

RESOLUÇÃO SECULT Nº 44, de 13 de abril de 2021

PADRONIZA A FORMA DE ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS EXIGIDOS PELO DECRETO ESTADUAL 48.108/2020, PARA FINS DE HABILITAÇÃO E PONTUAÇÃO NA DISTRIBUIÇÃO DA PARCELA DE ICMS PERTENCENTE AOS MUNICÍPIOS PELO CRITÉRIO TURISMO.

O SECRETARIO DE ESTADO DE CULTURA E TURISMO, no uso das atribuições que lhe confere o art. 93, §1º, III, da Constituição do Estado de Minas Gerais e considerando o disposto no artigo 5º e 11 do Decreto Estadual 48.108, de 29 de dezembro de 2020

RESOLVE:

CAPÍTULO I – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º - A presente resolução vem padronizar a forma de entrega e apresentação dos documentos exigidos pelo decreto estadual n.º 48.108/2020, para fins de habilitação e pontuação na distribuição da parcela de ICMS pertencente aos municípios pelo critério turismo.

Art. 2º - A documentação exigida nos anexos do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, deverá ser apresentada segundo a padronização estabelecida nesta Resolução.

Art. 3º - A entrega dos documentos, a que se refere o artigo anterior, deverá se realizar apenas por meio do sistema do ICMS Turismo, no endereço www.icmsturismo.mg.gov.br, mediante cadastro prévio junto à Secult.

CAPÍTULO II – DO CADASTRO E ACESSO AO SISTEMA

Art. 4º - Os municípios interessados em pleitear o ICMS critério Turismo, deverão encaminhar para a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais - Secult ofício assinado pelo (a) Prefeito (a) designando um servidor dos quadros de pessoal da Prefeitura para atuar como gestor municipal de turismo junto à Secult.

Art. 5º - O ofício deverá conter os seguintes dados do gestor municipal de turismo: nome completo do servidor, número do CPF, cargo, e-mail de contato, número de telefone fixo e celular.

§ 1º - Somente os ofícios que contiverem as informações completas serão cadastrados.

§ 2º - É de responsabilidade única e exclusiva do município a atualização tempestiva da designação e dos dados do gestor municipal de turismo.

Art. 6º - O ofício deve ser encaminhado à Secretaria de Estado de Cultura e Turismo, no endereço icmsturismo@secult.mg.gov.br, a qualquer tempo e sempre que houver necessidade de alteração do gestor municipal de turismo ou dos seus dados.

Art. 7º - O gestor municipal de turismo será o responsável pelo acesso, preenchimento e inserção de documentos no sistema do ICMS Turismo, bem como pelo acompanhamento de todo processo de análise sobre o qual receberá, via e-mail, as notificações e comunicados da comissão técnica de ICMS Turismo.

Art. 8º - O município se responsabiliza pela utilização do sistema e pela veracidade das informações, respondendo diretamente pelos erros e falhas cometidas pelo gestor municipal de turismo.

Art. 9º - O *login* de acesso ao sistema do ICMS Turismo é de uso pessoal e intransferível do gestor municipal de turismo, sendo o município responsável pelos erros e falhas cometidas pelo gestor ou por terceiro que obtiver, do município ou do gestor municipal de turismo, os dados de acesso ao *login* do município.

Art. 10 - Após o recebimento do ofício assinado pelo Prefeito (a), a Secult encaminhará ao gestor municipal de turismo as informações necessárias para o acesso do município ao sistema do ICMS Turismo.

CAPÍTULO III – DO ENVIO DA DOCUMENTAÇÃO

Art. 11 - O prazo final anual para inserção dos dados no sistema do ICMS Turismo será o dia 01/03.

Art. 12 - Os municípios deverão inserir no sistema do ICMS Turismo a documentação de que trata o Anexo I do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, bem como os demais documentos e informações estabelecidos por esta resolução, em sua totalidade, até o prazo final estabelecido no artigo anterior.

Parágrafo único - A não inserção de documentação ou informação obrigatória, nos termos do Art. 11 e 12, da documentação prevista Anexo I do Decreto Estadual n.º 48.108/2020, de 29 de dezembro de 2020 e nesta Resolução implicará na inabilitação do município.

Art. 13 - Os documentos constantes no Anexo I do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, devem ser digitalizados em formato PDF e inseridos no sistema do ICMS Turismo.

Art. 14 - No caso de qualquer alteração no decorrer do ano-referência em análise, o município deverá digitalizar o documento antigo e o atual em um único arquivo para inserção no sistema. Essa determinação vale para os seguintes documentos:

- a) alteração de lei e seu respectivo ato de publicação, nos termos deste regulamento;
- b) alteração de regulamentação e o seu respectivo ato de publicação ou aprovação, conforme disposto no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020 e neste regulamento;
- c) alteração ou troca do plano municipal de turismo e o seu respectivo ato de aprovação, conforme disposto no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020 e neste regulamento;
- d) ato de posse e quaisquer alterações ocorridas durante o ano referência, nos termos deste regulamento.

Art. 15 - Para os municípios que irão pleitear o ICMS critério do Turismo pela primeira vez, as leis, regulamentações, planos municipais de turismo e abertura da conta exclusiva e individualizada do fundo municipal de turismo, constantes no Anexo I no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, deverão ter sido aprovadas, publicadas e estar formalmente criada até o dia 31 do mês de março do ano-referência.

Parágrafo único - Para os municípios habilitados no critério “turismo” em anos anteriores, a alteração dos documentos previstos no Anexo I no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020 poderá ocorrer a qualquer tempo, desde que comprovada sua vigência durante todo o ano-referência.

SEÇÃO I – DA COMPROVAÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO DA SECULT

Art. 16 - Para a comprovação do critério de participação no Programa de Regionalização do Turismo da Secult, o município deverá enviar a certidão constante no anexo I desta Resolução e também a comprovação da execução de, pelo menos, uma ação regional durante o ano referência.

Art. 17 - O documento constante do anexo I desta Resolução deverá ser obrigatoriamente assinado pelo Presidente da Instância de Governança Regional – IGR ou, em caso de impedimento devidamente justificado, por seu substituto legal.

Parágrafo único - As informações em desacordo com a publicação bianual do Programa de Regionalização do Estado de Minas Gerais serão desconsideradas e ainda passíveis de punição, nos termos da regulamentação específica.

Art. 18 - A ação regional a ser executada deve estar prevista no planejamento estratégico da IGR a qual o município está associado, de acordo com as informações fornecidas no processo de certificação da IGR, e deverá ser comprovada por meio de fotos, convênios, contratos, notas fiscais, certificados, termo de parceria e relatório contendo informações sobre a ação.

§ 1º - As comprovações da execução da ação regional devem ser digitalizadas em arquivo único e inseridas em campo específico do Sistema do ICMS Turismo, bem como as informações a respeito da ação executada.

§ 2º - A ação regional a ser comprovada não pode estar relacionada dentre as ações e atividades previstas no Anexo II deste regulamento.

SEÇÃO II - DA COMPROVAÇÃO DA EXISTÊNCIA DE POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO

Art. 19 - Para comprovação do critério de existência e implementação da política municipal de turismo, além dos documentos e orientações previstas no Art. 7º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, os municípios deverão enviar os documentos previstos no Anexo I do referido Decreto, no anexo II deste regulamento e inserir, diretamente no sistema, as informações completas sobre as ações executadas durante o ano-referência.

Art. 20 - O plano municipal de turismo deve ser aprovado pelo Conselho Municipal de Turismo - Comtur, cuja comprovação se dará por ata de reunião que deve ser digitalizada juntamente com o plano, e necessariamente deverá conter os requisitos previstos no § 3º do Art. 7º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

§ 1º - Para planos aprovados por gestão anterior do Comtur e sem ata de aprovação, os conselhos deverão fazer uma reunião com a gestão atual para validação do plano municipal de turismo vigente.

§ 2º - Para os novos planos, a aprovação pelo Comtur deve ser prévia ao início de vigência do plano municipal de turismo.

§ 3º - O prazo de vigência do plano municipal de turismo será validado pela Comissão técnica de ICMS Turismo de acordo com as ações planejadas previamente no cronograma.

Art. 21 - Na tabela de ações turísticas executadas devem ser inseridas todas as ações desenvolvidas durante o ano-referência de acordo com o plano municipal de turismo. Também poderão ser inseridas as ações não previstas no plano, mas fundamentadas nas diretrizes e nos objetivos da política municipal de turismo. Essas informações servirão de embasamento técnico para a validação da implementação da política municipal de turismo.

Parágrafo único - O não preenchimento dos campos previstos para o cronograma de ações turísticas executadas, até a data prevista no Artigo 11 desta Resolução, acarretará a inabilitação do município.

Art. 22 - As categorias, classificações, definições e tipos de documentação aceitas para a comprovação da realização das ações de fomento ou planejamento do marketing do destino, executadas durante ano-referência, estão elencadas no Anexo II deste regulamento, conforme previsto no inciso IV, do art. 7º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

§ 1º - As comprovações da execução das ações de marketing devem ser digitalizadas em arquivo único e inseridas no campo específico do Sistema, bem como as informações sobre a respeito da ação executada.

§ 2º - As ações de fomento ou planejamento do marketing do destino a serem comprovadas não pode se referir a ação regional prevista no Art. 18, desta Resolução.

SEÇÃO III - DA COMPROVAÇÃO DA EXISTÊNCIA E REGULARIDADE DE FUNCIONAMENTO DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO – COMTUR

Art. 23 - Para comprovação do critério de existência e regular funcionamento do Comtur, além dos documentos e orientações previstas no Art. 8º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, os municípios deverão enviar os documentos previstos no Anexo I do referido Decreto e inserir, diretamente no sistema, as informações sobre o funcionamento do Conselho.

§ 1º - Para regulamentos aprovados por decreto ou outro ato normativo da Prefeitura, deverá ser encaminhado o ato publicado no jornal local, Diário Oficial dos Municípios Mineiros ou site institucional. Para os regulamentos muito antigos, deverá ser encaminhada uma declaração assinada pelo Prefeito, atestando a publicação do mesmo, conforme previsto na legislação municipal.

§ 2º - Caso a lei não exija que a regulamentação seja realizada por decreto e para regulamentos aprovados por gestão anterior do Comtur e sem ata de aprovação, os conselhos deverão fazer uma reunião com a gestão atual para validação do regulamento vigente.

§ 3º - Para os novos regulamentos, a aprovação pelo Comtur deve ser prévia ao início de vigência do mesmo.

Art. 24 - O ato de posse deve conter o nome e a assinatura de todos os conselheiros empossados, tanto dos titulares, quanto dos suplentes.

Art. 25 -As atas de reunião deverão ser digitalizadas, conter o nome de todos os conselheiros presentes, o nome de todos os conselheiros ausentes e a assinatura de todos os conselheiros participantes da reunião do Comtur.

§ 1º - Somente serão validadas as atas de reuniões cujo conteúdo apresente discussões e/ou deliberações relativas às ações de turismo no município, observadas as especificidades de quórum mínimo e periodicidade das reuniões, conforme dispuser a legislação de cada conselho municipal de turismo

§ 2º - Não serão aceitas para fins de cumprimento da periodicidade citada na alínea "a", do inciso VI, do Art. 8º, do Decreto Estadual nº 48.108, de 29 de dezembro de 2020, as atas de reunião cujo conteúdo disponha exclusivamente do(s) seguinte(s) assunto(s):

I - eleição da mesa diretora do conselho municipal de turismo;

II - posse dos membros do conselho municipal de turismo.

§ 3º - Nas atas do Comtur deverão constar expressamente as deliberações sobre os investimentos a serem realizados com os recursos do Fumtur.

Art. 26 - O relatório de atividades do Comtur será preenchido em campo específico no Sistema do ICMS Turismo e deve ser respondido em conjunto pelos conselheiros.

Parágrafo único – O relatório de atividade do Comtur deve ser preenchido na última reunião do ano-referência com registro em ata dos conselheiros que participaram das discussões.

Art. 27 – Quanto ao registro do Comtur junto ao Conselho Estadual de Turismo e o envio das informações solicitadas, deliberação do Conselho Estadual de Turismo irá definir prazos e procedimentos.

Parágrafo único – O Conselho Estadual de Turismo disponibilizará as informações e cadastros realizados pelos municípios à Comissão técnica de ICMS Turismo, para validação do cumprimento do previsto no inciso VII, do Art. 8º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020. O não cumprimento desta atividade irá gerar a inabilitação do município.

SEÇÃO IV - DA COMPROVAÇÃO DA EXISTÊNCIA E REGULARIDADE DE FUNCIONAMENTO DO FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO – FUMTUR

Art. 28 - Para comprovação do critério de existência e regular funcionamento do Fundo Municipal de Turismo - Fumtur, além dos documentos e orientações previstas no Art. 9º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, os municípios deverão enviar os documentos previstos no Anexo I do referido Decreto e inserir diretamente no sistema as informações sobre identificação da fonte de receita, do destinatário, da finalidade turística de todos os investimentos realizados por meio do Fundo e o número do artigo e do inciso autorizativo, conforme lei ou regulamentação do Fumtur.

§ 1º - Para regulamentos aprovados por decreto ou outro ato normativo da Prefeitura, deverá ser encaminhado o ato publicado no jornal local, Diário Oficial dos Municípios Mineiros ou site institucional. Para os regulamentos muito antigos, deverá ser encaminhada uma declaração assinada pelo Prefeito, atestando a publicação do mesmo, conforme previsto na legislação municipal.

§ 2º - Caso a lei não exija que a regulamentação seja realizada por decreto e para regulamentos aprovados por gestão anterior do Comtur e sem ata de aprovação, os conselhos deverão fazer uma reunião com a gestão atual para validação do regulamento vigente. Para os novos regulamentos, a aprovação pelo Comtur deve ser prévia ao início de vigência do mesmo.

§ 3º - Caso o município já seja pleiteante e ainda não atenda ao previsto no § 3º, do Art. 9º, do Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, terá o prazo até 29 de abril de 2021 para fazer, na lei instituidora ou na regulamentação do Fumtur, o detalhamento do rol de fontes de receitas e das ações passíveis de contemplação pelos recursos do Fumtur.

§ 4º - Os municípios que ainda não possuem lei instituidora do Fumtur já deverão elaborar sua legislação dentro dos critérios estabelecidos no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

Art. 30 - Para comprovação de efetivos investimentos turísticos deve ser encaminhado o extrato anual completo da conta exclusiva e individualizada do Fumtur e a comprovação dos efetivos investimentos, sendo admitidas notas fiscais, notas de empenho ou recibos.

Art. 31 - O não preenchimento dos campos previstos no relatório do Fundo, até a data prevista no Artigo 11 desta Resolução, acarretará a inabilitação do município.

Art. 32 - Deverá ser encaminhado ofício assinado pelo Prefeito atestando a titularidade e exclusividade da conta bancária do Fumtur, contendo os seguintes dados bancários: nome da conta e da instituição bancária e o número da agência e da conta corrente.

Art. 33 - Para atestar a regularidade das movimentações do Fumtur, deverá ser encaminhada uma declaração assinada pelo Prefeito, Gestor do Fundo e 2 (dois) Conselheiros atestando que todos os depósitos e investimentos ocorridos no Fumtur estão de acordo com a legislação municipal vigente, citando o número da lei e da regulamentação do Fundo, e atestando que todos os investimentos também obedecem a legislação tributária municipal, estadual e federal.

Parágrafo único - Entende-se por legislações e regulamentações as leis, decretos, regimentos, estatutos e quaisquer outros tipos de regulamentos municipais de acordo com o Anexo I do Decreto Estadual nº 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

CAPÍTULO IV – DA ANÁLISE DA DOCUMENTAÇÃO E PUBLICAÇÃO DOS ÍNDICES PROVISÓRIOS DE REPASSE

Art. 34 - Para qualquer um dos documentos previstos no Anexo I, do Decreto Estadual nº 48.108, de 29 de dezembro de 2020, não serão aceitos documentos de arquivo ilegível, em branco, incompleto, adulterado, inadequado ou incompreensível, que impeçam a leitura e a validação pela Comissão técnica de ICMS Turismo.

Art. 35- A análise dos documentos e informações inseridas no sistema do ICMS Turismo será feita pela Comissão técnica de ICMS Turismo, cujos membros serão designados por meio de Resolução específica.

Art. 36 - Após a análise dos documentos e informações disponibilizadas pelos municípios, a Comissão técnica de ICMS critério Turismo poderá encaminhar notificação ao município para regularização de omissão ou inconformidade identificada, bem como solicitar documentação ou informação complementar, dependendo dos fatos verificados e comprovações necessárias.

§ 1º - O aviso de notificação será encaminhado ao e-mail do gestor municipal de turismo indicado pelo Prefeito e cadastrado no Sistema.

§ 2º - A não inserção de qualquer documentação obrigatória, nos termos do Art. 5º e 6º, da documentação prevista Anexo I do Decreto Estadual nº 48.108, de 29 de dezembro de 2020 e nesta Resolução não gerará notificação para o município e implicará em sua inabilitação.

§ 3º - O prazo para resposta da notificação será de 10 (dez) dias corridos, conforme estabelecido no § 2º, do artigo 14 do Decreto Estadual nº 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

§ 4º - A ausência de resposta ou o não atendimento a todos os itens constantes na notificação ensejará a inabilitação do Município.

Art. 37 - Após a conclusão da análise da documentação e informações adicionais enviadas pelos municípios, a Comissão técnica de ICMS Turismo encaminhará para o Superintendente de Políticas do Turismo da Secult o resultado contendo o nome dos municípios habilitados e os respectivos índices provisórios de repasse, no prazo previsto no artigo 16, do Decreto 48.108/2020, para que seja feita a publicação.

CAPÍTULO V – DAS IMPUGNAÇÕES

Art. 38 - Os prefeitos municipais, as associações de municípios ou seus representantes poderão impugnar os referidos índices no prazo de 15 (quinze) dias corridos a contar da publicação dos índices provisórios.

Art. 39 - A impugnação deverá ser feita no próprio Sistema do ICMS Turismo conforme orientações a serem encaminhadas pela Secult no momento da divulgação dos índices provisórios.

Art. 40 - A impugnação não será conhecida quando apresentado:

- I- fora do prazo;
- II- perante órgão incompetente;
- III- por quem não tenha legitimação;
- IV- depois de exaurida a esfera administrativa.

Art. 41 - O recurso será dirigido ao Superintendente de Políticas do Turismo da Secult, que encaminhará para a Comissão técnica de ICMS Turismo e áreas técnicas correlatas analisarem a impugnação.

§ 1º - Caso não haja reconsideração da decisão no prazo de cinco dias, o Superintendente de Políticas do Turismo da Secult encaminhará o processo para análise jurídica.

§ 2º - Após o recurso ser analisado pela área técnica e pela área jurídica, será encaminhado para o Secretário de Estado da Cultura e do Turismo para decisão administrativa.

§ 3º - A decisão administrativa será publicada no Diário Oficial do Estado.

Art. 42 - Decididas as impugnações, a relação definitiva dos municípios habilitados e seus respectivos índices de participação serão publicados no Diário Oficial Eletrônico Minas Gerais, no prazo previsto no artigo 18, do Decreto 48.108/2020, e informados no sítio oficial da Secult e na página inicial do sistema

CAPÍTULO VI - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 43 - A Secult não se responsabiliza por erros de preenchimento no sistema do ICMS Turismo, por problemas com o serviço de entrega de e-mail, por problemas de acesso à internet, por casos fortuitos ou de força maior, bem como pelos documentos e informações que apresentarem dados inverídicos e os consequentes prejuízos do não atendimento ao disposto no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020, na presente Resolução e no conteúdo das notificações encaminhadas pela Comissão técnica de ICMS Turismo.

Art. 44 - Para fins de cumprimento dos critérios previstos na Lei n.º 18.030 de 12 de janeiro de 2009, é obrigatório o atendimento das diretrizes contidas no documento “Orientações para o Planejamento e Gestão Municipal do Turismo em Minas Gerais”, disponível no sítio oficial da Secult, conforme determinado no Decreto Estadual n.º 48.108, de 29 de dezembro de 2020.

Art. 45 – Em razão da publicação do Decreto Estadual n.º 48.164, de 27 de março de 2021, para o ano de 2021, ficam excepcionalmente prorrogados por 180 (cento e oitenta) dias os prazos previstos nos Art. 15 e 28, § 3º.

Art. 46 - Os casos omissos serão tratados pela Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais.

Art. 47 - Fica revogada a Resolução SETUR n.º 25, de 29 de dezembro de 2017.

Art. 48 – Salvo para o previsto no Art. 45, os municípios terão um prazo de 30 (trinta) dias para se adequarem às novas regras desta Resolução.

Art. 49 - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Belo Horizonte, 12 de abril de 2021.

Leônidas José de Oliveira

ANEXO I DA RESOLUÇÃO SECULT N.º

Certidão de participação no Programa de Regionalização da Secult

Logo da IGR ou papel timbrado

Local, dia, mês e ano.

À SECULT/MG

Comissão do ICMS Turismo

Ref.: Participação no Programa de Regionalização

A instância de governança regional (incluir nome da IGR), em cumprimento ao Decreto Estadual nº 48.108/2020, declara que o município (incluir nome do município) participa do Programa de Regionalização da Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais, está regular e cumpriu as exigências estatutárias firmadas com esta associação no ano de (incluir ano).

Por ser verdade firmamos a presente, sob as penas da lei.

Atenciosamente,

(Nome do Presidente)

Presidente da IGR

ANEXO II

Ações de Marketing Turístico do Destino

Ações de marketing são fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística e aumento da competitividade do destino nos mercados regional, nacional e internacional, sejam elas voltadas para estruturação de produtos, apoio à comercialização ou promoção. Abaixo encontram-se elencadas algumas das principais atividades de marketing turístico a serem realizadas com recursos próprios, seja por meio de parcerias ou captação de recursos.

1. Posicionamento de mercado	Comprovação	Definição
1.1. Possuir Plano Marketing	Apresentação do documento vigente com plano de ações e cronograma	Plano de marketing - documento que sintetiza o planejamento de estratégias de marketing do destino para o período vigente, incluindo objetivos, indicadores, análises, entre outras informações importantes para orientar e determinar as estratégias de marketing do destino turístico.
1.2. Possuir marca, slogan ou jingle do destino	Apresentação do conteúdo produzido	Marca - ícone ou símbolo criado para representar visualmente um destino turístico ao seu público final (turistas). Permite a identificação e distinção do destino turístico dos demais, seja por meio da escolha de palavras, desenhos, formas ou cores que traduzem o destino. A marca do destino é capaz de agregar valor aos seus produtos e serviços. Slogan - frase de efeito utilizada em campanha publicitária que representa o destino turístico. O slogan tem como finalidade

		<p>facilitar o processo de identificação do destino e memorização por parte dos turistas.</p> <p>Jingle -mensagem publicitária em forma de música, elaborada com refrão simples, cativante e de curta duração, que tem por objetivo divulgar o destino turístico e fortalecer sua marca</p>
1.3. Definir persona(s) do destino	Apresentação da(s) prancha(s) de persona(s)	<p>Persona - estratégia de marketing que consiste na criação de clientes modelos, ou seja, de personagens que representem de forma fictícia, mas baseada na coleta de informações de pesquisas previamente realizadas, os perfis de turistas que têm potencial para buscar pelo destino.</p>
1.4. Possuir pesquisas atualizadas sobre o destino relacionadas ao mercado (oferta e demanda) por meio de contratação direta ou parceria com outras instituições	Contrato de aquisição ou termo de cooperação/parceria	
2. Conteúdo promocional		
2.1. Marketing Digital		
2.1.1. Alimentar e validar os atrativos no Portal Minas Gerais	Informação extraída pela SECULT	

<p>2.1.2. Possuir e alimentar rede social promocional do destino</p>	<p>Envio do endereço eletrônico e print das últimas postagens do ano referência</p>	<p>Rede social promocional–perfil de rede social que divulgue apenas informações turísticas e conteúdos promocionais sobre o destino. Neste caso, o perfil deve ter sido criado pelo órgão oficial municipal ou convention & visitors bureaux.</p>
<p>2.1.3. Possuir e alimentar blog promocional</p>	<p>Envio dos prints das postagens realizadas no endereço eletrônico, constando a data da postagem ou da atualização</p>	<p>Blog promocional - termo utilizado para nomear páginas da web alimentadas com grande frequência. Para este fim, considera-se apenas os blogs que tenham como foco principal a promoção ou compartilhamento de informações turísticas do destino.</p>
<p>2.1.4. Possuir e alimentar website promocional</p>	<p>Envio dos prints das postagens realizadas no endereço eletrônico, constando a data da postagem ou da atualização</p>	<p>Website promocional – Também conhecido como site ou sítio eletrônico. Trata-se do conjunto de páginas na web (disponibilizadas on-line) que, neste caso, devem ter como objetivo a promoção de um destino turístico ao público final (turistas). Para este fim, deve ter sido criado pelo órgão oficial municipal ou convention&visitors bureaux.</p>
<p>2.1.5. Utilizar newsletter na divulgação de informações turísticas e conteúdos promocionais do destino</p>	<p>Relatório com o todos os prints das newsletters enviadas</p>	<p>Newsletter – tipo de email informativo enviado de maneira recorrente para uma lista de assinantes já cadastrados. Esses boletins informativos são usados para comunicar informações turísticas e conteúdos promocionais relevantes, assim como para desenvolver ou fortalecer o relacionamento com o destino.</p>

2.1.6. Utilizar e-mail marketing na divulgação de informações turísticas e conteúdos promocionais do destino	Relatório com todos os prints dos e-mails marketing enviados	E-mail Marketing - estratégia do marketing digital que se baseia no disparo de e-mails com informações turísticas e conteúdos promocionais sobre o destino para um determinado público, seja ele proveniente de uma base de contatos própria ou gerada por meio de outras estratégias.
2.1.7 Atualizar as informações dos municípios no Portal Minas Gerais	Informação extraída pela SECULT	
2.2. Ação com outros destinos		
Ação de promoção cooperada com outros municípios da IGR Turística	Relatório técnico ou fotografias que comprovem a realização da ação cooperada (vide observação no § 2º do Artigo 22, desta Resolução)	
2.3. Imagens e vídeos promocionais		
2.3.1. Possuir imagens do destino com boa qualidade e autorizadas para uso do órgão municipal e uso também de terceiros	Apresentação de Termo de Cessão ou contrato de aquisição das imagens	Banco de imagens e vídeos -site ou plataforma que disponibiliza um conjunto de fotografias e vídeos do destino turístico que possuem autorizações formais (termo de cessão) que permitem o uso por outras pessoas.
2.3.2. Possuir vídeos promocionais do destino com boa qualidade e autorizados para uso do órgão municipal e uso também de terceiros.	Apresentação de Termo de Cessão ou contrato de aquisição dos vídeos	

<p>2.3.3. Ceder imagens e vídeos promocionais do destino para a Secult MG por meio do Portal Minas Gerais.</p>	<p>Cessão das mídias pelo Portal Minas Gerais no campo “Doação de Mídias”</p>	<p>Webinário Turismo - Marketing Institucional x Marketing Promocional: como desenvolvê-los https://www.youtube.com/watch?v=ehu6genADFU</p> <p>Webinário Turismo - Redes Sociais e Promoção de Destinos https://www.youtube.com/watch?v=Nc_ZiOFXsRs</p>
<p>2.3.4. Possuir e disponibilizar publicamente, banco de imagens e vídeos promocionais do destino</p>	<p>Envio de link ou endereço eletrônico</p>	
<p>2.3.5. Realizar campanha(s) nas redes sociais promocionais estimulando o compartilhamento de fotos do destino pelos usuários. Ex: campanha #TurismoMG do perfil @VisiteMinasGerais</p>	<p>Envio de relatório com prints da(s) campanha(s) nas redes sociais</p>	
<p>2.4. Material e brinde promocional</p>		
<p>2.4.1. Possuir material promocional impresso atualizado nos últimos 03 anos</p>	<p>Envio do material escaneado e do contrato e/ou nota fiscal da contratação do serviço e/ou da parceria</p>	<p>Material de promoção turística - material cuja finalidade seja promover o destino turístico e fortalecer sua marca, despertando o interesse em seu público-alvo. Os materiais promocionais podem ser impressos ou digitais e contém</p>

		diversos tipos, entre eles flyers, folders, banners, postais, guias, mapas, catálogos.
2.4.2. Possuir material promocional digital atualizado	Envio do link com material digital e do contrato e/ou nota fiscal da contratação do serviço e/ou da parceria	
2.4.3. Possuir brindes promocionais	Envio de fotos de brindes e do contrato e/ou nota fiscal da contratação do serviço e/ou da parceria	
2.4.4. Possuir e divulgar QR code com link do site ou redes sociais promocionais	Envio de relatório com fotos ou prints que comprovem a divulgação do QR Code	QR Code – código que pode ser facilmente escaneado usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera. Neste caso, quando escaneado o código apresenta o link de site promocional, de redes sociais promocionais ou de materiais promocionais digitais.
2.4.5. Possuir e divulgar QR code com link de materiais promocionais digitais atualizados no ano referência	Envio de relatório com fotos ou prints que comprovem a divulgação do QR Code	
2.5. Propaganda, publicidade ou merchandising do destino		

<p>2.5.1. Organizar ou apoiar a realização de press trips no ano referência</p>	<p>Relatório contendo a data da execução, lista de convidados, programação, fotos e resultados da ação (mídias geradas)</p>	<p>Press trip – viagens organizadas ou apoiadas pelo órgão oficial municipal ou convention & visitors bureaux em que formadores de opinião (jornalistas e/ou influenciadores digitais) são convidados a experimentar produtos e serviços turísticos locais, com o objetivo de gerar mídia espontânea e publicidade positiva para o destino.</p>
<p>2.5.2. Realizar ação de publicidade ou propaganda para divulgação do destino</p>	<p>Envio de prints, fotografias ou vídeos e do contrato ou nota fiscal que comprove a execução da ação</p>	<p>Publicidade – estratégia de marketing que envolve a compra de espaço em um veículo de mídia para divulgar um produto, serviço, ou destino turístico, com o objetivo de atingir o público-alvo e incentivá-lo a comprar. A publicidade é focada em atingi-lo com uma comunicação persuasiva.</p> <p>Propaganda – estratégia de marketing que tem por objetivo impulsionar ideias, princípios, causas ou práticas relacionados ao destino turístico. A propaganda utiliza recursos psicológicos e abordagens relacionadas a emoções, opiniões e sentimentos para motivar o público-alvo</p>
<p>2.5.3. Realizar ações de merchandising para divulgação do destino</p>	<p>Envio de prints, fotografias ou vídeos e do contrato ou nota fiscal que comprove a execução da ação</p>	<p>Merchandising – estratégia de marketing que objetiva fixar uma mensagem ao seu público-alvo de maneira sutil, quase despercebida, promovendo e despertando assim o desejo de turistas potenciais por um produto ou destino turístico.</p>

3. Participação em eventos de interesse turístico		
3.1. Captar, organizar ou participar em eventos comerciais ou eventos promocionais	Relatório com fotos de participação, materiais de divulgação e/ou matérias divulgadas pela imprensa e/ou site próprio	<p>Eventos comerciais - eventos associados à comercialização de produtos e serviços turísticos do destino. Normalmente têm como público-alvo os profissionais do setor, sobretudo agentes e operadores de viagens.</p> <p>Eventos promocionais - eventos cuja participação objetiva principalmente a divulgação do destino para o público final (turistas reais e potenciais).</p>
3.2. Captar, organizar e/ou fomentar eventos turísticos	Relatório com fotos de participação, materiais de divulgação e/ou matérias divulgadas pela imprensa e/ou site próprio	Eventos turísticos – eventos de notório conhecimento popular que geram de fluxo de turistas para o destino.
3.3. Possuir e divulgar de calendário de eventos turísticos	Relatório com as telas do calendário e dos prints que comprovem a sua divulgação	Calendário de eventos turísticos – calendário que tem como objetivo divulgar informações atualizadas e confiáveis sobre os eventos turísticos do destino, agregando valor à imagem do mesmo.
3.4. Inclusão dos eventos na Plataforma Integrada do Turismo para disponibilização dos dados no Portal Minas Gerais	Relatório com os prints da tela de calendário de eventos	
4. Apoio à comercialização		

4.1. Articulação do trade local	Relatório contendo a programação das reuniões, pauta, fotos e lista de participantes	Sensibilização com foco na formatação de produtos e comercialização do destino.
4.2. Capacitação e alinhamento técnico	Relatório contendo a programação das capacitações técnicas, fotos, lista de participantes e/ou pré-projeto de conhecimento	Público alvo operadores e agentes responsáveis por atividades e serviços relacionados ao turismo receptivo do destino.
4.3. Viagens de reconhecimento - foco nas agências e operadores receptivos (convidadas), que tenham interesse em formatar produtos turísticos do destino.	Relatório contendo fotos, lista de participantes (convidados e responsáveis pelos serviços apresentados) e/ou catálogo com descrição, fotos e precificação dos produtos, atividades e roteiros formatados pelos convidados e relato dos principais entraves para a formatação de produtos diante das visitas realizadas	Ação com agências e operadores receptivos (convidadas), que tenham interesse em formatar produtos turísticos do destino.
4.4. FAMTUR	Relatório contendo lista de participantes, fotos e relatório com parecer dos convidados referente a experiência no destino, serviços e atividades apresentadas.	FAMTUR = Organização e/ou execução de roteiro/programação no destino com agências que tenham interesse em comercializar os produtos formatados e precificados com base nos resultados da viagem de conhecimento.

4.5. Participação em feiras comerciais	Relatório contendo informações gerais sobre a participação, lista de participantes representantes do destino e fotos	Parceria com os operadores e agentes receptivos locais
--	--	--

