

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO PIRENÓPOLIS – GOIÁS





Entidades envolvidas

Demandante

Prefeitura Municipal de Pirenópolis (GO)

Avenida Comendador Joaquim Alves, nº 28, Centro, CEP 72980-000, Pirenópolis – Goiás

Telefone: +55 (62) 3331-1299 / www.pirenopolis.go.gov.br

Nivaldo Antônio de Melo – Prefeito

Secretaria Municipal de Turismo de Pirenópolis (GO)

Sérgio Marcos Rady – Secretário Municipal de Turismo

Telefone: +55 (62) 3331-2416 / www.pirenopolis.go.gov.br

Realização

Sebrae Goiás

Av.T-3, nº 1.000, Setor Bueno, CEP 74210-240, Goiânia – Goiás

Telefone: +55 (62) 3250-2000 / 0800 570 0800 / www.sebraego.com.br

Marcelo Baiocchi Carneiro – Presidente do Conselho Deliberativo

Manoel Xavier Ferreira Filho – Diretor-Superintendente

Wanderson Portugal Lemos – Diretor Técnico

Luciana Jaime Albernaz – Diretora de Administração e Finanças

Alberto Elias Lustosa – Gerente Estadual de Serviços

Masashi Hiroshima – Gerente Entorno do DF

Adriano Gonçalves Teixeira – Gestor do Projeto Turismo no Entorno do Distrito Federal

Equipe Técnica

Consultoria para elaboração do Plano Municipal de Turismo de Pirenópolis

Lara Moraes Abrantes – Consultora Sebrae Goiás

Telefone: 55 (62) 9800-5177 – e-mail: laraabrantes@hotmail.com

Vanessa Leal A. F. da C. Patrício – Consultora Sebrae Goiás

Telefone: +55 (62) 8111-2500 – e-mail: vanessaleal@luminiconsultoria.tur.br

Colaboradores locais

Diógenes Stival – Universidade Estadual de Goiás (UEG)

Diogo Reis – Associação dos Guias de Turismo

Ely de Sá – Câmara dos Vereadores

Lara Godinho Lopes – Secretaria Municipal de Turismo

Paulo D'Ávila Ferreira – Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) / Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Pirenópolis (Abrasel)

Rogério Dias – Comunidade Educacional de Pirenópolis / Plano Diretor

Rosana Regis – Artesã / Representante dos Lojistas

Sérgio Rady – Secretaria Municipal de Turismo

Sônia Naoum – Convention & Visitors Bureau de Pirenópolis

Vanderlício Alves Pereira – Secretaria Municipal do Meio Ambiente

Participantes Oficinas de Diagnóstico e Prognóstico

Aline Veiga Rabelo

Carlos Severo de M. Rombaner

Débora Araújo Machado

Diógenes Stival

Diogo Reis

Gedson Oliveira

Guilherme

Isócrates de Oliveira

Lara Godinho Lopes

Luciano Guimarães

Manoel Inácio de Sá Filho

Marina Delson de Pina

Mauro Cruz

Paloma Albuquerque

Paulo D'Ávila Ferreira

Paulo Padilha

Rogério Dias

Rosa Mônica G. Ferreira

Rosane Regis

Sérgio Rady

Sônia Naoum

Vanderlício Alves Pereira

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO PIRENÓPOLIS – GOIÁS

2012-2016

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Pirenópolis - Goiás



Foto: <http://paulobedran.wordpress.com>

Mascarado em frente a Igreja Matriz

Sumário

1. Apresentação	9
2. Dados Socioeconômicos do Município de Pirenópolis	10
2.1. Aspectos Físicos	10
2.2. Contagem da População	10
2.3. Finanças Públicas	10
2.4. Dados Econômicos	10
2.5. Produto Interno Bruto (PIB)	11
2.6. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal	11
2.7. Turismo	11
3. Por que construir o Plano de Desenvolvimento do Turismo para Pirenópolis	13
4. Metodologia	14
5. Histórico do Município de Pirenópolis	15
6. O Turismo em Pirenópolis	18
6.1. A Competitividade do Destino Turístico Pirenópolis	19
7. Segmentos Prioritários	21
8. Missão	24
9. Visão	25
10. Valores	26
11. Políticas	27
12. Fatores Críticos de Sucesso	28
13. Análise do Ambiente	29
13.1. Pontos Fortes/Potencialidades	29
13.1.1. Turismo	29
13.1.2. Infraestrutura	30
13.1.3. Meio Ambiente	31
13.1.4. Cultura	31
13.2. Pontos Fracos/Problemáticas	32
13.2.1. Turismo	32

13.2.2. Infraestrutura	34
13.2.3. Meio Ambiente	36
13.2.4. Cultura	36
13.3. Oportunidades	37
13.4. Ameaças	37
14. Objetivos, Estratégias e Ações	38
14.1. Mapa Estratégico	39
15. Considerações Finais	57
16. Glossário	58
17. Referências Bibliográficas	60

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE PIRENÓPOLIS (GO)

I. Apresentação

O Sebrae Goiás e a Prefeitura Municipal de Pirenópolis, por meio da Secretaria Municipal de Turismo, firmaram uma parceria para elaboração do Plano de Desenvolvimento do Turismo de Pirenópolis, com o objetivo de ordenar e integrar esforços para o desenvolvimento da atividade turística no município.

Este processo de ordenamento passa por uma profunda mobilização da sociedade pirenopolina, com iniciativas de sensibilização, capacitação, regulamentação e investimentos em obras de infraestrutura, relacionadas às atividades turísticas.

Para tanto, o processo de planejamento ocorreu de maneira participativa, contando com a contribuição de várias entidades do trade turístico, poder público, Câmara Municipal de Vereadores, e, da própria comunidade, por meio de oficinas e encontros periódicos. Foi levado em consideração também, outros estudos e pesquisas já realizados no destino.

Os planos estratégicos constituem-se cada vez mais numa importante ferramenta para a gestão dos municípios. Nesse contexto, Pirenópolis se desperta para a importância de não somente se organizar e elaborar este plano, mas também, para a relevância das parcerias entre poder público e entidades privadas, visando organizar a atividade turística e promover a sustentabilidade.

Este plano surge com o objetivo de embasar o processo de gestão estratégica do turismo de Pirenópolis e estará disponível, para fins de consulta, na Secretaria de Turismo Municipal e Sebrae/GO no escritório Regional do Entorno do Distrito Federal (Luziânia).

2. Dados Socioeconômicos do Município de Pirenópolis

2.1. Aspectos Físicos

Área	2.227,793 km ² (2002)
Lei de Criação	Decreto de 10/07/1832
Microrregião	012 – Entorno de Brasília
Distritos e povoados	Distrito: Lagolândia; Povoados: Caxambu, Jaranópolis; Bom Jesus, Goianópolis, Índio, Capela do Rio do Peixe, Radiolândia e Santo Antônio. (2009)
Municípios limítrofes	Abadiânia, Anápolis, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Goianésia, Jaraguá, Petrolina de Goiás, São Francisco de Goiás e Vila Propício.
Distância rodoviária à capital	118 km Distância medida a partir do referencial estabelecido na capital, BR-153, km 500 (Viaduto da Av. Anhanguera), até o acesso à sede do município. (2009)
Acessos rodoviários	Por Goiânia: BR-060 / Anápolis; por Brasília: BR-070 / BR-414 / BR-225; Por Anápolis: BR-414 / GO-338 ou BR-153.

Fonte: www.seplan.go.gov.br (Sepin, Perfil dos Municípios Goianos)

2.2. Contagem da População (2011)

População estimada	23.141 habitantes
---------------------------	-------------------

Fonte: www.seplan.go.gov.br

2.3. Finanças Públicas (2011)

Repasse do Fundo de Participação dos Municípios (FMP)	1.273.539,67
--	--------------

Fonte: http://www.stn.fazenda.gov.br/estados_municipios/municipios.asp

2.4. Dados Econômicos

Número de estabelecimentos industriais (2005)	33
Estabelecimentos bancários (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • Bradesco • Banco Itaú • Caixa Econômica Federal • Banco do Brasil

Números de estabelecimentos do comércio varejista (2005)	185
---	-----

Fonte: www.seplan.go.gov.br (Anuário Estatístico do Estado de Goiás, 2005).

2.5. Produto Interno Bruto (PIB)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PIB (R\$ 1.000)	89.243,98	94.534,77	104.545,99	114.523,08	160.692,10	182.077,44
PIB per capita (R\$ 1,00)	4.201,50	4.450,58	4.922,13	5.597,41	7.655,65	8.693,12

Nota: A partir de 2002, nova metodologia e revisão dos dados.

Fonte: www.seplan.go.gov.br

2.6. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M)

	1991	2000
IDH-M	0,638	0,713
IDH-M – Renda	0,579	0,640
IDH-M – Educação	0,673	0,789
IDH-M – Longevidade	0,663	0,711

Nota: Classificação segundo IDH:

Elevado (0,800 e superior)

Médio (0,500 – 0,799)

Baixo (abaixo de 0,500)

Fonte: www.seplan.go.gov.br

2.7. Turismo

Números de turistas por mês	Aproximadamente 10 mil
Origem dos turistas Alta Temporada (2012) Fonte: Iptur – Goiás Turismo	Distrito Federal (53%), Goiânia (34%)
Origem dos turistas Baixa Temporada (2012) Fonte: Iptur – Goiás Turismo	Distrito Federal (58%), Goiânia (34%)
Número de Meios de Hospedagem	120
Número de Estabelecimentos de Alimentação	50
Número de Agências de Viagem (Receptivo Local)	5
Ocupação Hoteleira (2011)	36,6%

Número de empregos diretos gerados pelo turismo	3 mil
Perfil do turista – Alta Temporada (2012, Fonte: Iptur – Goiás Turismo)	A maior parte dos turistas ou visitantes é do sexo masculino, faixa etária entre 18 e 25 anos, nível superior de escolaridade, viajam predominantemente com a família, renda individual entre R\$ 1.500 e R\$ 3.000,00, e, tem como principal motivo da viagem o lazer.
Perfil do turista – Baixa Temporada (2012, Fonte: Iptur – Goiás Turismo)	A maior parte dos turistas ou visitantes é do sexo masculino, faixa etária entre 35 e 44 anos, nível superior de escolaridade, são em sua maior parte casal sem filhos, renda individual entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00, e, tem como principal motivo da viagem o lazer.

Fonte: <http://www.pirenopolis.tur.br/arquivo/Ouro.pdf>; www.observatoriodoturismo.tur.br (Boletim Dados do Turismo de Goiás nº 3); Estimativas da Prefeitura de Pirenópolis e Goiás Turismo (Análise do Perfil do Turista que visita Municípios Indutores do Turismo em Goiás: uma contribuição ao planejamento – 2011; Pesquisa de Caracterização de Demanda 2012).

3. Por que construir o Plano de Desenvolvimento do Turismo para Pirenópolis? (Justificativa)

Um Plano Estratégico ocupa-se das decisões, que em matéria de desenvolvimento turístico, são tomadas pelos diversos atores envolvidos na atividade, ou seja, é um processo de conscientização, sensibilização e capacitação dos vários segmentos que compõem a estrutura do município.

Especialmente, para que despertem e reconheçam a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio histórico, cultural e ambiental, tendo como fim a participação da comunidade e empresários nas decisões de seus próprios recursos.

Somente por meio do planejamento participativo é possível apresentar ao destino um plano de desenvolvimento turístico sustentável, que se pauta pelo tripé:

- Filosofia de processo: porque a construção é permanente (Pontos Fortes X Pontos Fracos, Oportunidades X Ameaças, Avaliação X Reestruturação);
- Foco no rumo: evitando a dispersão e centrado em prioridades;
- Compromisso com a otimização: tirando o máximo proveito dos recursos internos (capacidade e disponibilidades) com a dinâmica do ambiente externo.

Pirenópolis tem como uma das suas principais atividades econômicas o turismo. Em virtude disso, e de ser um dos principais destinos turísticos do Estado de Goiás, a cidade já sofreu várias intervenções e estudos de entidades relacionadas ao turismo, tais como Ministérios, Secretarias de Estado, Associações, Universidades e Sistema S.

Tudo isso culminou em várias iniciativas independentes de desenvolvimento do turismo. Ou seja, é chegado o momento de integrar essas iniciativas e fazer com que o turismo cresça de maneira adequada e sustentável, com a união de todos os segmentos e aproveitamento de todos os estudos feitos anteriormente. Portanto, essa é a proposta deste Plano, para que o turismo possa ser um importante instrumento transformador da economia local.

A elaboração de um Plano Municipal de Turismo, como um estudo analítico do cenário turístico de Pirenópolis, tem como objetivo desenvolver e manter a identidade local, determinando os objetivos, estratégias e ordenando as ações que nortearão o desenvolvimento sustentável do turismo de Pirenópolis.

4. Metodologia

O processo de planejamento do turismo de Pirenópolis foi feito de forma participativa. A condução foi feita por consultoras do Sebrae Goiás, especialistas na área de turismo, mas contando com a contribuição substancial do trade turístico da cidade. Ou seja, este plano é fruto de um esforço coletivo de busca, coleta, discussão e validação de informações, que expressa a vontade do município em relação ao desenvolvimento da atividade turística.

As etapas de construção do Plano aconteceram conforme a metodologia que segue:

- Reunião de Formação do Grupo Gestor do Planejamento;
- Prognóstico de consultoria (levantamento de referências bibliográficas, visitas técnicas e observação do turismo no município);
- Palestra de sensibilização sobre a importância do planejamento para o turismo;
- Oficinas de Diagnóstico (levantamento de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças – Análise SWOT);
- Oficina de Levantamento de Ações;
- Oficinas de Direcionamento Estratégico (construção de missão, visão, segmentos prioritários, valores, políticas e fatores críticos de sucesso);
- Reunião para validação do direcionamento e objetivos;
- Oficina de Priorização de Ações.

O planejamento foi realizado de novembro de 2011 a setembro de 2012, por meio de reuniões e oficinas, contando com a presença de membros do grupo gestor do Plano, bem como, pessoas interessadas do trade e da comunidade pirenopolina. Vale destacar que apesar da participação ter sido aberta a todos, a presença nos encontros se manteve praticamente a mesma. Houve um grupo bastante interessado durante todo o processo, no entanto, alguns estiveram somente em momentos pontuais.

Para estruturação do Plano considerou-se todos os estudos, pesquisas e projetos anteriormente feitos, que tinham relação direta com o desenvolvimento do turismo, incluindo fontes tais como FGV (Fundação Getúlio Vargas), Goiás Turismo, Ministério do Turismo e Sebrae Goiás.

Destaca-se que o horizonte previsto para o planejamento foi de quatro anos, ou seja, de 2012 a 2016, o que restringe a inclusão de ações, visando à aplicabilidade do mesmo no período previsto.

5. Histórico do Município de Pirenópolis

A história de Pirenópolis tem origem na primeira fase da mineração de ouro em Goiás. A ocupação do lugar começou nas primeiras décadas do século XVIII, quando um grupo de garimpeiros que pertencia à bandeira do Anhanguera chegou à região e descobriu ouro às margens do Rio das Almas. O bando era guiado por Urbano do Couto Menezes e chefiado por Manuel Rodrigues Tomár, ao qual se atribui a fundação do primeiro arraial, em 1727.

A notícia da descoberta das minas logo atraiu outras levas de aventureiros, fazendo crescer o arraial que ficou conhecido pelo nome de Minas de Nossa Senhora do Rosário de Meia Ponte, denominação que está ligada à data da fundação do arraial, dia de Nossa Senhora do Rosário e ao nome do rio que passa pelo local e, mais tarde, Cidade de Meia Ponte e hoje Pirenópolis.

Após exaurir as minas, os meiapontenses voltaram-se para agricultura, pecuária e comércio tropeiro, sendo o principal produto agrícola o algodão, que era considerado como uma das melhores fibras do mundo. Havia também a produção de cana-de-açúcar para o comércio regional.

Esse período se inicia em meados de 1800, tendo no comando da cidade, o Comendador Joaquim Alves de Oliveira que a fez prosperar. Foi construído pelo Comendador, o Engenho de São Joaquim, que abrigou cerca de 200 escravos com suas famílias. O belíssimo casarão da fazenda é todo cercado por muros de pedra feitos pelos escravos e o madeiramento do telhado é gigantesco, evidenciando a riqueza proveniente da produção e comercialização de açúcar e algodão, principais produtos da fazenda na época. No entanto, as senzalas não existem mais, mas o casarão e parte do mobiliário estão muito bem conservados e, hoje, é conhecida como Fazenda Babilônia, tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional, em 1965, tornando-se um atrativo histórico-cultural e turístico e que oferece aos visitantes passeios a cavalo, em charretes e o famoso café colonial, com mais de 25 iguarias típicas.

Meia Ponte se manteve como grande produtor agrícola e centro mercantil de Goiás até cerca de 1880, quando os principais comerciantes se mudaram para o Povoado de Santana das Antas (futura Anápolis) por oportunidade de negócio. Daí em diante, sofreu grande decadência econômica, vindo mudar seu nome, em 1890, para Pirenópolis, a cidade dos Pireneus, numa referência à Serra dos Pireneus cujo nome foi tirado da cadeia de montanhas que separa a França da Espanha e que cerca toda a cidade.

O núcleo urbano mais antigo desenvolveu-se em torno da Igreja Matriz, outros núcleos formaram-se logo em seguida nos arredores das Igrejas do Bonfim e do Carmo. Em 1728, teve início as obras de um dos mais significativos patrimônios culturais de Pirenópolis, a Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário, até então, primeira e maior Igreja do Estado de Goiás. Construída com taipa de pilão (barro socado), adobe (tijolo cozido ao sol), alicerces e portais em cantarias (pedras), armações de aroeira e telhas de barro (feitas, tendo como moldes as próprias coxas dos escravos), estrategicamente arquitetada, de maneira que os raios do sol brilhassem a sua fachada a qualquer momento do dia.

A partir de 1732, começou a ser celebradas missas, batizados, casamentos e enterros, somente para a população branca.

Dentre os fatos ocorridos nesse período, salienta-se, pelo caráter religioso do Arraial, o desabamento, em 1838, do telhado da Matriz sobre a arcada do altar-mor. Após um século dessa fatalidade, precisamente em 1941, foi tombada como Patrimônio Histórico. Em 2002, um incêndio consumiu totalmente a Igreja Matriz, restando apenas as paredes. Passou por um longo processo de restauração e, em março de 2006, foi reinaugurada. Está aberta ao público para visitação e, ainda hoje, é um dos principais atrativos histórico-culturais e turísticos da cidade.

Apesar da inatividade econ mica, Pirenópolis manteve as tradi es, as atividades culturais e as festas populares que a destacava das outras cidades desde os tempos da funda o.

A Festa do Divino Espírito Santo teve in cio de forma documentada, em 1819. Quanto  s Cavalhadas, introduzidas nessa festa como atividade profana, ocorreu em 1826, pelo Imperador Manuel Amâncio da Luz. As Cavalhadas de Pirenópolis são consideradas como uma das mais expressivas do Brasil, tradi o esta que se manteve forte, uma porque os primeiros colonizadores desta antiga cidade mineradora eram, em sua maioria, portugueses oriundos do Norte de Portugal, local em que mais se resistiu   invasão moura, outra porque o caráter centralizador da popula o dominante viu com bons olhos o efeito separatista entre as classes sociais. Porém, o que mais motiva a popula o a manter viva a infindável rixa entre mul manos e cristãos é a beleza do espetáculo e o prazer pela montaria. A encena o, que é a expressão máxima do evento, se d  em três dias seguidos, cujos preparativos começam uma quinzena antes, no in cio da Festa do Divino, que é marcada pela saída da Folia e é composta por músicas específicas, carreiras equestres coreografadas, diálogos, exercícios e torneios   moda medieval.

Além das tradicionais festas folclóricas, foi em Meia Ponte que surgiu a primeira biblioteca pública; o primeiro professor público de boas letras, para ensinar a popula o a ler; o primeiro jornal do Centro-Oeste e o primeiro do Brasil a ser editado fora de uma capital, a *Matutina Meiapontense* (criado por Joaquim Alves de Oliveira, em março de 1830), que servia de correio oficial para a Província de Goiás e de Mato Grosso; o primeiro cinema, o Cine-Pirineus; e três teatros na virada do século XIX para o XX, o que a tornou conhecida como Berço da Cultura Goiana.

Durante os primórdios e meados do século XX, com a mudança das rotas comerciais para Anápolis, Pirenópolis passou por uma condi o de isolamento, só era lembrada por ocasião das festas, que sempre tiveram bastante destaque, como a Festa do Divino, festejada desde 1819, e um pouco do comércio de quartzito devido à constru o de Goiânia, em 1930. Isso permitiu manter quase intacto seu patrimônio natural, arquitetônico e cultural, a salvo de um progresso equivocado que descaracterizou outras cidades históricas. Até que, com a chegada de Brasília, a atividade mineradora do quartzito ou Pedra de Pirenópolis se intensificou (ela é usada, até hoje, na constru o civil para revestimentos e pisos que decoram ruas e casas da cidade). Assim, melhoraram-se os acessos e começaram a chegar visitantes de outras localidades,

como compradores de pedras para a construção de Brasília, turistas e viajantes.

Nos anos 80, alguns desses turistas mudaram-se na intenção de construir comunidades alternativas e ensinaram para os jovens do local o artesanato de joias de prata. Suas viagens para a venda dos produtos contribuíram para a divulgação desta pequena cidade do interior de Goiás. Além disso, alguns ilustres políticos de Brasília, como o Embaixador Sérgio Amaral, compraram casa e se mudaram. Com toda essa exploração, Pirenópolis estava praticamente em ruínas, as igrejas e as casas estavam descascadas, com goteiras e cupins. Foi iniciado, então, um movimento de valorização do patrimônio histórico, uma vez que a cidade havia guardado bens do período colonial.

Em 1989, a cidade foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), como conjunto paisagístico e, em 1997, iniciou-se um projeto de revitalização do Centro Histórico, quando a Igreja Matriz, o Cine Pirineus, o Teatro de Pirenópolis e outros monumentos foram restaurados, reformados e reconstruídos criteriosamente.

Atualmente, Pirenópolis é conhecida pela “Capital da Prata”, “Atenas de Goiás”, entre outros, e tem sua economia baseada no artesanato e no turismo - que a partir de 2000, teve um forte impulso com a divulgação maciça da cidade e de Goiás, por meio do Governo do Estado, novelas, anúncios televisivos, revistas, Carnaval carioca etc.

Foto: <http://pirenopolis-cultura.blogspot.com.br>



6. O Turismo em Pirenópolis

A cidade de Pirenópolis apresenta um posicionamento geográfico estratégico por estar próxima aos dois grandes centros urbanos de Goiás – Goiânia e Anápolis – e da Capital Federal, Brasília que contribuem de forma significativa para a demanda turística do município. Além disso, Pirenópolis faz parte da chamada Região do Ouro, que compreende as cidades de Pirenópolis (Patrimônio Histórico Nacional), Corumbá de Goiás (Sítio Histórico Estadual), Cidade de Goiás (Sítio Histórico do Patrimônio Mundial) e o Parque Estadual da Serra dos Pirineus. Todas passaram por um processo semelhante: a revalorização que as transformou em destino turístico, com enfoque no aspecto histórico e ambiental.

Nesse sentido, Pirenópolis conserva um importante acervo histórico-arquitetônico e uma cultura secular, aliados às tradições guardadas e revividas por seus moradores, no cotidiano ou nos momentos de comemorações solenes, religiosas e/ou profanas.

O turismo não só privilegiou a cultura tradicional, destacando importantes eventos (Festival Gastronômico de Pirenópolis, Canto da Primavera, Festa Literária de Pirenópolis - Flipiri etc.) e as festas folclóricas (Festa do Divino e Cavalhadas, considerada a maior manifestação popular da cidade), como também, as belezas naturais ao redor do município que são exuberantes, protegidas por santuários de vida silvestre e enriquecidas por morros, rios e belas cachoeiras, locais que servem para a prática de ecoturismo e esportes de aventura.

O Festival Gastronômico de Pirenópolis reúne renomados chefs de Goiás e de outros Estados. Durante quatro dias, apreciadores da boa culinária degustam saborosas comidas com ingredientes típicos do Cerrado. Além do festival, uma série de eventos artísticos e musicais anima os turistas.

O Canto da Primavera é uma das mais importantes iniciativas do projeto pioneiro da Secretaria Estadual de Cultura na área musical, trata-se de uma Mostra de Música Brasileira realizada desde 2000, de caráter não competitivo que valoriza a criação musical, oferece oficinas que proporcionam troca de experiências entre os diversos profissionais envolvidos e incentiva a discussão da música brasileira nos mais diferentes gêneros e ritmos.

A Festa do Divino de Pirenópolis foi registrada como Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro em 15 de abril de 2010, reconhecida pelo Iphan. Com duração de doze dias, tem seu ápice no Domingo do Divino, cinquenta dias após a Ressurreição. Tem como símbolo a mandala de fogo com a pomba branca ao centro, a pomba representa o Divino Espírito Santo e a mandala de fogo denota o momento em que o Espírito Santo desceu sobre os apóstolos, em Pentecostes. Nas cores da Festa, o branco significa a paz, o altíssimo, e o vermelho o sangue de Jesus, o espírito. Essa intensa manifestação popular mescla festejos religiosos e profanos, de diversas origens e significados, sendo constituída de novena, folias, procissão, missa, roqueira, mascarados, pastorinhas, peças teatrais, congadas, e apresentação de outros grupos folclóricos.

É na Festa do Divino que são apresentadas as Cavalhadas, representação da luta entre mouros e cristãos na Idade Média.

Por tudo isso, Pirenópolis é uma cidade que pode ser visitada o ano todo, suas ruas têm charmosos casarões, prédios e igrejas em estilo barroco que se misturam às atrações naturais: o Parque Estadual da Serra dos Pirineus e as cachoeiras que atraem visitantes todos os finais de semana. Além disso, as tradições culturais estimularam o desenvolvimento de um artesanato local muito original: a fabricação de joias de prata e móveis de madeira, bem como o trabalho da fiação de colchas e cortinas e a criação de objetos em barro e pedra.

O turismo em Pirenópolis se intensificou a partir do ano de 1990, em virtude de investimentos públicos e privados no município. Os públicos concentraram-se na restauração das Igrejas, Teatro e Cinema, e, privados, nos setores de hospedagem, alimentação fora do lar e atrativos naturais. O aumento da demanda turística levou à valorização imobiliária do centro histórico que resultou em mais investimentos privados na restauração dos antigos casarões, fato que tornou a cidade ainda mais atrativa. Vale lembrar, que Pirenópolis teve maior visibilidade nacional quando a Rede Globo exibiu a telenovela Estrela Guia, protagonizada por Sandy e Guilherme Fontes, entre março e junho de 2001 e o Carnaval carioca trouxe o Estado de Goiás no enredo da Escola Caprichosos de Pilares, em 2001. Ambos divulgaram a cidade, sua cultura e suas belezas naturais.

A cidade de Pirenópolis tem muitos hotéis, pousadas e restaurantes. Sua gastronomia é bastante diversificada, com aproximadamente 60 estabelecimentos: com comida goiana caseira, italiana, francesa, árabe, japonesa, histórica de tropeiros, vegetariana e natural. A Rua do Lazer é hoje um atrativo consagrado de Pirenópolis. É ponto de encontro de festas, shows, gastronomia e lazer, há quem venha a Pirenópolis somente para curtir a Rua do Lazer, sua noite e seus agitos.

O turismo em Pirenópolis é bastante promissor, suas ações estão centradas no aproveitamento dos atrativos históricos, culturais e naturais e hoje é uma das maiores fontes de renda do município. Vem incrementando a economia local, trazendo comércio e serviços e gerando grande quantidade de emprego e renda, uma vez que, a maioria da população trabalha diretamente ou indiretamente com o turismo.

Portanto, o município de Pirenópolis se destaca como um dos principais polos turísticos de Goiás, que tem uma comunidade engajada no processo de recuperação da memória coletiva e da reconstrução histórica e compreende a importância de se planejar e organizar o turismo de forma sustentável.

6.1. A Competitividade do Destino Turístico Pirenópolis

Pirenópolis é um dos 65 municípios brasileiros beneficiados pelo Estudo de Competitividade dos Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em parceria com o Ministério do Turismo (Mtur), elaborado em 2008, que tem por objetivo definir parâmetros, avaliar o estágio de desenvolvimento e elaborar planos de ações que visam à competitividade em nível internacional.

Para que fosse possível analisar cada um dos destinos de forma objetiva, foram criadas 5 (cinco) macro-dimensões, as quais estão desmembradas em 13 (treze) dimensões e 62 (sessenta e duas) variáveis. A avaliação de cada uma dessas variáveis resultou na definição de um índice que identifica, de 0 a 100, o atual estágio de competitividade do destino em relação às dimensões do estudo.

A tabela a seguir consolida os resultados das dimensões avaliadas e apresenta o total geral para o Brasil, para as não capitais e para o destino em questão, Pirenópolis. Esse total é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

DIMENSÕES	BRASIL			NÃO CAPITAIS			PIRENÓPOLIS		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total Geral	52,1	54,0	56,0	46,9	48,4	50,3	52,7	55,0	53,8
Infraestrutura Geral	63,8	64,6	65,8	58,1	58,9	59,8	60,3	61,3	60,9
Acesso	55,6	58,1	60,5	47,5	49,7	52,3	41,6	45,7	50,2
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	36,3	37,9	41,9	40,8	45,2	45,8
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	59,3	60,2	61,3	61,2	64,4	64,0
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	32,4	36,5	39,8	55,7	59,1	43,4
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	47,3	50,2	50,7	62,1	63,3	67,1
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	45,0	48,8	53,1	62,0	62,8	57,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	30,6	29,4	30,0	40,0	43,2	36,4
Economia local	56,6	57,1	59,5	50,9	49,6	51,5	64,4	67,5	67,3
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	36,6	39,8	38,6	28,3	30,4	26,8
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	53,5	53,4	54,2	53,4	55,7	57,3
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	55,5	58,1	61,5	58,9	57,6	50,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	49,8	48,7	50,0	62,1	62,3	71,6

Com base nos dados da tabela, visualizam-se quais dimensões contribuíram positivamente e negativamente na composição do índice de competitividade de Pirenópolis, informações, essas, fundamentais para planejar ações com vistas a melhorar o índice geral de competitividade desse destino turístico. Temos que, Infraestrutura geral (60,9), Atrativos turísticos (64,0), Políticas públicas (67,1), Cooperação regional (57,3), Economia local (67,3), Aspectos sociais (57,3) e Aspectos culturais (71,6) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez, que se mantiveram acima da média geral.

Em contrapartida, as notas registradas nas dimensões Acesso (50,2), Serviços e equipamentos turísticos (45,8), Marketing (43,4), Monitoramento (36,4), Capacidade empresarial (26,8) e Aspectos ambientais (50,5) se posicionaram abaixo do total geral do destino, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município, o que demonstra a necessidade de se planejar e desenvolver ações que possam promover a melhoria desses índices.

7. Segmentos Prioritários

A Segmentação Turística é entendida como “a forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os diferentes segmentos são estabelecidos a partir de elementos de identidade da **oferta** de serviços e atrativos turísticos e da variação da **demanda** por esses elementos” (MTUR, 2008).

Segmentar é dividir a **demanda** em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de clientes de outros segmentos (LOVELOCK;WRIGHT, 2001).A sociedade está constituída por um número substancial de pessoas com necessidades básicas já satisfeitas e que estão canalizando seu tempo, dinheiro e esforços para satisfazer outras necessidades e desejos, como o lazer, a viagem, o turismo (TRIGO, 2003).

Diferentes perfis de turistas podem ter expectativas diferentes e motivações diversas para a realização de suas viagens. Assim, se faz necessário entender a demanda dos turistas para que possam ser oferecidos produtos que atendam às expectativas desse público. Com isso, percebe-se que é necessário segmentar também a oferta, com vistas a suprir as demandas dos visitantes com produtos específicos para cada necessidade ou desejo.

No intuito de trabalhar dentro das diretrizes do MTur, neste trabalho será adotada a estratégia de segmentação da demanda potencial e da demanda efetiva (ligada à oferta turística existente) do destino Pirenópolis. Para tanto, foram realizadas oficinas com os integrantes do grupo gestor do Plano Municipal de Turismo e também a leitura de estudos e pesquisas turísticas do destino, conforme exposto na referência bibliográfica. Além disso, foi oportunizado à comunidade, por meio de enquete no site da prefeitura, opinar sobre os segmentos turísticos a serem trabalhados por este Plano.

Durante a oficina de segmentação, o grupo gestor do plano destacou segmentos da demanda potencial em virtude de uma gama variada de atrativos culturais e naturais (oferta) existentes e também pelo potencial de crescimento que o setor apresenta: turismo cultural, turismo de negócios & eventos, turismo pedagógico e ecoturismo.

Ainda em relação à demanda potencial, caracteriza-se por turismo cultural o grupo de turistas interessados em vivenciar e consumir a cultura local, incluindo manifestações populares, museus, artesanato, gastronomia e outros. Essa é uma tendência do turismo no mundo, pois o destino turístico que possui condições de oferecer identidade, agregar elementos singulares aos seus produtos, obterá maiores possibilidades de êxito junto ao consumidor final. Pirenópolis possui grande acervo cultural, com seu Sítio Histórico, o rico patrimônio arquitetônico, uma gastronomia própria, festas populares, elementos que ajustam aos quesitos básicos desse segmento turístico. Entretanto, ainda é necessário levar em consideração o tamanho do mercado do Turismo Cultural e o gasto médio do turista cultural.

O turismo de negócios & eventos compreende as atividades turísticas decorrentes dos encontros profissionais. As empresas estão cada dia mais buscando destinos de na-

tureza exuberante, paz e tranquilidade para realizar seus eventos e reuniões de negócios, nos quais o participante fica emergido em suas atividades propostas.

Já o turismo pedagógico compreende as atividades turísticas envolvidas nas viagens técnicas com proposta educacional, seja ela ambiental e/ou cultural. As instituições de ensino estão adotando a atividade supracitada na integração de conteúdos curriculares em projetos multidisciplinares.

O ecoturismo é caracterizado por “grupo de turistas que busca a prática da atividade turística de forma sustentável, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente natural e cultural, promovendo o bem-estar das populações” (MTur, 2010). Há uma gama de atrativos (oferta) voltada para o ecoturista, o que ocorre é que ainda não há uma demanda efetiva de turistas que consomem os atrativos naturais e culturais na perspectiva preservacionista do ecoturista, o que existe são turistas que têm o interesse somente na prática de lazer em contato com natureza (cachoeira e sol e/ou lazer). Esse tipo de turista não tem o perfil característico do ecoturista, ao contrário, esse turista somente quer praticar atividades recreativas na cachoeira em dia de sol, causado assim, um maior impacto ambiental.

Foi levantado no estudo de imagem e mercado de Pirenópolis (Ornelas, 2009), que a característica da demanda efetiva do turismo de Pirenópolis é predominantemente regional, autônomos, que tem Pirenópolis como um destino de escapada (finais de semana e feriado) e suas preferências são as cachoeiras, gastronomia, festas e o centro histórico.

A partir da interpretação das informações e dados da oferta turística, é percebido que cada segmento proposto para ser trabalhado encontra-se num estágio diferente de desenvolvimento.

Assim, foi proposta uma classificação conforme o nível de desenvolvimento desses segmentos turísticos. Essa análise foi realizada para o planejamento e direcionamento das ações das entidades interessadas no desenvolvimento do destino, considerando os seguintes descritivos para cada nível:

- **Desenvolver:** apresenta potencialidade turística para o mercado, ainda sem estruturação, com deficiência de recursos humanos, equipamentos e infraestrutura.
- **Qualificar:** possui estrutura turística para atender ao mercado, mas ainda apresenta necessidade de melhorar a qualidade dos serviços prestados aos turistas, bem como de capacitação de pessoal e qualificação de equipamentos.
- **Qualificar e Promover:** apresenta produtos(s) estruturados(s) e qualificados(s), aptos(s) para promoção e comercialização no mercado, mas com vistas à necessidade de qualificação constante.

Segmento	Posicionamento da demanda	Estágio de Desenvolvimento
Turismo Cultural	Demanda potencial	Desenvolver
Turismo de Negócios e Eventos	Demanda potencial	Desenvolver
Turismo Pedagógico	Demanda potencial	Desenvolver
Ecoturismo	Demanda potencial	Qualificar e Promover
Turismo de Aventura	Demanda efetiva	Qualificar e Promover
Turismo de Lazer (cachoeira e sol)	Demanda efetiva	Qualificar

Portanto, faz-se necessário um maior esforço físico /financeiro de adequação do destino para captar as demandas potenciais: Turismo Cultural, Negócios & Eventos, e Pedagógico que, todavia, são capazes de minimizar os impactos negativos que a sazonalidade traz para o destino. Para tanto, segue no conteúdo deste documento, ações que devem ser implementadas para tais adequações.

Foto: www.turismonaweb.com.br



8. Missão

Conceito: a missão expressa a razão da existência deste plano, o motivo de sua elaboração e a quem a sua execução pretende beneficiar.

Desenvolver o turismo de forma sustentável em suas três dimensões: ambiental, econômica e social, e, subsidiar políticas públicas para o setor, a fim de proporcionar qualidade de vida e renda aos moradores, satisfação dos visitantes e preservação do patrimônio cultural e natural.

Foto: <http://paulobedran.wordpress.com>

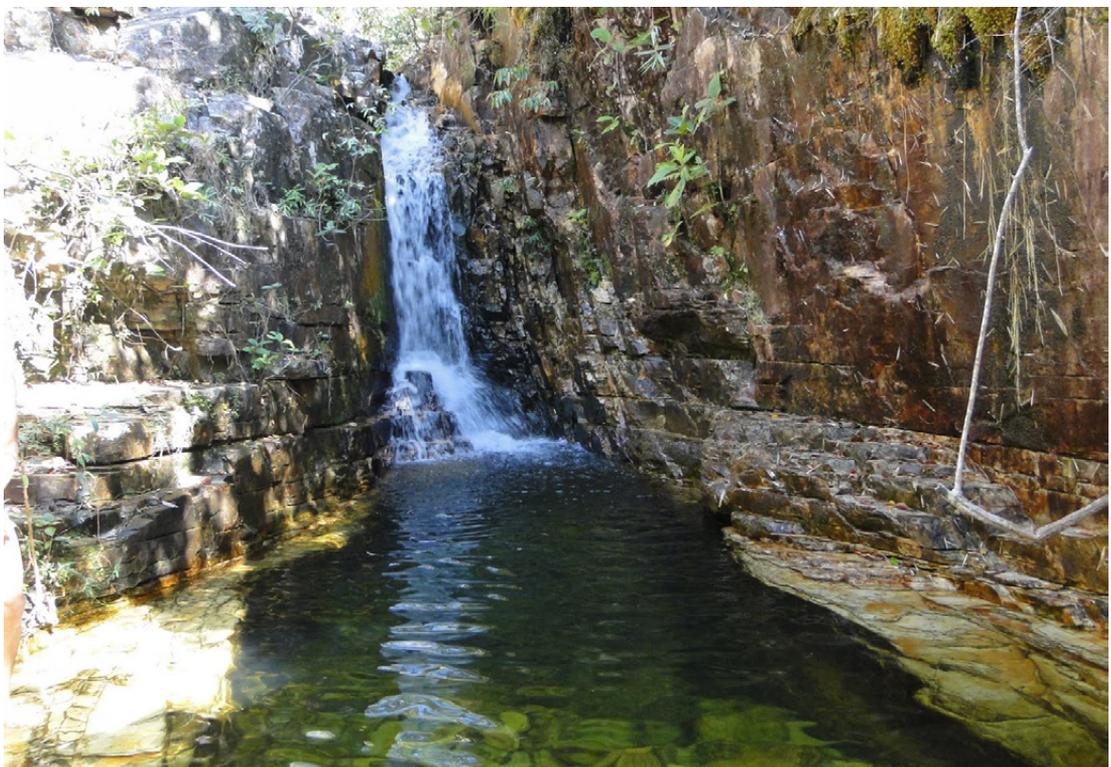


9. Visão

Conceito: a visão expressa aonde se pretende chegar e em que período de tempo. É uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa ser vista no futuro.

Ser reconhecido, até 2016, nos principais polos emissores do país como um destino de turismo natural e cultural com infraestrutura adequada, organização e qualidade.

Foto: <http://www.cbstur.com.br/room/pirenopolis/>



10. Valores

Conceito: são princípios dos quais o destino não pode se desvincular para o desenvolvimento da atividade turística. Expressam atitudes e comportamentos que devem ser prezados.

- Goianidade
- Pirenopolidade
- Qualidade de produtos e serviços
- Conservação e valorização do patrimônio cultural e natural
- Hospitalidade
- Costumes e tradições
- Respeito à comunidade local

II. Políticas (estratégias permanentes)

Conceito: expressam estratégias permanentes que devem ser executadas para que o alcance dos objetivos seja possível. As políticas estão listadas em ordem alfabética, e não pelo grau de relevância.

- Capacitação constante dos diversos setores da cadeia produtiva do turismo.
- Conservação e valorização do patrimônio cultural e natural.
- Educação patrimonial, cultural e turística.
- Parceria pública/ privada entre os diversos segmentos setoriais (segurança, saúde, educação, meio ambiente, cultura e turismo).
- Regulamentação e fiscalização das atividades e empreendimentos turísticos.
- Sustentabilidade.

12. Fatores Críticos de Sucesso

Conceito: são condições sem as quais o alcance dos objetivos definidos e da visão proposta pode ficar comprometido. Os fatores estão listados em ordem alfabética, e não pelo grau de relevância.

- Articulação e integração entre as entidades representativas do setor turístico e poder público.
- Arranjo da cadeia produtiva do turismo para comercialização do destino.
- Políticas públicas específicas para o setor turístico.
- Preservação e valorização da cultura e artesanato local.
- Preservação e valorização do meio ambiente.
- Infraestrutura básica eficiente que garanta o atendimento das necessidades da comunidade e dos turistas.
- Sensibilização da comunidade sobre a importância da atividade turística para o desenvolvimento do município.
- Segurança pública eficiente que garanta a tranquilidade e integridade física do turista e qualidade de vida para os moradores.
- Saúde pública eficiente que garanta o atendimento das necessidades da comunidade e dos turistas.
- Transito ordenado no centro histórico, em especial nos dias de eventos, finais de semana e feriados.
- Qualidade dos serviços prestados.

13. Análise do Ambiente

Para levantamento diagnóstico foi utilizada a metodologia de análise SWOT, que consiste em analisar o ambiente interno Forças/Strenghts e Fraquezas/Weaknesses, nesse caso, fatores relativos ao município e sua gestão, bem como, o ambiente externo em que foram analisadas as forças externas ao município, que têm direta influência nos resultados, Oportunidades/Opportunities e Ameaças/Threats.

A constatação desses itens advém do resultado de uma análise combinada, incluindo levantamentos em oficinas participativas, pesquisa em fonte secundária de dados e entrevistas individuais com atores do trade turístico.

A fim de facilitar a leitura, o levantamento diagnóstico foi agrupado em quatro dimensões: Turismo, Infraestrutura, Meio Ambiente e Cultura. Ressalta-se que os itens a seguir estão listados em ordem aleatória, não havendo intenção, neste momento, de colocá-los em grau de importância

13.1. Pontos Fortes / Potencialidades

13.1.1. Turismo

- Beleza cênica da cidade.
- Quantidade e diversidade dos atrativos naturais.
- Existência de riquíssimo patrimônio cultural, ambiental e paisagístico.
- Infraestrutura dos atrativos naturais.
- Meio ambiente.
- Turismo cultural.
- Festas tradicionais e diversidade de eventos.
- Existência do teatro.
- Existência do cinema.
- Existência do Centro de Atendimento ao Turista.
- Sinalização turística.
- Existência de entidades e associações relativas ao turismo.
- Existência da UEG e oferta dos cursos de gastronomia e turismo.
- Uso da gastronomia goiana em seus pratos.
- Existência de guias capacitados e credenciados.
- Existência de atrativos naturais bem estruturados e qualificados.
- Potencial para turismo em áreas rurais.

- Decreto de formalização de empreendimentos turísticos
- Informações e estudos turísticos
- Consciência da preservação ambiental para a atividade turística
- Existência de ampla rede hoteleira com grande diversidade de opções, incluindo um resort com infraestrutura adequada para eventos (seminários e congressos)
- Existência de uma boa rede de restaurantes e bares com diversidade de cardápios.
- Existência de lojas de artesanatos.

13.1.2. Infraestrutura

Comunicação

- Existência da rádio comunitária com grande audiência local.
- Telefonia celular recebe sinais de quatro operadoras (Tim, Vivo, Oi e Claro).
- Disponibilidade de sinal de internet via telefone e via rádio.

Segurança

- Iniciativas de segurança: Programa de Combate às drogas (Proerd).
- Iniciativas de segurança: Programa Nacional de Segurança e Cidadania (Pronasci).
- Existência do Conselho Municipal de Segurança (Conseg.)

Sistema de Saúde

- Existência de hospitais.
- Existência de Posto de Saúde e 04 unidades de PSF.
- Atuação de Agentes de Endemias com apoio financeiro da Funasa.
- Existência de centro de fisioterapia e acupuntura.
- Existência de Samu e UPA em construção.

Transporte

- Existência de aeroporto.
- Existência de serviços de táxi e mototáxi.
- Bons acessos rodoviários ao município.

13.1.3. Meio Ambiente

- Mosaico de unidades de conservação: Parque dos Pireneus, APA dos Pireneus, 7 RPPN'S, Monumento natural Cidade de Pedra, Projeto Lineares (Almas/ Pratinha/ Lavapés).
- Inclusão do município de Pirenópolis no Corredor Ecológico Paranã-Pireneus, uma iniciativa de conservação de biodiversidade em escala regional pelo MMA.
- Reconhecimento oficial pelo MMA e comunidade científica, de grandes áreas do município de Pirenópolis como áreas prioritárias para a conservação da biodiversidade do bioma Cerrado, particularmente devido à existência de campos-rupestres, cerrados-rupestres e matas-secas (tipos de vegetação rica, rara e ameaçada).
- Proposta de criação do Geoparque dos Pireneus (CPRM) com o objetivo de preservar o rico patrimônio geológico regional, disseminar conhecimento sobre geologia e promover o geoturismo como alternativa de desenvolvimento sustentável.
- Serra dos Pireneus, segunda região mais alta do Estado de Goiás, faz parte do divisor continental das bacias do Tocantins e Paraná.
- Rica fauna e flora.
- Alta biodiversidade.
- Densa rede de recursos hídricos (cabeceira do Rio das Almas).
- Quintais das casas arborizados - atração das aves e outros animais.
- Instituições, ONG's e Associações atuando na área sócioambiental.
- Ecoturismo.
- Existência do Conselho de Meio Ambiente (Condem).
- Início da Coleta Seletiva.
- Aprovada Lei que cria e institui a política municipal dos resíduos sólidos.
- Criada Lei 707/12 que define áreas de proteção de mananciais de abastecimento público.

13.1.4. Cultura

- Existência de associações bem estruturadas ligadas à cultura.
- Vários pontos para comercialização do artesanato.
- Conservação do patrimônio material e imaterial.
- Gestão: a Secretaria da Cultura e os segmentos organizados têm atuação positiva.
- Identidade cultural preservada e rica.
- Qualidade do artesanato local.
- Existência de agenda de eventos culturais.

13.2. Pontos Fracos/Problemáticas

13.2.1. Turismo

Atrativos e empreendimentos turísticos

- Baixa qualidade de atendimento.
- Falta de conhecimento e habilidades empresariais de grande parcela dos empreendedores.
- Crescimento desordenado de empreendimentos e atrativos turísticos.
- Alto custo para acesso aos atrativos turísticos.
- Ausência de fiscalização ambiental e licenciamento de atrativos naturais.
- Difícil acesso a alguns atrativos naturais.
- Falta consciência dos empresários quanto às normas da vigilância sanitária.
- Ausência de fiscalização dos equipamentos gastronômicos.
- Informalidade da maior parte dos equipamentos turísticos.
- Pouca diversidade de atrativos estruturados para receber turistas.
- Má administração do Parque Estadual dos Pireneus.
- Preços praticados por alguns empresários.
- Falta política de preços atrativa nas baixas estações (dias úteis).
- Muitos estabelecimentos sem estrutura de acessibilidade para portadores de necessidades especiais.

Cadeia produtiva e comercialização

- Ausência de arranjo produtivo local para comercialização.
- Falta de roteiros organizados que incluam transporte, comida e visitação aos atrativos.
- Falta de integração entre o trade turístico.
- Ausência de participação mais efetiva do empresariado junto às entidades representativas do turismo.
- Capacidade ociosa dos equipamentos turísticos durante a semana, pois o turismo atualmente só ocorre aos finais de semana.
- Pouca divulgação do município como destino turístico em nível nacional.

Comunidade

- Pouca consciência da comunidade em relação ao turismo - ausência de informações.
- Ausência de campanhas sistemáticas de conscientização dos benefícios diretos e indiretos da atividade turística.

- Há deficiência em relação à inclusão da área rural e dos povoados nas políticas e ações voltadas ao turismo.
- Pouca ligação da comunidade local com os atrativos.
- Valorização imobiliária do centro histórico e deslocamento da população tradicional.
- Transformação de áreas residenciais em comerciais, principalmente no centro histórico, eliminando a vida da cidade, substituindo moradores e seus afazeres tradicionais por um grande “shopping” para turistas, o qual fica boa parte do tempo fechado, nos dias úteis, sem fluxo turístico.

Eventos

- Captação de eventos é ineficaz e sem sistematização.
- Ausência de calendário de eventos fixos.
- Má divulgação dos eventos.
- Ausência de um centro de convenções.
- Falta de continuidade da programação de teatro e cinema.
- Ausência de incentivos à cultura.
- Ausência de mostras culturais.
- Faltam projetos de planejamento e organização dos eventos da cidade.

Equipamentos de apoio

- Ausência de transporte regular para os atrativos naturais.
- Ausência de um museu histórico.
- Irregularidade de funcionamento/horários dos atrativos culturais.
- Sinalização turística de acesso ao município ainda é insuficiente.
- Ausência de sinalização bilíngue.
- Ausência de placas nos trajetos básicos (Goiânia/Brasília).
- Falta de padronização nas placas dos equipamentos turísticos - poluição visual.
- Falta de um Auto Posto 24 Horas.
- Falta de Banco 24 Horas.

Qualificação e Informações

- Baixa qualificação dos profissionais ligados à cadeia do turismo.
- Não há divulgação dos estudos e informações turísticas.

13.2.2. Infraestrutura

Saneamento

- A rede de esgoto está em funcionamento, mas em fase de construção e lenta.
- Falta de galerias pluviais.
- O sistema de abastecimento de água atual é insuficiente, precisa de nova ampliação para atender à demanda atual e futura.
- Esgoto clandestino ligado a águas pluviais.
- Mau aproveitamento dos recursos hídricos existentes na cidade e no entorno.

Acessibilidade

- Asfalto - péssimas condições tanto dentro da cidade quanto nas rodovias de acesso.
- As placas indicativas nas cidades próximas estão em locais pouco visíveis, ou não existem em locais importantes.
- Sinalização precária de ruas e avenidas.
- Sinalização para atrativos insuficientes.

Gestão das áreas públicas

- Falta uma área poliesportiva para a população local.
- Banheiros públicos não são suficientes e mal conservados.
- Má conservação de jardins e canteiros.
- Arena das cavalhadas inacabada e subutilizada.

Coleta de lixo

- Inexistência de coleta seletiva.
- Coleta de lixo não atinge toda a cidade.
- Irregularidade da coleta de lixo, especialmente aos finais de semana.
- Não há aterro sanitário - existência de lixão.
- Insuficiência de lixeiras públicas.
- Má gestão de resíduos.
- Sujeira na cidade e na beira rio.

Comunicação

- Conexão de internet fraca.

- Sinais das operadoras de celular estão frequentemente ausentes.
- Rádio comunitária subutilizada.

Segurança

- Assalto e furtos aos turistas.
- Inexistência de cadeia na cidade.
- Não funcionamento da delegacia nos finais de semanas e períodos noturnos.
- Falta de polícia turística.
- Falta de policiamento nos finais de semana.
- Existência de pontos de venda de drogas.
- Utilização de mototáxis como entregadores de drogas.
- Inexistência de Guarda Municipal.

Sistema de Saúde

- Atendimentos emergenciais nos finais de semana e feriados.
- Atendimento hospitalar e de pronto atendimento fraco.
- Hospital sem gerador de energia próprio.

Transporte

- Transporte intermunicipal precário.
- Inexistência de transporte turístico regular.
- Táxis disponíveis são precários.
- Inexistência de linha circular na cidade que faça a ligação entre os principais bairros.

Trânsito e trafegabilidade

- Falta de regras de trânsito e fiscalização, especialmente nos eventos
- Falta de espaço para estacionamento durante eventos
- Calçadas estreitas, esburacadas e com obstáculos.
- Proprietários avançam sua construção nas calçadas
- Topografia não favorável à acessibilidade para portadores de necessidades.
- Trânsito e estacionamento desordenado no centro histórico.

13.2.3. Meio Ambiente

- Inexistência do Código Municipal Ambiental.
- Dilapidação dos patrimônios ambiental, geológico, paisagístico e arqueológico.
- Gestão do lixo é precária.
- Ausência de rede de esgoto.
- Falta de gestão das Unidades de Conservação (UC's) públicas.
- Não existência de conselho gestor do APA dos Pirineus e Monumento Natural Cidade de Pedra.
- Poluição do Rio das Almas e afluentes.
- Ocupações e construções irregulares.
- Poluição sonora e visual em áreas urbanas.
- Presença de indústrias em área urbana provocando poluição.
- Falta implementação e fiscalização quanto à aplicação das leis pertinentes de uso do solo (Plano Diretor, Código Edificações, Código Postura).
- Os impactos causados pelos eventos geradores de grande fluxo turístico.
- Inexistência de estudo de capacidade de carga dos atrativos naturais e culturais
- Faltam sanitários públicos.
- Carência de serviço qualificado de arborização urbana.
- Inexistência de iniciativas de busca por certificações do turismo e da sua produção associada (Selo verde, ABNT, Produtos Orgânicos - IBD).
- Falta de sensibilização da comunidade quanto à conservação ambiental.
- Má divulgação da rica biodiversidade do município.
- Falta de cumprimento da lei de zoneamento urbano.

13.2.4. Cultura

- Associações pouco atuantes.
- Falta de comunicação entre as associações existentes.
- Descaracterização das fachadas do centro histórico – poluição visual.
- Falsas fachadas coloniais (sem autenticidade).
- Identificação inadequada dos estabelecimentos de venda de artesanato.
- Ausência de postura associativa por parte dos artesãos.
- Ausência de horário de atendimento padrão das lojas de artesanato.
- Pouco incentivo de disseminação da cultura local para os jovens.
- Má qualidade na promoção e divulgação das atividades culturais.
- Inexistência de planejamento e organização das atividades culturais.

- Pouca produção artesanal.
- Falta de verbas para garantir a constância dos eventos culturais.
- Pouca utilização de especialistas culturais existentes.

13.3. Oportunidades

- Localização geográfica próxima a três grandes centros emissores regionais: Brasília, Goiânia e Anápolis.
- Existência de boas ligações rodoviárias com os grandes centros (Brasília, Goiânia e Anápolis).
- Existência de linhas regulares diárias de ônibus intermunicipal de Brasília, Goiânia e Anápolis.
- Eventos nacionais do setor de turismo como oportunidade de divulgação.
- Incentivos do governo.
- Proposta em andamento da W.W.F. (Projeto Águas Brasil).
- Copa do Mundo Fifa 2014.
- Aproveitamento de recursos estaduais e federais direcionados ao Turismo.
- Programa do Ministério do Turismo de 65 destinos indutores, no qual Pirenópolis foi contemplado.
- Parceria com o Governo do Distrito Federal (GDF) para ações de estruturação para a Copa 2014.
- Início do Projeto de Revitalização da Beira Rio (MTur e Iphan)
- Programa GEF Cerrado – possibilidade de recursos financeiros vultosos do Banco Mundial repassados ao MMA para criação e implementação de unidades de conservação no bioma Cerrado.

13.4. Ameaças

- Más condições das rodovias de acesso ao município.
- Elevado número de população flutuante vindas de grandes centros, aumentando o nível de criminalidade no município, especialmente nos períodos dos principais eventos turísticos.
- Concorrência de municípios com atuação no mesmo segmento de Pirenópolis.
- Má gestão por parte do governo estadual, no que diz respeito à preservação do patrimônio cultural e natural.

14. Objetivos, Estratégias e Ações

Foram listados os objetivos, estratégias e ações que devem ser tomados para solucionar ou minimizar os problemas apresentados em diagnóstico, bem como melhor aproveitamento das potencialidades identificadas.

Para fins de alinhamento, compreende-se neste documento o Objetivo: como lugar onde se pretende chegar; Estratégia: caminho a ser seguido para alcance do objetivo; e Ação: atividade que deve ser desenvolvida dentro de cada estratégia.

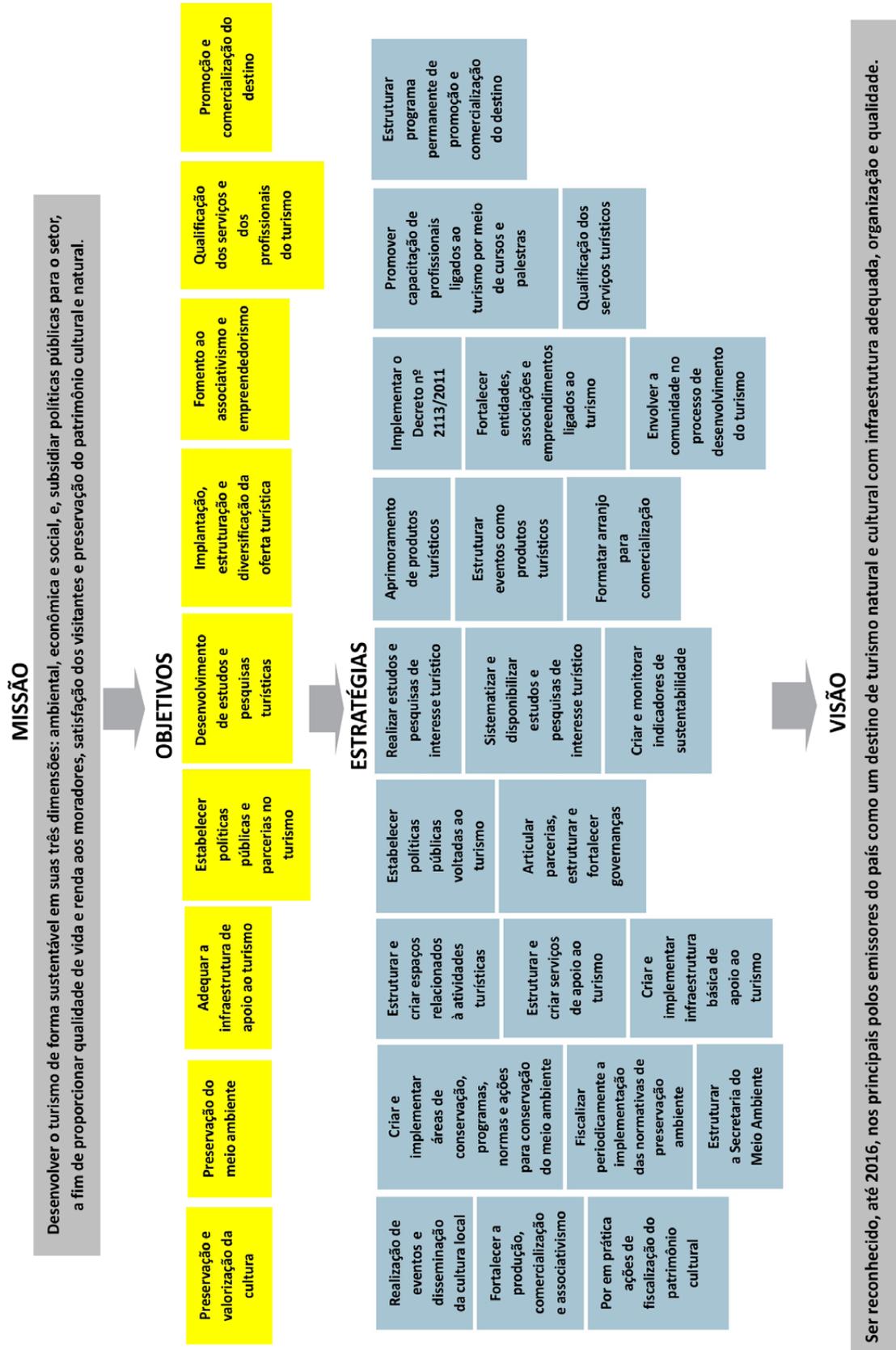
Ressalta-se que os itens a seguir estão listados em ordem aleatória, não havendo intenção, neste momento, de colocá-los em sequência lógica. Foram elencadas também as possíveis entidades e instituições, que poderão ser articuladores e parceiros para as ações estabelecidas no Plano.

E necessário destacar que as entidades e instituições elencadas abaixo, são somente sugestões, este documento não tem a intenção de responsabilizá-las pelas ações relatadas no Plano.

Foto: catuleve.com.br



14.1. Mapa Estratégico



Legenda:

Ações de Curto Prazo – Período: dezembro de 2012 a dezembro de 2014	
Ações de Médio Prazo – Período: janeiro de 2015 a dezembro de 2016	

Articuladores	Entidades que possam articular e cobrar a realização das ações estabelecidas no plano.
Parceiros	Entidades que possam viabilizar a execução das ações estabelecidas no plano.

Objetivo I - Preservação e valorização da identidade cultural

Estratégia I - Realização de eventos e disseminação da cultura local

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Desenvolver programa de educação patrimonial e ambiental nas escolas.	Curto	UEG, Secretaria Municipal de Cultura, Pirenópolis ontem, hoje e sempre, Escolas Municipais e Estaduais	Secretaria Municipal de Educação e Iphan
Implementar a Lei 11.769/2008 que determina a obrigatoriedade do ensino de música em toda educação básica.	Curto	Fórum dos Músicos de Pirenópolis, Secretaria Municipal de Educação	Secretaria Municipal de Cultura, Centro de Artes e Música Ita e Alaor
Criar murais informativos para divulgação dos eventos culturais nas escolas, CAT's, associações e museus, por meio da parceria entre as secretarias de Cultura, Turismo e Educação.	Curto	Pontos de Cultura: Coepi/ Guaimbê, Rádio Comunitária – RJMP, Sites privados, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Educação	Conselho Municipal de Cultura, Comtur, Gazeta de Pedra.
Criar/ formatar eventos culturais no município a fim de minimizar a baixa temporada e inseri-los no calendário oficial. Tais como concursos, festivais, mostras, oficinas.	Curto	Entidades, Secretaria Municipal de Esportes, Comtur, Conselho Municipal de Cultura, Secretaria de Estado da Cultura de Goiás	Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo, CV&BP, Coepi
Utilizar o cavalcadouro com frequência para realização de eventos (melhor aproveitamento do espaço existente).	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura, CV&BP	Gabinete da Prefeitura, Associação Atlética Pirenopolina, PIRI/O/H/S
Realizar oficinas periódicas de disseminação dos saberes e modos de fazer da cultura local material e imaterial para comunidade.	Curto	Sebrae Goiás, Conselho Gestor Feira das Artes, Entidades ART, Pirenópolis ontem hoje e sempre	Secretaria Promoção Social, Guaimbê, Programa Ciranda das Artes
Realizar planejamento anual das atividades culturais do município a fim de garantir o sucesso destes eventos.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Fórum de Músicos, COMTUR, Rádio Comunitário, Sites Privados	Secretaria Municipal de Cultura, Conselho Municipal de Cultura

Definir e priorizar projetos culturais para captação de recursos.	Curto	Gabinete da Prefeitura, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo, Entidades	Conselho Municipal de Cultura e Comtur
Elaborar programa de apoio à formação de grupos culturais por meio da parceria entre as secretarias municipais de Educação e Cultura	Médio	Pontos de Cultura, Associações, Escolas	Secretaria Municipal de Cultura, Centro de Artes e Música Ita e Alaor, Secretaria Municipal de Educação

Estratégia 2 - Fortalecer a produção, comercialização e associativismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Elaborar cadastro municipal das associações e entidades culturais e torná-lo público.	Curto	Coepi, Mulheres da Paz, Sebrae em Goiás	Secretaria Municipal da Mulher e Promoção Social, Piretur, Secretaria Municipal de Cultura
Promover campanha junto aos artesãos, sobre a importância do associativismo para o desenvolvimento do setor.	Curto	Sebrae em Goiás, Entidades ART, Conselho Gestor da Feira das Artes	Secretaria Municipal da Mulher e Promoção Social
Criação de selo/bandeirola para identificar o artesanato local de qualidade.	Curto	Entidades ART, Sebrae Goiás	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura
Criar prêmio anual para entidades culturais premiando as melhores práticas.	Curto	Comtur, Entidades, Conselho Municipal de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura de Goiás	Gabinete da Prefeitura, Secretaria Municipal de Cultura
Promover ciclos de filmes e palestras sobre artes plásticas, literatura e artesanato, com artistas e artesãos locais.	Médio	Goiás Turismo, Sebrae Goiás Pontos de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura, UEG	Aplan, Secretaria Municipal de Cultura

Estratégia 3 - Por em prática ações de fiscalização do patrimônio cultural

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Fiscalizar sistematicamente o cumprimento das normas do Iphan e Códigos de Posturas, no que se refere à preservação e conservação do patrimônio material, especialmente os estabelecimentos comerciais no centro histórico.	Curto	Iphan, Sec. Mun. de Fiscalização, Comtur, AGCP	Conselho Municipal de Cultura, Piri O/H/S

Objetivo 2 - Preservação do meio ambiente

Estratégia I- Criar e implementar áreas de conservação, programas, normas e ações para conservação do meio ambiente

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Implementar a unidade de conservação (categoria: monumento natural) no Morro do Frota.	Médio	Semarh	Condema
Criar Geoparque dos Pireneus.	Médio	CPRM	Condema
Implantar o Parque Estadual dos Pireneus, criado pela Lei nº 10.321, de 20 de novembro de 1987 e a Área de Proteção Ambiental (APA) dos Pireneus criada pelo Decreto Estadual nº 5.174 de 17/02/2000.	Médio	Semarh, Conselho Consultivo do Parque	Condema, Conselho Consultivo do Parque
Elaborar e implementar programa de educação ambiental para moradores, proprietários rurais, visitantes e escolas.	Médio	Ongs, Semarh, Secretaria Municipal do Meio Ambiente	Condema, Secretaria Municipal do Meio Ambiente
Incluir no Plano Diretor a proibição de construções nos morros, delimitação das zonas de preservação de mananciais hídricos e implantar Área de Desenvolvimento Econômico (ADE)	Curto	Grupo de Trabalho Plano Diretor	Condema
Implantar programa de Pagamento por Serviços Ambientais (PSA), como forma de incentivo à preservação dos mananciais e áreas de vegetação nativa para os proprietários de áreas rurais, mesmo que em Reservas Legais e Áreas de Preservação Permanentes.	Médio	Agencia Nacional de Águas, Semarh, Ministério Público, Sebrae Goiás	Condema, Secretaria Municipal do Meio Ambiente
Elaborar estudo de impacto ambiental dos eventos geradores de grande fluxo turístico, para posterior implementação de ações mitigatórias e preventivas.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Condema, Secretaria Municipal do Meio Ambiente
Implementar sistema de coleta de óleo de cozinha para bares e restaurantes a fim de reduzir os impactos desse resíduo.	Curto	Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Abrasel, Semarh, Saneago	Condema
Sensibilizar os proprietários de atrativos naturais, sobre a importância de se adequarem às leis e normas de preservação do meio ambiente.	Curto	Semarh Sebrae Goiás, Secretaria Municipal do Meio Ambiente	Condema, Contur

Estratégia 2 - Fiscalizar periodicamente a implementação das normativas de preservação do meio ambiente

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Exigir dos empreendimentos que tenham um alto potencial de impacto ao meio ambiente, à realização de Estudos de Impacto Ambiental EIA-RIMA.	Médio	Semarh, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Contur, Condema
Adotar ações de fiscalização sistemáticas para preservação da fauna e flora.	Médio	Semarh, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Condema
Fazer cumprir o plano diretor.	Curto	Prefeitura Municipal, Ministério Público	Condema
Fazer cumprir a Lei de Resíduos Sólidos.	Médio	Prefeitura Municipal, Ministério Público.	Condema
Fazer cumprir legislação pertinente à poluição sonora e visual, especialmente no centro histórico e coibir acampamentos, churrascos e som automotivo na beira rio.	Curto	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Iphan	Condema
Fiscalizar as ocupações irregulares que estão às margens do Rio das Almas e afluentes (Pratinha e Lavapés).	Médio	Semarh, Dema	Condema
Fiscalizar junto aos atrativos naturais as normas ditadas pela Lei de Licenciamento Ambiental e demais normas de conservação do meio ambiente.	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Condema, Contur

Estratégia 3 - Estruturar a Secretaria do Meio Ambiente

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Realizar concurso público para a seleção de fiscais e analistas ambientais.	Médio	Prefeitura Municipal	Condema, Secretaria Municipal de Meio Ambiente
Criar o Fundo Municipal de Meio Ambiente.	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Condema, Ministério Público, Ceman, Ministério do Meio Ambiente, Semarh	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Condema
Adquirir equipamentos para equipe de fiscalização ambiental.	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Condema, Ministério Público, Ceman, Ministério do Meio Ambiente, Semarh	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Condema
Contratar mão de obra qualificada para estruturar a equipe de posturas do município.	Médio	Secretaria Municipal de Finanças e Postura	Condema
Criar departamento de parques e jardins.	Médio	Prefeitura Municipal	Condema

Objetivo 3 - Adequar a infraestrutura de apoio ao turismo

Estratégia I - Estruturar e criar espaços relacionados às atividades turísticas

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Elaborar projeto de sinalização turística bilíngue, principalmente, sinalizando as vias de acesso aos atrativos naturais.	Médio	Mtur, Cartões de Crédito, Iphan	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura
Estabelecer normas para divulgação, publicidade e propaganda em vias públicas.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Iphan	Comtur
Disciplinar a questão do trânsito no município, sendo: destinação de áreas para estacionamento em eventos de grande fluxo, bem como estabelecer normas para entrada, circulação e estacionamento de veículos de turismo, conforme Código Nacional de Trânsito.	Curto	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria Municipal de Turismo, Cetran, Sudeco	Gabinete do Prefeito, Comtur
Buscar investidores da iniciativa privada para a construção de um Centro de Convenções.	Médio	Mtur, Secretaria Municipal de Turismo, Ministério de Integração	CV&BP, Comtur, ABIH
Terceirizar sanitários públicos no centro histórico.	Curto	Prefeitura	Comtur
Fazer manutenção periódica nas vias de acesso aos atrativos naturais.	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Agetop, Ministério dos Transportes	Condema, Comtur
Reestruturar módulo esportivo, ampliando para praça poliesportiva.	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Ministério do Esporte	Secretaria Municipal de Esportes, Associação Atlética Pirenopolina
Revitalizar e implantar áreas verdes na cidade, principalmente nas vias de acesso ao município.		Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria das Cidades, Ministério das Cidades	Conselho Consultivo do Parque Estadual dos Pireneus, Condema, Comtur
Monitorar a implantação do projeto Beira Rio.	Curto	Iphan, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Comtur

Estratégia 2 – Estruturar e criar serviços de apoio ao turismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Regulamentar o transporte turístico por meio de concessão de licenças, inclusive para táxis.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças, Ciretran (Detran local)	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Implantar polícia turística.	Médio	Polícia Militar	Conseg, Comtur

Municipalização do trânsito.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Câmara Municipal	Comtur, Conseg
Implantar rede de internet sem fio, na cidade.	Médio	Ministério de Ciências e Tecnologias, Goiás Turismo	Comtur
Rever contratos e fiscalizar as empresas que fazem transporte intermunicipal.	Médio	AGR, Prefeitura Municipal	Secretaria Municipal de Turismo
Fiscalizar as construções e reformas conforme código de edificações e normas do Iphan.	Curto	Iphan, Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria Municipal de Finanças e Postura	Comtur

Estratégia 3 - Criar e implementar infraestrutura básica de apoio ao turismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Implantar saneamento básico em toda a cidade: garantir o pleno funcionamento da estação de tratamento de esgoto e a construção de uma nova estação de tratamento de água.	Médio	Saneago, Ministério das Cidades, Secretaria das Cidades, Prodis	Condema, Secretaria Municipal de Infraestrutura
Aumentar a capacidade da rede de telefonia.	Médio	Anatel, Ministério de Comunicação	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Gabinete do Prefeito, Comtur
Aquisição de gerador para hospital.	Curto	Secretaria Estadual de Saúde	Secretaria Municipal de Saúde, Conselho Municipal de Saúde
Melhorar a capacidade da rede elétrica.	Médio	Celg	Secretaria Municipal de Infraestrutura, CV&BP, ABIH
Implantar projeto de resíduos sólidos - Águas (apoiado pelo WWF).	Curto	Semarh, Ministério das Cidades, Ministério de Integração Social, Plano Nacional de Resíduos Sólidos	Condema, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, WWF
Implantar projeto de gerenciamento de resíduos, executando ações práticas de coleta seletiva.	Curto	WWF/Projeto Água Brasil, Ministério do Meio Ambiente, Semarh	Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Condema
Aumentar o número de lixeiras no centro histórico e restaurar as já existentes.	Curto	Iphan, Ministério das Cidades, Mtur, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Construir cadeia.	Curto	Secretaria Estadual de Segurança Pública	Conseg
Solicitar ações de prevenção e punição contra o tráfico de drogas, incluindo operação policial de fiscalização de mototáxis.	Curto	Secretaria Estadual de Segurança Pública, Polícia Militar, Polícia Civil	Conseg, Secretaria Municipal da Mulher e Promoção Social
Implantar sinalização intermunicipal.	Médio	Agetop, Denatran, Mtur	Goiás Turismo, Fórum da Região do Ouro
Implementar projeto urbanístico na cidade.	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Ministério das Cidades	Iphan, Secretaria Municipal de Planejamento

Revitalizar as calçadas.	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Ministério das Cidades	Iphan, Secretaria Municipal de Planejamento
Fazer manutenção periódica das vias de dentro da cidade, e as de acesso aos atrativos turísticos.	Curto	Secretaria Municipal de Infraestrutura	Comtur, Condema
Fazer manutenção periódica do asfalto das vias de acesso ao município.	Curto	Agetop, Dnit	Secretaria Municipal de Turismo, Goiás Turismo
Implantar projeto de acessibilidade para Portadores de Necessidades Especiais (PNE).	Médio	Iphan, Secretaria Municipal de Infraestrutura	Comtur, Associação Pirenópolis Ontem, Hoje e Sempre!
Realizar manutenção periódica (pintura e consertos) de lixeiras e postes de iluminação colonial no centro histórico.	Curto	Secretaria Municipal de Infraestrutura	ABIH, CV&BP, Abrasel, Comtur, Secretaria Municipal de Turismo
Aumentar efetivo policial durante fins de semana e feriados e implantar atendimento na delegacia.	Curto	Polícia Militar, Polícia Civil, Secretaria Estadual de Segurança Pública	Conseg, Comtur, Prefeitura Municipal
Implantar atendimento de emergência na área de saúde durante finais de semana e feriados.	Curto	Secretaria Estadual de Saúde, Secretaria Municipal de Saúde, Corpo de Bombeiros	Conselho Municipal de Saúde

Objetivo 4 - Estabelecer políticas públicas e parcerias que favoreçam o desenvolvimento do turismo

Estratégia I - Estabelecer políticas públicas voltadas ao turismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Criar política municipal que estabeleça diretrizes para o desenvolvimento do setor cultural.	Curto	Secretaria Estadual da Cultura, Sebrae Goiás	Secretaria Municipal de Cultura, Pontos de Cultura
Aprovar e implementar a Política Municipal de Turismo Sustentável.	Curto	Câmara Municipal	Secretaria Municipal de Turismo
Desenvolver política municipal de meio ambiente.	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Educação, Semarh	Codema
Revisão das leis pertinentes ao uso do solo: Plano Diretor, Código de Edificações e Código de Posturas.	Curto	Grupo Gestor do Plano Diretor, UNB	Prefeitura Municipal, Iphan
Criar e implementar lei de Licenciamento Turístico Ambiental (LTA) para as atividades, produtos e serviços turísticos nos moldes da legislação ditada pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente.	Curto	Câmara Municipal e Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Condema
Criar lei de controle e comercialização, baseado no monitoramento da visitação, que garanta a sustentabilidade turística.	Curto	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Câmara Municipal	Condema, Secretaria Municipal de Turismo
Monitorar periodicamente o plano de turismo e revisa-lo a cada três anos.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur

Estratégia 2- Articular parcerias, estruturar e fortalecer governanças

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Criar fórum de discussão sobre associativismo, com o intuito de incrementar ações conjuntas entre o poder público municipal e os segmentos associativos.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Comtur, ABIH, Abrasel, CV&BP
Implantar/reactivar conselhos consultivos na APA dos Pireneus, Monumento Natural e Cidade de Pedra.	Médio	Semarh, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Condema
Criar e implantar comitê das bacias de proteção de mananciais do Rio das Almas, Ribeirão do Inferno e Córrego do Açude – Frota conforme Lei Municipal nº 707/12.	Curto	Condema, Câmara Municipal	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Associação do Córrego da Barriguda
Envolver as instituições, ONG's e associações, que atuam na área socioambiental, nas atividades de planejamento das atividades turísticas do município.	Médio	Condema, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	ONG's e Associações dos segmentos
Contratar funcionário qualificado na prefeitura, para que seja responsável pela elaboração de projetos de interesse turístico.	Médio	Gabinete, Secretaria Municipal de Planejamento	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Criar e implementar câmara temática dentro do Comtur "Pirenópolis na Copa 2014".	Curto	Comtur, Sebrae Goiás, Secretaria Municipal de Esportes, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Turismo
Desenvolver uma campanha de disseminação sobre o papel do Comtur entre os empresários e comunidade.	Curto	Comtur	ABIH, Abrasel, CV&BP, Secretaria Municipal de Turismo
Estabelecer agenda anual de trabalho do Comtur tornando-o mais estratégico e menos operacional, tendo em vista, os objetivos e ações prioritizadas no Plano.	Curto	Comtur	ABIH, Abrasel, CV&BP, Secretaria Municipal de Turismo
Realizar planejamento financeiro e prestação de conta anual das ações a serem financiadas/apoiadas pelo Fumtur.	Curto	Comtur	ABIH, Abrasel, CV&BP, Secretaria Municipal de Turismo

Objetivo 5 - Estudos e pesquisas de interesse turístico**Estratégia I - Realizar estudos e pesquisas de interesse turístico**

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Atualizar o inventário turístico a cada dois anos e inseri-lo no software do Sistor.	Curto	IPTUR (Goiás Turismo), UEG	Secretaria Municipal de Turismo

Desenvolver, anualmente, pesquisas do perfil do turista durante baixa, alta temporada e em pelo menos dois eventos geradores de grande fluxo turístico.	Curto	IPTUR (Goiás Turismo), UEG	Secretaria Municipal de Turismo
Ampliar para no mínimo 30 o número de meios de hospedagem que enviam mensalmente o Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH) à Diretoria de Pesquisas Turísticas da Goiás Turismo, a fim de aproximar ainda mais as estatísticas da realidade.	Curto	ABIH	IPTUR, Secretaria Municipal de Turismo
Elaborar código de conduta/postura turística municipal.	Curto	Câmara Municipal, SEBRAE, Secretaria Municipal de Finanças e Postura	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Estimular a academia, a desenvolver estudos e pesquisas capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável.	Curto	UEG, IPEC, Secretaria Municipal de Educação, IPTUR	Comtur, Secretaria Municipal de Meio Ambiente
Estimular a comunidade a participar de estudos e pesquisas conduzidas pelo poder público, terceiro setor, entidades e instituições.	Médio	IPTUR, Sebrae Goiás, UEG, Rádio Comunitária	Gabinete, Secretaria Municipal de Educação

Estratégia 2 - Sistematizar e disponibilizar estudos e pesquisas de interesse turístico

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Mapear e reunir projetos e demandas de projetos relacionados à atividade turística.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Reunir os estudos, projetos e pesquisas ligadas ao turismo, e disponibilizá-los na biblioteca municipal, site da prefeitura e no Observatório do Turismo (www.observatoriodoturismo.tur.br).	Curto	Secretaria Municipal de Turismo e IPTUR	Comtur
Criar um banco de dados informatizado, que ajude na coleta e interpretação das informações de interesse turístico, principalmente as informações referentes à demanda e oferta turística.	Médio	Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Garantir que os resultados das pesquisas sejam amplamente divulgados entre os organismos públicos, empresariais e comunidade interessada.	Curto	Comtur	Secretaria Municipal de Turismo

Estratégia 3- Criar e monitorar indicadores de sustentabilidade

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Identificar e levantar os principais indicadores de sustentabilidade nos atrativos naturais, culturais e em eventos (ex.: resíduos, erosão em trilhas, preservação de APPs etc.).	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Semarh	Condema
Levantar os principais indicadores de sustentabilidade dos meios de hospedagem e bares e restaurantes (ex.: Energias Alternativas, Consumo Consciente, Treinamento e Qualificação, Produção Local, Culinária Regional, Artesanato Local, Associativismo, Satisfação da Comunidade e dos Clientes).	Curto	UEG, IPTUR, todas as Associações dos segmentos envolvidos, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo	Condema, Comtur, Conselho Municipal de Cultura
Identificar e levantar os principais indicadores de sustentabilidade da área urbana do município (ex.: consumo x disponibilidade de água, geração e tratamento de esgoto, geração e reaproveitamento de resíduos sólidos e resíduos de construções etc.), (disponibilidade x consumo de energia, grau de satisfação da comunidade etc.).	Médio	Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Condema, Cooperativa dos Catadores de Lixo
Identificar e levantar principais indicadores de sustentabilidade na área rural (ex.: preservação de APPs e recursos hídricos etc.).	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Agricultura, Semarh	Codema
Monitorar periodicamente os principais indicadores de sustentabilidade nos atrativos, área urbana e rural.	Médio	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Secretaria Municipal de Agricultura	Condema, Comtur

Objetivo 6 - Implantação, estruturação e diversificação da oferta turística**Estratégia I - Aprimoramento de produtos turísticos**

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Estruturar e formatar o Parque dos Pireneus para visitação.	Curto	Conselho Consultivo do Parque, Semarh, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	AGCP, Condema
Realizar consultoria de formação de preço nos atrativos naturais e meios de hospedagem.	Curto	Sebrae Goiás, Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Comtur	Secretaria Municipal de Turismo, ABIH
Consultoria para aprimoramento de atividades turísticas nos atrativos culturais e naturais (alternativas para dias chuvosos).	Curto	Goiás Turismo, Sebrae Goiás, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Esportes	Comtur, ABIH, CV&BP

Realizar consultorias para estruturação das atividades relacionadas ao turismo e sua produção associada.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo, MTur	Secretaria Municipal de Turismo
Consultoria nos equipamentos turísticos para implementação de ações de inovação de seus produtos, processos e serviços.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo, MTur	Secretaria Municipal de Turismo
Articular com o Sr. Pompeu de Pina a disponibilização de seu acervo histórico para a criação do Museu Municipal.	Curto	Secretaria Estadual de Cultura, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Cultura
Dar andamento ao projeto Vale Verde de Verdade.	Curto	Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Turismo
Realizar estudo de capacidade de carga nos atrativos naturais.	Médio	Semarh, Ibama, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Secretaria Municipal de Turismo, AGCP, Conde- ma
Adquirir equipamentos para modernizar o CAT, a fim de proporcionar mais qualidade ao atendimento.	Médio	MTur, Goiás Turismo, Sudeco	Secretaria Municipal de Turismo
Criar critérios de qualidade e selo para empreendimentos turísticos e avaliá-los periodicamente.	Médio	Goiás Turismo, Sebrae Goiás, Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Consultoria para elaboração de projetos de acesso a linhas de crédito.	Médio	Sebrae Goiás, Segplan, BNDES, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil	ABIH, Abrasel, CV&BP, ACAP, (Associação da Prata)
Padronizar controle de visitantes nos atrativos.	Médio	Semarh, Ibama, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Finanças e Postura	Secretaria Municipal de Turismo, AGCP, Conde- ma

Estratégia 2 - Estruturar eventos como produtos turísticos

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Mapear eventos e formatar calendário oficial do município.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo, Goiás Turismo, Secretaria Estadual de Cultura	Comtur, Conselho Municipal de Cultura
Realizar exposições com os artistas locais e inseri-las no calendário oficial da cidade.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura	Pontos de Cultura, Conselho Municipal de Cultura
Formatar uma programação de atividades constantes para o teatro e cinema.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura, UEG	Pontos de Cultura, Conselho Municipal de Cultura
Criar/reactivar festivais gastronômicos e culturais: Caipirinhas, Culinária Orgânica, Feijoada Pirenopolina, Quintandas da Vovó e Feiras de artes nos becos.	Curto	Goiás Turismo, Secretaria Estadual de Cultura, MTur, Ministério da Cultura, Sebrae Goiás, Prefeitura Municipal	ABIH, Abrasel, CV&BP, Comtur, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo

Promover eventos temáticos: Tour de compras, Contos de Causos, Tarde de Forró, Bingos, Tarde de Serestas, Brincadeiras da época de criança na cidade.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura, Pontos de Cultura, Comitê Gestor da Feira das Artes.	Conselho Municipal de Cultura, Comtur, ABIH, Abrasel, CV&BP, AGCP
Estimular ações de captação de eventos regionais, nacionais e internacionais.	Curto	Secretaria Municipal de Cultura, Pontos de Cultura, Comitê Gestor da Feira das Artes, CV&BP	Conselho Municipal de Cultura, Comtur, ABIH, Abrasel, AGCP
Utilizar instâncias participativas e democráticas como: Comtur, COM-Cult e Condema para planejar e formatar os grandes eventos.	Curto	Conselho Municipal de Cultura, Condema, Comtur	Comtur, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura

Estratégia 3 - Formatar arranjo para comercialização

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Realizar rodada de negócios para que os empresários da cadeia produtiva do turismo firmem acordos comerciais.	Curto	Sebrae Goiás, CV&BP, Goiás Turismo	ABIH, Abrasel, Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Utilizar os roteiros já formatados pelas agências de receptivo para promover o destino junto a agências emissivas.	Curto	CV&BP, Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Integrar regionalmente os empreendimentos de Pirenópolis em circuitos turísticos segmentados, a fim de qualificá-los e promovê-los.	Curto	Goiás Turismo, MTur, Sebrae Goiás	Fórum da Região do Ouro
Integrar a cadeia produtiva do turismo, por meio da adoção de sistema informatizado de comercialização e controle de entrada aos atrativos (voucher).	Médio	Semarh, Ibama, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Finanças e Postura	Secretaria Municipal de Turismo, AGCP, Condema
Cadastrar horário de funcionamento dos equipamentos turísticos, e, divulgá-los.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura	Comtur, Conselho Municipal de Cultura

Objetivo 7 - Fomento ao associativismo e empreendedorismo

Estratégia 1 - Implementar o Decreto nº 2113/2011 (Fixa exigências para licenciamento das atividades turísticas)

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Por em pratica ações de conscientização para cumprimento da lei de formalização de atividades turísticas.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Fiscalizar o cumprimento da lei de formalização das atividades turísticas.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Secretaria Municipal de Turismo	Comtur

Criação de birô de informação dentro da Secretaria Municipal de Turismo para esclarecer sobre o Decreto nº 2.113/11, que determina que somente serão licenciadas ou relicenciadas, as atividades que compõem o arranjo produtivo local de turismo que comprovarem sua inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo	Comtur
Criar critérios que beneficiem os empreendimentos turísticos formais, tais como: participação nas ações promocionais, inclusão de folheteria nos CAT'S, participação nas missões técnicas e outros.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Comtur
Formalizar a locação de suítes por meio do empreendedor individual e estruturá-las dentro do programa Cama e Café.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Sebrae Goiás, Goiás Turismo	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Realizar evento do poder público municipal em parceria com Sebrae Goiás Turismo, para formalização dos negócios turísticos e atendimento empresarial.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Segplan, Sefaz	Comtur

Estratégia 2 - Fortalecer entidades, associações e empreendimentos ligados ao turismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Estruturar e formalizar a Associação de Guias de Turismo, por meio da elaboração de Regimento Interno e Código de Conduta.	Curto	AGCP	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Criar associação dos atrativos turísticos.	Curto	Sebrae Goiás, Goiás Turismo, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	AGCP, Comtur, Secretaria Municipal de Turismo
Fazer campanha de sensibilização junto aos empresários sobre a importância da adesão junto às entidades representativas do setor: Comtur, Abrasel, ABIH, Convention & Visitors Bureau, ACVP.	Curto	Sebrae Goiás, Goiás Turismo e Entidades afins	Comtur, Secretaria Municipal de Turismo
Incentivar o uso da marca da cidade (Mascarado) junto as empresas associadas às entidades representativas do setor turístico: Abrasel, ABIH, Convention & Visitors Bureau.	Médio	Trade Turístico de Pirenópolis e entidades turísticas	Secretaria Municipal de Turismo e Comtur

Estratégia 3 - Envolver a comunidade no processo de desenvolvimento do turismo

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Implementar programa “Turismo na Escola” nas escolas da rede pública de Pirenópolis.	Médio	Secretaria Municipal de Educação, UEG, Secretaria Estadual de Educação, MTur	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Realizar palestras de empresários e presidentes de associações e entidades ligados às áreas de meio ambiente, cultura e turismo para a comunidade local.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Goiás Turismo, entidades locais do segmento turístico	Comtur, Condema, COMCult
Elaboração e distribuição de cartilha divulgando o fazer turístico e os benefícios diretos e indiretos oriundos do setor.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo, MTur	Secretaria Municipal de Turismo
Criar programa social de visitação aos atrativos e equipamentos turísticos para que a comunidade se aproxime das empresas do ramo.	Curto	Secretaria Municipal da Mulher e Promoção, Secretaria Municipal de Educação, Secretaria Municipal de Turismo, AGCP, entidades privadas do trade turístico	Comtur, ABIH, Abrasel
Elaborar um programa de iniciação técnica/profissional voltado ao turismo para a comunidade local.	Curto	Sebrae Goiás, Senac, UEG, Secretaria Municipal de Educação	Secretaria Municipal de Turismo
Incentivar o empreendedorismo por meio de oficinas e palestras dentro das universidades e associações de moradores, bem como criar programa de sensibilização para a importância econômica da atividade turística.	Médio	Sebrae Goiás, Senac, UEG, Secretaria Municipal de Educação	Comtur

Objetivo 8 - Qualificação dos serviços e dos profissionais da cadeia do turismo (oferta).

Estratégia I - Promover capacitação de profissionais ligados ao turismo por meio de cursos e palestras

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Qualificar o quadro de servidores da Sectur.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Senac, Sebrae Goiás	Comtur
Promover capacitações periódicas para servidores públicos das áreas de turismo, cultura e meio ambiente.	Médio	Sebrae Goiás, Senac, Goiás Turismo, MTur, Ministério da Cultura, Ministério do Meio Ambiente	Prefeitura Municipal
Implementar programa de alimentos seguros.	Curto	Sebrae Goiás, Abrasel GO, Vigilância Sanitária, Sesc, Anvisa, MTur	Abrasel Pirenópolis

Realizar semana de capacitação para os profissionais ligados ao turismo.	Médio	Sebrae Goiás, Senac, Goiás Turismo, MTur, Semarh	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Meio Ambiente
Realizar capacitações de planejamento e gestão de empreendimentos turísticos, voltados para: alimentação fora do lar, meios de hospedagem, atrativos e comércio.	Médio	Sebrae Goiás, Abrasel GO, Vigilância Sanitária, Sesc, Senac, Anvisa, MTur	Abrasel Pirenópolis, ABIH, CV&BP
Realizar capacitação em atendimento ao turista e técnicas operacionais para os profissionais das áreas de: alimentação fora do lar, meios de hospedagem, atrativos e comércio.	Curto	Sebrae Goiás, Abrasel GO, Vigilância Sanitária, Sesc, Senac, Anvisa, MTur	Abrasel Pirenópolis, ABIH, CV&BP
Fazer parceria entre UEG e entidades do trade turístico para disponibilização de vagas para estágios nas áreas de gastronomia e turismo.	Curto	Entidades afins, UEG	Comtur
Qualificar os empresários no que diz respeito aos conteúdos e ferramentas da Web em benefício de seu negócio.	Curto	Sebrae Goiás, Sesc, Iptur, Senac	Abrasel, ABIH, CV&BP, Comtur
Realizar palestra sobre os benefícios do Programa Sebraetc para as micro e pequenas empresas nos quesitos de inovação e tecnologia.	Curto	Sebrae Goiás	Abrasel, ABIH, CV&BP, Comtur

Estratégia 2 - Qualificação dos serviços turísticos

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Aumentar o número de fiscalização da Vigilância Sanitária nos equipamentos gastronômicos, meios de hospedagem e atrativos naturais.	Curto	Secretaria Estadual de Saúde, Secretaria Municipal de Saúde, Secretaria Municipal de Meio Ambiente	Comtur, Abrasel
Fazer uma campanha de conscientização sobre a importância de se planejar para abrir um empreendimento.	Médio	Sebrae Goiás	Abrasel, ABIH, CV&BP, Comtur
Realizar missão técnica de benchmarking para conhecimento das melhores práticas em turismo.	Curto	Sebrae Goiás	Abrasel, ABIH, CV&BP, Comtur

Objetivo 9 - Promoção e comercialização do destino

Estratégia I - Estruturar programa permanente de promoção e comercialização do destino

AÇÃO	PRAZO	PARCEIROS PARA EXECUÇÃO	ARTICULADORES DA AÇÃO
Captar recurso para executar projeto de Promoção Turística de Pirenópolis.	Curto	CV&BP, Prefeitura Municipal, Goiás Turismo, MTur	ABIH, Abrasel, Comtur
Utilizar a marca de Pirenópolis em todas as ferramentas de divulgação e reforçar sua localização.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, entidades e trade turístico	Comtur
Divulgar nacionalmente o calendário de eventos da cidade.	Curto	Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura, Comtur	CV&BP
Ofertar o destino Pirenópolis às operadoras de turismo, por meio de roteiros e circuito turísticos.	Curto	Entidades e trade turísticos, Secretaria Municipal de Turismo, AGCP, CV&BP	Comtur
Realizar eventos em centros emissores para divulgação do destino turístico Pirenópolis.	Curto	Goiás Turismo, MTur, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura, Ministério da Cultura, Sebrae Goiás	Comtur, COMCult
Contratar ou estruturar equipe especializada para divulgar o destino e organizar press trip (Imprensa/Relações Públicas).	Médio	Entidades privadas, CV&BP, Goiás Turismo, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Estadual de Cultura	Comtur, COMCult
Contratar um profissional de relações públicas digital para a produção de conteúdos, campanhas e estratégias para manter o acesso constante das redes sociais.	Médio	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur, Abrasel, ABIH, CV&BP	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Priorizar a promoção e divulgação das atividades e empreendimentos turísticos, devidamente cadastrados e licenciados pelo poder público.	Curto	Secretaria Municipal de Finanças e Postura, Sefaz, Comtur, MTur	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Participar de processos integrados de promoção com outros destinos turísticos da região: Brasília, Caldas Novas, Cidade de Goiás e Goiânia.	Médio	Anseditur, Goiás Turismo, MTur, Secretaria de Turismo do GDF	Fórum da Região do Ouro e Secretaria Municipal de Turismo
Aumentar a ocupação, permanência e o gasto médio do turista, com ênfase nos períodos de baixa ocupação, por meio das campanhas: Fique Mais, Calendário Integrado de Eventos e Era só o que faltava.	Curto	Sebrae Goiás, ABIH, Abrasel, CV&BP, Goiás Turismo, MTur, Secretaria Municipal e Estadual de Cultura, Ministério da Cultura	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Utilizar as redes sociais para promover o destino Pirenópolis e oferecer atendimento ao turista.	Curto	Prefeitura Municipal, Comtur, Sites privados	Secretaria Municipal de Turismo

Criar aplicativo para dispositivos móveis a fim de promover o destino Pirenópolis.	Médio	Web Master local	Comtur
Promover <i>Famturs</i> , periodicamente.	Médio	CV&BP,ABIH,Abrasel, AGCP	Comtur, Secretaria Municipal de Turismo
Divulgar Pirenópolis em Brasília, por meio de mostra cultural, cartões postais, guias e outdoors.	Médio	Pontos de Cultura, Secretaria Municipal de Turismo, Abrasel, ABIH, CV&BP, Secretaria Municipal de Cultura, Sebrae Goiás, MTur, Anseditur	COMCult, Comtur
Criar material promocional direcionado para público final, agentes e operadoras de turismo.	Curto	Comtur, Secretaria Municipal de Turismo, Goiás Turismo, Sebrae Goiás, Anseditur, MTur	Secretaria Municipal de Turismo, Comtur
Veicular anúncio em mídias impressas: revista de turismo de grande circulação, cadernos de turismo de grande mídia em São Paulo e Brasília.	Médio	Sebrae Goiás, Goiás Turismo, MTur	Secretaria Municipal de Turismo

15. Considerações Finais

O planejamento estratégico apresentado neste documento é produto de um processo participativo. A partir de uma sequência metodológica, oportunizou-se a construção conjunta do direcionamento do turismo no município. Constituiu-se num passo importante para a estruturação do município de Pirenópolis como um destino turístico sustentável. Este é, porém, o primeiro passo. Cabe à comunidade de Pirenópolis e os parceiros que participaram da construção do plano a tarefa de articular e monitorar as ações previstas.

Dessa forma, mais do que um depósito de conhecimentos técnicos transformados em objetivos, estratégias e ações. O plano estratégico passa a ser um registro vivo das ações que serão empreendidas, na busca pela competitividade do destino no cenário turístico nacional.

16. Glossário

ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ACAP	Associação da Cultura Artesanal de Pirenópolis
ADE	Área de Desenvolvimento Econômico
AGCP	Associação dos Guias e Condutores dos Pireneus
AGETOP	Agência Goiana de Transportes e Obras
AGR	Agência Goiana de Regulação
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
ANSEEDITUR	Associação Nacional dos Secretários e Dirigentes de Turismo das Capitais e Destinos Indutores de Turismo
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APA	Área de Proteção Ambiental
APLAN	Associação Pirenopolina de Letras e Artes
APP's	Área de Preservação Permanente
ART	Anotação de Responsabilidade Técnica
BOH	Boletim de Ocupação Hoteleira
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CELG	Companhia Energética de Goiás
CEMAN	Conselho Estadual do Meio Ambiente
CETTRAN	Conselho Estadual de Trânsito
CPRM	Serviço Geológico do Brasil
COEPI	Comunidade Educacional de Pirenópolis
COMCULT	Conselho Municipal de Cultura
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CONDEMA	Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente
CONSEG	Conselho Municipal de Segurança
CPRM	Companhia de Pesquisa e Recursos Minerais
CV&BP	Convention Visitors Bureau de Pirenópolis
DENATRAN	Departamento Nacional de Trânsito
DEMA	Delegacia do Meio Ambiente
DETRAN	Departamento Estadual de Trânsito
DNIT	Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes
EIA-RIMA	Estudos de Impacto Ambiental
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FLIPIRI	Festa Literária de Pirenópolis
FMP	Fundo de Participação dos Municípios
FUMTUR	Fundo Municipal de Turismo
FUNASA	Fundação Nacional de Saúde
GDF	Governo do Distrito Federal
GEF	Gratificação de Estímulo Funcional
GUAEMBI	ONG - Espaço Movimento Criativo

IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPEC	Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPTUR	Instituto de Pesquisas Turísticas de Goiás
LTA	Licenciamento Turístico Ambiental
MMA	Ministério do Meio Ambiente
Mtur	Ministério do Turismo
ONG'S	Organizações Não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
PIRI O/H/S	Pirenópolis, Ontem, Hoje e Sempre
PIRETUR	Informações e Apoio ao Turista
PRODIS	Projeto - Agência Nacional das Águas
PROERD	Programa de Combate às Drogas
PRONASCI	Programa Nacional de Segurança e Cidadania
PSA	Pagamento por Serviços Ambientais
PSF	Programa Saúde da Família
RJMP	Rádio Comunitária
RPPN	Reserva Particular do Patrimônio Natural
SAMU	Serviço de Atendimento Móvel de Urgência
SANEAGO	Saneamento de Goiás
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Goiás
SEFAZ	Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás
SEGPLAN	Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento
SEMARH	Secretaria do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SEPIN	Superintendência de Estatística, Pesquisa e Informação
SESC	Serviço Social do Comércio
SUDECO	Superintendência do Desenvolvimento do Centro-Oeste
UC'S	Unidades de Conservação
UEG	Universidade Estadual de Goiás
UNB	Universidade de Brasília
UPA	Unidade de Pronto Atendimento

7. Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, M. L. **A cidade de Pirenópolis e o impacto do tombamento**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2006.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo, segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 2000.
- BATISTA, O. **Visões de Pirenópolis: o lugar e os moradores face ao Turismo**. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Goiás, Instituto de Estudos socioambientais, Goiânia, 2003.
- CARVALHO, A. (Org.). **Pirenópolis: Coletânea 1727-2000: história, turismo e curiosidades**, 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto, SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico - Fundamentos e Aplicações**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CURADO, Glória Grace. **Pirenópolis: uma cidade para o turismo**. Goiânia: Oriente, 1980.
- GOIÁS TURISMO. **Análise do Perfil do Turista que Visita Municípios Indutores do Turismo em Goiás: uma contribuição ao planejamento**. Fapeg (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás) – Edital 005/2008, 2011.
- KOTLER, Philip. **Administração em Marketing**. 10 ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2000.
- SEBRAE. **Planejamento Estratégico do Turismo Religioso de Trindade (GO)**. Goiânia: Sebrae Goiás, 2008.
- SILVA, B. C. **Demanda turística e tecnologia em Pirenópolis, Estado de Goiás**. Dissertação de Mestrado, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2008.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- AGÊNCIA GOIANA DE TURISMO - AGETUR. **Caminho do Ouro**. Disponível em: <http://www.pirenopolis.com.br/arquivos/Caminho%20do%20Ouro%20-%20Agetur.pdf>
- BOLETIM DADOS DO TURISMO DE GOIÁS Nº 3. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.tur.br/>
- CANTO DA PRIMAVERA. Disponível em: <http://www.pirenopolis.com.br/ExibeChamadas.jsp?pkLink=38>
- ESTUDO DE IMAGEM E MERCADO – PIRENÓPOLIS. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.tur.br/>

FESTIVAL GASTRONÔMICO DE PIRENÓPOLIS. Disponível em: <http://www.pirenopolis.com.br/ExibeChamadas.jsp?pkLink=38>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm>

PORTAL DO TURISMO DE PIRENÓPOLIS. Disponível em: <http://www.pirenopolis.tur.br/cultura/historia>

MESQUITA, Cerena. **Turismo Sustentável em Pirenópolis**. Disponível em: <http://www.pirenopolis.com.br/ExibeNoticia.jsp?pkNoticia=639>

MINTUR – Ministério do Turismo. **Programas e Ações**. MINTUR, Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/.

SEPLAN - Secretaria Estadual de Planejamento de Goiás. **Dados Estatísticos (Sepin)**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepim/>.

SEPLAN - Secretaria Estadual de Planejamento de Goiás. **Dados Geográficos (SIEG)**. Disponível em: <http://www.sieg.go.gov.br/>.

SILVA, Boanerges Candido. ET AL. **O Turismo e as transformações socioespaciais em Pirenópolis - GO, 2008**. Disponível em: <http://www.partes.com.br/turismo/pirenopolisturismo.asp>

Outros documentos:

Plano Geor – Sebrae - 2009

Plano Secretaria Municipal de Turismo – Piretur – 2009

Plano de Marketing – Mosaico – 2009

Estudo de Imagem e Mercado – Ornellastur – 2010

Boletim Dados do Turismo Goiás – Goiás Tur – 2011

Estudo de Competividade Pirenópolis – Marca Brasil – 2011

Plano de Ação Prodetur – Goiás Tur – 2011

Plano de Ação Convention & Visitors Bureau – 2010

Plano Estadual do Turismo - Goiás no caminho da inclusão 2008

Plano Municipal de Turismo de Florianópolis (SC) – 2010

Plano Municipal de Turismo de Bento Gonçalves (RS) – 2010

Plano Municipal de Turismo de Niquelândia (GO) – 2009

Plano Municipal de Turismo da Cidade de Goiás (GO) – 2011

Plano Nacional de Turismo – MTUR

Programa de Regionalização do Turismo - Ministério do Turismo – 2011

REALIZAÇÃO:

