quando se identifica um patrimônio da cidade como um potencial atrativo turístico. É preciso ter muito cuidado ao apontar um patrimônio como destino em potencial, pois nem tudo que é patrimônio pode ser convertido em um atrativo turístico.

Para conhecer a potencialidade turística de uma determinada região, é necessário fazer estudos de viabilidade e somente após os resultados favoráveis é que se deve tratar o ponto como um atrativo. Há outra característica importante no momento de definir o potencial turístico de um patrimônio: alguns são frágeis demais para receberem visitantes e o mais apropriado é a preservação.



Conservação, nas leis brasileiras, significa proteção dos recursos naturais, com a utilização racional, garantindo sua sustentabilidade e existência para as futuras gerações.

Já preservação visa a integridade e a perenidade de algo. O termo se refere à proteção integral, à “intocabilidade”. A preservação se faz necessária quando há risco de perda de biodiversidade, seja de uma espécie, um ecossistema ou de um bioma como um todo.

## 2º Passo: Desenvolver o Atrativo

- ✓ Uma bela cachoeira com acesso, guias, pousada e restaurante;
- ✓ A casa onde viveu uma personalidade com recepção, interpretação, curadoria e loja de souvenir.

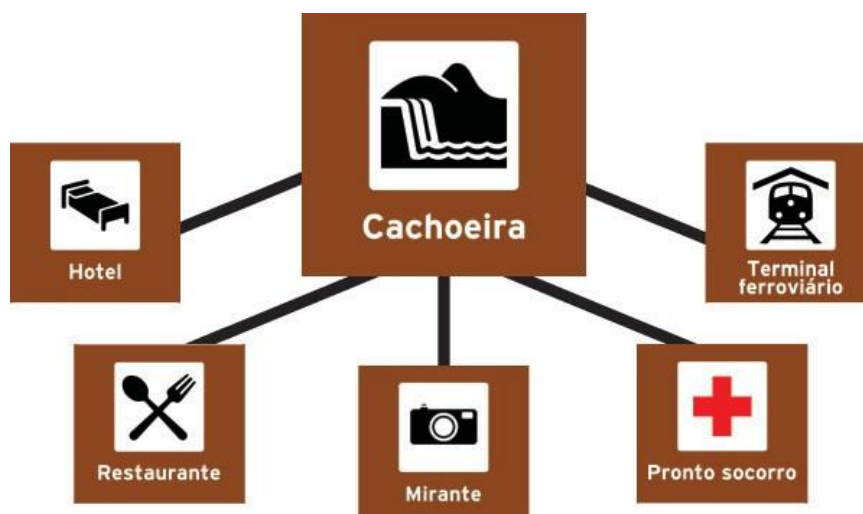
Depois que se reconhece que um patrimônio é mesmo um atrativo – após as pesquisas de viabilidade – é preciso dotá-lo de serviços que atendam às necessidades dos turistas.

Neste segundo passo, deve-se planejar o futuro do patrimônio, estabelecendo o público-alvo, capacidade de carga, modelo de negócio, etc. O começo do planejamento é muito importante para prepará-lo para se tornar um atrativo turístico, pois é preciso entender o que se quer para o destino como um todo.

Quanto mais informações e mais foco houver na hora de transformar um potencial em atrativo, mais chances há de que o turismo se desenvolva de maneira adequada. Para que o atrativo possa passar para a seguinte fase e comece a ser comercializado, é importante que todos os atores envolvidos estejam em sintonia para que objetivos sejam claros e atingíveis.

Dentre os diversos aspectos que devem ser estudados para que um patrimônio evolua a atrativo está o segmento do turismo a ser adotado. O atrativo turístico pode fazer parte de diversos segmentos - um exemplo é a cachoeira que pode ser classificada como turismo de aventura se ela for utilizada para fazer rapel, tirolesa entre outras atividades. Porém essa mesma cachoeira pode ser classificada também como ecoturismo, outro segmento do turismo, caso o turista se desloque para esse atrativo com o intuito de ter o contato com a natureza, por meio da interpretação do ambiente e da consciência ambientalista. Nesse sentido, o atrativo pode ser encaixar em diversos segmentos dependendo da atividade que é realizada nesse atrativo.





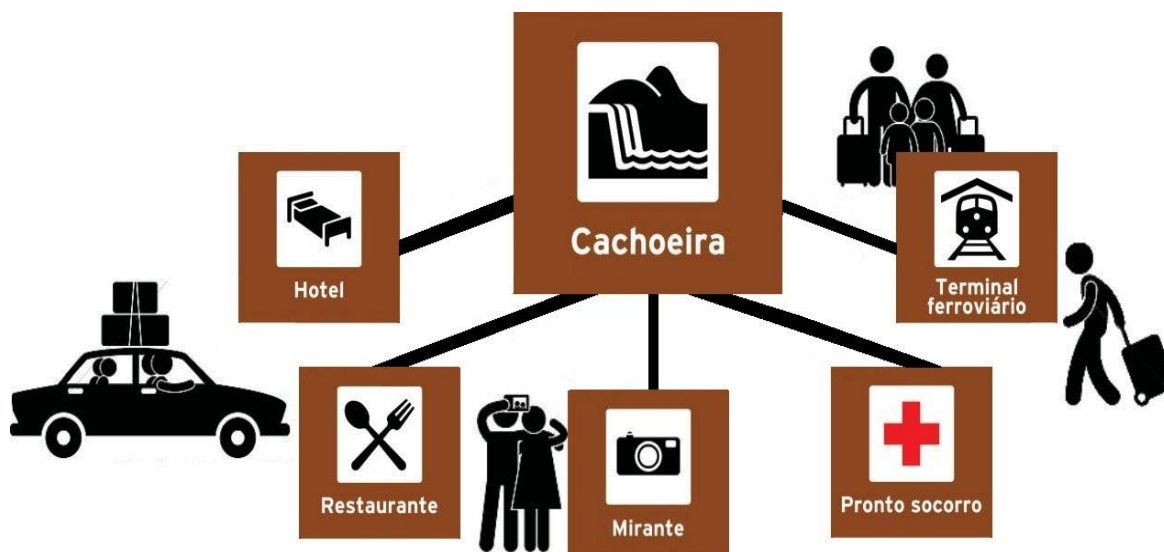
### 3º Passo: Fomentar o Produto

- ✓ Uma bela cachoeira com acesso, guias, pousada, restaurante e uma agência que promova e venda o pacote.
- ✓ A casa onde viveu uma personalidade com recepção, interpretação, curadoria e loja de souvenir e incluída nos roteiros dos guias turísticos da cidade, nos panfletos de promoção e nos pacotes das agências.

O terceiro passo para a comercialização efetiva de um patrimônio é a transformação dele em “produto”. Isso se dá quando o atrativo começa a ser promovido e vendido pelas agências que ofertam o produto para os visitantes que o demandam. Esse é o último estágio de preparação do destino para poder receber os visitantes.

A formatação do atrativo em produto se dá quando esse possuir infraestrutura mínima necessária para desenvolver a atividade turística, ou seja, quando os atores estão preparados para atender às expectativas do público-alvo estabelecido nas fases anteriores. Quando os serviços estão funcionando, as agências de turismo já podem comercializar os pacotes e permitir que os visitantes possam chegar ao atrativo.

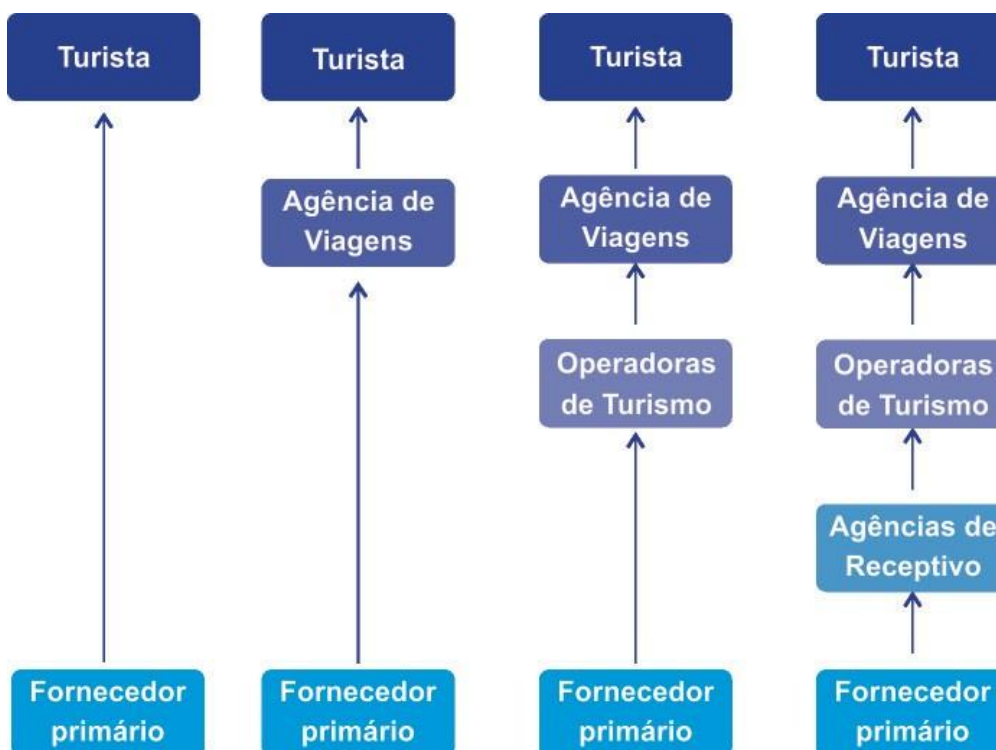
Faz-se necessária uma cadeia de atores – empresas, poder público, sociedade civil – para que a comercialização do atrativo se realize. O produto pode ser definido como o atrativo turístico estruturado de forma que seus equipamentos e/ou serviços prestados satisfaçam as demandas do mercado. É nessa etapa que se dá a precificação para que seja realizada a comercialização do produto.



É importante ressaltar que o fenômeno turístico não se restringe apenas à comercialização do atrativo. O processo continua com a visita e na contínua busca por minimizar os impactos negativos do turismo e aumentar os positivos. A atividade turística exige um trabalho e um esforço contínuos para que o turismo seja uma ferramenta efetiva no desenvolvimento socioeconômico.

O sistema de comercialização do produto turístico possui intermediários específicos que contribuem no desenvolvimento de produtos e em sua oferta e venda no diversos destinos emissores. O uso dos diversos canais de distribuição, utilizando as operadoras de turismo para a criação de produtos, a multiplicação dos pontos de venda nos destinos emissores por meio das agências de viagens e a facilitação da compra utilizando-se da internet são fatores que contribuem para o sucesso comercial de um destino ou produto.

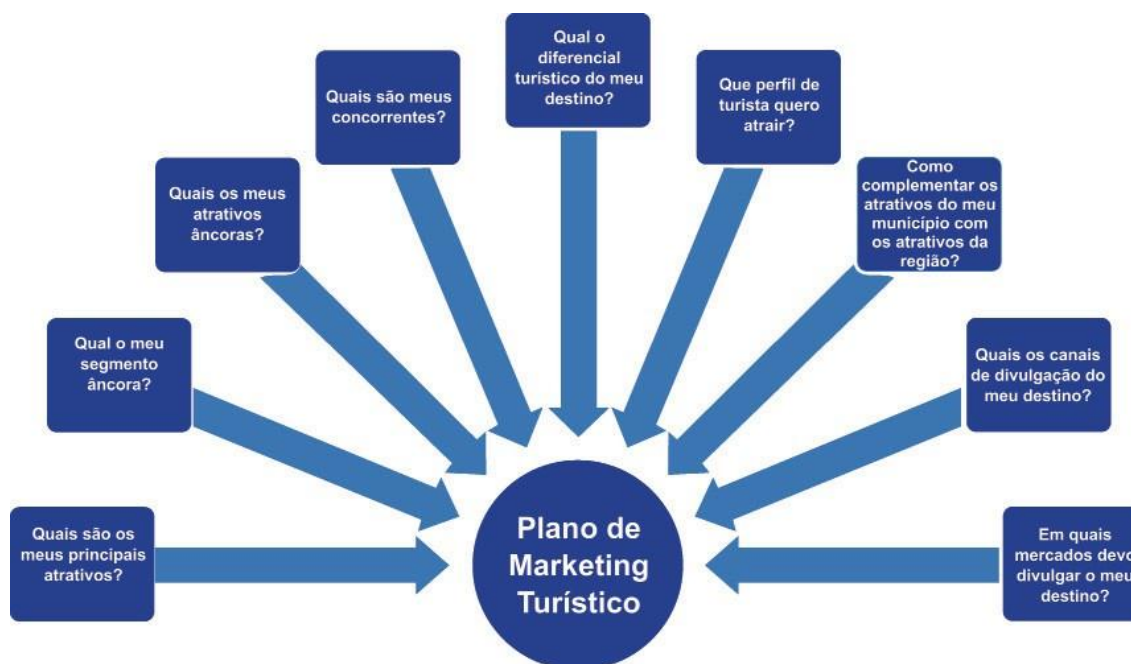
Segue abaixo o esquema do fluxo de comercialização de serviços turísticos, e seus principais atores: o turista, as agências de viagens, operadoras de turismo, agências de receptivo e fornecedores primários.



Os turistas são os clientes finais, as agências de viagens são responsáveis pela prestação de serviços assim como a venda de pacotes de viagens, já as operadoras de turismo desenvolvem produtos e investem em promoção e comercialização dos mesmos, as agências de receptivos são as que recebem os visitantes no destino final e por último o fornecedor primário que é o prestador de serviços locais como, por exemplo, os artesões, produtores de alimentos e bebidas, hospedagem, etc.

### 4.3. PLANO DE MARKETING TURÍSTICO

O Plano de Marketing Turístico objetiva definir quais ofertas serão realizadas no mercado, ou seja, quais produtos serão devidamente divulgados. Para isso é necessário pensar em estratégias de longo prazo (o que promover) e curto prazo (ações imediatas para aumentar a captação de turistas). É importante ter em mente que ao começar um plano de marketing, já deve existir uma definição estratégica do turismo no município, como apresentado nos capítulos anteriores deste material.



O grande objetivo dos municípios ao elaborar um plano de marketing turístico deve ir além de atrair turistas. Deve ser também encantar cada visitante a ponto de fazê-lo querer voltar outras vezes e ainda divulgar o lugar a seus amigos. Para tanto, o plano seguirá sua lógica em 03 (três) grandes momentos:

- ✓ Criação de valor: segmentação, seleção de mercado-alvo e posicionamento.
- ✓ Ganho de valor: produtos turísticos formatados, preços formulados e público-alvo definido.
- ✓ Manutenção de valor: Conquista de turistas e retenção do turista.

Todos os momentos vividos pelo turista no destino devem parecer, a ele, mágicos e sedutores. O resultado da vivência no destino irá afetar as intenções futuras do turista: Ele voltará ou não? Dará aos familiares e amigos informações positivas ou negativas sobre o destino?

Os turistas – como qualquer cliente – avaliam a qualidade do serviço comparando as suas expectativas com aquilo que receberam. Se as suas expectativas foram satisfeitas ou até ultrapassadas, eles consideram alta a qualidade do serviço. Esses turistas satisfeitos serão, mais facilmente, fiéis e/ou canais de informações positivas. Caso contrário, eles se tornam obstáculos para que outras pessoas conheçam seu destino.

#### 4.4. TENDÊNCIAS DO MERCADO DE TURISMO

O turismo é um fenômeno em constante mutação que exige uma alta capacidade de adaptação por parte de todos os atores envolvidos. Como acontece em todas as atividades não

essenciais da vida moderna, o turista possui um poder de escolha muito grande, direcionando a concepção do mercado e, por isso, as empresas do setor devem ser criativas para cativá-los. A oferta de destinos é imensa e o consumidor pode escolher entre diversas opções, exigindo que o produto comprado seja aquele com o melhor custo-benefício.

Nesse sentido, o consumidor do produto turístico tende a dar muito valor ao componente emocional que geralmente se sobrepõe ao valor racional. Por ser um serviço e não um produto tangível, o turista não valora o produto pelo valor gasto, mas pelas experiências vividas. À experiência será, então, atribuída a relação entre a satisfação vivencial e o valor investido.

Apesar de que não se pode colocar barreiras à criatividade, algumas tendências podem ser percebidas no desenvolvimento de novos produtos turísticos. É interessante entender que há algumas características comuns nos destinos que têm se despontado nos últimos anos.

#### **4.4.1 Inclusão social**

A fruição do turismo constitui um meio de identificar aquelas sociedades que experimentam uma melhoria na qualidade de vida, já que é um serviço não essencial da vida cotidiana – somente quando as necessidades básicas estão supridas é que a população busca o prazer no turismo. As pessoas com deficiência não poderiam ser diferentes e hoje em dia gozam de um nível de qualidade de vida nunca antes visto. Assim, começam a buscar o turismo como forma real de lazer e a acessibilidade delas é um ponto diferenciador do destino. Receber de forma eficiente o turista com deficiência é um desafio que pode trazer muitos benefícios ao destino, pois a decisão da viagem de toda uma família pode depender da possibilidade de todos poderem desfrutá-la. Estruturas acessíveis são diferenciais competitivos!

#### **4.4.2. Divulgação e comercialização por meio de novas tecnologias**

Como em todos os campos da vida contemporânea, as novas tecnologias estão presentes também no turismo, favorecendo assim a inserção no mercado de novos entrantes, bem como de novas formas de comercialização. O uso constante do celular como ferramenta de comunicação e interação social, por exemplo, possibilita ao destino maior divulgação, atingindo assim um maior número de turistas em potencial.

O celular, contudo, é apenas um exemplo do uso das novas tecnologias no turismo. Sistemas de reserva inteligentes, novas maneiras de interpretação dos atrativos, formas criativas de dar informação turística e muitos outros podem ser encontrados. Cada destino deve entender que tipo de turista quer atrair e usar as novas tecnologias a seu favor.

#### **4.4.3. Turismo de experiência**

Desde a década de 1970 que os estudiosos do turismo verificam um potencial produto turístico: o turismo de experiência. O turista atual está preocupado em ter e relatar sensações adquiridas em viagens, que ganham novo sentido: o das experiências. Surge dessa forma uma

temática bem atual: a busca por experiências, que estão diretamente ligadas com o aumento do consumo, em que o indivíduo inicia sua procura do “sentir” e “experimentar”.

Esse tipo de viagem é aquele em que o viajante passa a viver a vida do local, adaptando-se aos usos e costumes do destino, geralmente se hospedando na casa de alguma família. Nada de restaurantes, hotéis de quartos idênticos, guias que levam somente a lojas que lhe dão comissão. Nesse tipo de viagem geralmente não há uma lista fechada de atrativos para serem “conquistados” – o prazer reside na vivência, na experiência. Ainda que esse seja um produto conhecido há muito tempo, ainda são poucos os destinos que conseguem oferecê-lo de maneira autêntica e com qualidade.

*Nessa nova tendência que registra a mudança de foco da inteligência racional para a inteligência emocional, chamada Sociedade dos Sonhos, os grandes valores econômicos serão as experiências e os sonhos. Por conta destes, o turismo desponta como um grande elemento impactante que se converterá no mais memorável de todos os setores econômicos. (MTUR, 2006)*

#### **4.4.4. Formatação de produtos culturais: Economia Criativa**

O papel transformador da Economia Criativa se encontra em crescente discussão. A produção criativa é um conceito em construção, que envolve os setores econômicos que se apoiam na criatividade, produção intelectual e inovação da indústria da transformação.

O setor criativo é composto por profissionais que trabalham com a inovação e proposição de entregas de produtos e serviços customizados, ou seja, que atendam as necessidades de nichos de mercado ou mesmo personalizadas. Possuem uma característica de grande transversalidade visto que lidam com temas como literatura, design, artes cênicas, gastronomia, moda, softwares e jogos eletrônicos, arquitetura, entre muitos outros.

Exemplificaremos por meio da gastronomia, que é o diálogo estabelecido entre as formas de produção, utensílios, ingredientes e a cultura. Assim, a gastronomia envolve desde a produção de gêneros alimentícios, a segurança e higienização dos espaços de produção e armazenamento, o conhecimento e preservação de modos de fazer tradicionais, técnicas de inovação para conservação e preservação dos alimentos, processos educacionais no repasse de técnicas, registro de modos de fazer e técnicas de preparo, design de apresentação de produtos e estabelecimentos, gestão de micro e pequenos empreendimentos afins à área, promoção e divulgação dos potenciais produtos e serviços e, claro, o reconhecimento da relevância turística da gastronomia para os mais diversos destinos turísticos.

Seguindo essa lógica de demanda por produtos turísticos que tenham a criatividade e a inovação como formas de representar a cultura, o meio ambiente e as novas tecnologias vêm ao encontro das novas tendências de consumo do setor.

Como dito, já em 1970 o turista passa a querer se tornar protagonista da sua própria viagem. Deseja interagir com a população local, conhecer de perto sua cultura e assim, ter uma experiência única, motivada por satisfação pessoal, status e necessidade de conhecer o diferente.

O acesso às informações e o avanço nos meios de transporte faz com que todos os lugares do globo se tornem possíveis para os turistas que, em meados de 2000, passa a querer mais do que simplesmente tirar fotos e ter um roteiro padrão de visitas.

Este novo perfil de turista, contribui para o aumento da competitividade entre os destinos turísticos de todo o mundo na criação de atividades e ações que venham a atrair efetivamente seu potencial visitante. A partir daí, consolida-se o que temos chamado no Brasil há algum tempo de Turismo de Experiência e que alguns autores agora vem tratando como Turismo Criativo:

É a modalidade de turismo que oferece aos viajantes a possibilidade de desenvolver seu potencial criativo participando ativamente de cursos ou experiências ofertadas em seu local de estada. (RAYMOND; RICHARDS, 2000, tradução nossa)

# ICMS TURÍSTICO - PROCEDIMENTOS PARA ENCAMINHAMENTO DA DOCUMENTAÇÃO



Orquestra no Palácio das Artes.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.



Estrada para Tiradentes.  
Xará. / SETES-MG.



Café da manhã à mineira.  
Xará. / SETES-MG.



## 5. ICMS Turístico – Procedimentos para encaminhamento da documentação

---

Recomenda-se que a documentação seja encaminhada de acordo com a ordem solicitada no anexo I do Decreto nº 45.625/2011. Para agilizar o processo de análise da comissão do ICMS Turístico e evitar o desperdício de materiais, solicita-se que o processo **NÃO** seja encadernado.

De acordo com a Resolução Nº 06, de 22 de junho de 2010, a entrega dos documentos deverá ser efetuada somente através do serviço de postagem, via Sedex, com comprovante de envio e recebimento. A documentação deverá ser encaminhada para o seguinte endereço:

***Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais – SETES/MG***

***Comissão do ICMS Turístico***

***Rodovia Prefeito Américo Gianetti, s/nº – Prédio Gerais, 11º Andar***

***Bairro Serra Verde – Belo Horizonte/MG – CEP: 31.630-901***

Não será aceita para análise e avaliação a documentação que for entregue pessoalmente.

É de extrema importância que o remetente da correspondência esteja correto, pois, de acordo com o art. 6º do Decreto 45.625/2011, caso a comissão encontre alguma inconformidade ou omissão nos documentos apresentados, será encaminhada notificação, para o endereço indicado, solicitando esclarecimentos ou justificativas. Tal notificação deverá ser respondida em um prazo de 10 dias corridos, contados do recebimento da notificação. Qualquer resposta fora deste prazo será desconsiderada e pode levar à inabilitação do município.

### PRAZO PARA ENVIO DOS DOCUMENTOS

A Resolução SETUR nº 06, de 22 de junho de 2010, estabelece que a documentação deve ser postada até o dia 15 de fevereiro de cada ano.

## 5.1. CRITÉRIOS E DOCUMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NO ICMS TURÍSTICO

Foram estabelecidos seis critérios que precisam ser atendidos para obtenção da pontuação máxima na organização turística do Município. Quatro critérios são obrigatórios e dois são desejáveis.

Ressalta-se, também, que o não cumprimento em relação à padronização estabelecida pela regulamentação vigente poderá acarretar na inabilitação direta do município.

### CRITÉRIOS OBRIGATÓRIOS

<b>CRITÉRIO 1: PARTICIPAR DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DA SETES/MG</b>		
	<b>DOCUMENTO</b>	<b>OBSERVAÇÕES RELEVANTES</b>
1	<b>Certidão emitida pela Associação do Circuito Turístico, comprovando a participação do município e o cumprimento das obrigações estatutárias.</b>	<p>Deve ser encaminhado o documento original assinado pelo representante legal do Circuito Turístico.</p> <p>O modelo da declaração segue no Anexo I deste documento.</p>

<b>CRITÉRIO 2: EXISTÊNCIA DE POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO</b>		
	<b>DOCUMENTO</b>	<b>OBSERVAÇÕES RELEVANTES</b>
1	<b>Cópia da Lei que aprova a Política Municipal de Turismo, acompanhada do comprovante de publicação.</b>	<p>Deve ser encaminhado o comprovante de publicação da Lei. Caso a Lei seja publicada no mural da Prefeitura Municipal, é necessário anexar uma <u>declaração assinada pelo Prefeito Municipal</u> afirmando que a Lei foi publicada no mural da Prefeitura, informando o <u>período em que a mesma ficou publicada no local.</u></p> <p>A Lei e o comprovante devem ser autenticados, sendo permitida a autenticação feita por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução SETUR N°06/2010, art. 8°.</p>
2	<b>Cópia do Plano de Implementação da Política Municipal de Turismo</b>	Deve ser entregue uma via impressa e uma via em meio digital (DVD/ CD).

3	<b>Cronograma Anual com as ações turísticas desenvolvidas, em conformidade com a Política Municipal de Turismo</b>	O modelo desse cronograma segue na sessão 5.4 deste documento.
		O cronograma deve trazer o recorte das ações executadas no ano de análise, de acordo com o estabelecido na Lei de Implementação da Política Municipal de Turismo e pelo Plano Municipal de Turismo. Caso apresente alguma divergência, seja acrescendo ou não executando alguma ação, deve ser encaminhada uma justificativa que será avaliada pela Comissão do ICMS Turístico.  <i>Fique atento!</i>  <i>Em muitos formulários encaminhados à SETES-MG são informados apenas os eventos realizados no município, fato que não evidencia, em sua totalidade, o cumprimento das ações estabelecidas no</i>
		Este documento deve ser encaminhado em formato original, rubricado em todas as páginas e assinado na página final pelo técnico responsável pelo preenchimento ou pelas ações e pelo representante máximo do órgão municipal de turismo.

<b>CRITÉRIO 3: POSSUIR E MANTER EM REGULAR FUNCIONAMENTO O CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO (COMTUR)</b>		
	<b>DOCUMENTO</b>	<b>OBSERVAÇÕES RELEVANTES</b>
1	<b>Cópia da Lei de criação do COMTUR, acompanhada do comprovante de publicação.</b>	<p>A Lei e o comprovante devem ser autenticados, sendo permitida a autenticação feita por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução SETUR N° 06/2010, art. 8°.</p> <p>Deve ser encaminhado o comprovante de publicação da Lei. Caso a Lei seja publicada no mural da Prefeitura Municipal, é necessário anexar uma <u>declaração assinada pelo Prefeito Municipal</u> afirmando que a Lei foi publicada no mural da Prefeitura, informando o período em que a mesma ficou publicada no local.</p>

<p>2</p>	<p><b>Cópia do Regimento Interno Atual</b></p>	<p>A Lei e o comprovante devem ser autenticados, sendo permitida a autenticação feita por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução N° 06, art. 8°.</p> <p>Atenção: Caso a Lei de criação do Conselho determine que o Regimento Interno deva ser aprovado/validado pelo Prefeito, por meio de Decreto Municipal, exige-se o encaminhamento do Decreto e não apenas do Regimento aprovado pelo COMTUR.</p>
<p>3</p>	<p><b>Listagem dos membros do COMTUR</b></p>	<p>O modelo segue na sessão 5.4 deste documento.</p> <p>Este documento deve ser encaminhado em formato original contendo os dados de todos os membros titulares e suplentes empossados no Conselho, sendo rubricado em todas as páginas e assinado na página final pelo Presidente do COMTUR e Secretário Municipal de Turismo.</p> <p><i>Fique atento!</i></p> <p><i>Na listagem devem ser inseridas todas as alterações que ocorreram com os membros dos conselhos, constando os dados dos membros que foram substituídos e também dos novos membros empossados. Com esta medida, a Comissão de ICMS Turístico conseguirá evidenciar o regular funcionamento do Conselho.</i></p> <p><i>Para facilitar a conferência e a análise da Comissão do ICMS Turístico, solicita-se que o nome dos membros sejam inseridos em ordem alfabética ou na ordem que estão listados no ato de posse.</i></p> <p>Deve ser entregue uma via impressa e uma via em meio digital (DVD/CD).</p>

4	<b>Cópia do Ato de Posse dos Membros do COMTUR</b>	<p>Deve ser autenticado, sendo permitida a autenticação feita por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução SETUR N° 06/2010, art. 8°. <u>Titulares e suplentes</u> deverão assinar o ato, tornando-se cientes da nomeação.</p> <p>Atenção: É preciso observar a legislação municipal para verificar qual é a autoridade competente para empossar os membros.</p>
5	<b>Cópia das Atas de Reuniões do COMTUR, que comprovem o seu regular funcionamento.</b>	<p>Devem ser anexadas todas as atas de reuniões do COMTUR (ordinárias e extraordinárias) com lista de presença, em conformidade com o estabelecido na legislação municipal. É importante que a periodicidade das reuniões seja obedecida, bem como a obediência ao quórum para realização das reuniões, assim ficará evidenciado o regular funcionamento do COMTUR.</p> <p>Devem ser autenticadas, salvo autenticada por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução SETUR N°</p>
6	<b>Relatório de Atividades desenvolvidas pelo COMTUR, que comprove seu regular funcionamento.</b>	<p>O modelo desse relatório segue na sessão 5.4 deste documento.</p> <p>Acrescentar atividades realizadas e registradas por meio das atas das reuniões.</p> <p>Este documento deve ser encaminhado em formato original e rubricado em todas as páginas e assinado na página final pelo Presidente do COMTUR.</p>

<b>CRITÉRIO 4: POSSUIR E MANTER EM REGULAR FUNCIONAMENTO O FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO (FUMTUR)</b>		
	<b>DOCUMENTO</b>	<b>OBSERVAÇÕES RELEVANTES</b>
1	<b>Cópia da Lei de criação do FUMTUR, acompanhada do comprovante de publicação.</b>	<p>Deve ser encaminhado o comprovante de publicação da Lei. Caso a Lei seja publicada no mural da Prefeitura Municipal, é necessário anexar uma <u>declaração assinada pelo Prefeito Municipal</u> afirmando que a Lei foi publicada no mural da Prefeitura, informando o <u>período em que a mesma ficou publicada no local.</u></p> <p>A Lei e o comprovante devem ser autenticados, sendo permitida autenticação feita por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução SETUR N° 06/2010, art. 8°.</p>
2	<b>Cópia da regulamentação do FUMTUR</b>	<p>Deve ser autenticado, sendo permitida autenticação por um servidor da Administração Pública Municipal por meio de um carimbo de identificação do servidor e do carimbo “confere com o original”, em todas as páginas, conforme o exigido na Resolução N° 06, art. 8°.</p> <p>Atenção: Caso a Lei de criação do Fundo determine que sua regulamentação seja aprovada/validada pelo Prefeito, por meio de Decreto Municipal, exige-se o encaminhamento do Decreto.</p>
3	<b>Relatório anual de repasses das quotas de participação do Fundo</b>	<p>O modelo segue na sessão 5.4 deste documento.</p> <p>No campo “ORIGEM” especificar de onde provem o recurso e no campo “VALOR”, inserir os valores recebidos mês a mês no fundo, em conformidade com as informações impressas no extrato bancário.</p> <p>Este documento deve ser encaminhado em formato original e rubricado em todas as páginas e assinado na página final pelo Prefeito Municipal, Presidente do COMTUR, e conselheiros fiscais.</p> <p>Visando a celeridade dos trabalhos da Comissão e a fim de se evitar notificações de esclarecimentos, solicitamos o envio dos extratos bancários referentes ao ano que se pleiteia o repasse.</p>

CRITÉRIOS DESEJÁVEIS		
	DOCUMENTO	OBSERVAÇÕES RELEVANTES
1	Declaração do Prefeito Municipal de que o Município tem participação no critério “Patrimônio Cultural” estabelecido pelo inciso VII do art. 1º, da Lei nº	A declaração deve ser assinada pelo Prefeito Municipal.
2	Declaração do Prefeito Municipal de que o Município tem participação no critério “Meio Ambiente” estabelecido pelo inciso VIII do art. 1º, da Lei nº 18.030, de 2009.	A declaração deve ser assinada pelo Prefeito Municipal.
3	Cópia da publicação, efetivada pela Fundação João Pinheiro nos termos do § 2º do art. 13, da Lei nº 18.030, de 2009, que comprova a participação do Município nos critérios “patrimônio cultural” e “meio ambiente”.	A Publicação pode ser acessada no site da Fundação João Pinheiro.  Link: <a href="http://www.fjp.mg.gov.br/robin-hood/index.php/transferencias/pesquisamunicipio">http://www.fjp.mg.gov.br/robin-hood/index.php/transferencias/pesquisamunicipio</a>

## 5.2. ADEQUAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO

Nos termos do artigo 6º do Decreto 45.625/2011, caso sejam constatadas inconformidades nos documentos apresentados para aferição dos critérios de habilitação, a Comissão do ICMS Turístico encaminhará ao Município notificação para regularização das pendências verificadas.

A notificação deverá ser respondida no prazo de 10 (dez) dias, contados do seu recebimento. Salienta-se que a perda do prazo para resposta ou a ausência de resposta pode ocasionar a inabilitação do Município.

## 5.3. ANÁLISE DA DOCUMENTAÇÃO

Há uma comissão responsável pela análise da documentação exigida, a Comissão de ICMS Turístico, instituída pela Resolução SETUR N.º 11/2013. Essa equipe é responsável por analisar a documentação encaminhada e sua adequação aos critérios que poderão habilitar ou inabilitar os municípios ao recebimento do repasse do ICMS Turístico.

Anualmente a data limite para o envio da documentação é o **dia 15 de fevereiro**, nos termos do §1º, do Artigo 2º da Resolução SETUR n.º 06/2010.

Após o recebimento e registro, os processos são distribuídos aleatoriamente entre os membros para análise e encaminhamento à Presidência da Comissão. Caso seja constatado pelo Presidente da Comissão qualquer omissão ou irregularidade na análise do processo, este fica responsável pela expedição da notificação que será encaminhada ao município. Após o recebimento da Notificação pelos municípios, estes dispõem de 10 (dez) dias corridos para adoção das providências necessárias e encaminhamento da resposta à Comissão, nos termos do Art. 6º do Decreto Estadual nº 45.403/2010, com relação dada pelo Art. 1º do Decreto Estadual nº 45.625/2011. A resposta à notificação também deverá ser feita por meio de AR (Aviso de Recebimento).

Após o recebimento das justificativas e correções novo processo de análise é realizado. Havendo dúvida ou impasse quanto à procedência das alegações ou a regularidade dos documentos enviados pelo Município, caberá ao Presidente da Comissão expor o fato aos demais integrantes, para, após debates e votação, apresentarem manifestação final quanto ao cumprimento dos requisitos de habilitação do processo analisado.

Ao final, de forma fundamentada e individualizada para cada Município, a Comissão expede Nota Técnica que irá subsidiar a decisão da Superintendente de Políticas do Turismo quanto à habilitação/inabilitação dos Municípios a ao recebimento do repasse de ICMS pelo critério Turismo.

Emitidas as Notas Técnicas, os índices provisórios são expedidos e aguarda-se o prazo de impugnação da decisão final. Decorrido este prazo, os índices definitivos são publicados e encaminhados para a Fundação João Pinheiro que irá dar sequência aos procedimentos de informação à Secretaria da Fazenda, responsável pelos repasses.

A lista com os municípios habilitados, suas notas e índices de repasse é publicada no Diário Oficial do Estado ([www.iof.mg.gov.br](http://www.iof.mg.gov.br)) e também em nossa página: [www.turismo.mg.gov.br/icms-turístico](http://www.turismo.mg.gov.br/icms-turístico).

A Fundação João Pinheiro divulga mensalmente os valores que cada município, habilitado, recebeu no mês anterior.

Para acompanhar os valores acesse [www.fjp.mg.gov.br/robin-hood](http://www.fjp.mg.gov.br/robin-hood).



### CRONOGRAMA ANUAL DE AÇÕES TURÍSTICAS

Ano: 2012


Município: Novos Rumos

Circuito Turístico que pertence: Circuito da Alvorada

Nome do projeto / ação (uma linha para cada ação)	Etapas (Como foi desempenhado)	Houve interface com outro município? (Se sim, citar)	Parceiros (Se sim, citar)	Valor Executado (R\$) se não houve, deixar em branco	Período do Projeto/ação		Ação em conformidade com o Planejamento Estratégico do circuito? Sim/Não	Ação em conformidade com a Política Municipal de Turismo? Sim/Não	Resultados alcançados
					Início dd/mm/aa	Fim dd/mm/aa			
Revitalização do Centro de Informações Turísticas	Aprovação do projeto de licitação de empreiteira Obras Reinauguração	Não	Governo Estadual	R\$ 197.000,37	15/01/2012	28/08/2012	Sim	Sim	Melhoria visual e aumento da qualidade no atendimento aos turistas e cidadãos Rumenses Fomento de um melhor fluxo turístico
Atualização do Inventário da Oferta Turística	Definição da equipe de trabalho Levantamento de banco de dados já existente Aplicação de questionários Revisão de formulários Envio de dados para Circuito Turístico da Alvorada	Não	Associação de Artesãos Associação Cultural COMTUR	-	01/04/2012	15/04/2012	Sim	Sim	Atualização de dados pertinentes à atividade turística
56º Aniversário da cidade de Novos Rumos de Minas	Articulação e Organização do evento Realização de festividades	Sim Divulgação	Paróquia São Francisco Secretarias Municipais Câmara Municipal Rotary Clube COMTUR	R\$ 110.000,00	05/08/2012	13/12/2012	Sim	Sim	Aumento do fluxo de turistas regionais Programação voltada para integração e socialização da população e visitantes


ORIENTAÇÕES PARA O PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO EM MINAS GERAIS - 2014

Nome do projeto / ação (uma linha para cada ação)	Etapas (Como foi desempenhado)	Houve interface com outro município? (Se sim, citar)	Parceiros (Se sim, citar)	Valor Executado (R\$) se não houve, deixar em branco	Período do Projeto/ação		Ação em conformidade com o Planejamento Estratégico do circuito? Sim/Não	Ação em conformidade com a Política Municipal de Turismo? Sim/Não	Resultados alcançados
					Início dd/mm/aa	Fim dd/mm/aa			
Restauração do Sino da Igreja Nossa Senhora Mãe Rainha	Mobilização da sociedade religiosa local de sensibilização da comunidade sobre a importância simbólica do sino e beleza física da cidade Restauração da peça Festa de comemoração Festa da Padroeira e Entrega do sino	Não	Paróquia São Francisco COMTUR Secretaria Municipal de Cultura e Turismo Historiador João Mendes	R\$ 12.000,00	05/06/2012	13/10/2012	Sim	Sim	Resgate da herança cultural deixada pelos antepassados rumenses Embelezamento da igreja atrativo turístico local Entrosamento e articulação do COMTUR e a sociedade
Criação de roteiros locais e regionais incluindo as cidades que compõem o Circuito da Alvorada	Criação de plano para desenvolvimento e crescimento da oferta turística local e regional Qualificação dos produtos turísticos Elaboração da documentação técnica	Sim Circuito Alvorada	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo COMTUR Governador Estadual	R\$ 35.000,00	02/07/2012	10/01/2013	Sim	Sim	produtos no mercado local e regional
Responsável pelo preenchimento: João Sales Brant					Cargo na prefeitura: Técnico de turismo da Secretaria de Cultura e Turismo				
Telefone (s) para contato com DDD:					E-mail: joao.secult@novosrumosdeminas.com.br				

  
 Assinatura e cargo (ou RG)

Secretaria Municipal de Novos Rumos de Minas atesta que o referido CRONOGRAMA ANUAL DE AÇÕES TURÍSTICAS encontra-se em conformidade com o Plano Municipal de Turismo, bem como as diretrizes expressas pela Política Municipal de Turismo de Novos Rumos de Minas. Por ser verdade o acima citado, assino o referido documento.

Novos Rumos de Minas, 10 de fevereiro de 2013.

  
 Representante máximo do Órgão Municipal de Turismo Rumos de Minas  
 Emerson

## Listagem dos membros do Conselho Municipal de Turismo

Logo do COMTUR  
(se possuir)

**MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL**  
**Contempla subcritério 3.2.**

**Município: Novos Rumos de Minas**

**Circuito Turístico que pertence: Circuito da Alvorada**

**Data da atualização: 10/02/2013**

Nome do conselheiro	Cargo assumido no COMTUR	Entidade representativa	Cargo na entidade	Período de gestão (mm/aaaa até mm/aaaa)	Dados para contato (incluir o DDD do município)		
					Telefone fixo	Telefone celular	E-mail
Ana Patrícia	Secretaria Executiva	Agências de Turismo	Proprietário	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2221	(31) 9999-9991	anapatricia@gigamail.com.br
Emerson	Presidente	Secretaria Municipal de Turismo	Secretário	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2222	(31) 9999-9992	e_secult@novosrumosdeminas.com.br
Fabiano	Membro Suplente	Circuito Turístico	Presidente	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2223	(31) 9999-9993	fabiano@gigamail.com.br
João Alberto	Membro Suplente	Representante do Setor Hoteleiro	Proprietário	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2224	(31) 9999-9994	joao@gigamail.com.br
Lívia	Membro Titular	SEBRAE	Diretor	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2225	(31) 9999-9995	livia@gigamail.com.br
Mário	Membro Titular	Associação dos Artesãos	Presidente	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2226	(31) 9999-9996	mario@gigamail.com.br
Nádia	Membro Suplente	Representante do Setor de Restaurantes	Proprietário	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2227	(31) 9999-9997	nadia@gigamail.com.br
Rafaella	Vice Presidente	Secretaria Municipal de Cultura	Diretora	Jan/2012 a Jan/2014	(31) 2222-2228	(31) 9999-9998	r_secult@novosrumosdeminas.com.br
Sônia	Membro Titular	Associação dos Artesãos	Presidente	Abr/2013 a Jan/2014	(31) 2222-2229	(31) 9999-9999	sonia@gigamail.com.br

Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Novos Rumos de Minas

Secretária Executiva do Conselho Municipal de Turismo de Novos Rumos de Minas

Emerson



Rafaella



Logo do Circuito ou papel timbrado

Novos Rumos de Minas, 10 de  
Fevereiro de 2013,

**À SETUR/MG**

**Comissão do ICMS Turístico**

Ref.: Participação e cumprimento de obrigações estatutárias do município

A Associação do Circuito Turísticos da Alvorada, em cumprimento ao Decreto Estadual nº45. 403/2010, declara que o município Novos Rumos de Minas participa, está regular e cumpriu as exigências estruturais firmadas com esta associação no ano de 2012.

Por ser verdade firmamos o presente, sob as penas de Lei...

Atenciosamente,



Fabiano  
Presidente da Associação do Circuito Turístico da Alvorada.

Logo do COMTU (se possuir)	<b>Relatório de Atividades Desenvolvidas</b>  <b>COMTUR</b>	Logo do Município
Ano: 2013 Município: Novos Rumos de Minas		
<b>ATIVIDADE 01</b>		
Período de realização: Janeiro a Dezembro/2012  Descrição de Atividade: Apoio institucional para realização do Carnaval e Blitz nos dias de Trio Elétrico para distribuição de folders com os atrativos turísticos da Cidade.  Resultados Obtidos: Divulgação e promoção do Município		
<b>ATIVIDADE 02</b>		
Período da realização: Março/2012  Descrição da Atividade: Realização de concurso para escolha do nome do Parque da Cidade.  Resultados Obtidos: Eleição do nome do Parque da Cidade, envolvimento da sociedade e divulgação do novo atrativos turístico.		
<b>ATIVIDADE 03</b>		
Período de realização: Junho/2012  Descrição da Atividade: Capacitação e reciclagem para todos os funcionários do posto de atendimento ao turista.  Resultados Obtidos: Melhoria no atendimento prestado no posto de atendimento ao turista.		
<b>ATIVIDADE 04</b>		
Período de realização: Agosto/2012  Descrição da Atividade: Participação do COMTUR no Salão Mineiro do Turismo. Resultados  Obtidos: Divulgação dos atrativos turísticos do Município.		
<b>ATIVIDADE 05</b>		
Período de realização: Setembro/2012  Descrição da Atividade: Reunião com a empresa YZL visando patrocínio para a reforma e manutenção da Casa do Turista.  Resultados Obtidos: Assinatura de convênio cujo objetivo é a transferência mensal de valores que serão utilizados para reforma e manutenção da Casa do Turista.		
<b>ATIVIDADE 06</b>		
Período de realização: Abril a Setembro/2012  Descrição de Atividades: Atualização do Inventário de Oferta Turística.  Resultados Obtidos: Atualização de dados pertinentes a Atividade Turísticas e cumprimento do plano de trabalho acordado com o Circuito Turístico.		

#### ATIVIDADE 07

Período de realização: Junho a Outubro/2012

Descrição da Atividade: Restauração do sino da Igreja Nossa Senhora Mãe Rainha.

Resultados Obtidos: Realização de parceria para a restauração do sino da Matriz visando o resgate da herança cultural deixando pelos antepassados Rumenses e o embelezamento do atrativo turístico.

#### ATIVIDADE 08

Período de realização: Junho/2012 a Janeiro/2013

Descrição da Atividade: Participação das reuniões promovidas pelo Circuito para a criação de roteiros turísticos na Região.

Resultados Obtidos: Criação de Roteiros Turísticos (local regional)

#### ATIVIDADE 09

Período de realização: Agosto a Dezembro/2012

Descrição da Atividade: Apoio institucional ao 56º Aniversário da Cidade de Novos Rumos de Minas a articulação com parceiros para a realização do evento.

Resultados Obtidos: **Aumento de fluxo de turistas para o Município, além de proporcionar lazer para a população local.**

---

**Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Novos Rumos de Minas**  
Emerson

Logo do COMTUR  
(se possuir)

**RELATÓRIO ANUAL DE REPASSE E FONTES DE RECURSOS - FUMTUR**

Logo do Município ou  
papel timbrado

Ano: 2012  
Município: Novos Rumos de Minas

MÊS	ORIGEM (DE ONDE VEIO)	VALOR (R\$)	REPASSE (PARA ONDE VAI)	VALOR (R\$)	OBSERVAÇÕES
JAN	Saldo de 2011	5.200,00			
		6.000,00			
			Material publicitário	3.000,00	Divulgação do Município
FEV	Repasse do ICMS	7.000,00			
	Aluguel do espaço público	800,00			Barracas de comida/bebida instaladas na Praça Central durante o carnaval
			Contratação das bandas para os shows de carnaval	15.000,00	Conforme deliberação do COMTUR
MAR	Repasse do ICMS	8.000,00			
			Premiação do concurso	3.000,00	Premiação paga para o ganhador do concurso para escolha do nome do Parque da Cidade
ABR	Repasse do ICMS	7.000,00			
			Criação do Portal de Turismo	6.200,00	Site para divulgação dos atrativos, restaurantes, hotéis etc.
MAI	Repasse do ICMS	8.000,00			
JUN	Repasse do ICMS	6.500,00			

			Reforma do pórtico da cidade	17.000,00	Contratação de empresa de engenharia conforme Licitação nº 56/2012
	Aluguel do espaço público	900,00			
			Restauração	3.000,00	Sino da Igreja Nossa Senhora Mãe Rainha
<b>JUL</b>	Repasse do ICMS	5.000,00			
	Taxa de turismo referente ao primeiro semestre de 2012	5.000,00			Depósito feito pela Associação de Hotéis
					Aplicação financeira R\$ 10.000,00
			Pagamento de capacitação	1.600,00	Capacitação para os funcionários do Centro de Atendimento ao Turista
<b>AGO</b>	Repasse do ICMS	7.000,00			
	Rendimento de aplicação	13			
			Aquisição de lixeiras	2.500,00	Lixeiras de coleta seletiva instaladas nos principais atrativos turísticos da cidade
<b>SET</b>	Repasse do ICMS	8.000,00			
	Rendimento de aplicação	17,00			
					Resgate aplicação 10.000,00
<b>OUT</b>	Repasse do ICMS	6.000,00			
	Rendimento de aplicação	18			
			Contratação de projeto	15.000,00	Elaboração e implementação de Trilha de trekking no Parque Municipal
<b>NOV</b>	Repasse do ICMS	7.000,00			



	Rendimento de aplicação	12			
			Reforma da Casa do Turista	8.000,00	
<b>DEZ</b>	Repasse do ICMS	6.000,00			
			56º Aniversário da Cidade	10.000,00	
			Aquisição de placas	8.000,00	Sinalização do Parque Municipal
<b>TOTAL ARRECADADO EM (INSERIR O ANO): R\$ 93.460,00</b>					
<b>TOTAL INVESTIDO EM (INSERIR O ANO): 92.3000,00</b>					



# CONSIDERAÇÕES FINAIS



Forro da Matriz de Santa Luzia.  
Xará. / SETES-MG



Cachoeira Boa Vista.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.



Serra da Moeda.  
Xará. / SETES-MG



Alambique.  
Sérgio Mourão. / SETES-MG.

## 6. Considerações Finais

---

A produção deste documento, **Orientações para o Planejamento e Gestão Municipal do Turismo em Minas Gerais**, foi fruto da percepção de uma demanda recorrente entre os gestores municipais do turismo no estado de Minas Gerais, fazendo com que o órgão executivo de turismo do estado de Minas Gerais, a SETES/MG, desse atenção a diferentes temas do planejamento e da gestão pública do turismo.

Dessa forma, o presente texto orientou-se pela disseminação e alinhamento de informações que se relacionam ao complexo e dinâmico fenômeno turístico entre os atores envolvidos do poder público, estes com a recomendação de leitura obrigatória, e em segundo momento, ao empresariado e a sociedade civil organizada, para compreensão do processo em que se inserem. Esta é, portanto, uma ferramenta que auxilia mas que não esgota os meios e possibilidades de gestão territorial do turismo, uma vez que é de comum entendimento que cada região e suas microrregiões possuam suas particularidades e que o gestor público deve se adaptar ao seu real contexto sociopolítico, cultural e ambiental.

É muito importante entender, ainda, que o turismo é uma das fontes de possibilidades à melhoria da qualidade de vida e ao aumento de emprego e renda da população. Logo, as informações aqui contidas ampliam perspectivas, ordenam os processos de gestão e otimizam as oportunidades que o turismo pode trazer aos municípios.

Apropriem-se desse estudo enriquecedor e se articulem para a disseminação do conhecimento!

## Referências Bibliográficas

---

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Conselhos de Meio Ambiente do Brasil**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/conselhos/conselhos.cfm>. Acesso em: 25 de março de 2013.

BRASIL. Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência. **Diretrizes para Criação de Conselhos Estaduais e Municipais dos Direitos da Pessoa com Deficiência**. Brasília, 2007. Disponível em: [http://portal.mj.gov.br/conade/arquivos/pdf/Diretrizes\\_conad.pdf](http://portal.mj.gov.br/conade/arquivos/pdf/Diretrizes_conad.pdf). Acesso em: 18 fev. 2013.

BRASIL. Ministério da Cidade. **Plano Diretor Participativo: Guia para a elaboração pelos municípios e cidadãos**, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadernos de Turismo: Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo**. Módulo operacional 4: Elaboração do Plano de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília, 2007

BRASIL. Ministério do Turismo. Roteiros do Brasil: **Programa de Regionalização do Turismo - Mapa da Regionalização do Turismo, 2009**. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas\\_acoess/regionalizacao\\_turismo/downloads\\_regionalizacao/Mapa\\_2009.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas_acoess/regionalizacao_turismo/downloads_regionalizacao/Mapa_2009.pdf). Acesso em: 24 de abril de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Diretrizes Nacionais para Capacitação de Conselheiros de Saúde**. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. Disponível em: [http://conselho.saude.gov.br/biblioteca/livros/diretrizes\\_capitacao.PDF](http://conselho.saude.gov.br/biblioteca/livros/diretrizes_capitacao.PDF). Acesso em: 18 fev. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**, Brasília. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Livro\\_Regionalizaxo.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Regionalizaxo.pdf). Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

Brasil. Ministério De Turismo. **Marketing de Destinos Turísticos**. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/cadernos\\_publicacoes/32mktdestinos.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/32mktdestinos.html). Acesso em: 03 de junho de 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programas de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Cadernos do Turismo: Turismo e Sustentabilidade**. Brasília, 2007.

BRASIL. Conteúdo Fundamental: Ação Municipal para a Regionalização do Turismo. Brasília, 2007.

BRASIL. Conteúdo Fundamental: **Formação de Redes**. Brasília, 2007.

BRASIL. Conteúdo Fundamental: **Turismo e Sustentabilidade**. Brasília, 2007.

BRASIL. Módulo operacional 1: **Sensibilização**. Brasília, 2007.

BRASIL. Módulo operacional 4: **Elaboração do Plano de Desenvolvimento do Turismo Regional**. Brasília, 2007.

BRASIL. Módulo operacional 5: **Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional**. Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo – Curso de Regionalização do Turismo**. Florianópolis, 2008

BRASIL. Livro 1: **Turismo e Sustentabilidade: Formação de Redes e ação municipal para regionalização do turismo**. Florianópolis: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL. Livro 2: **Sensibilização, mobilização, institucionalização da instância de governança regional**. Florianópolis: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL. Livro 3: **Elaboração e implementação do plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional**. Florianópolis: Ministério do Turismo, 2008.

CHIAS, Josep. **Turismo, o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões e cidades**. São Paulo: Senac, 2007.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **O melhor de Peter Drucker: obra completa**. São Paulo: Nobel, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. Thomson, 2ª edição. São Paulo, 2003.

KOTLER, Philip. **Dirección de Marketing**. Prentice Hall, 7ª edição. Madrid, 1992.

KOTLER, Armstrong; ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao marketing**. 4. ed. São Paulo: LTC, 1997.

LAGE, Beatriz Helena Gelas e MILONE, Paulo Cesar. **Economia do Turismo**. Editora Atlas, 2001.

MINAS GERAIS (Estado). **Decreto nº 43.321, de 08 de maio de 2003**. Dispõe sobre o reconhecimento dos circuitos turísticos e dá outras providências. Diário do Executivo, Minas Gerais, p. 5, col. 2, 2003.

MINAS GERAIS (Estado). **Diretrizes da Política Pública de Minas Gerais**. Secretaria do Estado de Turismo. Belo Horizonte, 2010.

MINAS GERAIS (Estado). **Lei nº 18.030 de 12 de janeiro de 2009**. Dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da arrecadação do ICMS pertencente aos municípios. Disponível em: <[http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?θpo=LEI&num=18030&comp=&ano=2009&aba=js\\_textoAtualizado#texto](http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?θpo=LEI&num=18030&comp=&ano=2009&aba=js_textoAtualizado#texto)> Acesso em 21 Jun. de 2014.

MINAS GERAIS (Estado). **Decreto n.º 45.403 de 18 de junho de 2010**. Regulamenta o critério “turismo” estabelecido na Lei nº 18.030, de 12 de janeiro de 2009, que dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da arrecadação do ICMS pertencente aos Municípios.

MINAS GERAIS (Estado). **Decreto n.º 45.625 de 28 de junho de 2011**. Altera o Decreto nº 45.403, de 18 de junho de 2010, que regulamenta o critério “turismo” estabelecido na Lei nº 18.030, de 12 de janeiro de 2009, que dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da arrecadação do ICMS pertencente aos municípios.

MINAS GERAIS (Estado). **Resolução SETUR n.º 06/2010**. Padroniza a forma de apresentação dos documentos exigidos pelo Decreto Estadual 45.403/2010, para fins de habilitação e pontuação na distribuição da parcela de ICMS pertencente aos municípios pelo critério turismo.

PARAÍBA. Ministério Público da Paraíba. **Conselho Municipal de Turismo**. Disponível em: <[http://arquivos.mp.pb.gov.br/psicosocial/programas/turismo\\_cmt.pdf](http://arquivos.mp.pb.gov.br/psicosocial/programas/turismo_cmt.pdf)>. Acesso em :18 fev.2013.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. **Orientações Práticas às Instâncias de Governança de Turismo do Paraná**. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/CartilhaInstanciasdeGov.pdf>. Acesso em: 19 fev.2013.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. **Orientação para Gestão Municipal do Turismo. Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo**. Disponível em: <[http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/OrientaGestaoMunicipalTurismo\\_\\_1.pdf](http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/OrientaGestaoMunicipalTurismo__1.pdf)>. Acesso em : 04 março.2013.

PARANÁ. Secretária do Estado de Turismo. **Orientação para a Gestão Municipal do Turismo**. Curitiba, 2008. Disponível em: [http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/programas/Orientacao\\_para\\_Gestao\\_Municipal\\_do\\_Turismo.pdf](http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/programas/Orientacao_para_Gestao_Municipal_do_Turismo.pdf). Acesso em: 02 de maio de 2013.

PARATY. Secretária de Turismo e Cultura. **Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty**. Paraty, 2003. Disponível em: <<http://www.cepa.tur.br/comtursap/PDT%20Paraty.pdf>>. Acesso em : 11 de março de 2013.

RAUMOND, Cripin; RICHARDS, Greg. **What do we Mean by Creative Tourism?** 2000. Disponível em: <http://www.creativetourismnetwork.org/about/> Acesso em: 10 de abril de 2013.

OLIVEIRA, S. D. de; Fontana, R. de F. **Turismo responsável: uma alternativa ao turismo sustentável?**. In: Seminário de Pesquisa em Turismo de Mercosul, Caxias do Sul. Anais: Universidade Caxias do Sul, 2006. Disponível em: [www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/.../teste/turismo/...4/.../ GT02-9.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/.../teste/turismo/...4/.../ GT02-9.pdf). Acesso em: 12 de abril de 2013.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual**. Madrid, 1995.

WWF-BRASIL - Programa de Turismo e Meio Ambiente. **Turismo Responsável - Manual para Políticas Locais**. Brasília, 2004.

SEBRAE e CNM. **O Negócio é participar: A importância do Plano Diretor para o Desenvolvimento Municipal**, 2006.

## Glossário

---

**Região Turística:** é o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capaz de se articular e se definir como um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim a integração de municípios de um ou mais estados podem constitui uma região turística. (Ministério do Turismo)

**Instância de Governança Regional:** Entidade ou colegiado formatado em uma região turística, composta pelo poder público e atores privados dos municípios que a compõe, cujo papel é coordenar as ações da política regional de turismo, além de organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma responsável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma identidade regional. (Ministério do Turismo)

As Instâncias de Governança Regionais são representadas, em Minas Gerais, pelos Circuitos Turísticos.

**Circuito Turístico:** Conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem, sem finalidade lucrativa, para organizar e desenvolver a atividade turística responsável regionalmente, através da integração contínua dos municípios. (SETES/ MG)

**Gestão:** Significa gerenciar, administrar por meio de planejamento, organização, liderança e controle, a fim de atingir objetivos pré-determinados.

**Gestão Compartilhada:** Conjunto de ações que objetiva tornar mais eficiente a execução e implementação das políticas, visando a descentralização. Tem-se como uma das principais premissas a participação da comunidade no processo de decisão das ações.

**Turismo Responsável:** É aquele que busca minimizar os impactos negativos e valorizar as características dos recursos naturais e culturais nos destinos, sustentando-as para as futuras gerações de comunidades, visitantes e empresários. (WWF-Brasil)

**Diretriz:** Conjunto de definições ou instruções que servem de orientação à gestão, planejamento e demais ações relacionadas ao desenvolvimento de determinada atividade.

**Planejamento:** Processo que possibilita estabelecer a forma para alcançar um objetivo. Em geral, é formalizado em documentos como planos, programas e projetos.

**Plano:** Trata-se de um conjunto de propostas consideradas no processo de planejamento. Constitui-se, portanto, em um conjunto de programas estabelecido, a partir da análise das variáveis envolvidas. Geralmente são desenvolvidos em longo prazo e estão de acordo com a visão estratégica sobre o assunto tratado.



**Programa:** Conjunto de projetos que possuem similaridade ou complementaridade. Trate-se da sistematização de ações que visam gerar operacionalidade e estar de acordo com as diretrizes traçadas no plano, identificando as necessidades específicas do cenário ao qual está inserido.

**Projeto:** Constitui a última etapa do processo de planejamento, com ações definidas e organizadas, de forma racional que permite determinar as etapas, custos, prazos, pessoal envolvido, responsabilidades e benefícios.

**Capacidade de carga:** Nível máximo aceitável de uso de um atrativo pelo visitante, com alto nível de satisfação para o usuário e mínimos efeitos negativos para o recurso utilizado. (Ministério do Turismo – Caderno Roteirização Turística – Módulo Operacional 7, pág. 35)

**Atrativo Turístico:** São locais (físicos ou naturais), equipamentos, pessoas, fenômenos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. (Ministério do Turismo – Caderno Roteirização Turística – Módulo Operacional 7, pág. 27)

**Destino Turístico:** Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, ofertado de forma organizada por um território, para uso ou consumo, a fim de satisfazer um desejo ou necessidade do visitante. (Phillip Kotler)

**Oferta turística:** O conjunto de produtos e serviços postos à disposição do turista em um determinado destino, para seu desfrute e consumo.

**Demanda Turística:** Quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a dado preço, em determinado período de tempo. (Beatriz Lage e Paulo Cesar Milone)

