

**ATA DA 52ª REUNIÃO ORDINÁRIA DO COMTUR-LS EM 20.10.2022**

Aos vinte de outubro de dois mil e vinte e dois, às nove horas, o Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa reuniu-se por meio digital na plataforma Google Meet, onde estiveram presentes os seguintes Conselheiros: Sr. Arnaldo Frederico Carvalho Marchesotti (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sr. Luiz Tadeu Neves Pimenta (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sra. Níve Campos Castro (Titular, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sr. Webert Corrêa (Titular, Cooperativas de Taxi); Sr. Stefano Rodrigues de Pinho Tavares (Titular, Associação Comercial de Lagoa Santa); Sr. Marlon Tadeu Penido Cunha (Titular, Meios de Hospedagem, Bares e Restaurantes); Sra. Marta Soares Machado Soares (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sra. Érika Suzanna Bányai (Titular, AMAR); Sra. Adriana Ferreira da Cruz (Titular, Associação do Circuito Turístico das Grutas); Sra. Millena Ariana Boueri Janducci (Titular, Secretaria de Desenvolvimento Urbano); Sr. Daniel Henrique Marçal (Titular, Câmara Municipal de Lagoa Santa); Sr. Cléber de Lima Prado (Suplente, Câmara Municipal de Lagoa Santa); Sr. Rodrigo Teribele (Titular, Parque Estadual do Sumidouro); Sra. Marília de Fátima Martins (Suplente, Associação do Circuito Turístico das Grutas); Sr. Lúcio dos Santos Costa (Suplente, AMAR); Sra. Josiane Reginaldo de Oliveira (Secretária Executiva). Não estiveram presentes: Sra. Isadora Senra Prado (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo); Sr. Régis Rocha Pimenta (Suplente, Associação Comercial de Lagoa Santa); Sr. Expedito Matias Ferreira (Suplente, Cooperativas de Taxi); Sra. Paula do Nascimento Ferreira (Suplente, Secretaria de Desenvolvimento Urbano); Sr. Gabriel de Castro Lambert (Suplente, Diretoria Municipal de Turismo e Cultura); Sr. Mauro Roberto Ribeiro Pinto (Suplente, Meios de Hospedagem, Bares e Restaurantes); Sra. Isabella Janot Pacheco Carneiro (Suplente, Parque Estadual do Sumidouro); Sr. Maurício Tizumba (Suplente, Gruta da Lapinha Viva); Sra. Luci Rosa da Silva (Titular, Gruta da Lapinha Viva). Dessa forma, apenas os representantes da Organização do Terceiro Setor, Gruta da Lapinha não estiveram presentes, tendo a Sra. Luci Rosa da Silva justificado a ausência. Como convidados estiveram presentes: o Sr. André Jordani, o Sr. Edi Wilson Rodrigues, e a Sra. Ione Amaral. Os membros do Conselho foram convocados por comunicado eletrônico (e-mail) e por Whatsapp. A pauta foi a atualização do Inventário da Oferta Turística, o Plano Municipal de Marketing Turístico, Autorização para Pagamento de Impressão de Folders via Fundo Municipal de Turismo, Festival Sabores e Projeto aprovados pelo Circuito das Grutas junto à Secretaria Estadual de Cultura e Turismo. O Sr. Luiz Pimenta dá boas vindas aos presentes e ressalta a importância e efetividade das reuniões realizadas de forma online pelo COMTUR-LS, fato que facilita em muito a participação no Conselho. Sr. Luiz Pimenta pergunta se existem dúvidas referentes à Ata da reunião anterior. Os conselheiros presentes aprovam a respectiva Ata. Seguindo a reunião, Sr. Luiz Pimenta passa a palavra ao Sr. André Jordani, que passa a atualizar com seguem os andamentos dos serviços referentes ao Inventário da Oferta Turística. Sr. André diz que a Esfera Consultoria está com três pesquisadores em campo, que estão orientados a procurarem empreendimentos de acordo com regiões específicas da cidade. Também estão sendo desenvolvidos os vídeos tutoriais a fim de orientar empreendedores a prestarem por si mesmos as informações referentes aos seus próprios empreendimentos. Os dados que estão sendo levantados constarão em relatório que será apresentado no final dos serviços. Sr. André diz que, por exemplo, até o momento, o setor de bares, restaurante e lanchonetes tiveram 26 empreendimentos fechados, tendo como base os serviços já prestados pela Diretoria de Turismo e Cultura. Quanto aos que abriram, já estão catalogados 71 empreendimentos voltados para a alimentação. Até agora são 186 empreendimentos catalogados no referido setor. Sra. Millena Janducci pergunta se todos os empreendimentos estarão no folder turístico. Sr. Luiz Pimenta esclarece que o folder, parte da pauta, apresenta atrativos turísticos da cidade, já o inventário está sendo feito na plataforma da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo, que possibilitará exposição no site [minagerais.com.br](http://minagerais.com.br), que é o maior portal de turismo do Estado. Futuramente, a ideia é criar o site e o aplicativo da cidade/turismo a fim de melhorar a exposição

dos empreendimentos junto aos consumidores reais e potenciais. Sr. André Jordani agradece a atenção. Seguindo a reunião, Sr. Luiz Pimenta apresenta as modificações realizadas no Plano Municipal de Marketing Turístico. Diz que o logotipo da Rota “Caminho do Fidalgo” foi modificada pelo Analista Publicitário da Prefeitura, Sr. Marcos Braga, e foram propostas novas possíveis ações de marketing, como criação de jingles para as Rotas, definir personas do destino, press trip e outras, além de ter inserido os slogans aprovados no Plano Municipal de Turismo 2022-2025. Sr. Luiz Pimenta diz que o referido plano foi enviado com antecedência para análise do Conselho. Sr. Luiz Pimenta pergunta se algum membro tem alguma modificação a propor, e se o Plano Municipal de Marketing Turístico pode ser aprovado como está. Por unanimidade, fica aprovado. Seguindo a pauta, Sr. Luiz Pimenta diz que foi enviado com antecedência o folder para que o Conselho avalie a fim de que tenhamos material impresso de divulgação, e que possamos movimentar o Fundo Municipal de Turismo para pagamento do serviço. A Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura conseguiu três orçamentos e o valor mais barato ficou em R\$2.638,35 (dois mil seiscentos e trinta e oito reais e trinta e cinco centavos), para impressão de 1.000 (mil) exemplares. Sr. Luiz Pimenta diz ainda que colocará o logotipo oficial do turismo Lagoa Santa na parte que fala sobre o Peter Lund, além da atualização dos contatos do Receptivo da Lapinha, do Centro de Arqueologia, e da IGR Grutas. Sra. Erika pergunta se 1.000 exemplares não é pouco. Sr. Arnaldo Marchesotti argumenta que esses folders são para resolver um problema imediato por falta de material, e, que agora que a cidade possui um Plano de Marketing Turístico, e rotas definidas com identidade visual individuais, já estão sendo pensados criações de folders específicos para cada Rota, ou seja, por seguimentação de características locais e conseqüentemente por seguimentos de consumidores de viagens e turismo. Sr. Cléber sugeriu que os folders sejam distribuídos pela rede hoteleira, feiras, receptivos turísticos e outros. Sra. Adriana Ferreira diz que a movimentação do Fundo Municipal de Turismo para divulgação da cidade atende aos requisitos exigidos pelo ICMS critério turismo. Sr. Marlon Penido observa que algumas cores do folder poderiam ser repensadas. Sr. Stefano Tavares diz que para os próximos folders cabe repensar cores e informações, mas para este que estamos aprovando podemos deixar a arte como está. Após os esclarecimentos, Sr. Luiz Pimenta coloca em votação a movimentação do Fundo Municipal de Turismo para movimentar o recurso para pagamento do serviço. Nenhum membro se manifestou contrário, dessa forma, por unanimidade, foi aprovada a movimentação para pagamento do referido serviço. Seguindo a pauta, Sr. Luiz Pimenta passa a palavra para o Sr. Edi Rodrigues, organizador do Festival Sabores. Sr. Edi Rodrigues agradece o convite do Sr. Luiz Pimenta para participar dessa reunião do Conselho Municipal de Turismo. Se apresenta dizendo que mora na Lapinha a 10 anos, é empresário da área de marketing e negócios digitais, sendo a empresa que fez o projeto de abertura, marketing e plano de negócios do Mercado Internacional. Sr. Edi Rodrigues diz que teve muitas dificuldades em unir os empreendimentos, pois o costume é que cada um haja individualmente. O Festival Sabores reuniu mais de 50 bares e restaurantes, entre eles 8 foram restaurantes do Aeroporto Internacional administrado pela BHairport, que foi a maior parceira do Festival. O evento movimentou mais de R\$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), foram realizados 5 eventos: Um Café na Revista Impacto, realizado em 30/05; O lançamento do projeto realizado no espaço Victor Dzenk, realizado em 18/07; teve o evento em 27/08 no Aeroporto quando teve apresentações artísticas e integração entre os restaurante do Aeroporto com cidade em geral; dia 19/09 aconteceu o evento no Mercado Internacional quando aconteceu o encontro dos pratos concorrentes; e para finalizar, no dia 11/09 ocorreu o evento na Fazenda Samambaia para divulgação dos vencedores do Festival. Participaram também a ABRASEL, ABAV, BHairport, Urbanes Parque, Hotéis e a Prefeitura Municipal de Lagoa Santa por meio da Diretoria de Turismo e Cultura com o apoio institucional. Estiveram presentes nos eventos mais de 12.000 pessoas, novos pratos surgiram e vários continuaram vendendo o prato depois do evento, muitas pessoas inovaram seus produtos, teve muita mídia atingindo pessoas de fora da Região Metropolitana e toda divulgação foi online. Sr. Edi Rodrigues diz que esteve em Gramado para entender o funcionamento de um lugar referência do turismo no

Brasil. Dentre outros entendimentos, concluiu que a cidade de Lagoa Santa não tem mão de obra qualificada suficiente. O vento foi de negócios, que tinha como pano de fundo a gastronomia, pois em volta desta, foi possível juntar pessoas de partidos diferentes, ideias diferentes, credos diferentes, tendo como meta o mesmo objetivo. Ao longo do caminho, percebeu que há uma desintegração muito grande na cidade, sendo necessário que os empreendedores entendam mais de turismo e de business que é criar um selo de qualidade para que os profissionais de atendimento tenham a noção de negócios de turismo, para trazer esse conhecimento para seus empreendimentos. É importante terem eventos para os integrantes do Trade Turístico troquem informações e caminhem para a ideia de cooperarem entre si. O pensamento deve ser a médio e longo prazos pensando os passos em caminho de atingir o turismo de excelência. Um exemplo é quanto a educação ambiental da população, que não colabora para manter a cidade limpa. São necessários pontos de ônibus mais modernos, desenvolver identidades visuais nas ruas e praças, usar tecnologias, mais flores pela cidade. Para encerrar diz que no terceiro trimestre sempre teve o Pedro Leopoldo Rodeio Show, que não existe mais. Por isso, o Festival Sabores foi, e continuará sendo, realizado no mês de setembro. Sr. Stefano Tavares diz que Lagoa Santa e região não tem relação com FECOMÉRCIO, que atua é a FEDERAMINAS. Sr. Edi Rodrigues diz que o contrato dele foi realizado com a FECOMÉRCIO para trazer o SENAC para Lagoa Santa. Sr. Cléber Lima parabeniza o Sr. Edi Rodrigues pelo trabalho realizado. Sra. Erika Baniáy elogia o evento e diz que percebeu a satisfação das pessoas que atuaram no evento, além de ter percebido que a organização foi muito bem feita. Sr. Edi Rodrigues diz que a questão do turismo não pode ser somente lúdica, mas também financeiramente viável. Seguindo a reunião o Sr. Rodrigo Teribele parabeniza a todos pelos eventos que estão sendo realizados. Pontua que, quando se falar da Gruta da Lapinha, chamar a atenção para o Parque Estadual do Sumidouro, e que a divulgação utilize a marca do Parque Estadual do Sumidouro, pois valoriza a unidade de conservação. Sra. Adriana Ferreira diz que o Circuito das Grutas diz que trata o turismo como gerador de emprego e renda por meio de negócios. Coloca também que o Circuito das grutas também é um parceiro para os eventos dos municípios e dos empreendedores. Diz também que possui o direito de utilizar o selo da “Cozinha Mineira”, atestado pelo Governo do Estado, selo o qual, os eventos de gastronomia podem usar em parceria. Sra. Adriana Ferreira segue sua fala dizendo que o Circuito das Grutas participou de um edital com três categorias da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo. O Circuito entrou com três propostas e foi contemplado com recursos para dois projetos que serão realizados em 2023. Na categoria Promoção o Circuito aprovou um projeto no valor de R\$95.500,00 e nele será feito um levantamento fotográfico de todo território e vídeos promocionais do destino e das rotas turísticas. O outro projeto aprovado no valor de R\$134.600,00 é de Apoio à Comercialização, e com esse recurso será criado um catálogo bilíngüe para cada município e rotas, e um para o destino Circuito das Grutas, além de dois Famtour com agências e operadoras para conhecerem melhor as ofertas da região. O terceiro, no valor de R\$94.000,00, é de Apoio à Estruturação para compra de equipamentos como aparelhos de televisão, notebooks para ficarem nas Unidades de Conservação da Rota Lund, datashow, balcões e outros que dinamizam o trabalho de capacitação contínua realizado dentro do Programa Educa Circuito. Sra. Adriana cita ainda que todos os Circuitos Turísticos são parceiros da FECOMÉRCIO. Sr. Arnaldo diz que uma das principais funções do COMTUR-LS é apoiar a união do trade turístico, a fim de dinamizar a atividade, gerando emprego e renda, impostos para o setor público, e qualificação dos serviços prestados, agindo em busca da excelência. Sr. Cléber convida a todos para participarem do primeiro encontro de carros antigos no Parque Estadual do Sumidouro a ser realizado no próximo domingo dia 23 de outubro. Sr. Edi Rodrigues complementa que, quando teve reunião com a BHAIRPORT, foi exposto que dentro do Aeroporto tem um projeto de marketing que se chama “Desenvolvimento de Ponta de Destino”, e esse foi o principal fator que levou a empresa a fazer parceria para realização do Festival Sabores. A idéia deles é que se fomenta o ponto de destino, eles atraem mais vôos. Diz ser fundamental que o Parque Estadual do Sumidouro junto com a URBANES PARK passe a disseminar informações para

---

as pessoas entenderem estrategicamente como se dá o negócio, fato que contribui para as pessoas contribuírem na disseminação das informações. Sr. Rodrigo Teribele diz que existe uma condicionante que a BHAIRPORT é obrigada a divulgar o Parque Estadual do Sumidouro. Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata que vai assinada pelo Presidente do Conselho, Sr. Arnaldo Marchesotti e pela Secretária Executiva do COMTUR-LS, Josiane Oliveira.

---

**ARNALDO FREDERICO CARVALHO MARCHESOTTI**  
Presidente do Conselho Municipal de Turismo

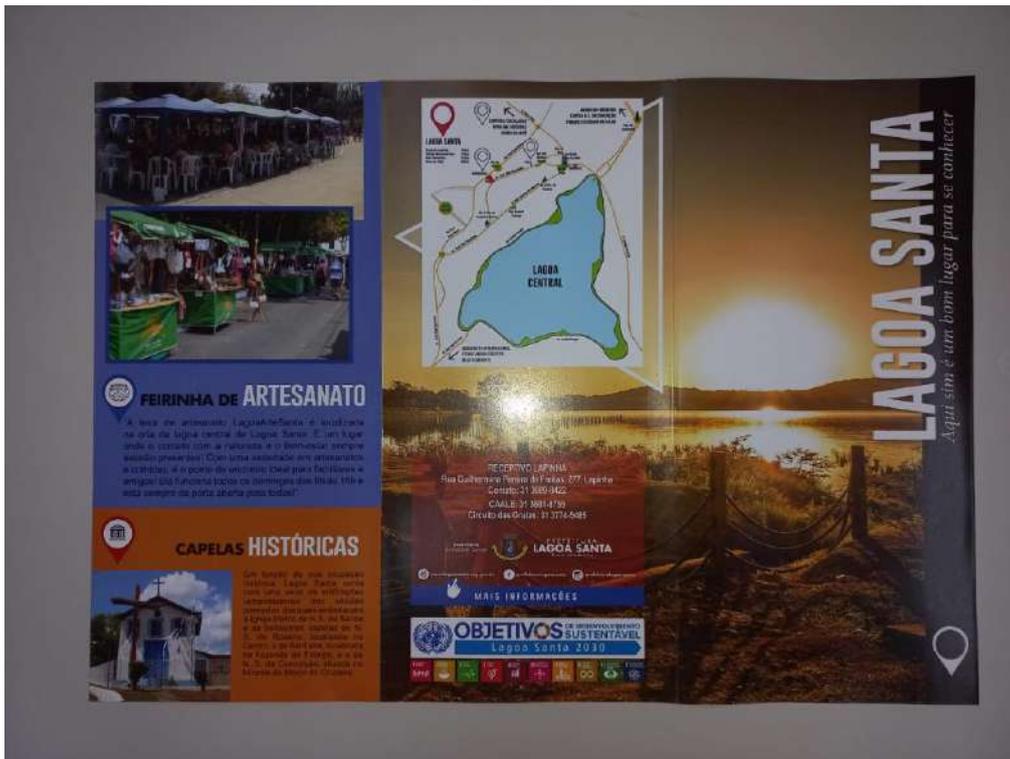
---

**JOSIANE REGINALDO DE OLIVEIRA**  
Secretária Adjunta do Conselho Municipal de Turismo

cleber de lima prado lima...	Josiane oliveira (Você)	Josiane oliveira (Você)	Josiane oliveira (Você)
Daniel Marcal	Adriana Ferreira	Adriana Ferreira	Adriana Ferreira
Edi Wilson	Andre Jordani	Andre Jordani	Andre Jordani
Erika Suzanna Bányai	Andre Jordani Apresentação	Arnaldo Marchesotti	Arnaldo Marchesotti
Ione Amaral	Arnaldo Marchesotti	cleber de lima prado lima...	Daniel Marcal
Lucio Costa	cleber de lima prado lima...	Daniel Marcal	Edi Wilson
Luiz Neves Organizador da reunião	Daniel Marcal	Edi Wilson	Erika Suzanna Bányai
Marilia Martins	Edi Wilson	Erika Suzanna Bányai	Luiz Neves Organizador da reunião
Marlon Penido	Erika Suzanna Bányai	Ione Amaral	Marilia Martins
Marta Machado Soares	Ione Amaral	Lucio Costa	Marlon Penido
Millena Boueri	Lucio Costa	Luiz Neves Organizador da reunião	Marta Machado Soares
Ninive Campos	Luiz Neves Organizador da reunião	Marilia Martins	Millena Boueri
Rodrigo Teribebe	Luiz Neves Organizador da reunião	Marlon Penido	Ninive Campos
Stefano Rodrigues de Pin...	Marilia Martins		

Josiane oliveira (Você)	Daniel Marcal	Na chamada
Adriana Ferreira	Edi Wilson	Josiane oliveira (Você)
Andre Jordani	Erika Suzanna Bányai	Adriana Ferreira
Daniel Marcal	Ione Amaral	Andre Jordani
Edi Wilson	Lucio Costa	cleber de lima prado lima...
Erika Suzanna Bányai	Luiz Neves Organizador da reunião	Daniel Marcal
Luiz Neves Organizador da reunião	Marilia Martins	Edi Wilson
Marilia Martins	Marlon Penido	Erika Suzanna Bányai
Marlon Penido	Marta Machado Soares	Luiz Neves Organizador da reunião
Marta Machado Soares	Millena Boueri	Marilia Martins
Millena Boueri	Ninive Campos	Marlon Penido
Ninive Campos	Rodrigo Teribebe	Marta Machado Soares
	Stefano Rodrigues de Pin...	Millena Boueri
	Webert Fernandes	Ninive Campos

Folder



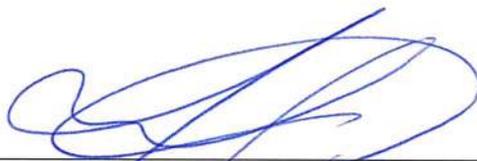
---

**RESOLUÇÃO Nº 016, DE 20 DE OUTUBRO DE 2022**

**APROVA O PAGAMENTO  
DE 1000 FOLDERS TURÍSTICOS  
VIA FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO**

O Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa, órgão deliberativo, consultivo, propositivo e de assessoramento, com o apoio da Secretária Municipal de Bem Estar Social, por meio de sua Diretoria de Turismo e Cultura, no uso de suas atribuições, em consonância com o artigo 2º, inciso IV, da Lei nº 4.654, de 23 de julho de 2021; conforme o artigo 4º, inciso III, da Lei 4.651 de 2021; seguindo os artigos: 6º, incisos XXXVIII; 10, inciso V e VI, da Lei 4.655 de 23 de junho de 2021, resolve que:

Art. 1º - Aprova o pagamento do valor de R\$2.638,35 (dois mil seiscientos e trinta e oito reais e trinta e cinco centavos) via Fundo Municipal de Turismo, referente a impressão de 1.000 (mil) folders turísticos conforme proposta da Prefeitura Municipal de Lagoa Santa.



**ARNALDO FRÉDERICO CARVALHO MARCHESOTTI**  
Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa



**JOSIANE REGINALDO DE OLIVEIRA**  
Secretária Executiva do Conselho Municipal de Turismo de Lagoa Santa

LAGOA SANTA - MG



PETER W. LUND

# PLANO DE MARKETING TURÍSTICO

2022-2025

LAGOA SANTA - MG



# INTRODUÇÃO

De forma a apresentar o Programa de Promoção e Apoio à Comercialização elencado no Plano Municipal de Turismo 2022-2025, a Prefeitura Municipal de Lagoa Santa por meio da Diretoria Municipal de Turismo e Cultura, apresenta o Plano Municipal de Marketing Turístico.

Este visa fortalecer a imagem da cidade de Lagoa Santa por meio da valorização de seu rico Patrimônio Histórico, Cultural, Ambiental e Turístico, favorecendo o conhecimento de lugares que foram estrategicamente separados por Roteiros Turístico, seguindo critérios históricos e geográficos.

A fim de sistematizar ações municipais com objetivo de dar visibilidade aos seus atrativos, este Plano se divide em dois eixos principais: Criação e gestão de marcas, de modo a fortalecer o posicionamento da cidade enquanto um produto turístico de excelência; e por ações específicas que darão publicidade para a cidade e suas singularidades.

**Arnaldo Marchesotti**  
**Diretor de Turismo e Cultura**

# MARKETING TURÍSTICO

Seu papel é adequar o produto ou serviço certo ao mercado ou público certo. Os lugares turísticos precisam criar e administrar uma marca de forma estratégica, posicionando-a perante os públicos de maior potencialidade, destacando-se quatro tarefas fundamentais:

- Administrar a imagem do local
- Atrair turistas;
- Atrair empresas industriais e comerciais; e
- Procurar novas oportunidades de negócio.





# ROTAS TURÍSTICAS

Os melhores passeios são aqueles que possibilitam o conhecimento de particularidades históricas, naturais e culturais da região. Só através das manifestações artísticas, das festividades e dos reflexos do passado no dia a dia das pessoas que poderemos compreender o comportamento humano em diferentes lugares do mundo.

As potencialidades turísticas de Lagoa Santa são extremamente relevantes e estão relacionadas ao patrimônio histórico, especialmente às instituições educacionais, religiosas e militares, à diversidade étnico-cultural, à gastronomia, à paleontologia e arqueologia, além das belezas naturais do entorno.

## Quais são as principais rotas turísticas de Lagoa Santa?

- Rota Lund e a Pré-história
- Rota das Doceiras
- Rota Histórica da Fé
- Rota das Várias Artes
- Caminho do Fidalgo
- Manifestações Culturais
- Orla da Lagoa Central
- Centro

LOGOTIPO TURÍSTICO DE LAGOA SANTA



ROTA LUND E A PRÉ-HISTÓRIA



ROTA **LUND** EA  
**PRÉ-HISTÓRIA**

AQUI SIM É UM BOM LUGAR PARA SE VIVER!

## ROTA LUND E A PRÉ-HISTÓRIA - APLICAÇÃO DA MARCA



ROTA DAS DOCEIRAS



Slogan: Sabores que contam nossa história e adoçam nossa vida

# ROTA DAS DOCEIRAS - APLICAÇÃO DA MARCA



ROTA HISTÓRICA DA FÉ



**ROTA**  
**HISTÓRICA**  
LAGOA SANTA - MG **DA FÉ**

Slogan: Caminhando por nossa história com muita fé

# ROTA HISTÓRICA DA FÉ



# ROTA DAS VÁRIAS ARTES



Slogan: A arte como forma de florescer a vida

## ROTA DAS VÁRIAS ARTES



CAMINHO DO FIDALGO



CAMINHO DO  
**FIDALGO**  
Lagoa Santa - MG

Slogan: Muito tempo se passou até que Dom Pedro II nos visitou

## CAMINHO DO FIDALGO



MANIFESTAÇÕES CULTURAIS

LAGOA SANTA / MG



MANIFESTAÇÕES  
**CULTURAIS**

Slogan: A expressão humana em suas celebrações e rituais

## MANIFESTAÇÕES CULTURAIS



ORLA DA LAGOA CENTRAL



ORLA DA  
**LAGOA**  
**CENTRAL**

L a g o a S a n t a / M G

Slogan: O despertar de Lagoa Santa com suas águas curativas

# ORLA DA LAGOA CENTRAL



CENTRO



# CENTRO

LAGOA SANTA - MG

Slogan: O pulsar do coração de Lagoa Santa

# CENTRO



# ESTRUTURA



## PROGRAMA DE PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

<b>Projetos e Ações</b>	<b>Metas</b>	<b>Prazo</b>	<b>Valor Estimado anual</b>	<b>Responsável</b>	<b>Possíveis Parceiros</b>
Jornal In Situ	Divulgar estudos relacionados à cultura e pré-história da região de Lagoa Santa	2022-2025	R\$10.000,00	Coordenadoria de Comunicação e CAALÉ	Pesquisadores
Aplicativo e Site Oficiais do Turismo e Cultura	Facilitar o acesso de pessoas interessadas em conhecer Lagoa Santa.	2022-2025	R\$120.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura, Coordenadoria de Comunicação, Departamento da Tecnologia da Informação	Emenda Parlamentar Empresa Especializada
Redes Sociais	Divulgar os Roteiros Turísticos de Lagoa Santa de forma a gerar interesse das pessoas em visitar a cidade.	2022-2025	R\$2.000,00	Coordenadoria de Comunicação	Influencers
Jornal Oficial de Prefeitura	Valorizar a Política Municipal de Turismo nos canais oficiais da Prefeitura, com reportagens.	2022-2025	A definir	Coordenadoria de Comunicação	Agência de Publicidade licitada
FAMTOUR	Convidar influenciadores e prestadores de serviço para conhecerem o que há de melhor na cidade	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura	Vereadores, Empreendimentos

## PROGRAMA DE PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

Projetos e Ações	Metas	Prazo	Valor Estimado anual	Responsável	Possíveis Parceiros
Marcas e Slogans para cada Roteiro	Divulgar os Roteiros de Atrativos Turísticos de Lagoa Santa de forma a gerar interesse das pessoas em visitar a cidade. Além de criar posicionamento de mercado.	2022-2025	A definir	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	Conselho de Turismo e Lagoa Santa
Jingle	Criar 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 marca	2023-2025	3.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura, Coordenadoria de Comunicação	Empresa Especializada
Definir Persona(s) do Destino	Criar 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	2023-2025	3.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura, Coordenadoria de Comunicação	Empresa Especializada

## PROGRAMA DE PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

<b>Projetos e Ações</b>	<b>Metas</b>	<b>Prazo</b>	<b>Valor Estimado anual</b>	<b>Responsável</b>	<b>Possíveis Parceiros</b>
Fotografias	Mostrar Lagoa Santa em seus vários ângulos em cópia fiel e reprodução exata.	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	Profissional Especializado
Vídeos	Mostrar Lagoa Santa em seus vários ângulos em um sistema de gravação e reprodução de imagens, acompanhadas de sons e narrativas.	2022-2025	R\$20.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	Produtora Audiovisual
Marcas e Slogans para cada evento realizados pela Prefeitura	Divulgar os Eventos em concomitância com a atratividade turística.	2022-2025	A definir	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	
Divulgação dos Shows dos Eventos	Facilitar o acesso do maior número possível de pessoas aos eventos.	2022-2025	A definir	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	
Material Impresso de Divulgação dos Roteiros Turísticos	Contribuir para a boa imagem dos Roteiros Turísticos da cidade	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura e Coordenadoria de Comunicação.	Empresa Especializada
Participação em Congressos e outros eventos técnicos regionais, nacionais e internacionais	Abrir a possibilidade de Lagoa Santa ser divulgada junto ao trade nacional e internacional	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura	Circuito das Grutas, SECULT, Ministério do Turismo, ABAV

## PROGRAMA DE PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

<b>Projetos e Ações</b>	<b>Metas</b>	<b>Prazo</b>	<b>Valor Estimado anual</b>	<b>Responsável</b>	<b>Possíveis Parceiros</b>
Normas de Utilização e Aplicação das Marcas	Limitar as possibilidades de utilização das marcas	2022-2025		Diretoria de Turismo e Cultura, Assessoria de Comunicação	
Concurso de Fotografia Itinerante	Valorizar os olhares dos cidadãos sobre Lagoa Santa e expor em locais diversos	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura, Assessoria de Comunicação	Cidadãos
Alimentar e validar os atrativos no Portal Minas Gerais	Divulgar atrativos no Portal Minas Gerais	2022-2025		Diretoria de Turismo e Cultura	Atores envolvidos
Press Trip	Organizar ou apoiar viagens 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.	2022-2025	R\$10.000,00	Diretoria de Turismo e Cultura	Vereadores, Empreendimentos, Influencers

Obs.: Todos os valores são estimados, podendo ser realocados de acordo com a conveniência e oportunidade pública.

LAGOA SANTA - MG



PETER W. LUND



PREFEITURA  
**LAGOA SANTA**  
CONSTRUINDO UMA CIDADE CADA DIA MELHOR!