VAI TURISMO RUMO AO FUTURO

CNC · Federações · Sindicatos · Sesc · Senac — Sistema Comércio

FICHA DE INFORMAÇÃO ESTADUAL

MINAS GERAIS

1 CONTEXTO

1.1 Geral

Região	Sudeste	Capital	Belo Horizonte	
Limites	Norte	Bahia		
	Leste	Bahia, Espírito Santo		
	Sul	Rio de Janeiro, São Paulo		
	Oeste	Goiás		

Número de municípios			853
Divisão territorial	Regiões Geográficas Intermediárias		13
	Regiões Geográficas Imediatas		70
	Mesorregiões Geográficas		12
	Microrregiões Geográficas		66

	Estado	(%) da região	(%) do Brasil
Área (km²)	586.513,99	63,44	6,89
População, 2010	19.597.330	24,39	10,27
População estimada, 2020	21.292.666	23,92	10,06

	Estado	Região	Brasil
Grau de urbanização, 2010 (%)	85,29	92,95	84,36
Densidade demográfica, 2010 (hab./ km²)	33,41	86,92	24,88
Densidade demográfica, est., 2020 (hab./ km²)	36,30	96,28	24,88

1.2 Turismo

Principais atrativos e/ou destinos turísticos	Belo Horizonte, Ouro Preto, Diamantina, Tiradentes
Principais segmentos turísticos	Lazer, em especial turismo cultural e ecoturismo
Relevância da atividade turística (em relação aos outros estados da região)	Média
Procedência da demanda turística	Estadual, regional
Porte e características gerais dos serviços e equipamentos turísticos	Pequeno e médio porte, administração familiar, por empresa nacional e multinacional

Domicílios permanentes de uso ocasional, 2010 (% do total) 6,25 — Região 6,19 — Brasil 5,82

Oferta turística cadastrada no Ministério do Turismo (MTur), 2019 (CADASTUR)

Hoteleira: Meios de hospedagem	1.326	Agências de turismo	2.606	Parques temáticos	-	Organizadoras de eventos	494
Hoteleira: Unidades habitacionais	45.315	Acampamentos turísticos	13	Transportadoras turísticas	2.508	Prestadoras de serviços de infraestrutura para eventos	266
Hoteleira: Leitos	99.857	Restaurantes, bares e similares	806	Locadoras de veículos	151	Guias de turismo	441

2 GOVERNANÇA DE TURISMO

2.1 Órgãos e instituições

Órgão estadual de turismo	Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (Secult)
Endereço	Rodovia Papa João Paulo II, 4000 - Serra Verde, Belo Horizonte
Pasta exclusiva	Não
Diretrizes institucionais — Missão	Valorizar, preservar e promover como destinos turísticos nossas riquezas culturais, históricas e naturais, de forma a criar oportunidades, empregos e renda. Promover e democratizar o acesso à cultura, incentivando a produção cultural e artística no estado.
Diretrizes institucionais — Visão	Cultura é um direito de todos e um dever do Estado. É fundamental para o desenvolvimento humano, social e econômico. A Secult acredita, também que o Turismo e a economia criativa podem ser grandes vetores de diversificação e fatores primordiais na recuperação e no desenvolvimento da economia mineira.
Diretrizes institucionais — Valores	Informação não encontrada
Estrutura organizacional, dez./2020	262 funcionários
Prestação de contas e transparência	Sim
Procedimentos de gestão	Plano de integridade, Identidade da marca

Quadro funcional e distribuição de responsabilidades

I - Secretaria de Cultura e Turismo
a) Gabinete
b) Controladoria Setorial
c) Assessoria Jurídica
d) Assessoria de Comunicação Social
e) Assessoria Estratégica
f) Assessoria de Parcerias
II - Subsecretaria de Turismo
1 Superintendência de Políticas do Turismo
1.1 Diretoria de Capacitação e Qualificação
1.2 Diretoria de Regionalização e Descentralização das Políticas do Turismo
2 Superintendência de Marketing Turístico
2.1 Diretoria de Produtos e Segmentação Turística
2.2 Diretoria de Promoção e Marketing Turístico
III – Subsecretaria de Cultura
IV -Superintendência de Planejamento, Gestão e Finanças

Orçamento (Lei Orçamentária Anual)	2020	2021
Órgão, entidade e/ou unidade orçamentária	1.27.0 Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (Secult)	1.27.0 Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (Secult)
Descrição (fonte de recursos etc.) (R$)	Não especificado	Não especificado
Total (R$)	49.475.561,00	69.034.945,00

Instâncias estaduais participativas	Conselho	Fórum
Legislação	CET - Lei 18.032/2009	Informação não encontrada
Características	Consultivo e deliberativo	
Número de membros	41 membros	
Composição	13 do setor público e 28 da sociedade civil	
Frequência das atividades	Trimestral	

Outras instâncias envolvidas com a governança do turismo: Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (Codemge) assumiu atividades da Empresa Mineira de Turismo (Turisminas) em 2003 e atua em diversas áreas, entre elas, o turismo.

Fundo de turismo

Origem	Fundo de Assistência ao Turismo (FASTUR)
Garantia de continuidade	Sim, conforme LOA 2021, os recursos eram de R$ 1.000,00

Características:

Art. 4º São recursos do Fastur:
I - retornos de benefícios fiscais concedidos por meio de Lei, com base no parágrafo único do art. 243 da Constituição do Estado;
II - dotações consignadas no orçamento do Estado, bem como créditos adicionais;
III - recursos provenientes da transferência de fundos federais, inclusive recursos orçamentários da União que venham a ser destinados ao Fundo;
IV - recursos provenientes de operações de crédito interno e externo de que o Estado seja mutuário;
V - receitas provenientes da cobrança de taxas e emolumentos pelo exercício das responsabilidades do Estado no setor de turismo;
VI - retornos relativos a principal e encargos de financiamentos concedidos pelo Fundo;
VII - doações;
VIII - recursos de outras fontes.
Parágrafo único. O Fastur transferirá ao Tesouro Estadual recursos para pagamento de serviço de dívida de operação de crédito contraída pelo Estado e destinada ao Fundo, na forma definida em regulamento.

2.2 Coordenação e planejamento

2.2.1 Turismo

Política estadual de turismo: Política Estadual de Turismo (Lei 22.765/2017)

Objetivos

São objetivos da política estadual de turismo:
I - democratizar e propiciar o acesso ao turismo no estado, contribuindo para a elevação do bem-estar da população;
II - contribuir para a redução das disparidades sociais e econômicas de ordem regional e promover uma melhor distribuição de renda e a inclusão social por meio do crescimento da oferta de trabalho no setor turístico no estado;
III - ampliar os fluxos turísticos, a permanência e o gasto médio dos turistas no estado, mediante a promoção e o apoio à comercialização e ao desenvolvimento do produto turístico;
IV - estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos do estado, com vistas a atrair turistas, diversificar os fluxos entre as unidades regionais e beneficiar, especialmente, as regiões de menor nível de desenvolvimento econômico e social que possuam atrativo turístico;
V - propiciar o suporte a programas estratégicos de captação e apoio ao fomento do comércio e prestação de serviços da região, à realização de feiras e exposições de negócios, viagens de incentivo, congressos e eventos nacionais e internacionais;
VI - promover, descentralizar e regionalizar o turismo, de maneira a estimular os municípios a planejar, ordenar e monitorar, individualmente ou em parceria com outros, atividades turísticas de forma sustentável e segura, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades beneficiadas pela atividade econômica;
VII - estimular a implantação de empreendimentos destinados a atividades culturais, de animação turística, entretenimento, esporte e lazer e de outros atrativos que incentivem a permanência dos turistas nos destinos turísticos;
VIII - propiciar a prática de turismo sustentável nas áreas naturais, com vistas a promover a atividade como veículo de educação e interpretação ambiental e incentivar a adoção de condutas e práticas de mínimo impacto compatíveis com a conservação do meio ambiente;
IX - estimular a participação e o envolvimento das comunidades e populações tradicionais no desenvolvimento sustentável da atividade turística, de maneira a promover a melhoria da sua qualidade de vida e a preservação da sua identidade cultural;
X - estimular a integração das atividades turísticas com as economias regionais e locais;
XI - apoiar a prevenção e o combate a práticas discriminatórias, à exploração sexual de crianças e adolescentes e a outros abusos que afetem a dignidade humana, respeitadas as competências dos órgãos governamentais envolvidos;
XII - desenvolver, ordenar e promover os diversos segmentos turísticos;
XIII - incentivar e apoiar a realização e a atualização dos inventários do patrimônio turístico no estado;
XIV - propiciar os recursos necessários para investimentos e aproveitamento do espaço turístico estadual de forma a permitir a ampliação, a diversificação, a modernização e a segurança dos equipamentos e serviços turísticos, adequando-os às preferências da demanda e às características ambientais e socioeconômicas regionais existentes;
XV - articular a captação de investimentos públicos e privados para o turismo, estimular o aumento e a diversificação de linhas de financiamento para empreendimentos turísticos e para o desenvolvimento das pequenas e microempresas do setor;
XVI - contribuir para o alcance de política tributária justa e equânime, nas esferas federal, estadual, distrital e municipal, para as diversas entidades componentes da cadeia produtiva do turismo;
XVII - estimular a integração do setor privado como agente complementar de financiamento para investimento em infraestrutura, promoção, qualificação e prestação de serviços públicos necessários ao desenvolvimento do turismo, mediante análise de viabilidade e contrapartidas por intermédio de benefícios para o investidor interessado;
XVIII - propiciar a competitividade, a melhoria do ambiente de negócios e a inovação, a desburocratização, a qualidade, a redução da informalidade, a eficiência e a segurança na prestação de serviços, além de incentivar a originalidade e o aumento da produtividade dos agentes públicos e empreendedores turísticos privados;
XIX - estimular, na prestação de serviços turísticos, a adoção dos padrões e normas de qualidade, eficiência e segurança estabelecidos pelos órgãos competentes;
XX - promover a formação, o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para a área do turismo, bem como a implementação de políticas que viabilizem a colocação desses profissionais no mercado de trabalho;
XXI - implementar a produção, a sistematização, a padronização e o intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades e aos empreendimentos turísticos no estado, por meio de pesquisas, estudos e do monitoramento dos indicadores do turismo, integrando as universidades e os institutos de pesquisa públicos e privados na análise desses dados;
XXII - estimular o aperfeiçoamento da gestão municipal para o turismo e dos conselhos municipais de turismo no estado.

Plano de turismo: Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Minas Gerais

Data de abrangência	Autoria (órgão público de governança)	Número de páginas
2016-2018	Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (atual Codemge)	75

Diagnóstico

Mercado turístico: "Os circuitos turísticos não são conhecidos ou não apresentam suficiente atratividade para muitos turistas que visitam o estado"

Oferta:
903 atrativos turísticos: 7 com potencial internacional, 372 com potencial nacional
70% atrativos culturais, 34% atrativos naturais, 6% atividades econômicas e realizações técnicas, científicas e desportivas

Demanda:
7% do total de turistas do Brasil (66% de Minas Gerais, 14% São Paulo)
48% lazer, 24% visitar amigos e parentes, 22% negócios
Dois terços dos turistas potenciais buscam Minas Gerais devido ao turismo histórico-cultural.

Governança:

Forças
Uma secretaria dedicada exclusivamente ao turismo
Canais de participação e concertação das políticas públicas
Política de regionalização
ICMS Turístico
Reconhecimento da necessidade de aquisição de competências para consolidar o turismo no estado

Fraquezas
Cortes orçamentários
Falta de processos sistemáticos de avaliação
Dificuldades de gestão na SETUR-MG
Equívocos no desenho da política estadual de regionalização
Critérios do ICMS turístico não beneficiam municípios
Inexistência de fundo estadual de turismo
Inexistência de política pública para cada segmento turístico
Incompatibilidade entre a legislação estadual de transporte turístico e a atividade turística
Conselho estadual de turismo precisa avançar em seu papel deliberativo

Prognóstico

Visão de futuro: Não analisado pelo documento

Plano de ação

Diretrizes e estratégias: Não analisado pelo documento

Objetivos e metas:
Aumentar o fluxo turístico de origem internacional, nacional e do próprio estado para Minas Gerais.
Aumentar o tempo médio de permanência do turista no estado.
Aumentar o grau de satisfação do turista com os produtos turísticos mineiros.
Aumentar número de serviços e equipamentos turísticos formais no estado.
Aumentar o número de empregos formais gerados pela atividade turística.
Aumentar o gasto e a receita do turismo em Minas Gerais.

Programas e projetos:

Oferta/produto turístico
- Estimular empreendimentos das áreas de hospedagem, alimentação e transporte turístico a se formalizarem.
- Desenvolver: mapeamento dos centros de informação turística nos municípios, levantamento da sua situação e necessidades; cartilhas e ações de qualificação; apoio na identificação/ captação de recursos.
- Fomentar a criação, estruturação, qualificação e comercialização de atrativos e roteiros que tenham maior potencial de atratividade, condições propícias para o investimento e cujos destinos bases de visitação tenham nível de suficiência em infraestrutura e instrumentos de gestão urbana.
- Fomentar o desenvolvimento sustentável e inclusivo de segmentos turísticos estratégicos para o estado.
- Qualificar gestores e profissionais.
- Articular as diversas instituições para que as ações de qualificação, sensibilização e fomento sejam coesas entre si e com o presente plano, e utilizem referências e programas nacionais existentes.
- Explorar o Congresso da AMM e a Câmara de Capacitação como espaços de articulação, apresentação conjunta da oferta de qualificação e sensibilização dos gestores municipais.
- Discutir a aderência da oferta atual de cursos em Minas Gerais às DNQT.
- Promover uma discussão entre estado, empresários e trabalhadores quanto às formas de valorizar a certificação do profissional.
- Realizar diagnósticos e propostas de qualificação mais integradas.
- Criar um serviço digital de informação que reúna: informações sobre programas nacionais de turismo e seus editais; discussões sobre certificação; informações para empresários e trabalhadores do setor sobre atividades formativas e gestão; catálogo eletrônico único que concentre a oferta de qualificação em turismo das diversas entidades.
- Reforçar iniciativas da SETUR-MG de qualificação do gestor público em planejamento e gestão do turismo

Infraestrutura, serviços públicos, instrumentos de gestão urbana e meio ambiente
- Articular ações intersetoriais e com os gestores municipais para identificar e sanar as necessidades de infraestrutura, serviços públicos e gestão de riscos ambientais

Comercialização
- Atualizar plano de *marketing* da SETUR-MG.
- Encontrar soluções para: adequar portfólio de produtos turísticos ofertados que atendam às necessidades das operadoras (escala) e também ao perfil predominante dos turistas; aperfeiçoar táticas de promoção e vendas junto às operadoras e agentes de turismo.

Fortalecimento institucional e do sistema de gestão
- Articular os parceiros do Observatório para captação de recursos.
- Aprimorar as informações e indicadores gerados pelo Observatório para o monitoramento e avaliação das políticas públicas pela SETUR-MG.
- Demandar, divulgar e sensibilizar para a importância de linhas de apoio e mecanismos de financiamento.
- Revisar a política de regionalização e a certificação de Circuitos Turísticos.
- Realizar estudos técnicos de base territorial.
- Ajustar o território/ composição dos Circuitos Turísticos do ponto de vista da sua identidade e viabilidade turística.
- Sensibilizar e induzir circuitos e prefeituras a implantarem a nova composição.
- Reavaliar, em consonância com os Circuitos Turísticos, as competências dessas instâncias e dos seus gestores.
- Revisar os critérios de habilitação e de pontuação dos municípios para sanar distorções de ICMS Turístico.
- Elaborar plano operacional especificando: ações; prazos; responsáveis; recursos humanos e orçamentários/ financeiros necessários; fontes de recursos possíveis.

Observatório de turismo	Observatório do Turismo de Minas Gerais
Link	https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/
Instituição responsável pela coleta, manutenção e produção de conhecimento	Secult
Descrição do *site*	Organizado, atualizado, exclusivo para disponibilidade de dados do observatório
Dados abertos disponibilizados no *site*	Pesquisas de oferta e demanda turística, conjuntura econômica, satisfação de visitantes, estudos acadêmicos, manuais
Programas em curso	Pelo *site* do órgão de governança do turismo: ICMS Turístico, Minas Recebe, Observatório de Turismo, Plataforma Integrada de Turismo, Qualificação Profissional, Regionalização do Turismo, Turismo Criativo, Visite Minas Gerais. Na LOA: Programa Fomento, Democratização e Acesso à Cultura e ao Turismo.
Atividades ou equipamentos de apoio mantidos pelo poder público	Não há

Regiões turísticas, MTur, 2019	Municípios turísticos, MTur, 2019	(%) do estado
44	471	55,22

Por categoria: 2013: A - 1, B - 18, C - 66, D - 272, E - 109; 2016: A - 1, B - 13, C - 52, D - 157, E - 62; 2017: A - 3, B - 18, C - 80, D - 348, E - 106; 2019: A - 3, B - 30, C - 63, D - 289, E - 86

2.2.2 Outros

Plano de Governo 2018-2022: proposições para o turismo	Não há informações a respeito de turismo.
Lei de Diretrizes Orçamentárias	Projetos não listados

Plano Plurianual de Investimentos 2020-2023

Objetivos estratégicos: 9. Ser o melhor destino turístico e cultural do Brasil.

PROGRAMA 050 - TURISMO COMPETITIVO

Objetivo: Melhorar a competitividade do destino turístico Minas Gerais em relação aos principais destinos nacionais, propiciando geração de emprego e renda nas diversas regiões mineiras. programa 056 - fomento, democratização e acesso à cultura e ao turismo.

Diretrizes estratégicas
- Desenvolver novos métodos de financiamento em parceria com o setor privado e a sociedade para incentivar opções turísticas e culturais e garantir a preservação do patrimônio material e imaterial.
- Fomentar as cadeias produtivas de cultura e turismo por meio da inovação e do empreendedorismo visando à democratização do acesso.
- Fortalecer a identidade de Minas Gerais alavancando as suas vocações, tornando o estado o melhor destino turístico e cultural do país e promovendo o desenvolvimento da atividade econômica.
- Racionalizar recursos, avaliando presença do estado na operação de entidades, priorizando ações visando a maximização do impacto e melhoria na qualidade das opções oferecidas em Minas Gerais.

Ação: 4224 - Capacitações, cursos e ensino à distância (EAD) para o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo

Finalidade: Realizar ações de capacitação e qualificação para agentes do poder público e privado voltados ao setor turístico para melhoria dos serviços prestados, acréscimo da geração de renda e inserção de profissionais no mercado de trabalho. Além disso, sensibilizar e mobilizar a comunidade local sobre a importância do turismo como atividade econômica e cultural para o cidadão. Por fim, fomentar a pesquisa e ações de gestão do conhecimento pelo Observatório do Turismo e a formalização dos prestadores de serviços turísticos do estado.

Produto: Ação de capacitação realizada (2020: 6, 2021: 7; 2022: 8; 2023: 9).

Ação 4225: Gestão territorial do turismo

Finalidade: Promover o desenvolvimento local, por meio da descentralização e estruturação da gestão turística regional e municipal, prezando pela gestão participativa, colaborativa e integrada. Orientar e otimizar a utilização de ferramentas de planejamento do turismo em âmbito regional e municipal a partir do desenvolvimento e fortalecimento das instâncias de governança regionais (IGRS) do turismo. Promover a interlocução com a União para a continuidade da política de regionalização. Ampliar a compreensão dos gestores em políticas públicas específicas de governo tais como ICMS, Mapa do Turismo Brasileiro e certificação das IGRS.

Produto: Instâncias de governança regionais

Ação 4234: Diversificação da oferta turística de Minas Gerais

Finalidade: Fortalecer o turismo receptivo no estado, por meio da melhoria da qualidade e diversificação da oferta turística, bem como apoiar a comercialização dos serviços e produtos turísticos oferecidos nos mercados nacional e internacional.

Produto: Roteiros disponibilizados e comercializados.

Ação 4236: Promoção do destino Minas Gerais

Finalidade: Promover os destinos turísticos mineiros e difundir informações turísticas nos mercados regional, nacional e internacional visando consolidar Minas Gerais como destino turístico.

PROGRAMA 705 - APOIO ÀS POLÍTICAS PÚBLICAS

Objetivo: Desenvolver atividades de suporte à consecução das políticas públicas dos órgãos e entidades governamentais, em relação às quais não se possa associar um bem ou serviço a ser disponibilizado diretamente à sociedade.

Diretrizes estratégicas
- Conduzir a implementação de simplificação de processos, de inovações e tecnologias digitais na administração pública focando em obter um salto de qualidade nos serviços, maximizar as potenciais sinergias e minimizar o impacto fiscal.
- Coordenar as ações governamentais por meio da gestão estratégica, com foco na transversalidade e intersetorialidade de programas e projetos, e no alinhamento dos mesmos à estratégia central.
- Fomentar a gestão de pessoas baseada no mérito e competência, promovendo a atração, seleção, desempenho e desenvolvimento dos gestores públicos estaduais, bem como atuar na modernização dos processos de pessoal da administração pública estadual.
- Fomentar e apoiar os órgãos e entidades na captação de recursos e parcerias com outros poderes, entes da federação, entidades privadas e do terceiro setor.
- Potencializar a abrangência e eficácia dos serviços compartilhados, centralizando e dando transparência aos processos de compras, alavancando tecnologias digitais e automatizando processos visando a maximização das sinergias e otimização dos recursos.
- Realizar o planejamento e gestão do orçamento público, tendo como foco a melhoria da qualidade do gasto, e sua utilização como ferramenta gerencial.

Ação 2500: Assessoramento e gerenciamento de políticas públicas

Finalidade: Viabilizar a execução de serviços técnicos-administrativos de gerenciamento e suporte da área meio dos órgãos e entidades, elencando os recursos que não podem ser diretamente distribuídos nas ações finalísticas.

Produto: Ação de apoio à gestão institucional realizada.

2.3 Legislação de turismo

Constituição estadual

TÍTULO IV – DA SOCIEDADE
CAPÍTULO II – DA ORDEM ECONÔMICA
Seção III – Do Turismo
Art. 242 – O Estado apoiará e incentivará o turismo como atividade econômica, reconhecendo-o como forma de promoção e desenvolvimento, social e cultural.
Art. 243 – O Estado, juntamente com o órgão colegiado representativo dos segmentos do setor, definirá a política estadual de turismo, observando as seguintes diretrizes e ações:
I – adoção de plano integrado e permanente, estabelecido em lei, para o desenvolvimento do turismo no estado, observado o princípio da regionalização;
II – incentivo ao turismo para a população de baixa renda, inclusive mediante estímulos fiscais e criação de colônias de férias, observado o disposto no inciso anterior;
III – desenvolvimento de infraestrutura e conservação dos parques estaduais, reservas biológicas, cavernas e abrigos sob rocha e de todo potencial natural que venha a ser de interesse turístico;
IV – estímulo à produção artesanal típica de cada região do estado, mediante política de redução ou de isenção de tarifas devidas por serviços estaduais, conforme especificação em lei;
V – apoio a programas de orientação e divulgação do turismo regional e ao desenvolvimento de projetos turísticos municipais;
VI – criação de fundo de assistência ao turismo, em benefício das cidades históricas, estâncias hidrominerais e outras localidades com reconhecido potencial turístico desprovidas de recursos;
VII – regulamentação do uso, ocupação e fruição dos bens naturais e culturais de interesse turístico;
VIII – manutenção e aparelhamento das estâncias hidrominerais;
IX – proteção do patrimônio ecológico e histórico-cultural do estado;
X – apoio à iniciativa privada no desenvolvimento de programas de lazer e entretenimento para a população;
XI – apoio a eventos turísticos, na forma da lei;
XII – promoção da educação para o turismo em todos os níveis educacionais;
XIII – divulgação de informações sobre a atividade do turismo, com vistas a conscientizar a população da importância do desenvolvimento do setor no estado.

Legislação estadual relevante

Lei 12.398/1996 – Dispõe sobre o Plano Mineiro de Turismo e dá outras providências
Lei 14.368/2002 - Estabelece a Política Estadual de Desenvolvimento do Ecoturismo
Lei 17.110/2007 - Dispõe sobre o reconhecimento de localidade como estância climática ou hidromineral e dá outras providências
Lei 18.030/2009 - Dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da Arrecadação do ICMS pertencente aos municípios
Lei 22.765/2017 - Institui a Política Estadual de Turismo e dá outras providências
Lei 23.244/2019 - Reconhece o relevante interesse coletivo e a importância econômica e social dos Circuitos Turísticos de MG
Decreto 48.108/2020 - 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
Lei 23.763/2021 - Institui a Política Estadual de Turismo de Base Comunitária

Incentivo e apoio/ recursos a municípios turísticos: ICMS Turístico - **Lei 18.030/2009, Art. 1º** A parcela da receita do produto da arrecadação do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) pertencente aos Municípios, de que trata o § 1º do art. 150 da Constituição do Estado, será distribuída nos percentuais indicados no Anexo I desta Lei, conforme os seguintes critérios: XVI - turismo

Incentivos para investimento (não relacionados a ações de retomada da economia): Informação não encontrada

Tipo de incentivo: n/a

	Convênios e acordos federais (R$)	Transferência de recursos (R$)
2017	849.926	241.912
2018	0	834.919
2019	925.000	0
2020	500.000	171.049.116

3 TECNOLOGIA

3.1 Digital

Uso de tecnologia para planejamento e monitoramento do turismo	Sim, por exemplo no Panorama Mensal do Turismo
Sistemas de informação turística disponíveis	Sim, por meio de estudos publicados no *website* do Observatório do Turismo

Sistema de telefonia		
Telefonia fixa, cumprimento de meta, 2020 (%)	Atendimento	35,8
Telefonia móvel, cumprimento de meta, 2020 (%)	Atendimento	6,8
	Conexão de dados	95,6
	Rede	97,6
Banda larga, cumprimento de meta, 2020 (%)	Atendimento	56,8

Internet nos principais pontos turísticos: O serviço é oferecido em diversos pontos do estado por diferentes órgãos do governo federal ou municipal

3.2 *Know how*

Aproveitamento de dados digitais: Dados sistematizados, analisados e com série histórica

Sistema de educação

Educação básica, estabelecimentos, 2020	Ensino fundamental	10.438
	Ensino médio	3.201
Ensino superior, 2019	Presencial, estabelecimentos	306
	Educação a distância, polos	1.872
Educação profissional, estabelecimentos, 2020	Técnica de nível médio	758

Sistema S							
SESI	67	SENAC	52	SESCOOP	1	SESC	20
SENAI	87	SENAR	1	SEST SENAT	25	SEBRAE	171

4 INOVAÇÃO

4.1 Produtos (bens e serviços)

Políticas públicas de inovação de produtos	Inovação nos polos receptores de turismo	Casos de sucesso
Plataforma Integrada de Turismo que, entre outras ações, alimenta o portal de turismo estadual	Autenticação pelo selo Safe Travels, da World Travel & Tourism Council (WTTC)	Portal oficial de turismo da marca Minas Gerais

4.2 Processos e gestão

Plano de retomada	Autoria e data	Número de páginas
Reviva Turismo	Secretaria de Cultura e Turismo, maio/2021	25

Análise de impactos:
Queda de 40% na receita turística do estado em 2020.
Queda de 32% no fluxo turístico no primeiro trimestre de 2021.
Desligamento de 34.979 vagas de emprego no setor de turismo em 2020.
Queda de 48% na ocupação hoteleira em Belo Horizonte em 2020.

Objetivos/ premissas: Em um ambiente competitivo, inclusivo e criativo, o Estado de Minas Gerais promove desenvolvimento regional e local, para aproveitar as oportunidades socioeconômicas geradas por meio do turismo.

Diretrizes: Biossegurança, Estruturação do turismo, Capacitação, *Marketing*

Ações:
- **Lançamento Selo Evento Seguro**: divulgação do Selo WTTC Safe Travels; promoção da campanha Turismo Consciente revisão de diretrizes e regulamentações de políticas centrais: desenvolvimento de grupos de trabalho turismo de aventura, turismo de base comunitária, Furnas e datas comemorativas.
- **Formatação de novos produtos turísticos**: Circuito Turístico Liberdade; rotas de cicloturismo; rotas de turismo rural; parques estaduais; Transmantiqueira; Cidades Históricas; ações conjuntas com municípios mineiros e fortalecimento da política de regionalização e interiorização do turismo de Minas Gerais.
- **Atração de voos e conectividade**: projeto Itapemirim; parceria INDI e BH Airport; atração de novos voos e novas cias aéreas.
- **Observatório do Turismo**: monitoramento.
- **Ações estruturantes**: sinalização turística da Rota das Grutas de Peter Lund; portais turísticos e sinalização do Circuito Guimarães Rosa; construção de parques municipais de São Bento do Abade; sinalização turística e rodoviária de Serranópolis de Minas; construção da Estação Locomotiva Piedade do Santuário Nossa Senhora da Piedade; aquisição de veículo 5 lugares para Associação dos Municípios do Circuito Turístico Caminhos Verdes de Minas; contratação de serviços para Projeto de Furnas para Prefeitura de Varginha; construção coletiva dos planos diretores, ações para fortalecimento de mobilidade, acessibilidade e conectividade das cidades da RMBH, definição de rotas e roteiros para finais de semana juntamente com agências do Programa Minas Recebe; Circuito Mineiro de Oportunidades de Negócios para promoção do acesso aos mercados de pequenos negócios na cadeia produtiva do turismo de Minas Gerais.
- **Ações de apoio ao *trade***: parcelamento de dívidas e divulgação específica; prorrogação para pagamento de IPVA; negociações de crédito para microempreendedores e pequenos empresários do setor.
- **Cursos EAD**: lançamento de 10 cursos; webinários e ações de formação.
- **Apoio à comercialização**: *marketing* cooperado e parcerias OTA; parceria Sebrae para o Circuito Liberdade; participação em encontros, feiras e eventos; realização de viagens de familiarização; parceria Sesc
- **Promoção de destino**: campanha Minas para Minas e Minas para o Brasil; Projeto Gerais+Minas; parceria com mídia nacional e especializada; *marketing* cruzado Rio de Janeiro; parceria Polícia Militar; parceria com Conselho Estadual do Turismo.

Protocolos sanitários: Não

4.3 Comercialização e *marketing*

Participação do órgão de governança de turismo ações de divulgação	Sim
Órgão de governança de turismo disponibiliza envio de SMS	Não
Aplicativos criados pelo governo estadual	Não

Marca de turismo

Logomarca: Minas — *Slogan*: Minas

Redes sociais: Facebook: Visite Minas Gerais; Instagram: @visiteminasgerais; Youtube: Canal da Setur

Site — *Link*: https://www.minasgerais.com.br/pt

Layout	Impressão geral	Identidade visual chamativa, bem estruturado, com informações turísticas completas	Fotos refletem posicionamento e mostram diferencial	Sim
	Imagens e vídeos	Sim	Atualização	Sim
Abas	Abas disponíveis	O que fazer, roteiros turísticos, planeje sua viagem, destinos, *blog*, eventos, Minas 360º, fale conosco	Conteúdo organizado por segmento	Sim
	"Quem somos"	Não	Conteúdo organizado por cidades	Não
	Serviços	Sim	Canais de contato	Sim
Outros	*Site* seguro	Sim	*Pop-up* para mensagem	Não
	Textos em outros idiomas	Libras	Postagem de notícias	Não há
	Metadescrição	Buscando o que conhecer em Minas? Encontre 5 mil pontos turísticos e as melhores dicas de cachoeiras, parques, cidades históricas, museus e muita ...	Informações disponíveis para consulta	Roteiros, mapa interativo, serviços turísticos
	Covid-19	Informações disponíveis	Adaptado para dispositivo móvel	Sim

Órgão de governança do turismo

Redes sociais: Facebook: Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais; Instagram: @culturaeturismomg; Youtube: Visite Minas Gerais

Site — *Link*: https://www.secult.mg.gov.br/ — *E-mail*: gabinete@turismo.mg.gov.br

Layout	Impressão geral	*Site* institucional com notícias sobre o turismo no estado	Imagens e vídeos	Sim
			Atualização	Sim
Abas	Abas disponíveis	A secretaria, instituições, conselhos, programas, editais e documentos, lei Aldir Blanc, selo Evento Seguro	Conteúdo organizado por segmento	Não
			Conteúdo organizado por cidades	Não
			Canais de contato	Sim
	"Quem somos"	Sim	Serviços	Não
Outros	*Site* seguro	Sim	*Pop-up* para mensagem	Não
	Textos em outros idiomas	Libras	Postagem de notícias	Notícias atuais e relacionadas a turismo
	Metadescrição	Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de MG	Informações disponíveis	Não disponibiliza nenhum material informativo
	Covid-19	Sem informações	Adaptado para dispositivo móvel	Sim
	Consultas públicas	Não há consultas públicas em andamento	Divulgação de campanhas	Reviva Turismo

Presença *online*, maio/2021

Facebook

Nome da página	Visite Minas Gerais	Descrição na página "sobre"	Sim
Link	https://www.facebook.com/VisiteMinasGerais/	Fotos e vídeos	Sim
Seguidores	44.596	Frequência de postagem	Alta (todo dia)
Curtidas	43.185	*Posts* e engajamento	Baixo (poucas curtidas e comentários)
Avaliações	Não há opção para avaliações	Covid-19	Sem informações
Capa	Logo da marca		

Instagram

Nome de usuário	@visiteminasgerais	Uso de *links*	*Site* da marca, Facebook, Spotify, Deezer e SETUR
Tipo do perfil	Corporativo	Seguidores	121 mil
Foto de perfil	Logo da marca	Destaques	Sim, com fotos e vídeos. Tem capa.
Biografia	Em português. Pede para usar a *hashtag* #TurismoMG	Verificado	Sim
Posts: Publicações	2.460	Frequência de *posts*	Alta (todo dia)
Posts: Reels	Sim	Propósito claro e fotos	Sim, conteúdo exclusivamente promocional
Posts: IGTV	Sim	Engajamento	Alto (mais de 10% de seguidores interagem)
Posts: Conteúdo relevante, consistente e alta qualidade	Sim	*Mix* de conteúdo dentro da marca	Fotos de destinos, cultura, interfaces de aplicativos, informações sanitárias, vídeos
Posts: Exploração de *hashtags*	Sim	Covid-19	Sem informações
Posts: Legenda interativa	Muito		

Youtube

Link	https://www.youtube.com/channel/UCtx2C0qx0vKi8dr5eQltmAg				
Número de vídeos	31	Número de inscritos	48	Visualizações	503

Google: "(estado) + turismo": Minas (1ª); "o que fazer em (estado)": Minas (6ª)

TripAdvisor o que fazer (estado)

Link	https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g303370-State_of_Minas_Gerais-Vacations.html
Página do estado	Sim, separado por segmentos
10 principais cidades	Monte Verde, Belo Horizonte, Poços de Caldas, Tiradentes, São Lourenço, Ouro Preto, Serra do Cipó, Juiz de Fora, São Thomé das Letras
10 principais atrações	Mercado Central de Belo Horizonte, Cristo Redentos (Poços de Caldas), Canyons de Furnas, Centro Histórico de Ouro Preto, Zoo das Aves, Pedra Redonda, Cachoeira Véu das Noivas, Rota do Café Especial, Parque do Sabiá, Parque da Lajinha

4.4 Capacitação e conhecimento

Órgão de governança do turismo promove cursos de capacitação ou profissionalizantes em atividades típicas do turismo	Sim
Órgão de governança do turismo apoia seminários, encontros, palestras, congressos na área de turismo	Sim
Modelos inovadores de capacitação e conhecimento	Plataforma EAD Cultura e Turismo (https://ead.secult.mg.gov.br/)

5 SUSTENTABILIDADE

5.1 Econômica

	Estado	(%) da região	(%) do Brasil
Produto interno bruto (PIB), 2018 (milhões de R$)	614.876	16,52	8,78
Produto interno bruto (PIB) *per capita*, 2018 (R$)	29.223,22	68,88	86,99

Atividades Características do Turismo

	Arrecadação federal (R$)	(%) do estado	Ocupações formais	(%) do estado
2016	1.078.234.836,73	1,54	101.851	2,68
2017	1.170.967.672,23	1,59	102.066	2,70
2018	1.228.392.290,78	1,46	100.624	2,62
2019	1.376.215.820,35	1,36	106.219	2,66

População na força de trabalho, 2019 (%)	Estado	Região	Brasil
Taxa de participação	64,84	66,00	62,60
Taxa de desocupação	10,13	12,10	11,70
Rendimento médio real do trabalho principal, 2019 (R$)	1.900	2.551	2.229

5.2 Sociocultural

	Estado	Brasil
Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), 2017	0,787	0,778
IDH Educação	0,753	0,742
IDH Longevidade	0,875	0,850
IDH Renda	0,741	0,747

Patrimônio cultural		Estadual	Federal
Material	Bens tombados	1	207
Imaterial	Bens culturais inventariados	-	16
	Bens registrados	8	7
Patrimônio arqueológico	Bens tombados	-	0
	Bem arqueológico	0	-

Comunidades tradicionais

Quilombolas	Terras indígenas: Quantidade	Área protegida (ha)	(%) do estado
316	14	115.827,43	0,00

	Estado	Região	Brasil
Índice de Vulnerabilidade Social (IVS), 2017	0,207	0,235	0,243
IVS Infraestrutura urbana	0,129	0,272	0,204
IVS Capital humano	0,201	0,173	0,226
IVS Renda e trabalho	0,291	0,260	0,300
Índice de Gini da distribuição do rendimento domiciliar *per capita*, 2019	0,488	0,527	0,543
Energia elétrica, domicílios com atendimento por rede geral, 2019 (%)	99,9	99,9	99,5
Saúde pública: Taxa de mortalidade infantil, 2020 (ano de projeção 2018, ‰)	9,18	9,05	11,56
Saúde pública: Esperança de vida ao nascer, 2020 (ano de projeção 2018, anos)	78,19	78,54	76,74
Segurança pública: Taxa de homicídios, 2017 (por 100 mil habitantes)	20,36	19,4	31,59

5.3 Ambiental

Unidades de conservação

Federais, uso público e turismo, 2019		Estaduais	
Unidades	17	Unidades	123
Área protegida (ha)	1.545.575	Área protegida (ha)	2.375.205
Visitantes	377.363		

Área federal e estadual protegida em relação à área total do estado (%): 0,07

	Estado	(%) da região	(%) do Brasil
Domicílios, 2019 (em 1.000)	7.462	23,7	10,3
População total, 2019	21.200.000	24,0	10,1

	Estado	Região	Brasil
Água, domicílios com atendimento por rede geral, 2019 (%)	89,1	92,3	85,5
Esgoto, domicílios ligados à rede geral, 2019 (%)	80,7	86,5	62,7
Resíduos sólidos, domicílios com coleta por serviço de limpeza, 2019 (%)	87,3	70,8	84,4
Água, população total com atendimento por rede, 2019 (%)	82,1	91,1	83,7
Esgoto, população total com atendimento por rede, 2019 (%)	73,1	79,5	54,1
Resíduos sólidos, cobertura de coleta domiciliar, 2019 (%)	91,2	96,2	92,1

6 ACESSO E ACESSIBILIDADE

6.1 Infraestrutura

Aeroportos — Quantidade: 26 — Municípios atendidos: Januária, Jaíba, Guaxupé, Passos, Piumhi, Almenara, Pouso Alegre, Poços de Caldas, Patrocínio, Viçosa, Araçuaí, Diamantina, Patos de Minas, Araxá, Manhuaçu, Ubaporanga, Varginha, Teófilo Otoni, Governador Valadares, Belo Horizonte, Uberaba, Goianá, Ipatinga, Montes Claros, Uberlândia, Confins

	Estado	(%) da região	(%) do Brasil
Chegada de turistas internacionais, 2019	54.424	1,48	0,86
Embarques nacionais de passageiros em aeroportos, 2018	5.883.289	12,44	6,16
Desembarques nacionais de passageiros em aeroportos, 2018	5.873.216	12,38	6,15

Rodoviárias — Principais municípios receptores, viagens interestaduais e internacionais, 2019: Belo Horizonte, Uberlândia, Governador Valadares, Juiz de Fora, Uberaba

	Estado	(%) da região	(%) do Brasil
Movimentação de passageiros em rodoviárias, 2019	6.744.561	34,86	17,03

Rede viária avaliada pela pesquisa CNT, 2019		Total	Rodovias estaduais
Extensão (km)		15.363	7.092
Estado geral (%)	Ótimo	5,42	0,28
	Bom	23,98	6,66
	Regular	37,30	37,49
	Ruim	28,46	48,20
	Péssimo	4,84	7,37

6.2 Inclusão

Órgão de governança de turismo desenvolve iniciativa voltada para a promoção da acessibilidade	Sim, o tema é recorrente em webinários
Ferramentas de inclusão *online*: *Site* do órgão de governança de turismo	VLibras
Ferramentas de inclusão *online*: *Site* da marca de turismo	VLibras