



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

Relatório Circunstanciado: ANO - 2021

A Secretaria Municipal de Turismo de São Luís, ciente do seu papel de desenvolver de forma sustentável a atividade turística no município, com o objetivo de promover emprego e renda para a comunidade local, aposta em ações que possam despertar nos moradores locais o sentimento de preservação da sua história e cultura e, assim promover o Destino São Luís como um Destino inovador e Criativo.

No ano de 2021 a gestão enfrentou um cenário de crise sanitária ainda em alta, decorrida da pandemia da COVID 19 que assolou o mundo em 2020 e que perdura até os dias atuais. Dessa forma o planejamento das ações foram realizadas de forma cautelara e pouco ousadas devido as incertezas do cenário futuro.

Mesmo diante de um cenário desafiador, a Setur obteve êxito com o reposicionamento do destino São Luís no cenário nacional e internacional, atingindo a imprensa especializada, agências de viagem, operadoras de turismo e também o público final de 9 cidades onde foram realizadas ações de promoção, totalizando 6 estados e o Distrito Federal. Houve, também, trabalho no que tange a capacitação dos trabalhadores de setores ligados diretamente ao turismo; eventos que promoveram a educação patrimonial, resgate da história e incentivo à visitação de espaços turísticos da cidade; e também a criação de um novo roteiro turístico que vai enaltecer o maior quilombo urbano da América Latina. A seguir, serão destacados os números resultantes do trabalho da Prefeitura, por meio da Setur, no ano de 2021.

A seguir, serão destacados os números resultantes do trabalho da Prefeitura, por meio da Setur, no ano de 2021.

1. Participação em Feiras de Turismo Em 2021: a Setur participou de 11 feiras de turismo (virtual e presencial) voltados para agentes de viagem, imprensa especializada, operadores de turismo e potenciais turistas. Foram elas: Aviareps, BNT Mercosul, WTM Latin America, Conecta Sebrae – Agrolab Amazônia, Expo 2020 de Dubai, Abav Expo & Collab, Festival das Cataratas, International Tourism Fair of Latin America (FIT), Festival do Turismo de Gramado (Festuris),



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

Aviesp Expo e Feira Internacional de Turismo da Amazônia (FITA). Foram mais de 30 mil pessoas impactadas de forma presencial e virtual.

2. Capacitação de agentes de viagem e operadores de turismo: A Setur também realizou capacitações presenciais e virtuais exclusivas para os responsáveis diretos por comercializar o destino: agentes de viagem e operadores de turismo. Em Brasília (DF), foram realizadas capacitações em 5 agências de viagem, já em Belém (PA), foram 20 agências. Na modalidade online, foi realizado um Famtour Virtual para mais de 100 agentes de viagem de todo o Brasil; e houve também a capacitação de mais de 200 operadores de turismo da operadora BWT.

3. Divulgação na imprensa Durante este ano de 2021: o reposicionamento de São Luís na mídia com a presença do destino nos sites de notícias, jornais, televisão, rádio e outros meios de comunicação. Houve mais de 450 matérias na internet promovendo São Luís e as ações da Setur. Nas rádios e televisão, as ações da Setur estiveram em mais de 120 entrevistas concedidas para a mídia local, regional e nacional também.

4. Redes sociais: A Setur investiu fortemente nas redes sociais para impactar potenciais turistas. A criação de conteúdo para os perfis do Facebook (Turismo São Luís) e Instagram (@turismo.saoluis) permitiu alcançar uma média de 600 mil perfis por mês, totalizando um alcance de 7.2 milhões de pessoas virtualmente. A conta do Instagram subiu de 4 mil em janeiro para 16 mil em dezembro em seguidores orgânicos.

5. Criação de vídeo promocional: A Setur elaborou 3 vídeos promocionais do destino, sendo um sobre a retomada do destino, outro sobre a rua do Giz e um sobre o turismo LGBTQIA+. Os vídeos foram divulgados via Whatsapp, Instagram e Youtube e feiras de turismo, totalizando um alcance de mais de 20 mil pessoas.

6. Rota do Sol Nordeste: Com o objetivo de fortalecer o turismo entre São Luís (MA) e Fortaleza (CE) foi lançada, neste ano, a Rota do Sol Nordeste, roteiro que integra as duas capitais e inclui as cidades de Tutóia (MA), Jijoca de Jericoacoara (CE) e Paracuru (CE). Este roteiro está presente no material de divulgação de todas as cidades participantes, fortalecendo o nome da capital maranhense enquanto destino turístico.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

7. Spot na rádio: A Setur veiculou 1 spot durante todo o mês de março na rádio Jovem Pan, informando a população local sobre os atrativos turísticos da cidade. O alcance de pessoas foi mais de 5 mil pessoas.

8. Plotagem em trem e caixinha de lanche – Paraná: A Setur promoveu o destino São Luís no mercado do estado do Paraná nos meses de setembro e outubro com uma plotagem no vagão de trem que liga Curitiba a Morretes e no mês seguinte todas as caixinhas de lanche estampavam a logomarca turística de São Luís. O total de pessoas alcançadas chegou em mais de 8 mil pessoas.

9. Mercado do Pará: A Setur realizou a divulgação do destino São Luís no mercado do Pará no mês de agosto com um vídeo sobre a cidade durante 15 dias de agosto, 7 outdoors, sendo 5 em Belém e 2 em Capanema, e um banner na lanchonete Milleo que ficou de agosto a novembro. Tendo um alcance de mais de 15 mil pessoas.

10. Lançamento da campanha Eu Amo São Luís Lançamento da campanha “Eu Amo São Luís”: tem por objetivo principal incentivar a geração de emprego e renda, além de difundir as belezas da capital maranhense.

11. Influenciadores Digitais: Houve a contratação de influenciadores digitais do Maranhão e de outros Estados do Brasil para a criação de conteúdos sobre São Luís, com o objetivo de alcançar cada vez mais pessoas. Ao todo, foram contratados 20 influenciadores, que renderam a visualização de São Luís e seus pontos turísticos para mais de 300 mil pessoas.

12. Filiação a BRAZTOA: A SETUR se tornou parceira da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), uma das mais representativas entidades do turismo do Brasil, reunindo empresas de operação, agenciamento de viagens e representação de serviços turísticos. As tratativas para a associação ficaram sob a coordenação da Secretaria Municipal de Turismo (Setur). A partir de agora, o Município terá acesso a mais de 70 Operadoras de Turismo e também a programas de capacitação e qualificação.

13. Revista Melhor Viagem, Via G e Blog Guia Negro Press trip: com 5 jornalistas que fizeram 3 matérias sobre a cidade de São Luís nas revistas e blogs citados acima.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

- 14. Diário do Turismo:** Parceria com o primeiro jornal de turismo do Brasil para publicação de matérias especializadas em divulgação do destino São Luís. Já foram publicados 5 matérias especificadas sobre São Luís.
- 15. Louco por Viagem:** Apoiou-se a vinda do Rogério Enachev a São Luís do blog Louco Por Viagens que objetiva divulgar lugares e roteiros magníficos que também saem do senso comum fazem de Rogério Enachev um louco por viagens. Confira dicas, curiosidades, histórias, informações e entretenimento. Na sua rede social (Instagram) ele alcançou 50 mil pessoas com imagens da sua viagem em São Luís. q. Digital Influences – Cesar Trifone, Gaia do Mala de Aventuras e Lívia Pereira Apoiou-se a vinda dos 3 digital influencers que produziram vídeos e fotos sobre São Luís, alcançando mais de 30 mil pessoas virtualmente nas redes sociais dos mesmos.
- 16. Mercado e Eventos:** Publicação de banner promocional de São Luís na edição especial da revista Mercado & Eventos distribuída na International Tourism Fair of Latin America em Buenos Aires (Argentina).
- 17. Brasilturis:** Publicação de banner promocional de São Luís nas edições de dezembro e janeiro na revista da Brasilturis.
- 18. Digital Influencer:** Ariadna Arantes Apoiou-se a vinda da ex BBB e digital influencer que produziu vídeos e fotos sobre São Luís, alcançando mais de 20 mil pessoas virtualmente nas redes sociais dos mesmos.
- 19. Plano de Marketing Turístico:** A Setur aderiu ao programa cidade empreendedora do Sebrae, através da prefeitura de São Luís, e está desenvolvendo o plano de marketing turístico.
- 20. CAT On-line:** A partir do dia 10 de abril de 2021, foi iniciada a Central de Atendimento ao Turista (CAT) On-line, uma plataforma de atendimento por meio do aplicativo WhatsApp e por ligação. Além de obter o atendimento rápido e eficaz pelo guia de turismo, a CAT on-line disponibiliza mapa turístico e acesso às informações das rotas do transporte público específicas para pontos turísticos da cidade. O atendimento é realizado em português e inglês, funcionando de segunda a domingo, de 8h às 18h. Foram realizados mais de 500 atendimentos por este canal, sendo que a maior parte das perguntas estão relacionadas aos protocolos sanitários do combate à Covid-19, sobre os



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

decretos municipais e estaduais vigentes e locais abertos para entretenimento. Baseado no DDD, é possível dizer que 60% são pessoas de outros Estados e 40% são maranhenses (ddd 98 e 99).

21. Fluxo da Central de Atendimento ao Turista: Foram realizados mais de 1.400 atendimentos presenciais de pessoas de todos os Estados do Brasil e mais de 150 pessoas de outros países, como Colômbia, Estados Unidos, Espanha e Rússia. A Central também passou a ter um local fixo de atendimento na Feirinha São Luís, com uma média de 70 atendimentos por domingo.

21. QR Code de divulgação: Um dos meios de divulgação da CAT On-line e do site promocional de São Luís foi a distribuição de adesivos com QR Code que direciona os turistas para a obtenção de mais informações sobre a cidade. Os adesivos Qr Code foram entregues em mais de 140 estabelecimentos, dentre eles: hotéis, área do Centro Histórico, bares, restaurantes e quiosques da Litorânea e principais lojas na Rodoviária. O alcance totalizou em mais de 2 mil acessos ao site do turismo.

22. Operação Boas-Vindas: Este evento corresponde às recepções que acontecem nos meses de alta temporada, principalmente durante os festejos do carnaval e juninos e no mês de julho, período de férias escolares. Nas ações, são convidados grupos da cultura popular para se apresentarem nos portões de entrada da cidade (Terminal Rodoviário de São Luís, Aeroporto Internacional de São Luís - Marechal Cunha Machado e hotéis). Em média, foram 6 mil pessoas recepcionadas no Aeroporto, 4 mil na Rodoviária e 500 nos hotéis de São Luís. As ações foram realizadas nos meses de julho e dezembro.

23. City Tour Históriao-Gastronômico: Esta é uma experiência prática através do city tour pelo Centro Histórico da cidade de São Luís, onde turistas e visitantes podem conhecer locais marcantes dos elementos da culinária local, dos saberes e fazeres. Tudo isso conduzido por um guia de Turismo, músicos que trouxeram em seu repertório o tema da gastronomia, degustação do licor de bacuri, guaraná Jesus e do famoso arroz de cuxá. Foram realizadas duas edições (outubro e dezembro), atingindo um total de 150 pessoas.

24. CAT na Feirinha São Luís: Em janeiro, a Setur implantou o CAT na Feirinha São Luís com o objetivo de ampliar o acesso à informação turística. Desde este mês, o total de visitantes ultrapassou 700 atendimentos até dezembro.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

- 25. Pórtico de Boas-Vindas:** A Setur em parceria com a Infraero implementou um pórtico de boas-vindas no aeroporto internacional Marechal da Cunha Machado na área do desembarque. Assim, os visitantes passaram a ser recepcionados com um painel de boas-vindas a cidade de São Luís. Mais de 250 mil pessoas passaram pelo pórtico.
- 26. Contratação de guias de turismo:** A Setur contratou 6 guias de turismo para trabalharem no CAT e no Museu com o objetivo de ofertar serviços de alta qualidade.
- 27. Fluxo de visitantes:** Um espaço no coração do Centro Histórico de São Luís que guarda histórias sobre os maranhenses contadas a partir da culinária. Esse é o Museu da Gastronomia Maranhense. Neste ano, o Museu recebeu mais de 15 mil visitantes e também passou por atualizações de peças no acervo.
- 28. Férias no Museu:** O „Férias no Museu“, distribuiu mais de 200 brindes de parceiros como a Solar CocaCola, que disponibilizou baldes de pipoca temáticos do guaraná Jesus, e também o Valparaíso Adventure Park. A maior parte dos visitantes foram do Maranhão, seguido do estado de São Paulo, Rio de Janeiro e Pará, respectivamente. Do público estrangeiro, a maior visitação foi da França, seguida dos Estados Unidos, Espanha e Alemanha também. A ação „Férias no Museu“ aconteceu durante todo o mês de julho.
- 29. Acessibilidade no Museu:** Também neste ano, o Museu passou a disponibilizar ao visitante acesso ao conteúdo das exposições de duas maneiras: com o audioguia em plataformas digitais ou com o vídeo em libras disponibilizado no canal do YouTube da Setur e em um tablet, no modo físico, também. O objetivo é tornar o conteúdo acessível para cada vez mais pessoas.
- 30. Espaço Instagramável:** O museu passou a contar com um espaço „instagramável“ - ambiente exclusivo para registros fotográficos e interação com o ambiente.
- 31. Comemoração de dois anos do Museu:** No dia 13 de junho o museu comemorou dois anos, e foram realizadas duas apresentações para marcar a data, o local recebeu uma decoração exclusiva para a ocasião, além da apresentação de caixeiras que tocaram seus instrumentos musicais das janelas



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

do casarão que abriga o museu, fazendo alusão à Festa do Divino Espírito Santo. O total de público que participou da ação foi de 250 pessoas.

32. Sabores e Cores dos Chefes Maranhenses: A Setur criou uma websérie com o objetivo de divulgar ainda mais a gastronomia maranhense. Com a presença de chefes regionais, foram produzidas 7 edições e disponibilizadas no instagram (turismo.saoluis) e no canal do YouTube (Secretaria Municipal de Turismo de São Luís). O total de acesso no Youtube foi de mais de

33. Adesão do Museu da Gastronomia Maranhense no Registro de Museus – Ibram: A Secretaria Municipal de Turismo por meio da execução da coordenação de Receptivo também solicitou através do envio de documentação ao Ibram, o cadastro no Registro de Museus. O Registro de Museus é uma importante ferramenta da Política Nacional de Museus e sua implementação trará benefícios como a maior confiabilidade das informações compartilhadas com a sociedade e maior visibilidade dos museus devido ao compartilhamento com outras plataformas nacionais e internacionais. Também serve de pré-requisito para participação em editais do Ibram, para adesão ao Sistema Brasileiro de Museus e ao direito de preferência em casos de Declaração de Interesse Público.

34. Museu Ibero-Americano: O Museu da Gastronomia Maranhense é cadastrado no registrado de Museus IberoAmericanos ampliando ainda mais suas portas ao público internacional interessados pela gastronomia maranhense.

35. Prêmio Darcy Ribeiro: O Museu foi contemplado por iniciativas realizadas durante o período de isolamento social imposto pela pandemia do Covid 19 num processo de múltiplas dimensões de ordem teórica, prática e de planejamento em permanente diálogo com o museu e a sociedade.

36. Cadastro do Museu da Gastronomia Maranhense na Plataforma MuseusBr: O Museu da Gastronomia Maranhense agora faz parte do grupo de museus cadastrados na plataforma Museusbr que é a maior plataforma de informações sobre museus brasileiros. É possível identificar a qual estado pertence o museu com a temática de seu interesse e informações diversas através do conteúdo disponível.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

37. Melhoria das ferramentas de comunicação no Museu da Gastronomia Maranhense e CAT: Inserção dos idiomas inglês, francês e italiano no formulário de avaliação do Museu da Gastronomia Maranhense e o selo da Trip Advisor.

38. 15° Primavera dos Museus: O Museu da Gastronomia Maranhense participou pela primeira vez da 15° Primavera dos Museus, uma programação Nacional realizada pelo Instituto Brasileiro de Museus- IBRAM. Na oportunidade, o Museu da Gastronomia ofereceu ao público 3 programações: 1- Lançamento de um novo vídeo da Web Serie Sabores e Cores, que é lançado mensalmente com receitas típicas da nossa culinária maranhense preparada por Chefes locais. 2- Passeio Virtual no Museu da Gastronomia Maranhense, onde através do Youtube no canal da Secretaria de Turismo de São Luís, todos puderam conhecer o acervo e as curiosidades do museu, que foi apresentado por guias de turismo e colaboradores. 3- City Tour Gastronômico realizado dia 25.09: uma experiência prática através do city tour pelo centro histórico da cidade e São Luís, onde turistas e visitantes puderam conhecer locais marcantes dos elementos da culinária local, dos saberes e fazeres. Tudo isso conduzido por um guia de Turismo, músicos que trouxeram em seu repertório o tema da gastronomia, degustação do licor de bacuri, guaraná Jesus e do famoso arroz de cuxá, além de muita animação. O passeio contemplou um público de 40 pessoas que fizeram uma inscrição prévia na página do Instagram do museu da gastronomia Maranhense.

39. Manutenção da fachada do museu: Realizou-se a manutenção da pintura do prédio do Museu da Gastronomia Maranhense.

40. Decoração temática: Fez-se duas decorações temáticas na fachada do Museu, sendo: São João e Flores

41. Roteiro Segredos Históricos: Este é um passeio a pé pelas ruas do Centro Histórico de São Luís de forma lúdica, que reúne as linguagens artísticas teatro e música, proporcionando maior dinamismo às apresentações do roteiro, conduzido por um guia de turismo, que traz informações históricas e culturais contadas sobre as lendas da cidade, personalidades que fizeram parte do cotidiano ludovicense. Foram realizadas 3 edições com uma média de 600 pessoas por evento, totalizando em 1.800 pessoas.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

42. São Luís Pôr do Sol Musical: Este evento reúne atrações locais e gera entretenimento para os ludovicenses e turistas em um espaço que é cartão-postal de São Luís. A movimentação do Espigão contribui para a geração de emprego e renda, visto que há um aumento da circulação de pessoas pelo espaço, que podem consumir produtos comercializados na região. Foram realizadas 4 edições com uma média de 300 pessoas por evento, totalizando em 1.200 pessoas.

43. Roteiro São Luís Criativa: O Roteiro objetiva oportunizar os visitantes e moradores da cidade a conhecerem um roteiro inspirado na Economia Criativa, contemplando os empreendedores, logradouros públicos e equipamentos turísticos por meio da experiência de um guia de turismo que conta histórias, lendas e as curiosidades com intervenções artísticas locais, promovendo o conhecimento e valorização do patrimônio. A edição piloto foi realizada em setembro e contou com uma média de 200 pessoas.

44. Quilombo Urbano São Luís: A Setur iniciou, neste ano, o mapeamento de locais a serem inseridos no roteiro do Quilombo Urbano de São Luís, visando a criação de um roteiro étnico e cultural na cidade. Foram realizadas 5 visitas técnicas em casas de umbanda, barracões de bumba meu boi e outros espaços para a criação do roteiro, totalizando em 25 espaços catalogados para a implementação do roteiro.

45. Multiplicadores da Hospitalidade: Este programa é uma iniciativa desta gestão que busca qualificar o trade turístico e os profissionais que estão ligados de forma direta ao turismo, incluindo os servidores da Setur. Por meio dele, são realizadas capacitações e treinamentos com temas variados que vão agregar ao dia a dia dos trabalhadores, aumentando a excelência dos serviços turísticos de São Luís. Foram realizadas 52 ações (virtuais e presenciais) de qualificação neste ano, incluindo treinamentos, palestras e capacitações, atingindo mais de 1.650 pessoas. Dentre os participantes, estiveram presentes trabalhadores informais, taxistas, motoristas de aplicativos, agentes de viagem e agentes de segurança pública.

46. Campanha Eu Amo São Luís: A Setur, em parceria com a agência de publicidade 712 Propagandas, entregou a campanha „Eu Amo São Luís“ para o uso público pelos empreendedores interessados na produção de itens diversos,



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

como souvenirs, para a posterior venda. Houve uma grande adesão de empreendedores e a campanha segue sendo utilizada, fortalecendo o sentimento de pertencimento à São Luís. Os profissionais que aderiram à campanha receberam capacitação e treinamento com temas como „Precificação“. Iniciamos a campanha com a adesão de 20 artesãos ativamente. Iniciamos em outubro na feirinha São Luís, e partiapação em 6 ações externas.

47. Entrega de Cestas Básicas: Foram entregues 500 cestas básicas para agentes de viagens, guias de turismo e motoristas de transporte turístico.

48. Café com Trade: Foram realizadas 2 edições do Café com Trade, evento direcionado ao trade turístico de São Luís com o objetivo de comunicar todas as ações realizadas pela Setur, assim como o planejamento futuro.

49. 1ª Conferência Municipal de Turismo de São Luís: Este evento teve o objetivo de apresentar o panorama atual, as perspectivas, oportunidades de negócios e tendências globais relacionados ao Turismo. O evento contou com palestras temáticas sobre turismo LGBTQIA+, Afroturismo, turismo na terceira idade e turismo gastronômico. Os palestrantes convidados são renomados no turismo nacional e o evento foi gratuito, reunindo mais de 130 participantes no auditório do Sebrae do Jaracaty.

50. Selo Safe Travels: Neste ano, a Setur conquistou o selo Safe Travels. Essa classificação é do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), com respaldo da Organização Mundial do Turismo (OMT). Segundo a WTTC, o selo foi especialmente projetado para permitir que os viajantes reconheçam governos e empresas em todo o mundo que adotaram protocolos padronizados globais de saúde e higiene. Com isto, a Setur se tornou apta a cancelar o selo a outros estabelecimentos que aderissem aos protocolos locais, incentivando, desta forma, o uso de medidas contra o Covid-19 em São Luís. 10 estabelecimentos, como restaurantes, hotéis e agências de viagem, receberam o selo pela Setur neste ano.

51. Pesquisa de Demanda Turística: Em 2021, foram realizadas 04 pesquisas de demanda turística (aeroporto, rodoviária, estação de trem e estação portuária) via Setur em parceria com o Observatório de Turismo da cidade de São Luís, totalizando em 984 entrevistados.



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

52. Dados do Turismo de São Luís: Segundo as pesquisas com os meios de hospedagem da capital maranhense, a ocupação hoteleira média de 2021, foi de 53,5%. A permanência média de hospedagem foi de 2,5 dias e a diária média foi de R\$ 181. São Luís também foi monitorada nas redes sociais: a maioria dos locais turísticos presentes nas publicações que incluíram #sãoluís são de praia, seguidas do centro histórico e centros culturais.

53. Boletim do Turismo: Em parceria com o Observatório de Turismo da cidade de São Luís, a Setur lançou 12 boletins do turismo que trazem vários dados e indicadores do turismo da capital.

54. Instância de Governança do polo São Luís: Foi instituída a Governança do polo São Luís em janeiro, sendo a Setur São Luís a presidente. Foram realizadas 5 reuniões ao todo, e 1 oficina de capacitação. e. Inventário da Oferta Turística A Setur aderiu ao programa cidade empreendedora do Sebrae, através da prefeitura de São Luís, e está desenvolvendo o inventário da oferta turística.

55. Prêmio Turistech: O Desafio Turistech Brasil revela as pessoas e projetos mais inovadores do turismo brasileiro. Não perca a chance de dar visibilidade e tração para as ideias em ação que estão definindo o futuro do setor. A competição é realizada pelo Ministério do Turismo do Brasil e pelo Wakalua Innovation Hub, em colaboração com a Organização Mundial do Turismo (OMT), agência da ONU dedicada ao turismo, e com a parceria do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) e do Sebrae. O projeto "Turismo nas mãos" da Setur ficou entre os 8 melhores do Brasil no Desafio Turistech.

56. COMTUR: A Secretaria Municipal de Turismo (Setur) participou e sediou a eleição da mesadiretora do Conselho Municipal de Turismo (Comtur), instância de extrema relevância para o setor turístico devido à representatividade, por ser constituída, de forma partidária, por membros da sociedade civil e representantes do poder público.

57. Cooperação Técnica: Foram realizadas 16 cooperações técnicas entre a Setur e as seguintes instituições: Startup Up Soluções (para compartilhamento de metodologia inovadora de pesquisa); UFMA (para apoio na elaboração da política municipal de turismo); UEMA (vagas exclusivas para servidores da Setur no Mestrado em Geografia), Estágio (UFMA, UEMA, UNICEUMA, ESTÁCIO, IFMA); Turistech (cooperação internacional para consultoria em turismo);



SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO

Secretaria de Turismo do Distrito Federal (fortalecer o turismo cívico em São Luís); Secretarias de Turismo Fortaleza, Tutóia e Paracuru (Institucionalização da rota do Sol Nordeste); Secretaria de Estado Cultura e Turismo de Minas (compartilhamento da plataforma integrada do turismo); SENAC (disponibilização de chefes para a websérie Sabores & Cores); Secretarias de Turismo de Alcântara, São José de Ribamar, Raposa e Paço do Lumiar (instituir o roteiro da ilha).

São Luís, 07 de janeiro de 2022.

Responsável Técnico pela elaboração do Relatório:


Gisele Polanski França da Silva

Coordenadora de Planejamento

De acordo:


Saulo Ribeiro dos Santos
Secretário Municipal de Turismo