

OBSERVATÓRIO
DO TURISMO
ESTADO DE GOIÁS

Censo Hoteleiro Goiânia 2017/2018





Índice

4

Apresentação / Metodologia

5

Apresentando Goiânia, sua história e potencialidades

10

Bloco I - Identificação da Empresa / Entrevistado

22

Bloco II - Capacidade de Atendimento / Instalações

36

Bloco III - Serviços Adicionais Oferecidos

41

Bloco IV - Formas de Pagamentos / Tarifas

47

Bloco V - Ocupação / Clientes

59

Bloco VI - Empregados / Benefícios

68

Bloco VII - Necessidades da Empresa / Gestão

79

Bloco VIII - Sustentabilidade

85

Bloco IX - Análise Comparativa dos Censos Hoteleiros de 2010, 2012, 2015 E 2017 / 2018

91

Glossário

92

Apêndice - Relação dos 167 meios de hospedagem participantes da pesquisa censitária 2017/2018

94

Ficha Técnica

95

Créditos

1 APRESENTAÇÃO

A Goiás Turismo - Agência Estadual de Turismo, órgão oficial do estado de Goiás, tem como objetivo executar a política estadual de Turismo, compreendendo o fomento do turismo e a consolidação dos destinos turísticos goianos no mercado Estadual, Nacional e Internacional.

1.1 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos

A equipe técnica da Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos é formada por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo (Coordenação do Observatório do Turismo do Estado de Goiás) e Estatística (técnico em estatística), estagiárias das áreas de Estatística, Geografia, Design gráfico e equipe de apoio.

O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de um banco de dados, colaborando para o desenvolvimento de um Turismo planejado a partir de dados da cadeia produtiva dos serviços turísticos no Estado de Goiás. Todos os trabalhos realizados pela Diretoria e seus parceiros são disponibilizados pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás no site www.observatoriodoturismo.tur.br.

1.2 Censo Hoteleiro de Goiânia 2017/2018

A pesquisa aconteceu nos meios de hospedagem da cidade de Goiânia tendo seu início com a assinatura do termo de cooperação entre Goiás Turismo / Observatório do Turismo do Estado de Goiás, ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis e SIHGO – Sindicato dos Hotéis de Goiânia, em 02 de Outubro de 2017, onde iniciamos uma conferência manual nos baseando no documento e formulários do último Censo que foi realizado através de uma parceria entre SEBRAE, IFG, ABIH-GO, SIHGO e AGETUL.

O Censo Hoteleiro teve como principal objetivo quantificar e qualificar os estabelecimentos de hospedagem existentes em Goiânia, bem como apresentar o cenário atualizado das potencialidades do mercado hoteleiro. A pesquisa traz relevantes subsídios para gestores públicos e privados, permitindo a adoção de políticas voltadas para a melhoria e ampliação do setor.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Tendo em vista conhecer o perfil dos meios de hospedagem da cidade de Goiânia e identificar os seguintes itens: Bloco I: Identificação da empresa/ entrevistado, Bloco II: Capacidade de atendimento / instalações, Bloco III: Serviços adicionais oferecidos, Bloco IV: Formas de pagamento / tarifas, Bloco V: Ocupação/ clientes, Bloco VI: Empregados / benefícios, Bloco VII: Necessidades da empresa/gestão, Bloco VIII: Sustentabilidade e Bloco IX: Análise comparativa dos censos de 2010, 2012, 2015 e 2017/2018. Sendo assim a pesquisa utilizou como metodologia a pesquisa censitária.

Contamos com a participação e informações dos gestores dos meios de hospedagem de Goiânia onde foi levantado um rol de informações sobre a situação dos empreendimentos hoteleiros. O questionário utilizado teve por base a mesma estrutura dos questionários aplicados em anos anteriores pelos solicitantes (ABIH e SIHGO). A pesquisa cobriu 195 empreendimentos na cidade Goiânia (dos 195 pesquisados: 167 estão ativos, 25 estão desativados e 03 pretendem inaugurar em 2019).

A participação dos atores envolvidos no processo de investigação deu-se praticamente em todas as etapas da pesquisa conforme descrito: Num primeiro momento o Observatório do Turismo se baseou no documento do Censo de 2015 realizado pelo SEBRAE em parceria com o IFG – Instituto Federal de Goiás, posteriormente optamos por atualizar os dados de todos os meios de hospedagem relacionados no documento (pesquisa pelo telefone) e em uma terceira etapa realizamos pesquisa de campo, visitando “in loco” novos hotéis (principalmente na região da rua 44 e adjacências).

Finalmente, após a conclusão desta pesquisa todos os atores envolvidos participarão da disseminação dos resultados à sociedade por meio deste documento. Este trabalho procura retratar essa experiência de pesquisa participativa e censitária realizada pela equipe do Observatório do Turismo do Estado de Goiás.

Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas de acordo com a orientação do Ministério do Turismo - MTUR. Para a Tabulação dos dados foi utilizado o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados utilizando técnicas estatísticas para gerar este relatório técnico e posteriormente foi construído um documento utilizando layout de design de modo a facilitar a leitura dos dados.

3 APRESENTANDO GOIÂNIA, SUA HISTÓRIA E POTENCIALIDADES

A cidade de Goiânia, atual capital do estado de Goiás, foi formada a partir das transformações políticas que marcaram a história do nosso país na década de 30. Contudo, o projeto de mudança da capital goiana já era discutido anteriormente. Isso porque a Cidade de Goiás, primeira capital goiana, criada no século XVIII, havia sido fundada em razão da atividade aurífera naquela época. Após o período do ouro, essa justificativa não mais valia e as cidades envolvidas com a criação de gado e o desenvolvimento da agricultura, mais alocadas ao sul, passaram a ter maior importância para Goiás.

Com a fundação do regime republicano, temos registradas as primeiras discussões oficiais que consideravam a transferência da capital de Goiás. Entretanto, a nossa primeira constituição republicana, de 1891, e as suas duas reformas subsequentes, de 1898 e 1918, acabaram sustentando a capital na antiga região aurífera.

Em 1930, a revolução liderada por Getúlio Vargas impôs uma renovação das lideranças políticas nacionais e regionais. Nesse período, o regime varguista estabeleceu aliança com outras figuras políticas goianas. Foi daí que o médico Pedro Ludovico Teixeira foi nomeado como interventor do estado de Goiás e, estabelecendo um sentido de renovação, buscou colocar em prática o projeto de mudança da capital.

No ano de 1932 foi organizada uma comissão que deveria realizar a escolha da melhor região para a qual a nova capital seria transferida. A escolha acabou sendo realizada em função de cidades que já existiam e, entre as opções existentes, a nova capital veio a ser definida nas proximidades da cidade de Campinas, hoje o bairro mais antigo de Goiânia.

Mesmo com a resistência dos antigos grupos oligárquicos que dominavam a vida política goiana, o grupo de Pedro Ludovico acabou confirmando o projeto da mudança no ano de 1933. Na data de 24 de outubro daquele mesmo ano foi lançada a pedra fundamental que daria início aos trabalhos de construção da cidade de Goiânia. Sendo assim Goiânia foi planejada pelo engenheiro-arquiteto Atílio Corrêa Lima e pelo urbanista Armando de Godói, a atual capital de Goiás foi fundada oficialmente em 1937.

Para tanto, as obras foram iniciadas em 1933 com o lançamento da pedra fundamental no local onde se instituiu, posteriormente, o Palácio das Esmeraldas. Quando o regime republicano se iniciou no Brasil, as pri-

meiras referências à necessidade de alterar o local da capital de Goiás surgiram. Isso porque o que mantinha a Cidade de Goiás (ou Goiás Velho, como ficou conhecida depois do surgimento de Goiânia) como capital do estado era seu potencial aurífero, que já começava a declinar nessa época.

A ascensão de Getúlio Vargas ao poder, a nomeação de Pedro Ludovico como Interventor Federal do Estado e a instauração do plano Marcha para o Oeste — cujo objetivo era estender a ocupação das regiões interioranas do país — proporcionaram mudanças como: rompimento com as oligarquias dominantes de governança local; descentralização do poder e descobrimento de novas terras.

A inauguração dessa nova era de paradigmas políticos só contribuiu para fortalecer o plano de construção da nova capital. A escolha do local foi feita por uma comissão, e o critério utilizado foi bastante simples: proximidade com cidades que já existiam, como é o caso do município de Campinas.

A ligação de Goiânia a Campinas, que posteriormente perdeu a condição de município para se tornar um dos bairros mais antigos da nova capital, se deu por meio da construção do Setor Oeste, bairro integrante do projeto de Atílio e reestruturado por Armando por questões de logística. A fundação da nova capital e todo o contexto histórico no qual estava envolvida serviram também para reafirmar a dinâmica econômica, timidamente presente na região desde o século XVI.

O crescimento das atividades de pecuária e lavoura tornou-se urgente para substituir a decadência da atividade mineradora do ouro. A escolha do nome aconteceu por meio de um concurso, vencido pelo professor Alfredo de Castro. O nome começou a ser utilizado no ano de 1935 para a nova capital.

O município começou a ter suas atividades executadas em novembro de 1935 e, no mês seguinte, o interventor Pedro Ludovico enviou o decreto que estabeleceu a transferência da Casa Militar, da Secretaria Geral e da Secretaria do Governo para a cidade de Goiânia. Nos meses posteriores, outras secretarias foram transferidas e essas ações reafirmavam ainda mais a mudança da capital. No dia 23 de março de 1937, o decreto de número 1.816 oficializava definitivamente a transferência da capital da Cidade de Goiás para Goiânia.

O evento oficial que sacramentou a transferência da capital aconteceu somente no dia 5 de julho de 1942. O evento aconteceu no Cine-Teatro Goiânia, um dos mais importantes patrimônios arquitetônicos gerados com a construção da nova capital. Ministros, autoridades e representantes da presidência da República marcaram presença no evento.

Feita sob um planejamento anterior à transferência, Goiânia é uma das mais belas e modernas capitais do território brasileiro sendo considerada a segunda cidade no mundo, perdendo apenas para Edmonton, no Canadá, com maior quantidade de área verde por pessoa. São 94m² de área verde per capita, com 30 unidades de conservação ambiental espalhadas pelos seus 789km² totais de extensão.

Atualmente, Goiânia, no alto dos seus 85 anos, possui oferta de atrativos e equipamentos diversificados. Destacamos as 122 feiras livres cadastradas destinadas aos mais diversos tipos de comércio, 22 edifícios com arquitetura Art Déco, além dos monumentos arquitetônicos (Art Déco) tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), circuito de compras (região da 44 e shoppings), especialidades médicas, hotelaria de qualidade (167 meios de hospedagem ativos e com prestação de serviços diferenciados) , serviços de gastronomia de alto nível (aproximadamente 600 bares/restaurantes) e eventos culturais de efeito (Bananada, Villa Mix entre outros). Diante deste cenário conclui-se que Goiânia é uma cidade moderna que abriga muitas potencialidades e atrativos interessantes aos turistas e a sua própria comunidade. (Texto desenvolvido a partir das ideias de Rainer Gonçalves Sousa, Graduado em História pela Universidade Federal de Goiás – UFG, Mestre em História pela Universidade Federal de Goiás – UFG).



Imagem 1: Palácio das Esmeraldas- Fotografia de Flavio Isaac

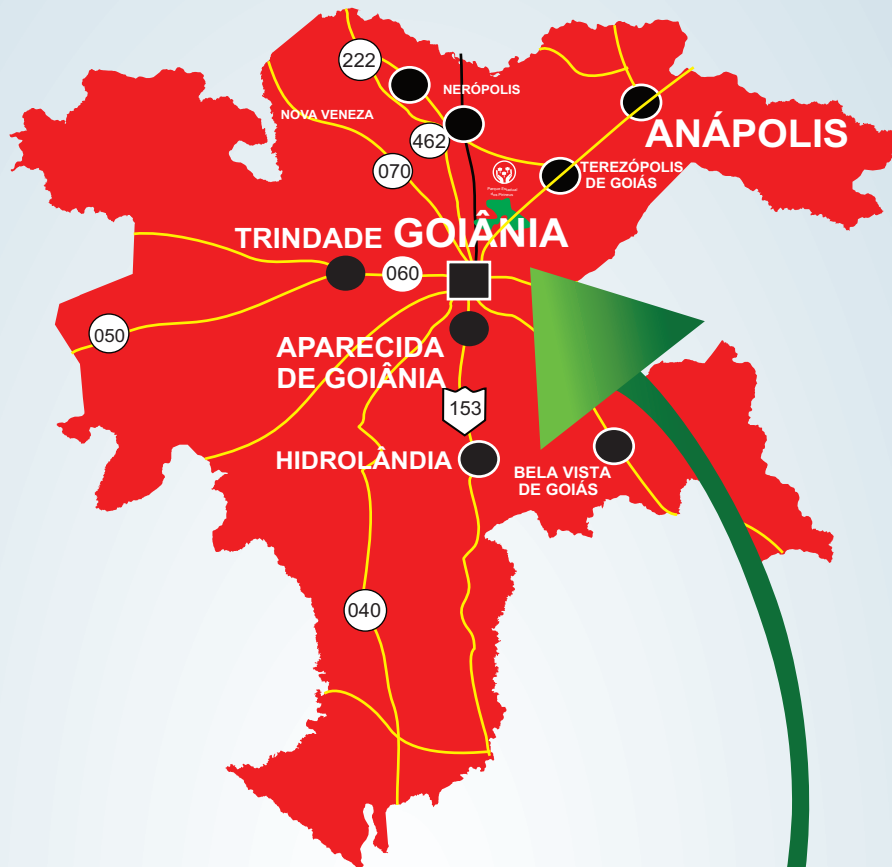


Imagem 2: Parque Vaca Brava - Fotografia reprodução da internet

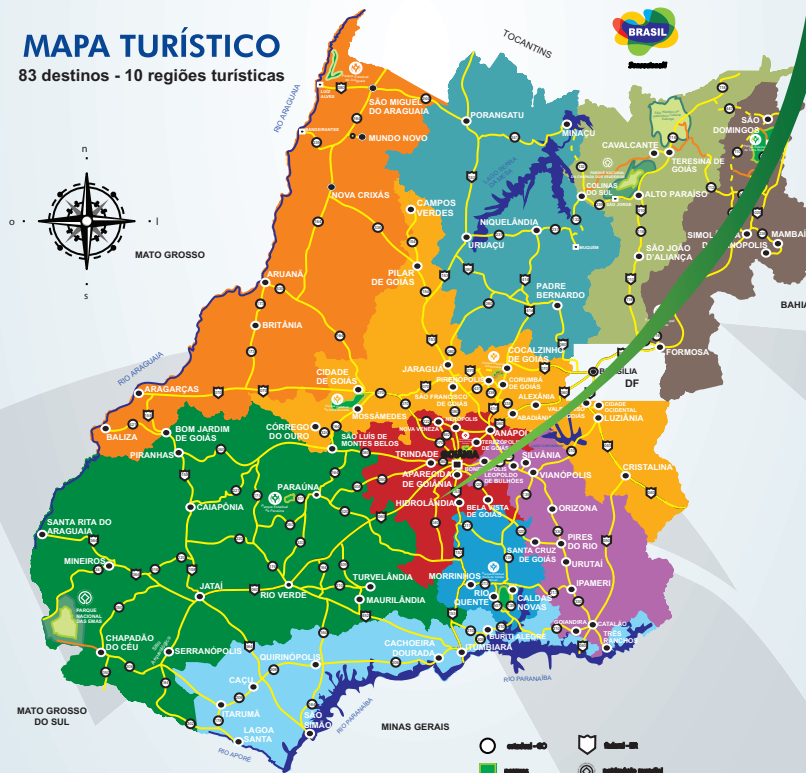
REGIÃO DOS NEGÓCIOS E TRADIÇÕES



Imagem 3: Praça Latif Sebba - Fotografia de Cristina Cabral



MAPA TURÍSTICO
83 destinos - 10 regiões turísticas



- Região Pegadas no Cerrado
- Região da Chapada dos Veadeiros
- Região das Águas e Cavernas do Cerrado
- Região Lagos do Paranaíba
- Região da Estrada de Ferro
- Região dos Negócios e Tradições
- Região do Ouro e Cristais
- Região Vale da Serra da Mesa
- Região Vale do Araguaia
- Região das Águas Quentes



HEÇA O CORAÇÃO DO BRASIL!



BLOCO I – IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO

No Bloco I apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 167 meios de hospedagem visitados. Trata-se da identificação do perfil do gestor e dos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na tabela 5 e gráfico 2: 91% dos Meios de Hospedagem visitados possuem CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

Na tabela 9 e gráfico 6: Dos 167 empreendimentos visitados 23,4% (39 meios de hospedagem) funcionam há mais de vinte anos e 29,3% (49 meios de hospedagem) funcionam entre 11 a 20 anos.

A tabela 12 o gráfico 8: Referem-se ao porte dos Meios de Hospedagem. Segundo o BNDS – Banco Nacional do Desenvolvimento classificam-se como Microempresa, empresas que possuem receita operacional, bruta ou anual menor ou igual a R\$ 360 mil, pequena empresa com renda maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões, média empresa com renda maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões e grande empresa com receita maior que R\$ 300 milhões. No caso das empresas hoteleiras de Goiânia, 63,5% (106 meios de hospedagem) se enquadram na categoria Microempresas.

Tabela 1: Situação dos meios de hospedagem.

Situação	Pesquisados	%
Em funcionamento	167	85,6%
Fechados	25	12,8%
Em processo de construção	3	1,6%
Total	195	100,0%

Tabela 2: Gênero dos respondentes.

	Respondentes	%
Masculino	95	56,9%
Feminino	72	43,1%
Total	167	100,0%

Tabela 3: Função dos respondentes.

	Respondentes	%
Proprietário - Sócio	71	42,5%
Gerente	60	35,9%
Recepcionista	10	6,0%
Coordenação	2	1,2%
Gerente Comercial	2	1,2%
Ajudante	1	0,6%
Assistente de Reservas e Eventos	1	0,6%
Assistente de Vendas	1	0,6%
Atendente	1	0,6%
Coordenadora Comercial	1	0,6%
Coordenadora de Eventos	1	0,6%
Coordenadora de Reservas	1	0,6%
Departamento Comercial	1	0,6%
Diretor	1	0,6%
Executiva de Contas	1	0,6%
Filha da Dona	1	0,6%
Gerente de Recepção	1	0,6%
Gerente Operacional	1	0,6%
Recursos Humanos	1	0,6%
Secretária Geral	1	0,6%
Sub. Gerente	1	0,6%
Supervisora do Departamento Comercial	1	0,6%
Não Responderam	5	3,0%
Total	167	100,0%

Tabela 4: Escolaridade dos respondentes.

	Respondentes	%
Ensino Fundamental Incompleto	2	1,2%
Ensino Fundamental Completo	8	4,8%
Ensino Médio Incompleto	6	3,6%
Ensino Médio Completo	57	34,1%
Superior Incompleto	10	6,0%
Superior Completo	56	33,5%
Pós Graduação/Mestrado	15	9,0%
Não Responderam	13	7,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 1: Escolaridade dos respondentes.

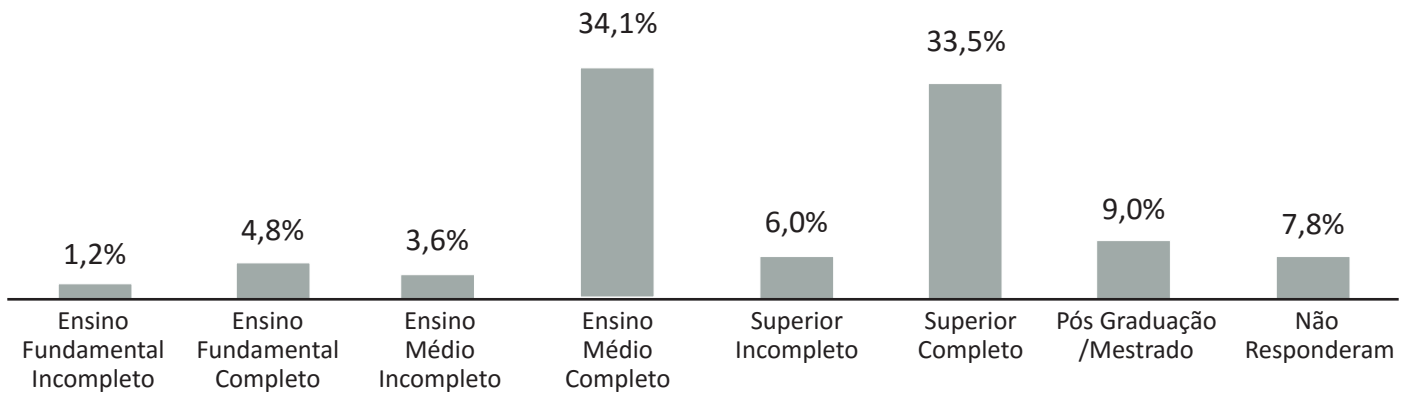


Tabela 5: O meio de hospedagem possui ou não CNPJ.

	Respondentes	%
Possuem	152	91,0%
Não Possuem	15	9,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 2: O meio de hospedagem possui ou não CNPJ.

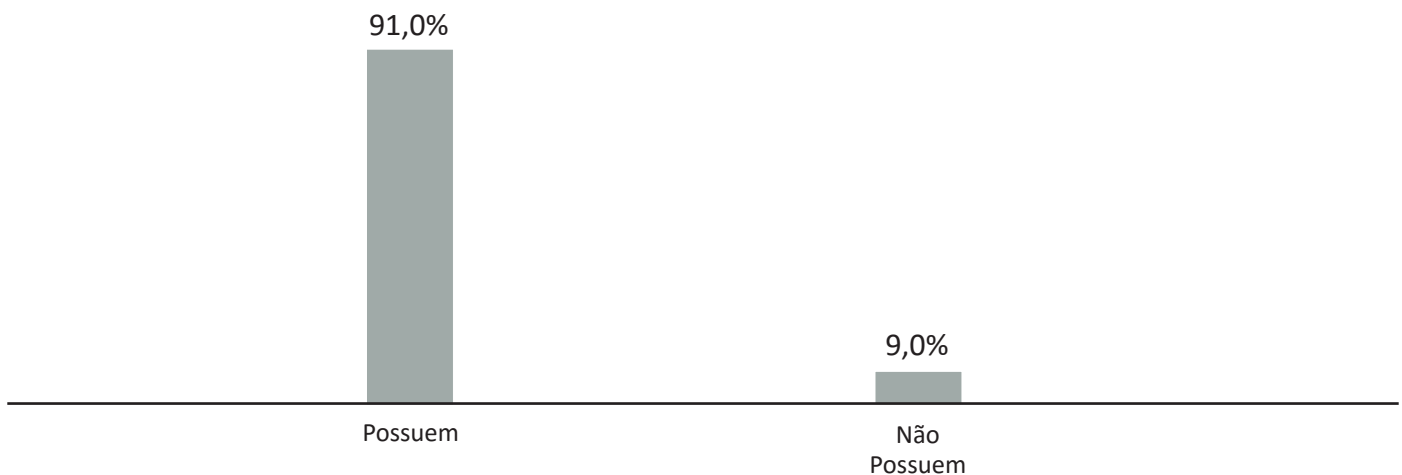


Tabela 6: O meio de hospedagem possui ou não site próprio.

	Respondentes	%
Sim	87	52,1%
Não	80	47,9%
Total	167	100,0%

Gráfico 3: O meio de hospedagem possui ou não site próprio.

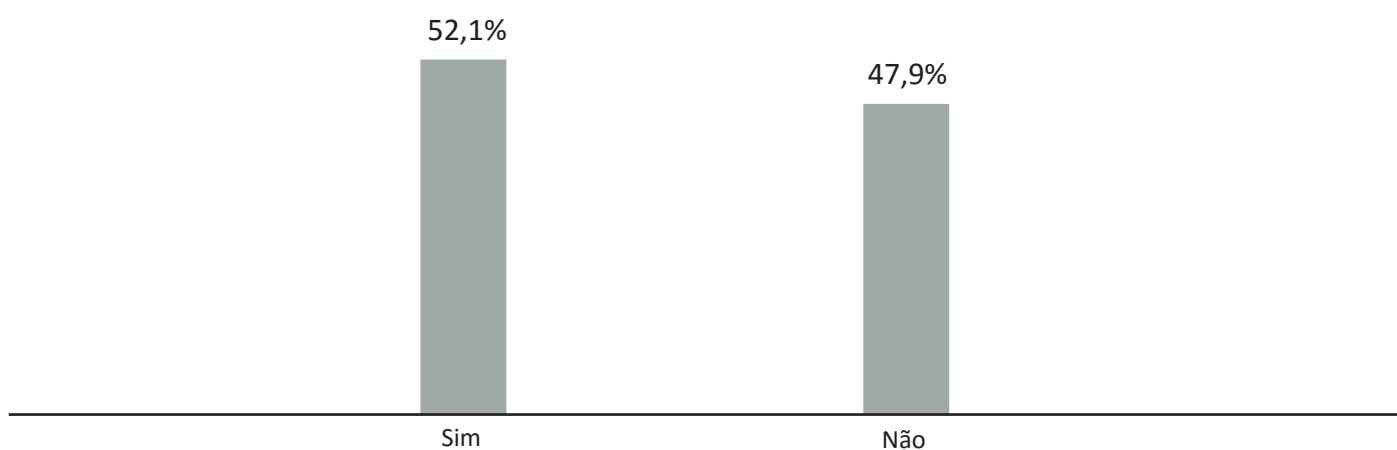


Tabela 7: O meio de hospedagem possui ou não e-mail próprio.

	Respondentes	%
Sim	128	77%
Não	39	23%
Total	167	100,0%

Gráfico 4: O meio de hospedagem possui ou não e-mail próprio.

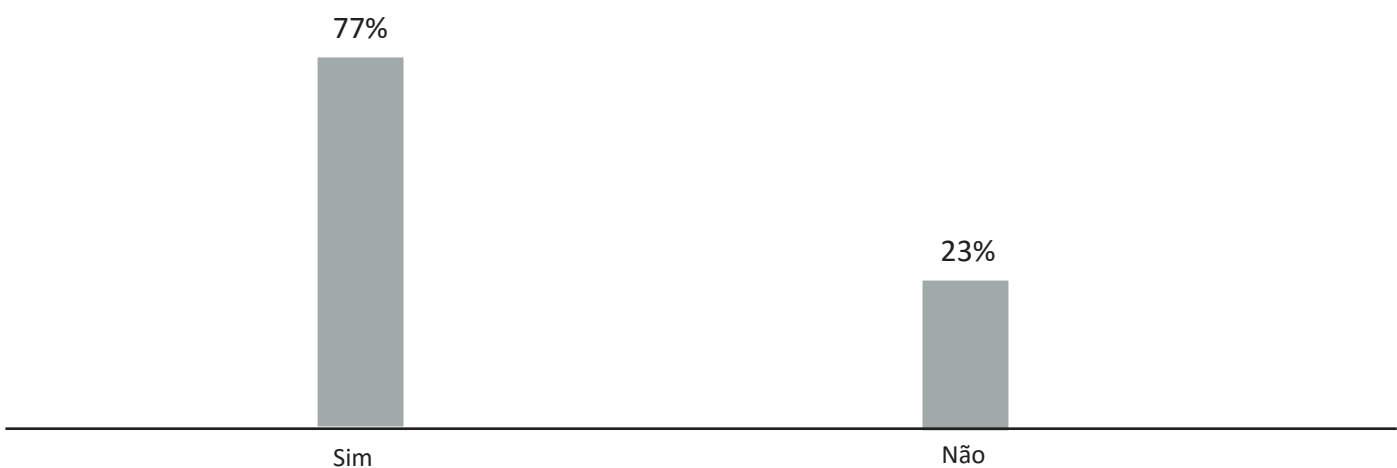


Tabela 8: O meio de hospedagem possui ou não redes sociais.

	Respondentes	%
Sim	55	33%
Não	110	66%
Total	167	100,0%

Gráfico 5: O meio de hospedagem possui ou não redes sociais.

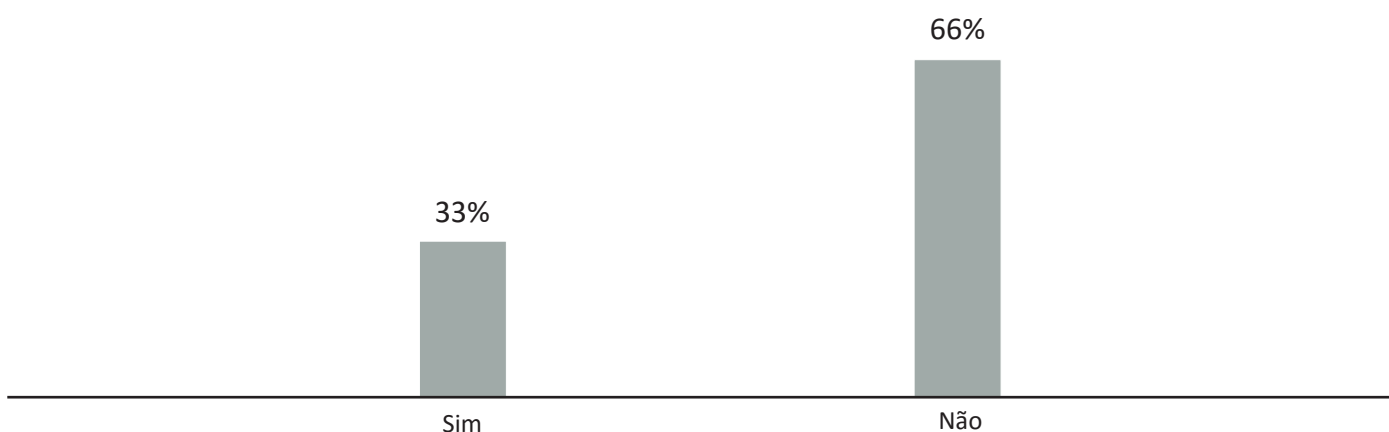


Tabela 9: Tempo de atividade do Meio de Hospedagem.

	Respondentes	%
Até 12 Meses	12	7,2%
1 a 2 Anos	12	7,2%
3 a 5 Anos	21	12,6%
6 a 10 Anos	27	16,2%
11 a 20 Anos	49	29,3%
Acima de 20 Anos	39	23,4%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 6: Tempo de atividade do Meio de Hospedagem.

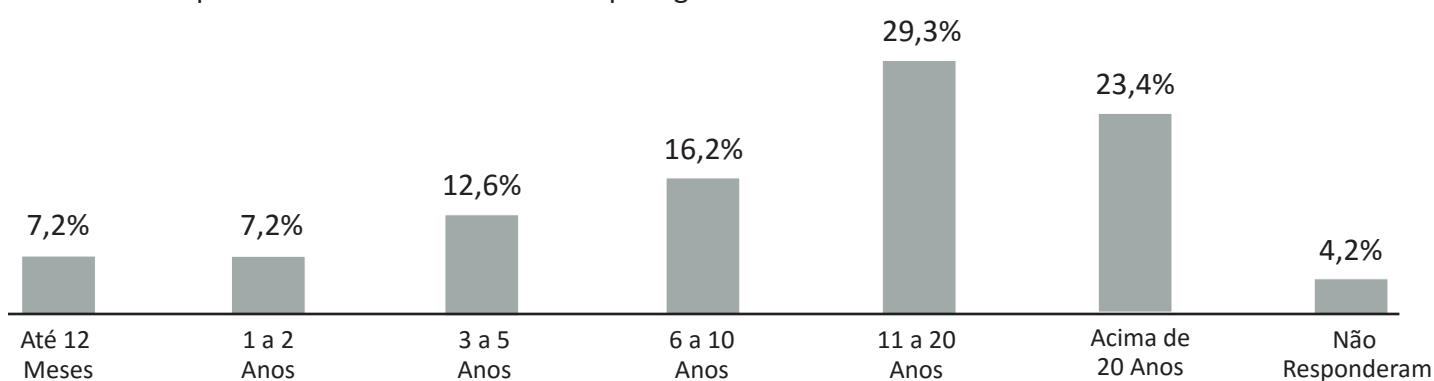


Tabela 10: Medidas de resumo da tabela 9.

Mínimo	Média	Máximo
Até 12 Meses	9,3 Anos	Mais de 20 Anos

Tabela 11: Tipos dos Meios de Hospedagem.

	Respondentes	%
Hotel	145	86,8%
Pousada	12	7,2%
Hostel	5	3,0%
Dormitório	4	2,4%
Hotel Histórico	1	0,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 7: Tipos dos Meios de Hospedagem.

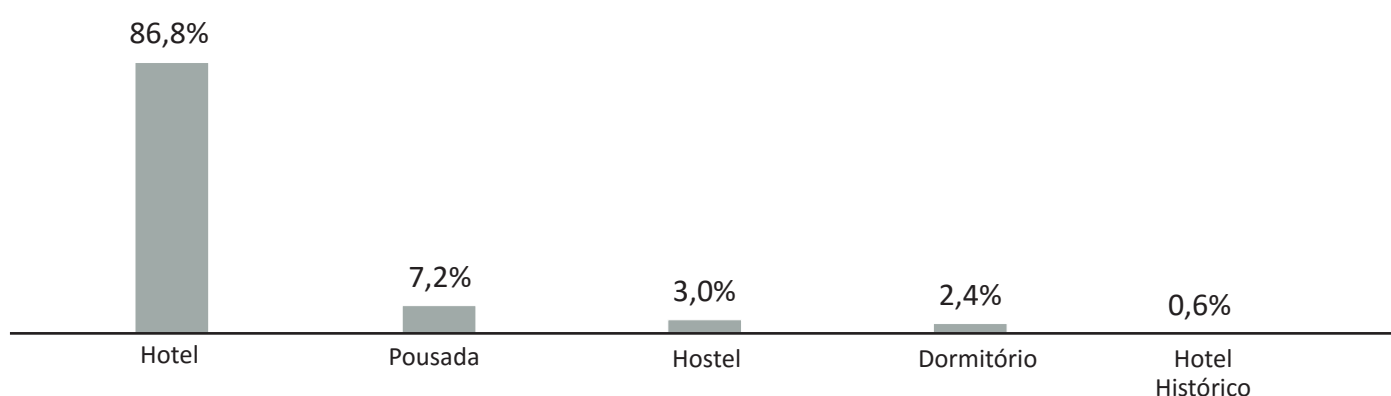


Tabela 12: Porte da empresa (meio de hospedagem).

	Respondentes	%
MEI (até R\$60 mil/ano)	3	1,8%
Micro (até R\$360 mil/ano)	106	63,5%
Pequena (de R\$360 mil até 4,8 milhões /ano)	32	19,2%
Médio (de R\$4,8 milhões até R\$ 300 milhões/ano)	15	9,0%
Grande (mais de R\$300 milhões/ano)	2	1,2%
Não Responderam	9	5,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 8: Porte da empresa (meio de hospedagem).

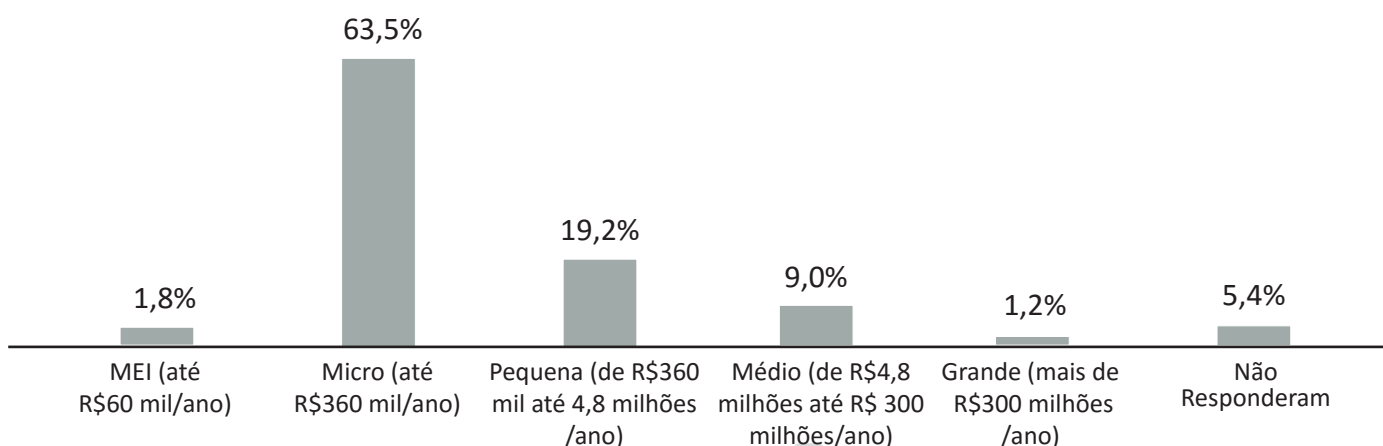


Tabela 13: Meios de Hospedagem associados à ABIH-GO - Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.

	Respondentes	%
Sim	60	35,9%
Não	98	58,7%
Não Responderam	9	5,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 9: Meios de Hospedagem associados à ABIH-GO - Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.



Tabela 14: Sobre o interesse dos Meios de Hospedagem de se associar à ABIH-GO - Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.

	Respondentes	%
Sim	10	10,2%
Não	88	89,8%
Total	98	100,0%

Gráfico 10: Sobre o interesse dos Meios de Hospedagem de se associar à ABIH-GO - Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.

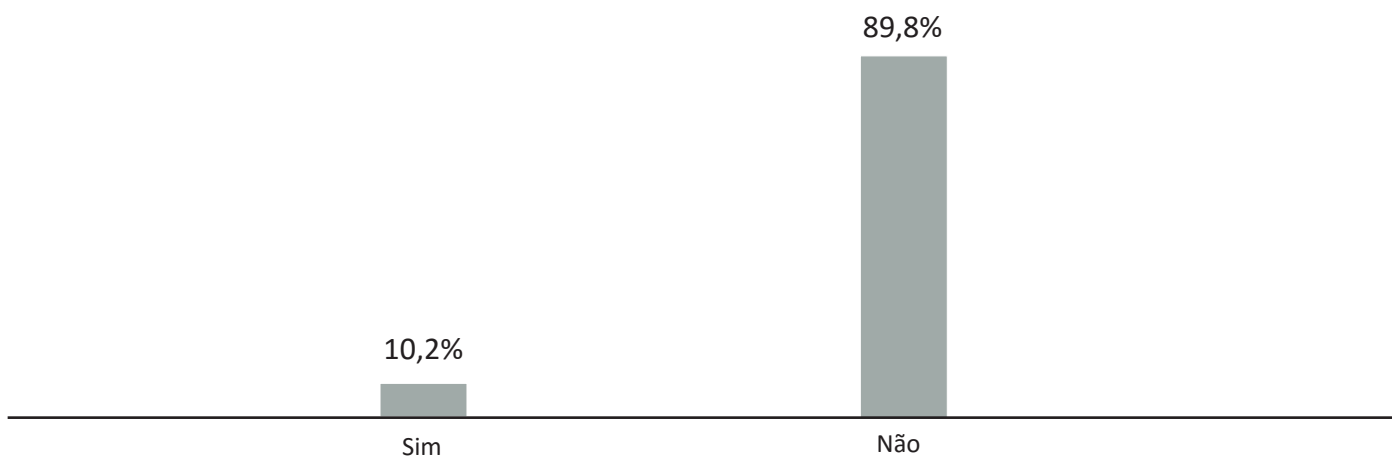


Tabela 15: Situação dos Meios de Hospedagem cadastradas no CADASTUR – Sistema de cadastro dos prestadores de serviços turísticos.

	Respondentes	%
Sim	71	42,5%
Não	81	48,5%
Não Responderam	15	9,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 11: Situação dos Meios de Hospedagem cadastradas no CADASTUR – Sistema de cadastro dos prestadores de serviços turísticos.

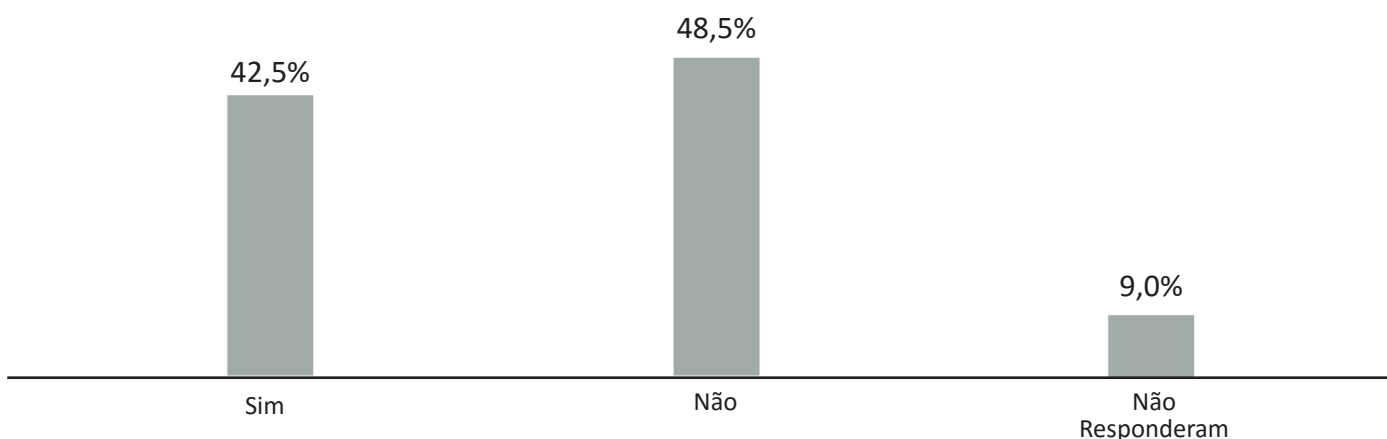


Tabela 16: Situação dos Meios de Hospedagem sobre a filiação aos sindicatos.

	Respondentes	%
Sim	87	52,1%
Não	73	43,7%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 12: Situação dos Meios de Hospedagem sobre a filiação aos sindicatos.

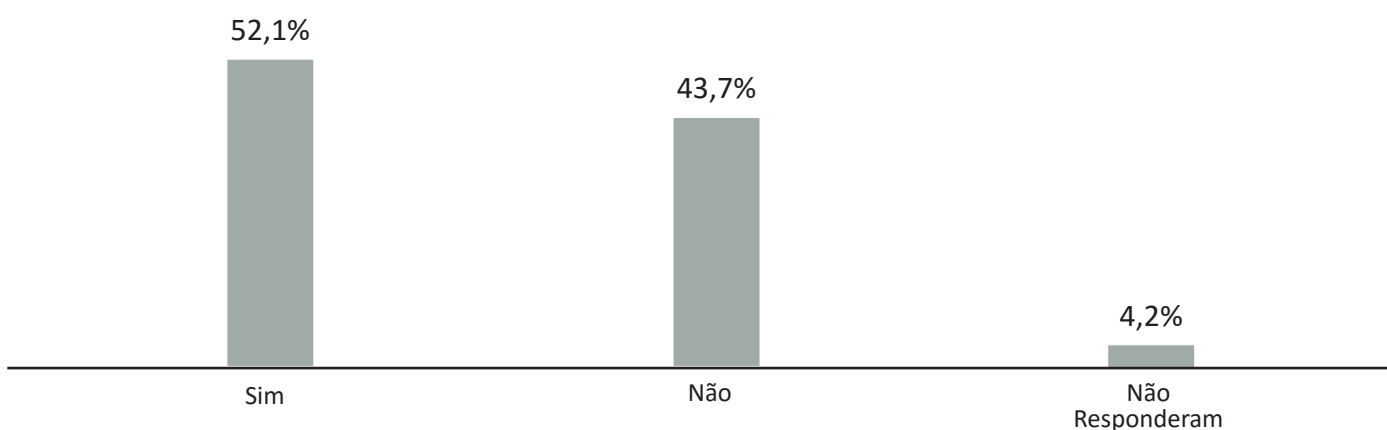


Tabela 17: Filiações dos Meios de Hospedagem ao sindicato.

	Respondentes	%
SindHotéis (SIHGO)	69	79,3%
SINDHORBS	7	8,0%
SECHSEG	5	5,7%
SECOVI	3	3,4%
SIHGO/SECEG	1	1,1%
Não Responderam	2	2,3%
Total	87	100,0%

Gráfico 13: Filiações dos Meios de Hospedagem ao sindicato.

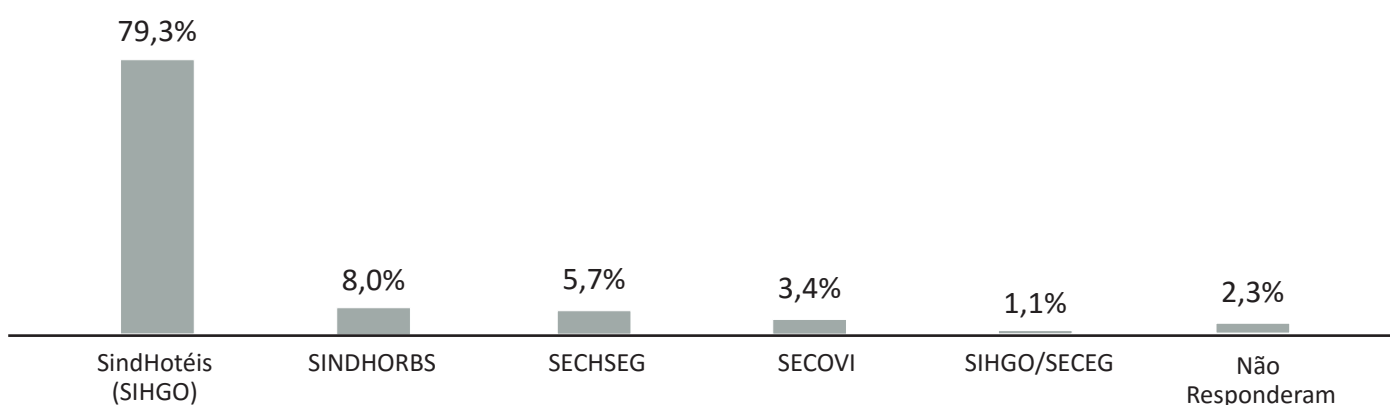


Tabela 18: Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspedes.

	Respondentes	%
Sim	63	37,7%
Sim (elaborada internamente)	57	34,1%
Não	39	23,4%
Não Responderam	8	4,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 14: Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspedes.

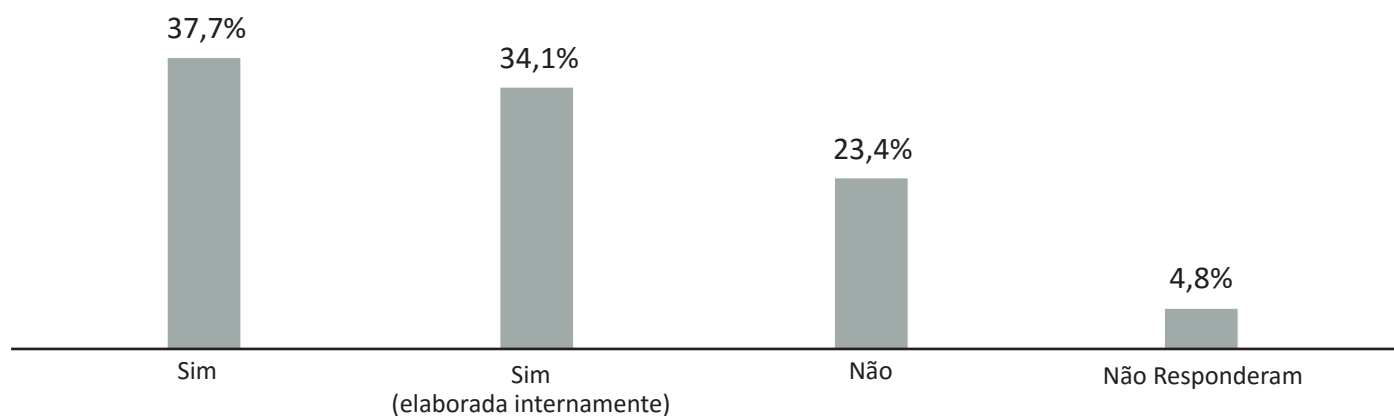


Tabela 19: Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.

	Respondentes	%
Sim	49	29,3%
Não	106	63,5%
Não Responderam	12	7,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 15: Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.

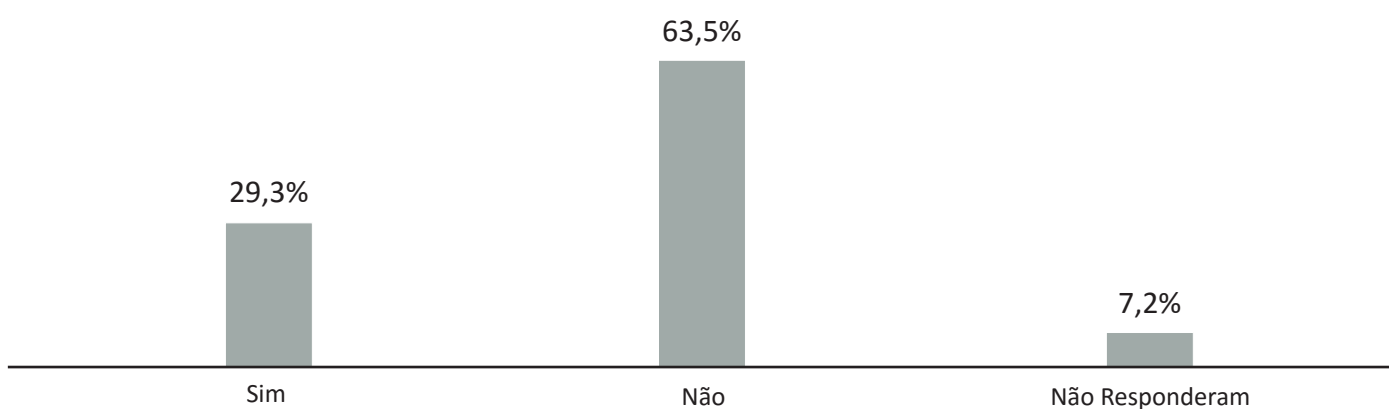
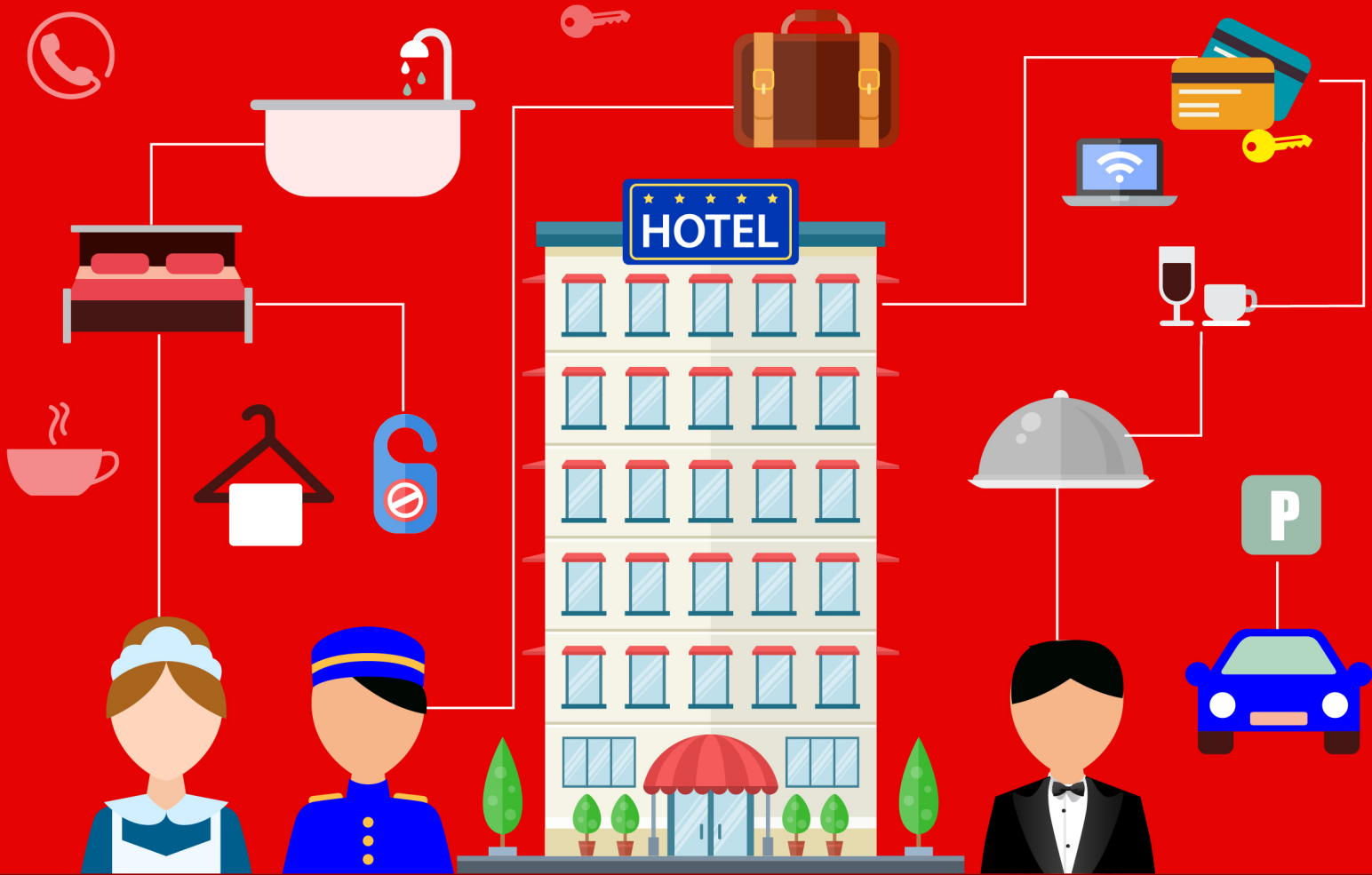


Imagem 5: Grafite no setor sul: Artista Decy

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



BLOCO I – IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO



23% dos respondentes não possuem E-mail



52,1% dos respondentes possuem Site



66% dos respondentes não possuem Redes Sociais



Dos 167 meios de hospedagem visitados 39 tem mais de 20 anos de atividade, o que corresponde a 23,4%



No que se refere ao tipo de meio de hospedagem 86,8% se consideraram Hotel



63,5% dos respondentes pertencem a categoria Micro (até R\$ 360 mil/ano)



Dos respondentes 35,9% são associados à ABH



Dos respondentes 48,5% não estão cadastrados no CADASTUR



37,7% preenchem FNRH Ficha Nacional do Registro de Hóspedes e 34,1% elaboraram a própria ficha de hóspedes



63,5% dos respondentes não preenchem o BOH



Imagem 6: Parque Vaca Brava - fotografia de Sílvio Quirino

BLOCO II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / INSTALAÇÕES

No Bloco II apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 167 Meios de Hospedagem visitados. Trata-se da capacidade de atendimento / instalações dos Meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Nas tabelas 20 e 21 e gráfico 16: O total de UH's (número de quartos e apartamentos) dos meios de hospedagem visitados. Dos 167 empreendimentos visitados 25,1% (42 meios de hospedagem) possuem até 20 Unidades Habitacionais. O total de unidades habitacionais levantados foi de 8.131.

Nas tabelas 24 e 25 e gráfico 18: O número total dos leitos que corresponde a 17.994.

Na tabela 28: A média de UH's por hotel que corresponde a 36 quartos e a média do número de leitos por hotel é de 94,9.

Tabela 20: Número total de UH's (quartos, apartamentos).

	Respondentes	%
Até 20 Unidades	42	25,1%
20 a 30 Unidades	34	20,4%
30 a 40 Unidades	27	16,2%
40 a 50 Unidades	18	10,8%
50 a 100 Unidades	22	13,2%
Mais de 100 Unidades	24	14,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 16: Número total de UH's (quartos, apartamentos).

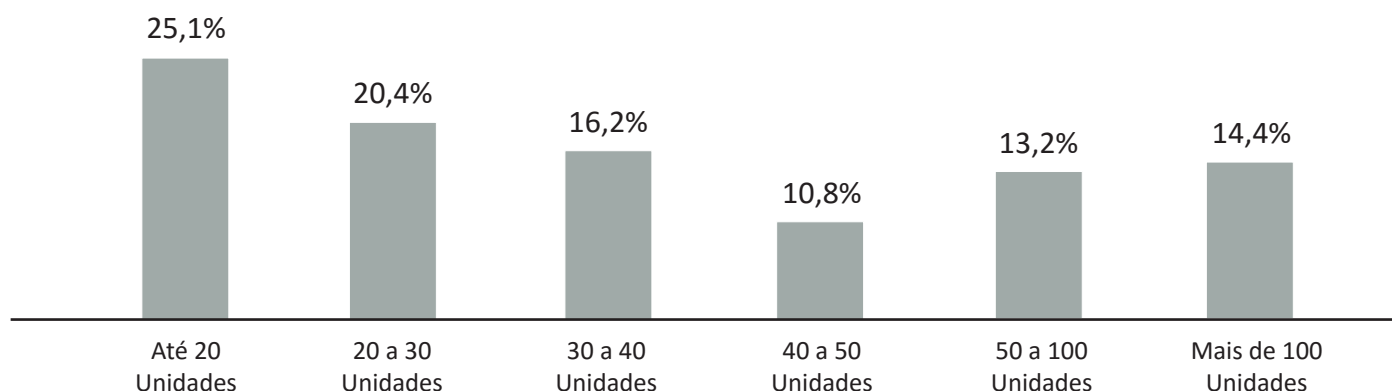


Tabela 21: Medidas de Resumo da tabela 20.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
3	50,1	48,3	252	8.131

Tabela 22: Total de UH's, quantas que não possuem banheiro.

	Respondentes	%
Todas as unidades habitacionais possuem banheiro	135	80,8%
1 a 5 Unidades	7	4,2%
5 a 10 Unidades	8	4,8%
10 a 15 Unidades	4	2,4%
15 a 20 Unidades	7	4,2%
Mais de 20 Unidades	6	3,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 17: Total de UH's, que não possuem banheiro.

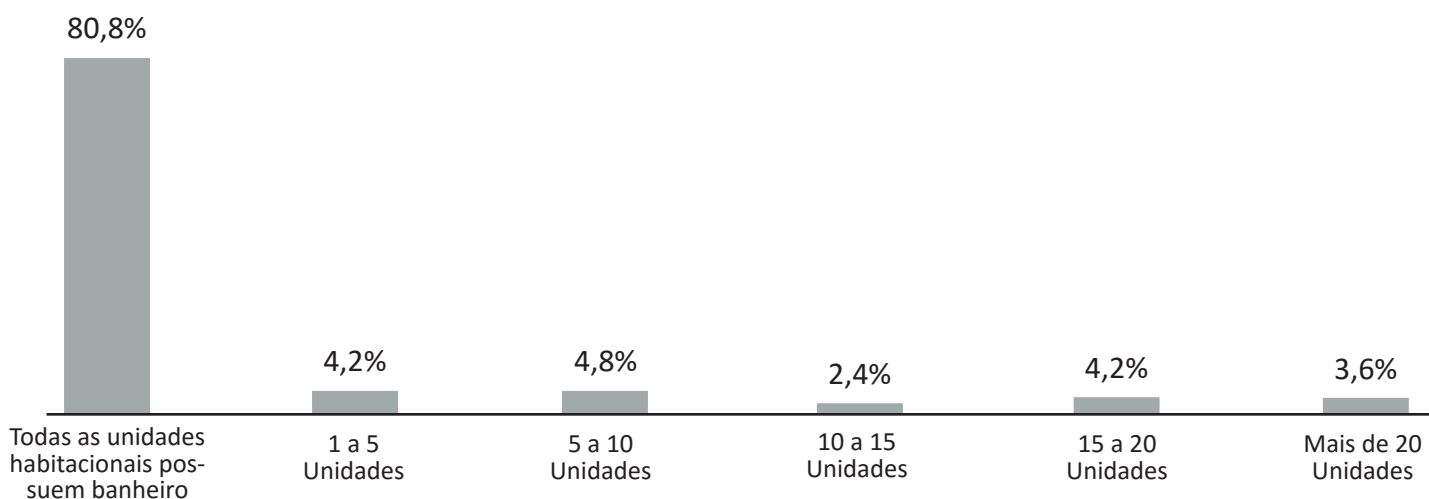


Tabela 23: Medidas de resumo da tabela 22.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	13,9	11,2	69	444

Tabela 24: Número total de leitos.

	Respondentes	%
Até 30 Leitos	26	15,6%
30 a 50 Leitos	32	19,2%
50 a 100 Leitos	49	29,3%
100 a 150 Leitos	22	13,2%
150 a 200 Leitos	11	6,6%
200 a 250 Leitos	11	6,6%
Mais de 250 Leitos	16	9,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 18: Número total de leitos.

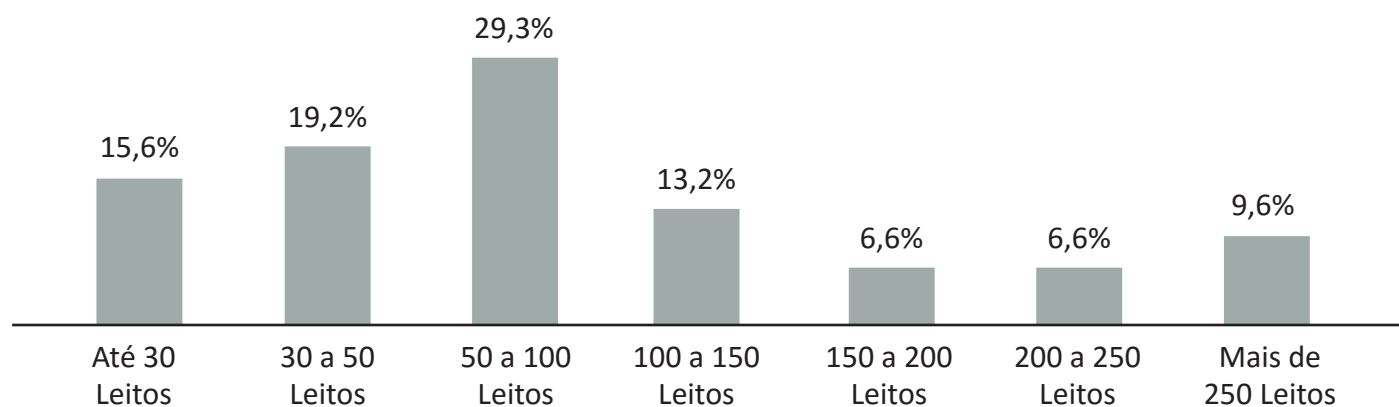


Tabela 25: Medidas de resumo da tabela 24.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
9	112,6	112,8	600	17.994

Tabela 26: Quantas UH's são adaptadas para pessoas com deficiência (PCD).

	Respondentes	%
0 UH's Adaptadas	88	52,7%
1 a 2 UH's Adaptadas	56	33,5%
3 a 4 UH's Adaptadas	7	4,2%
5 a 6 UH's Adaptadas	10	6,0%
7 a 8 UH's Adaptadas	2	1,2%
9 a 10 UH's Adaptadas	0	0,0%
11 a 12 UH's Adaptadas	1	0,6%
13 a 14 UH's Adaptadas	2	1,2%
15 ou mais UH's Adaptadas	1	0,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 19: Quantas UHs são adaptadas para pessoas com deficiência (PCD).

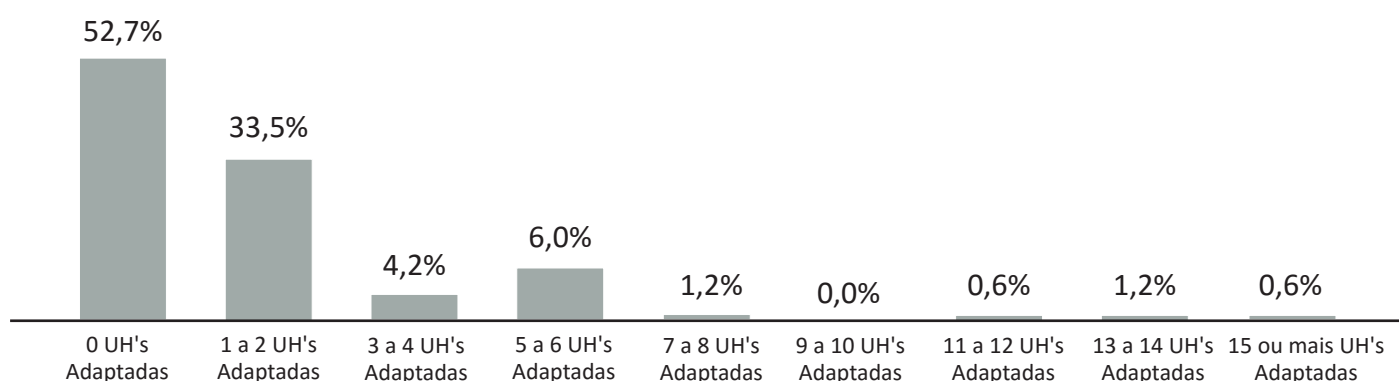


Tabela 27: Medidas de Resumo da tabela 26.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	3,0	4,3	31	244

Tabela 28: Média de UH's / Leitos por tipo de hospedagem.

Tipo de Hospedagem	Média de UH's	Média de leitos
Hotel	36,1	94,9
Dormitório	18,0	20,5
Hotel Histórico	18,0	35,0
Pousada	16,6	36,2
Hostel	4,4	28,2

Tabela 29: As facilidades / equipamentos disponíveis nos quartos, Revenue Management (RM).

	N° de Respostas	%
Chuveiro Quente	160	95,8%
Chuveiro Frio	159	95,2%
Internet Wireless	138	82,6%
Ar condicionado	137	82,0%
TV	136	81,4%
Acesso à internet cabeada	129	77,2%
Workstation (mesa de trabalho)	101	60,5%
TV a cabo	89	53,3%
Telefone	85	50,9%
Ventilador	81	48,5%
Mini-bar Abastecido	57	34,1%
Mini-bar Desabastecido	53	31,7%
Cofre	36	21,6%
Adaptador de voltagem	21	12,6%
TV parabólica	20	12,0%
Rádio	16	9,6%
Secador de cabelo	14	8,4%
Guarda Roupa	11	6,6%
Armário de Roupas	4	2,4%
Hidromassagem	4	2,4%
Arara de Roupas	3	1,8%
Balcão/Pia	2	1,2%
Cafeteira	2	1,2%
Interfone	2	1,2%
Amenites	1	0,6%
Armários com chave	1	0,6%

Armários Individuais	1	0,6%
Banheira	1	0,6%
Berço	1	0,6%
Cabideiro	1	0,6%
Cadeira	1	0,6%
Chaves Magnéticas	1	0,6%
Closet	1	0,6%
Copa de Conveniência 24h	1	0,6%
Cozinha	1	0,6%
Ducha com aquecimento central (solar)	1	0,6%
Micro-ondas	1	0,6%
Sala de Passadaria	1	0,6%
Sensor de Fumaça	1	0,6%
Sofá	1	0,6%
Sprinters	1	0,6%

Tabela 30: Refeições oferecidas pelos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Café da manhã	151	90,4%
Jantar	33	19,8%
Almoço	29	17,4%
Nenhuma	12	7,2%

Gráfico 20: Refeições oferecidas pelos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

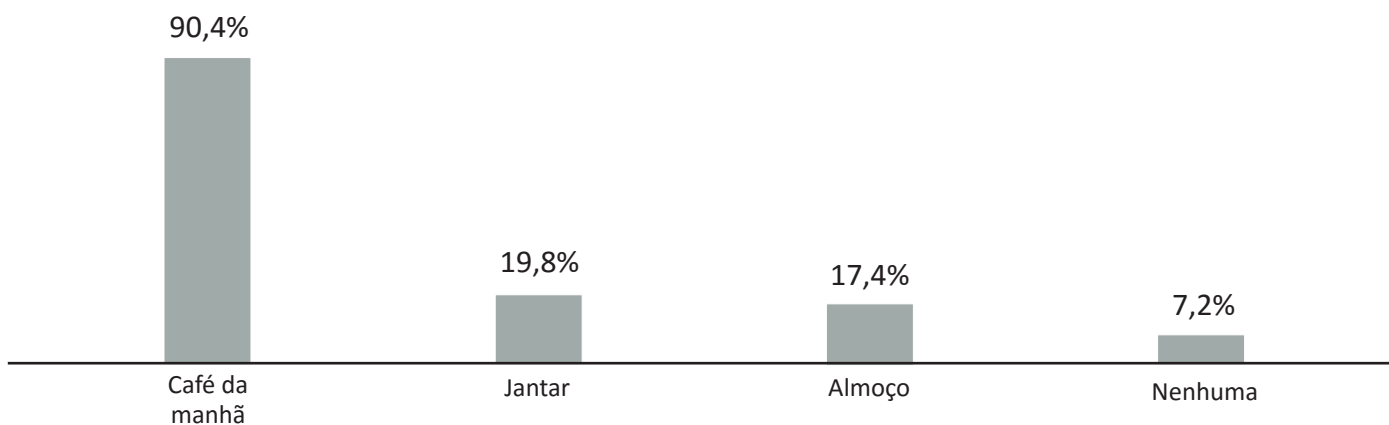


Tabela 31: O principal tipo de diária oferecida.

	Respondentes	%
Com café da manhã	144	86,2%
Sem café da manhã	12	7,2%
Pensão completa	3	1,8%
Meia pensão	1	0,6%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 21: O principal tipo de diária oferecida.

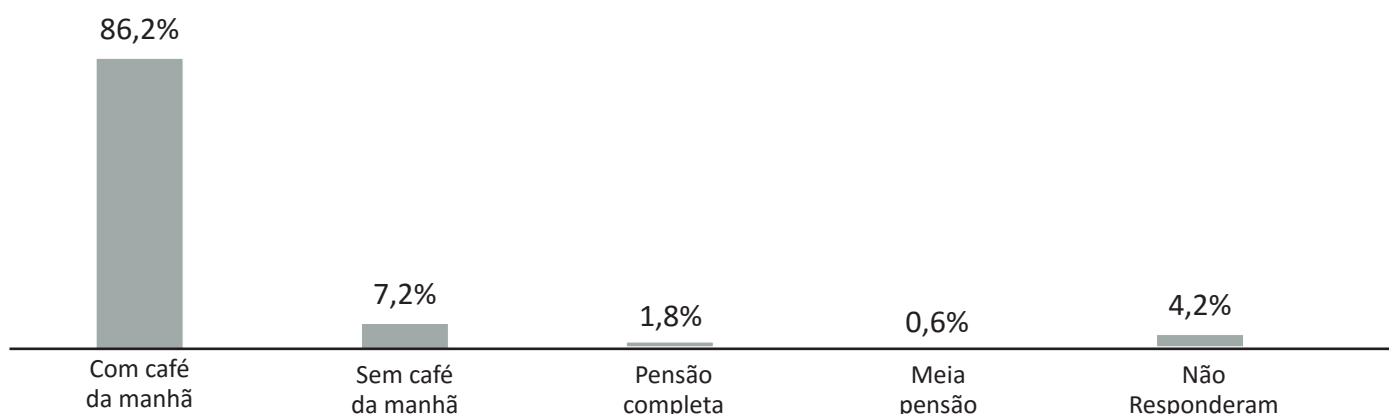


Tabela 32: Espaços/serviços oferecidos pelos Meios de Hospedagem, Revenue Mangement (RM).

	Nº de Respostas	%
Nenhum	68	40,7%
Room service (Serviço de Quarto)	50	29,9%
Restaurante	40	24,0%
Room service 24h	28	16,8%
Bar/Lanchonete	21	12,6%
Cantinho da Mamãe	6	3,6%
Bar/Restaurante	1	0,6%
Não Responderam	14	8,4%

Gráfico 22: Espaços/serviços oferecidos pelos Meios de Hospedagem Revenue Mangement (RM).

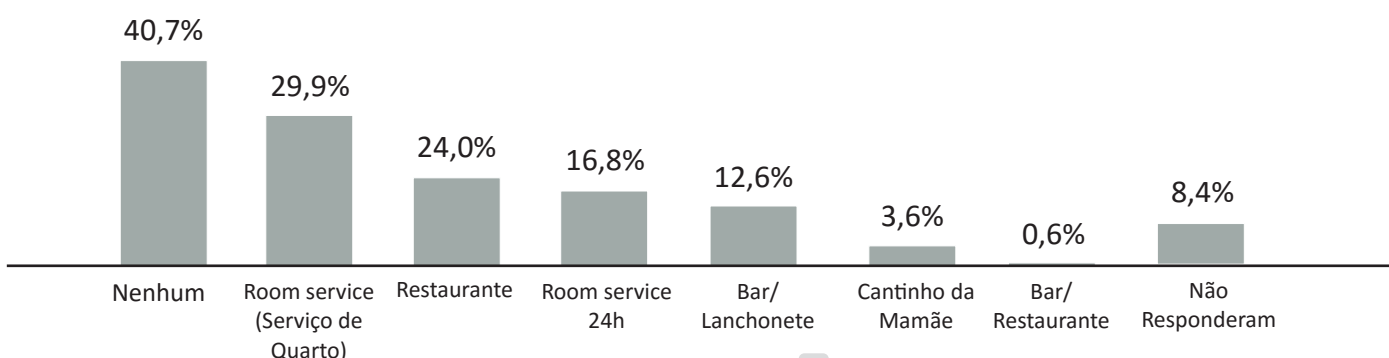


Tabela 33: Capacidade nos restaurantes.

	Respondentes	%
Até 20 Pessoas	2	5,0%
20 a 40 Pessoas	4	10,0%
40 a 60 Pessoas	5	12,5%
60 a 80 Pessoas	6	15,0%
80 a 100 Pessoas	10	25,0%
Mais de 100 Pessoas	11	27,5%
Não Responderam	2	5,0%
Total	40	100,0%

Gráfico 23: Capacidade nos restaurantes.

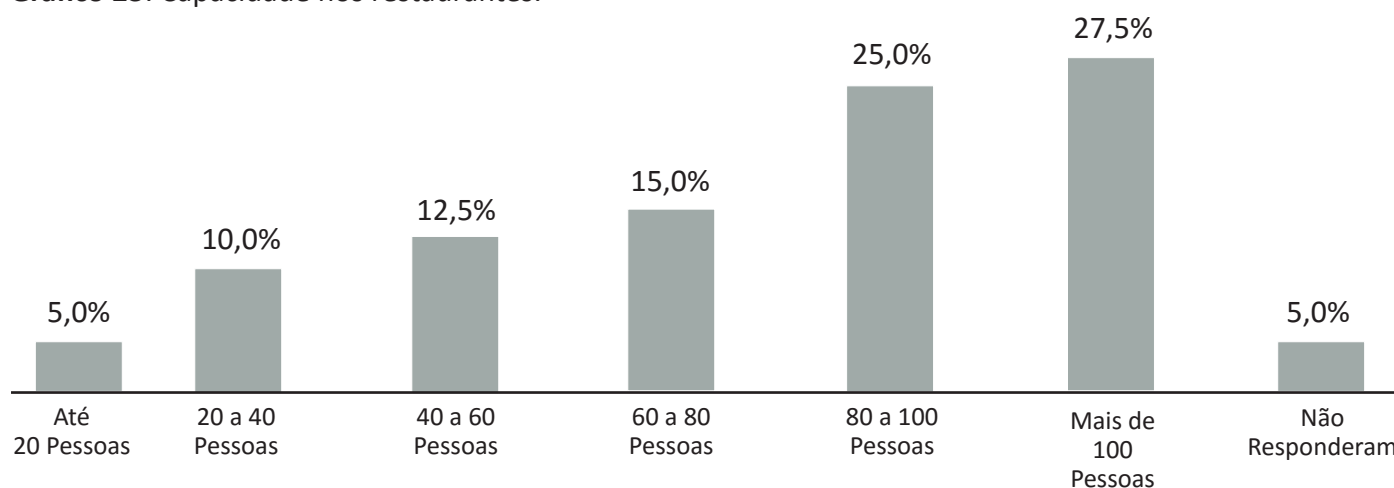


Tabela 34: Medidas de resumo da tabela 33.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
20	97,2	63,0	280	3.695

Tabela 35: Meios de Hospedagem que possuem sala para eventos.

	Respondentes	%
Sim	40	24,0%
Não	117	70,0%
Não Responderam	10	6,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 24: Meios de Hospedagem que possuem sala para eventos.

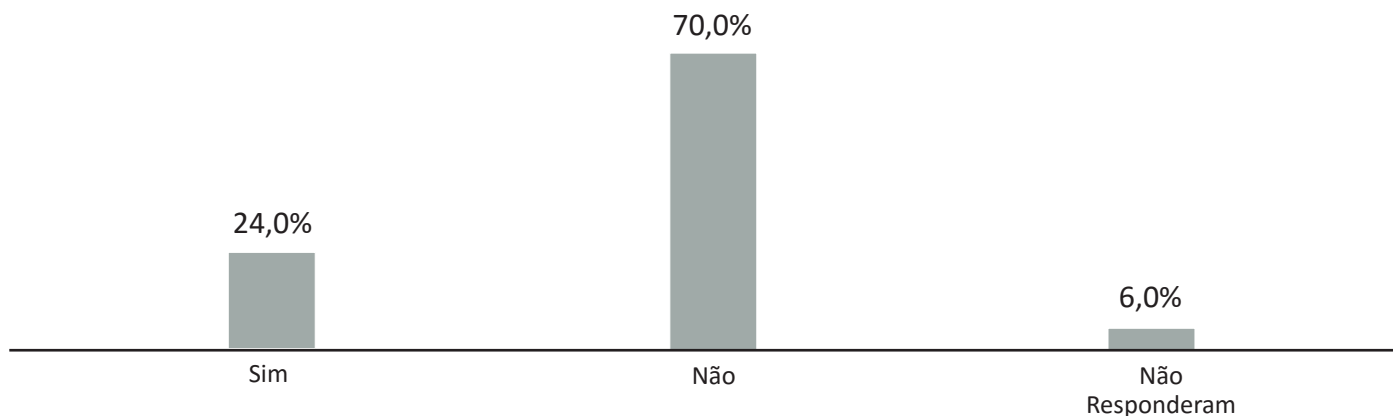


Tabela 36: Quantitativo de salas para eventos.

	Respondentes	%
1 a 2 Salas	10	25,0%
3 a 4 Salas	6	15,0%
5 a 6 Salas	14	35,0%
7 a 8 Salas	5	12,5%
9 a 10 Salas	1	2,5%
11 a 12 Salas	2	5,0%
Não Responderam	2	5,0%
Total	40	100,0%

Gráfico 25: Quantitativo de salas para eventos.

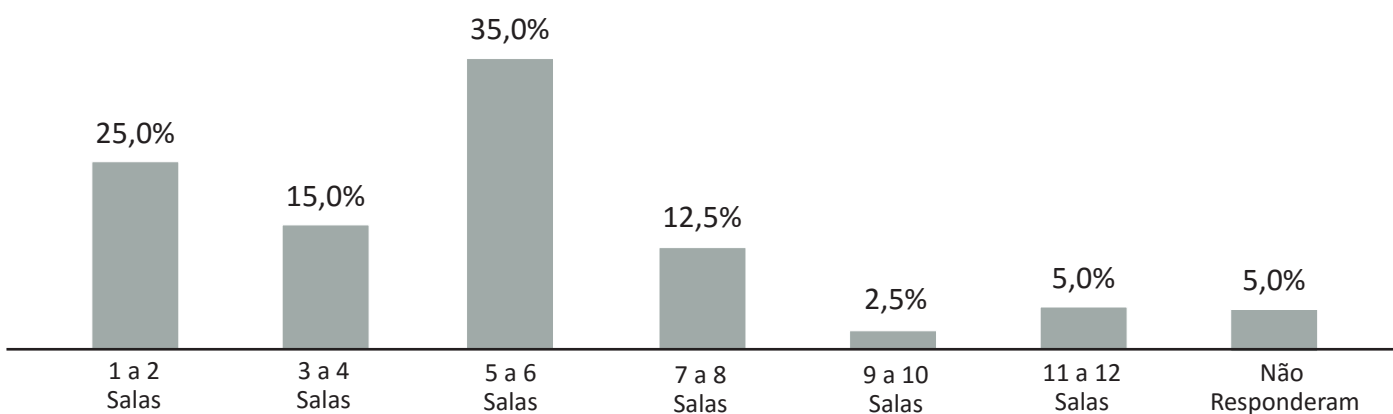


Tabela 37: Medidas de resumo da tabela 36.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
1	4,8	2,65	11	177

Tabela 38: Capacidade total das salas em formato de auditório.

	Respondentes	%
25 - 100 Lugares	6	15,0%
100 - 175 Lugares	7	17,5%
175 - 250 Lugares	4	10,0%
250 - 325 Lugares	6	15,0%
325 - 400 Lugares	0	0,0%
Mais de 400 Lugares	13	32,5%
Não Responderam	4	10,0%
Total	40	100,0%

Gráfico 26: Capacidade total das salas em formato de auditório.

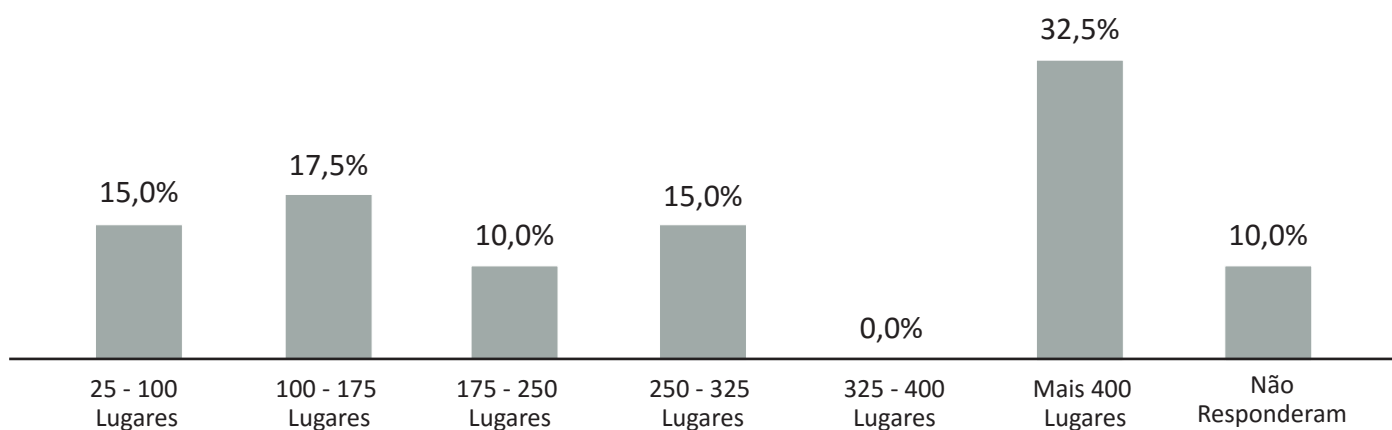


Tabela 39: Medidas de resumo da tabela 38.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
25	353,6	303,7	1.250	12.476

Tabela 40: Capacidade total das salas em formato de “U”.

	Respondentes	%
Nenhuma Sala	4	10,0%
15 - 50 Lugares	9	22,5%
50 - 85 Lugares	6	15,0%
85 - 120 Lugares	4	10,0%
120 - 155 Lugares	3	7,5%
155 - 190 Lugares	5	12,5%
190 - 225 Lugares	2	5,0%
Não Responderam	7	17,5%
Total	40	100,0%

Gráfico 27: Capacidade total das salas em formato de “U”.

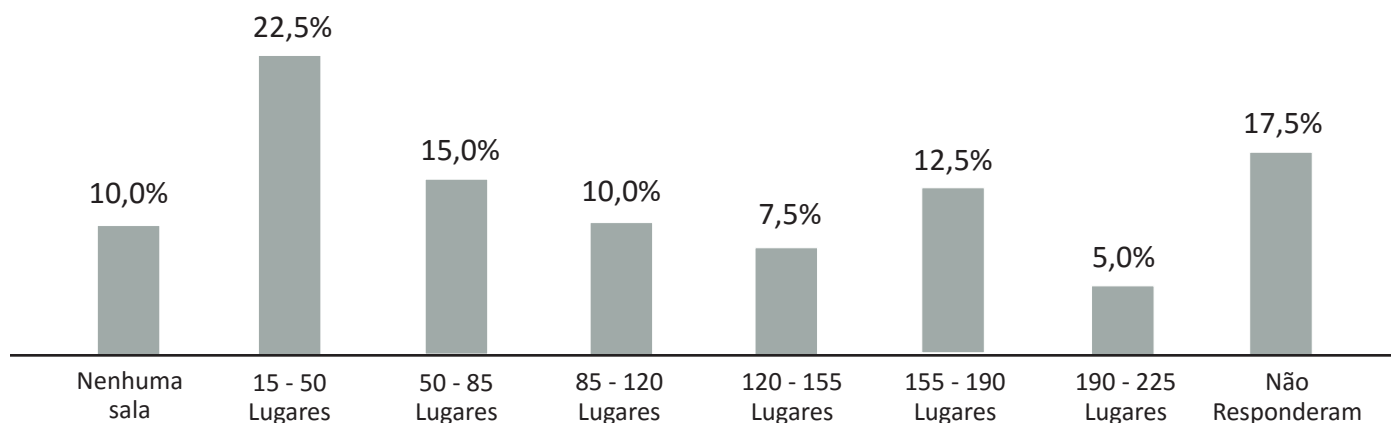


Tabela 41: Medidas de resumo da tabela 40.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
15	94,6	60,7	200	2.710

Tabela 42: Meios de Hospedagem que possuem ou não serviço A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos.

	Respondentes	%
Sim	31	77,5%
Não	6	15,0%
Não Responderam	3	7,5%
Total	40	100,0%

Gráfico 28: Meios de hospedagem que possuem ou não serviço A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos.

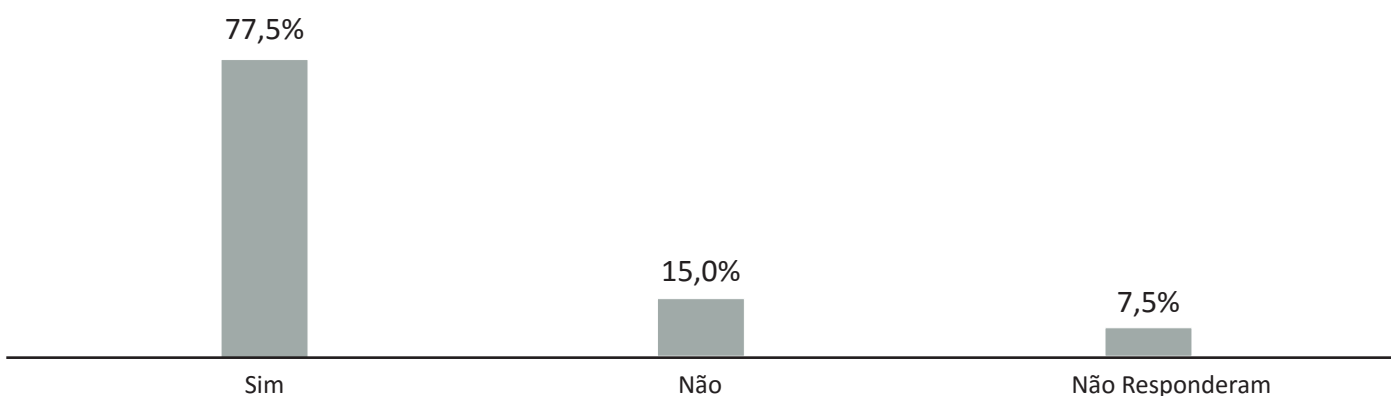


Tabela 43: O serviço de A&B (Alimentos e Bebidas) é próprio ou terceirizado.

	Respondentes	%
Próprio	26	83,9%
Terceirizado	4	12,9%
Próprio e Terceirizado	1	3,2%
Total	31	100,0%

Gráfico 29: O serviço de A&B (Alimentos e Bebidas) é próprio ou terceirizado.

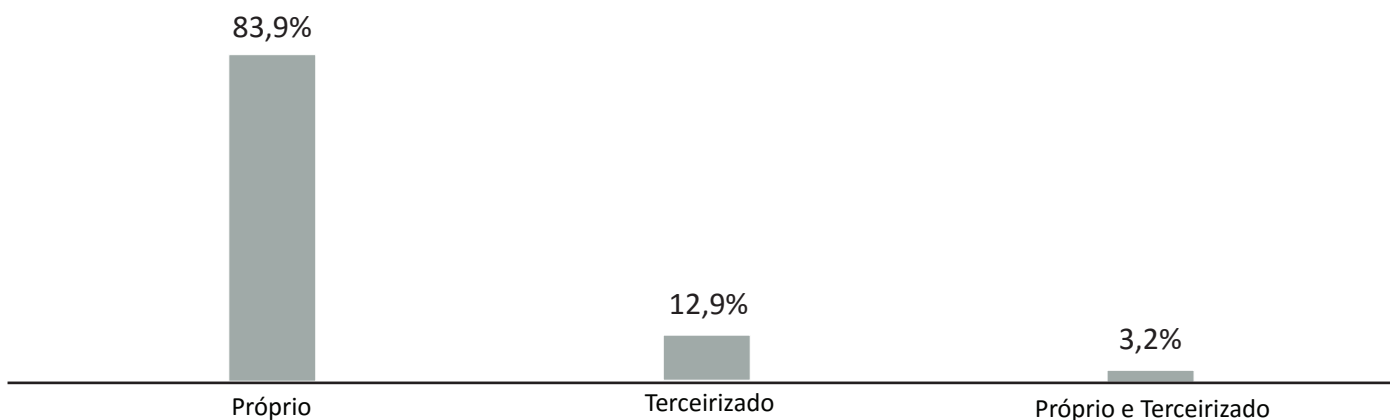


Tabela 44: Faz locação de equipamentos para eventos.

	Respondentes	%
Sim	29	72,5%
Não	7	17,5%
Não Responderam	4	10,0%
Total	40	100,0%

Gráfico 30: Faz locação de equipamentos para eventos.

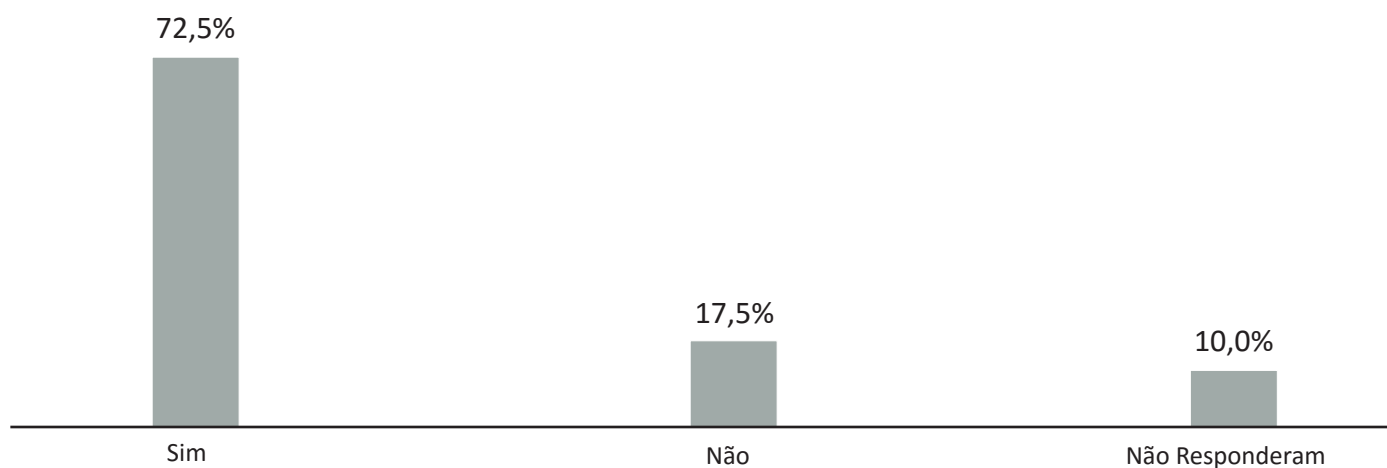


Tabela 45: Status dos equipamentos.

	Respondentes	%
Terceirizados	20	69,0%
Próprios	7	24,1%
Próprios e Terceirizados	2	6,9%
Total	29	100,0%

Gráfico 31: Status dos equipamentos.

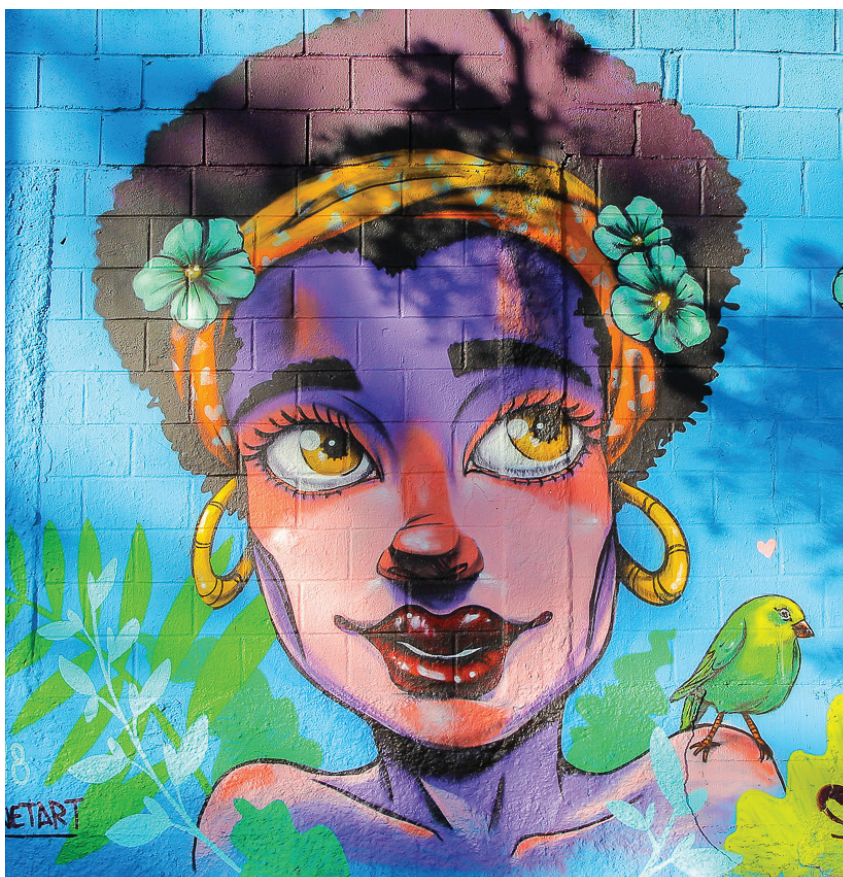
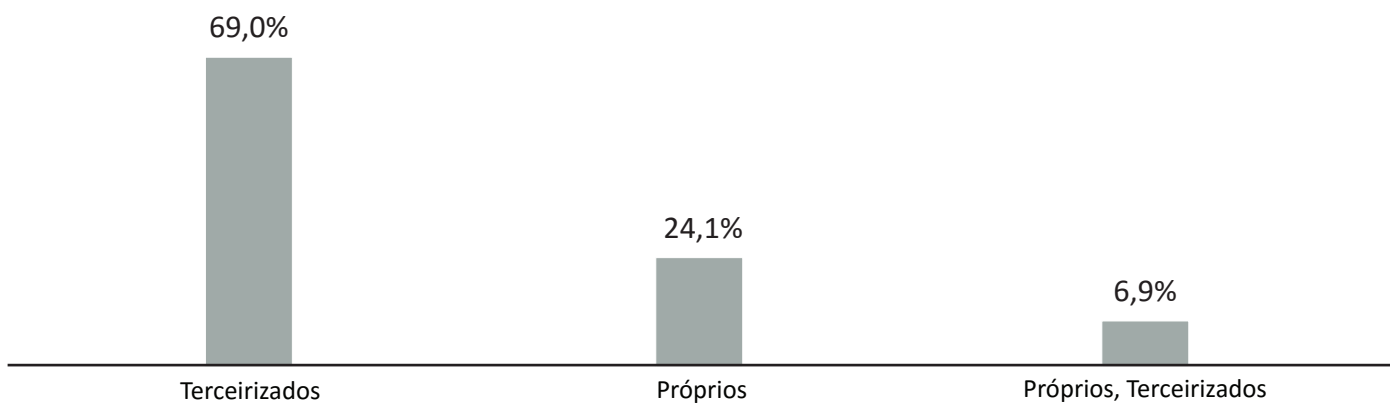
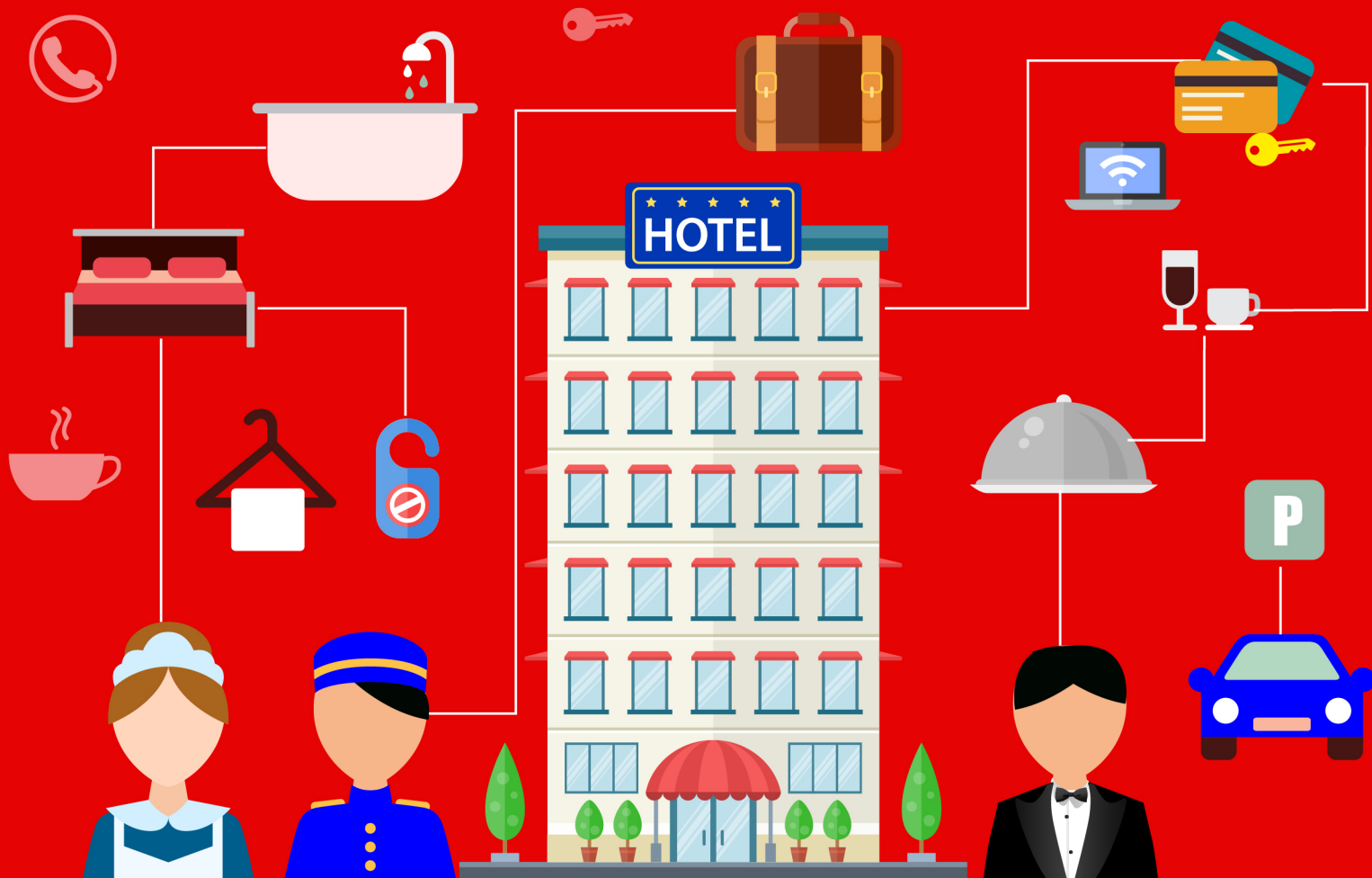


Imagem 7: Colégio Pré-Universitário - Artista Kornenart



imagem 8: Beco da Codorna - Artista Gomez

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



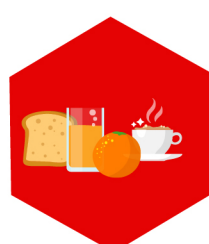
BLOCO II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / INSTALAÇÕES



8.131 é o total de UHS(quartos e apartamentos)



17.994 é o total de leitos



90,4% dos respondentes oferecem o café da manhã



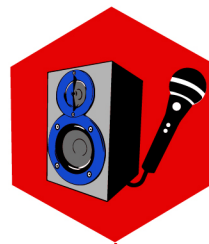
40 dos meios de hospedagem visitados possuem restaurantes com capacidade de 3.695 pessoas



70,0% dos meios de hospedagem não possuem sala para eventos



77,5% dos meios de hospedagem possuem A&B (Alimentos e bebidas) para eventos



72,5% dos meios de hospedagem fazem locação de equipamentos para eventos



Imagem 9: Parque Flamboyant - Fotografia de Victor Ferreira

BLOCO III – SERVIÇOS ADICIONAIS OFERECIDOS

No Bloco III apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 167 Meios de Hospedagem visitados. Trata-se da descrição dos serviços adicionais oferecidos nos Meios de Hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na tabela 46: 88,0% dos Meios de Hospedagem visitados possuem estacionamento e que 51,5% repassam informações turísticas aos seus hóspedes.

Na tabela 47 e gráfico 32: 67,7% dos Meios de Hospedagem visitados não possuem área de lazer.

Na Tabela 48: Dos produtos/serviços/equipamentos oferecidos pelos Meios de Hospedagem que possuem área de lazer disponível aos clientes, destacamos o item sala de ginástica (academia) que corresponde a 78,7%.

Tabela 46: Os produtos/serviços/equipamentos que sua empresa possui e estão disponíveis aos clientes, Revenue Management (RM).

	Nº de Respostas	%
Estacionamento	147	88,0%
Garagem	113	67,7%
Guarda Bagagem	87	52,1%
Informações Turísticas	86	51,5%
Lavanderia	85	50,9%
Circuito Interno de TV	73	43,7%
Elevador	54	32,3%
Copiadora	54	32,3%
Manobrista	54	32,3%
Central Telefônica	52	31,1%
Serviço bilíngue	42	25,1%
Cofre	40	24,0%
Hospedagem com animais de estimação	36	21,6%
FAX	30	18,0%
Business Center	27	16,2%
Coffee Shop (Cafeteria)	26	15,6%
Loja de conveniência	23	13,8%
Música ambiente	23	13,8%
Aluguel de Computador	19	11,4%
Apoio médico	19	11,4%
Agência de viagens	15	9,0%

Elevador Adaptado	14	8,4%
Aluguel de Carro	9	5,4%
Exposição de arte/artesanato	8	4,8%
Música ao vivo	8	4,8%
Reserva para espetáculos	8	4,8%
Caixa eletrônico	6	3,6%
Babá	5	3,0%
Brinquedoteca	5	3,0%
Salão de beleza	4	2,4%
Farmácia	3	1,8%
Câmbio	1	0,6%
Convênio com Club Jaó para lazer	1	0,6%
Cozinha	1	0,6%
Locais informais para guarda bagagem	1	0,6%
Parceria com Agências de Viagens	1	0,6%
Salão de beleza terceirizado	1	0,6%
Táxi 24h	1	0,6%
Translado (Cortesia)	1	0,6%
Translado p/ Aeroporto	1	0,6%
Adaptador de Voltagem	1	0,6%
Nenhum	5	3,0%

Tabela 47: Situação atual dos Meios de Hospedagem que possuem área de lazer, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Sim	47	28,1%
Não	113	67,7%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 32: Situação atual dos Meios de Hospedagem que possuem área de lazer Revenue Management (RM).

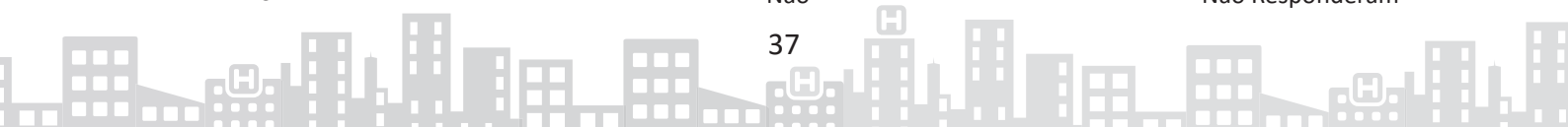
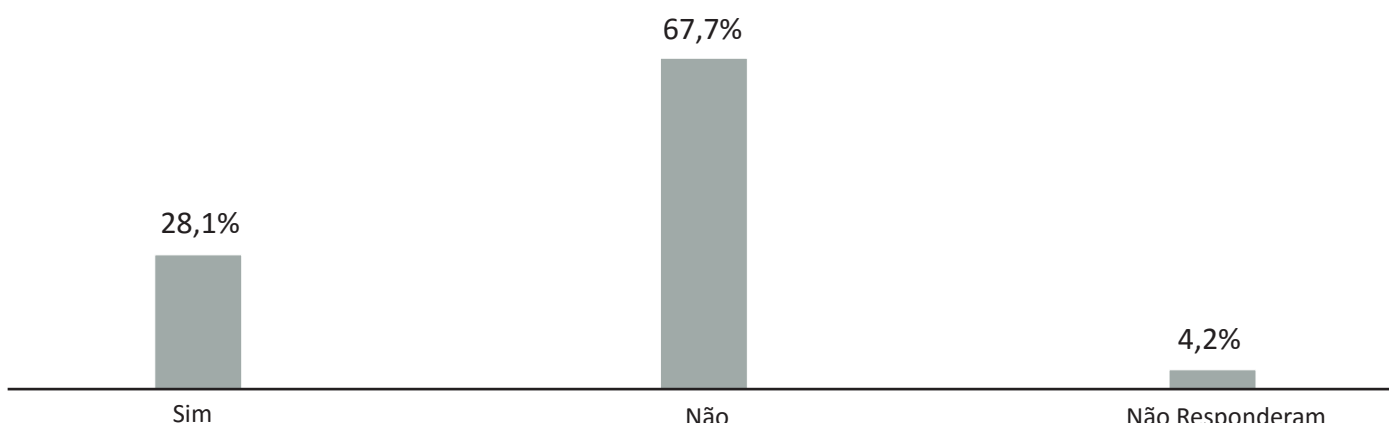


Tabela 48: Equipamentos oferecidos pelos meios de hospedagem, Revenue Management (RM).

	Nº de Respostas	%
Sala de Ginástica	37	78,7%
Sala de TV e Vídeo	25	53,2%
Sauna a Vapor	19	40,4%
Piscina fria	16	34,0%
Sala de Leitura	16	34,0%
Churrasqueira	8	17,0%
Piscina aquecida	8	17,0%
Hidromassagem/Sala de Massagem	6	12,8%
Salão de Jogos	6	12,8%
SPA	6	12,8%
Sauna Seca	5	10,6%
Playground	3	6,4%
Bar	2	4,3%
Mesa de Sinuca	2	4,3%
Mezanino	2	4,3%
Recreador	2	4,3%
Academia Terceirizada	1	2,1%
Área de Descanso	1	2,1%
Quiosque	1	2,1%

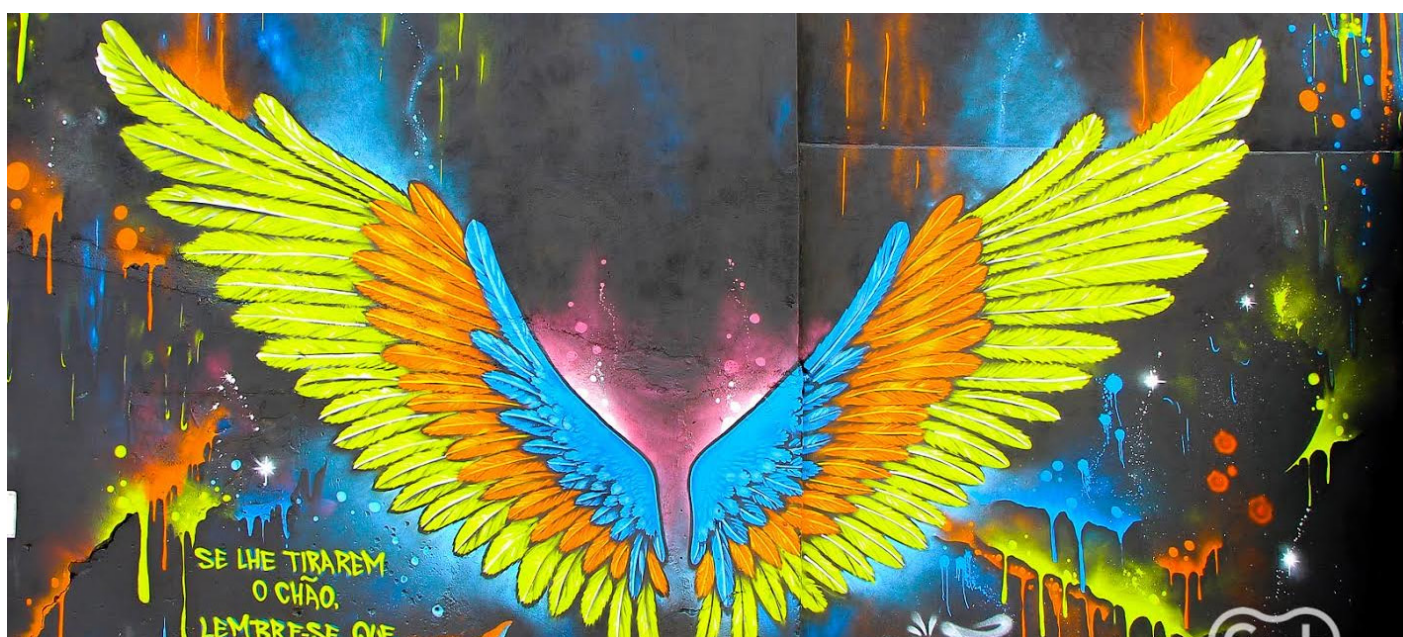
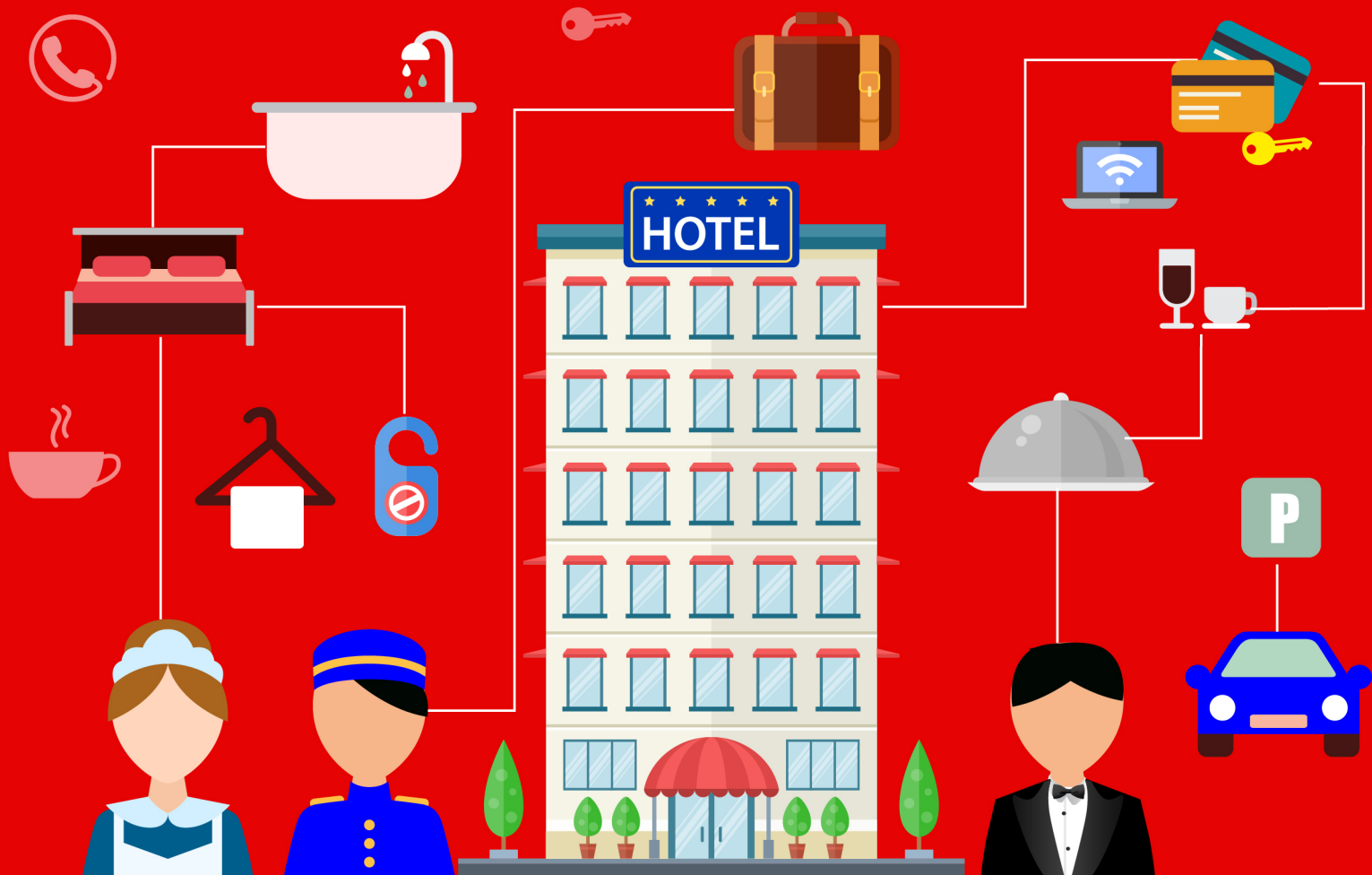


Imagem 10: Beco do Codorna - Artista Deguete

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



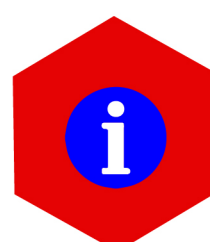
BLOCO III – SERVIÇOS ADICIONAIS OFERECIDOS



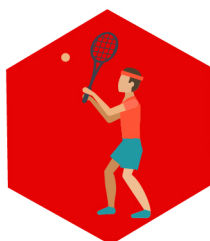
88% dos meios de hospedagem possuem estacionamento



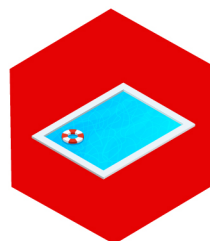
50,9% dos meios de hospedagem possuem lavanderia



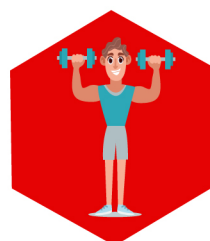
51,5% dos meios de hospedagem possuem informações turísticas



28,1% dos meios de hospedagem possuem área de lazer



17,0% dos meios de hospedagem possuem piscina aquecida



78,7% dos meios de hospedagem possuem sala de ginástica



Imagem 11: Viaduto João Alves Queiroz - Fotografia de Victor Ferreira

BLOCO IV – FORMAS DE PAGAMENTOS / TARIFAS

No Bloco IV apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 167 meios de hospedagem visitados. Trata-se das formas de pagamento e tarifas utilizadas pelos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Nas tabelas 50 e 51 e gráfico 34: O valor da diária média é de R\$ 115,44 (2017/2018).

Na tabela 52 e gráfico 35: O valor médio da diária por tipo de meio de hospedagem conforme descrito a seguir: Hotel R\$120,80, Hotel Histórico R\$100,00, Pousada R\$ 90,46, Hostel R\$ 75,43 e Dormitório R\$ 47,50.

Tabela 49: As formas de pagamento aceitas pelos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

	N° de Respostas	%
Moeda Brasileira	167	100,0%
Cartão VISA	119	71,3%
Cartão MarterCard	118	70,7%
Cartão American Express	93	55,7%
Cartão Diners	92	55,1%
Faturamento	58	34,7%
Transferência Bancária	37	22,2%
Depósito	34	20,4%
Moeda Estrangeira	23	13,8%
Cheque	9	5,4%
Cartão Elo	2	1,2%
Boleto	1	0,6%

Gráfico 33: As formas de pagamento aceitas pelos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

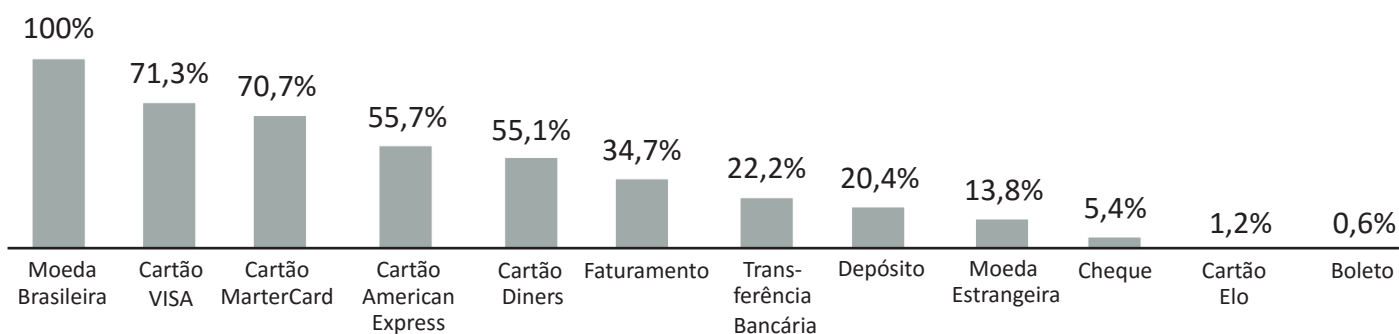


Tabela 50: O valor da diária média/tarifas (2017/2018).

	Respondentes	%
25 - 70 Reais	53	31,7%
70 - 115 Reais	41	24,6%
115 - 160 Reais	34	20,4%
160 - 205 Reais	15	9,0%
205 - 250 Reais	13	7,8%
250 - 295 Reais	3	1,8%
295 - 340 Reais	2	1,2%
340 Reais ou Mais	2	1,2%
Não Responderam	4	2,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 34: O valor da diária média/tarifas (2017/2018).

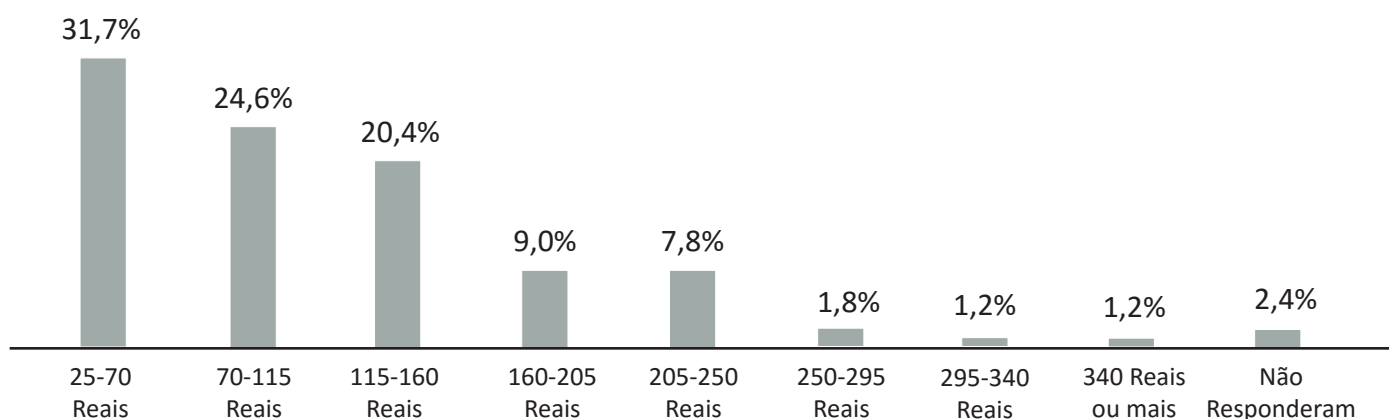


Tabela 51: Medidas de resumo da tabela 50.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
R\$ 25,00	R\$ 115,44	R\$ 80,60	R\$ 700,00

Obs: Para os valores descritos na tabela 51, estamos considerando os valores médios das diárias/tarifas.

Tabela 52: Valor médio da diária/tarifa por tipo de Meio de Hospedagem (2017/2018).

Tipo de Hospedagem	Média
Hotel	R\$ 120,80
Hotel Histórico	R\$ 100,00
Pousada	R\$ 90,46
Hostel	R\$ 75,43
Dormitório	R\$ 47,50

Gráfico 35: Valor médio da diária/tarifa por tipo de Meio de Hospedagem (2017/2018).

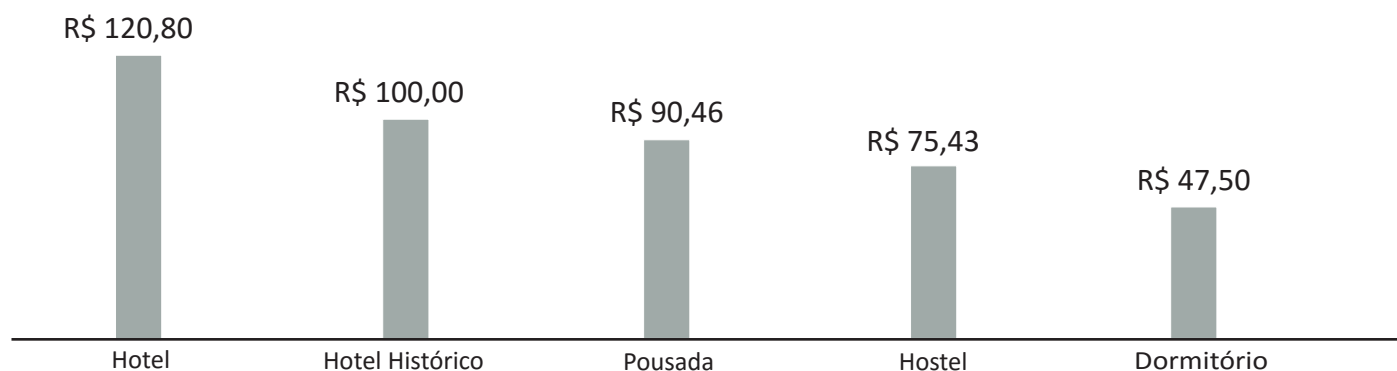


Tabela 53: Situação sobre o valor da diária/tarifa estar incluso ou não o café da manhã.

	Respondentes	%
Sim	142	85,0%
Não	16	9,6%
Não Responderam	9	5,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 36: Situação sobre o valor da diária/tarifa estar incluso ou não o café da manhã.

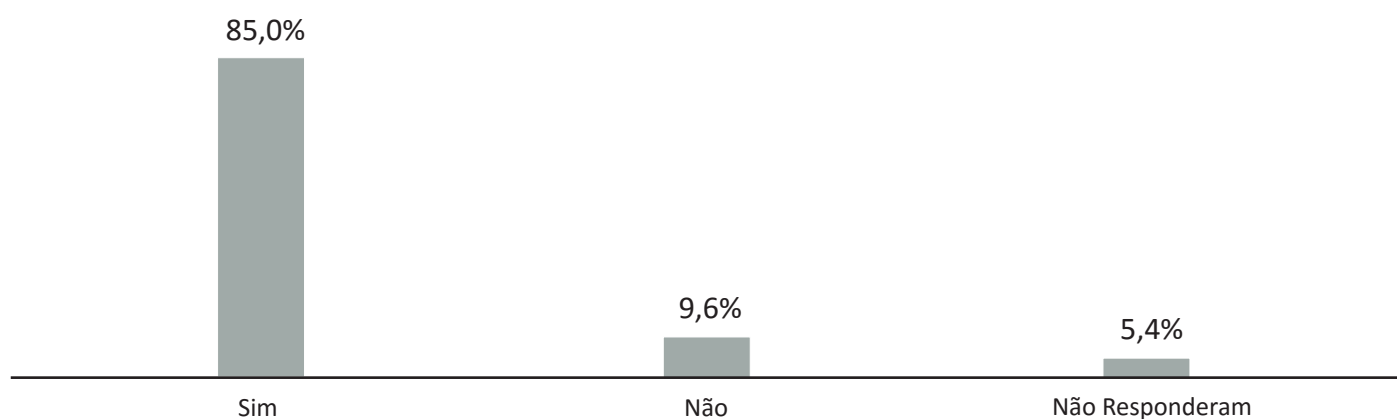


Tabela 54: Existência do serviço de café da manhã opcional.

	Respondentes	%
Não	115	68,9%
Sim	27	16,2%
Não se Aplica (refere-se aos respondentes da tabela 53 que responderam “não” ou “não responderam”)	25	15,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 37: Existência do serviço de café da manhã opcional.

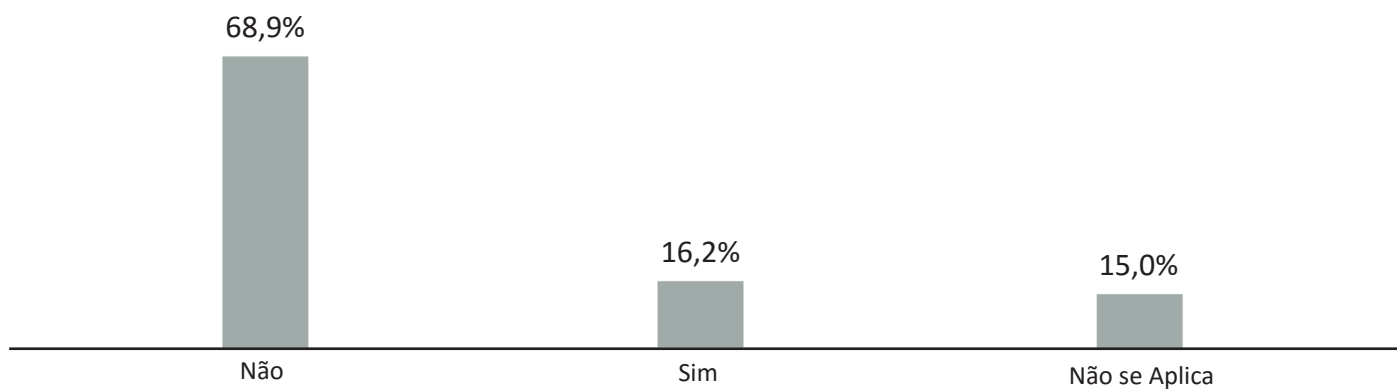


Imagem 12: Bosque dos Pássaros - Artistas Decy e Morbeck



Imagem 13: Bacião, Setor Sul - Artistas Decy e Morbeck

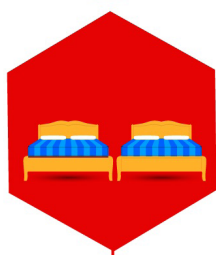
CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



BLOCO IV – FORMAS DE PAGAMENTOS / TARIFAS



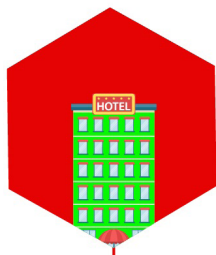
R\$115,44 é o valor da diária média dos meios de hospedagem



R\$40,50 é o valor médio da diária dos meios de hospedagem / Dormitório



R\$90,46 é o valor médio da diária dos meios de hospedagem / Pousada



R\$120,80 é o valor médio da diária dos meios de hospedagem / Hotel



R\$75,43 é o valor médio da diária dos meios de hospedagem / Hostel



Imagem 14: Avenida Goiás - Fotografia de Flávio Isaac

BLOCO V – Ocupação / Clientes

No Bloco V apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 167 Meios de Hospedagem visitados. Trata-se da análise da ocupação dos hóspedes/clientes dos Meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na tabela 58: O valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2015 foi de: 43,4%.

Na tabela 58: O valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2016 foi de: 53,4%.

Na tabela 58: O valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2017 foi de: 44,4%.

Na tabela 59: Os meses considerados pelos respondentes de alta temporada estão entre novembro (53,9% - 90 Meios de Hospedagem) e dezembro (41,9% - 70 Meios de Hospedagem). Obs.: Lembrando que condiz com a vocação da capital goianiense de turismo de compra e por serem meses próximos a datas importantes como o Natal e Ano Novo).

Na tabela 60: Os meses considerados de baixa temporada, sendo eles, janeiro (61,7% - 103 Meios de Hospedagem) e fevereiro (65,3% - 109 Meios de Hospedagem).

Na tabela 62: O tempo médio de permanência do turista em alta temporada de 2,88 dias.

Na tabela 64: O tempo médio de permanência do turista em baixa temporada de 1,57 dias.

Na tabela 65: 92,8% dos Meios de Hospedagem participantes da pesquisa têm como perfil do seu hóspede o turista de negócios.

Tabela 55: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2015.

	Respondentes	%
Até 20%	19	11,7%
20% a 30%	28	17,2%
30% a 40%	8	4,9%
40% a 50%	29	17,8%
50% a 60%	23	14,1%
60% a 70%	16	9,8%
70% a 80%	11	6,7%
80% a 100%	4	2,5%
Não há informações	6	3,7%
Não Responderam	19	11,7%
Total	163	100,0%

Gráfico 38: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2015.

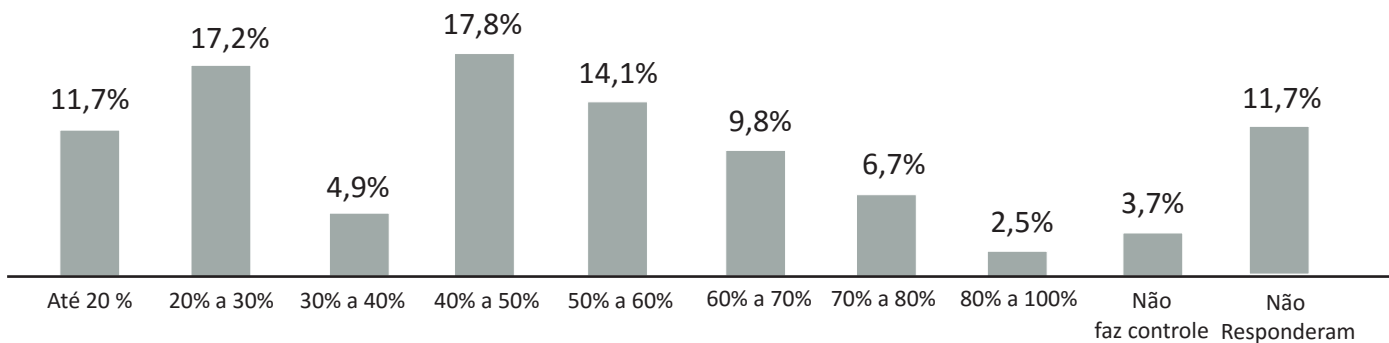


Tabela 56: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2016.

	Respondentes	%
Até 20 %	3	1,8%
20% a 40%	18	10,8%
40% a 60%	54	32,3%
60% a 80%	36	21,6%
80% a 100%	10	6,0%
Não fazem controle	22	13,2%
Não Responderam	24	14,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 39: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2016.

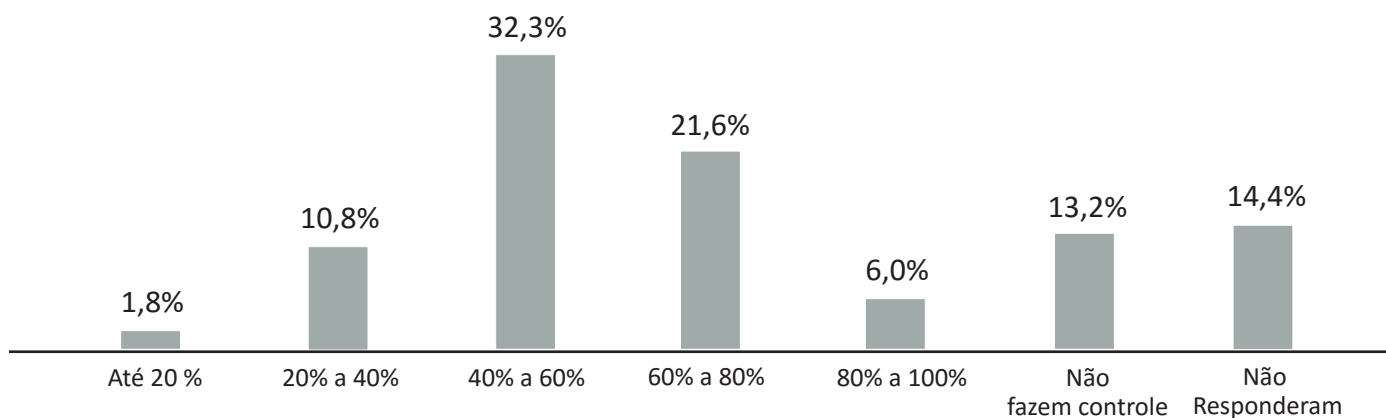


Tabela 57: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2017.

	Respondentes	%
Até 20 %	5	3,0%
20% a 40%	40	24,0%
40% a 60%	56	33,5%
60% a 80%	27	16,2%
80% a 100%	2	1,2%
Não fazem controle	14	8,4%
Não Responderam	23	13,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 40: Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2017.

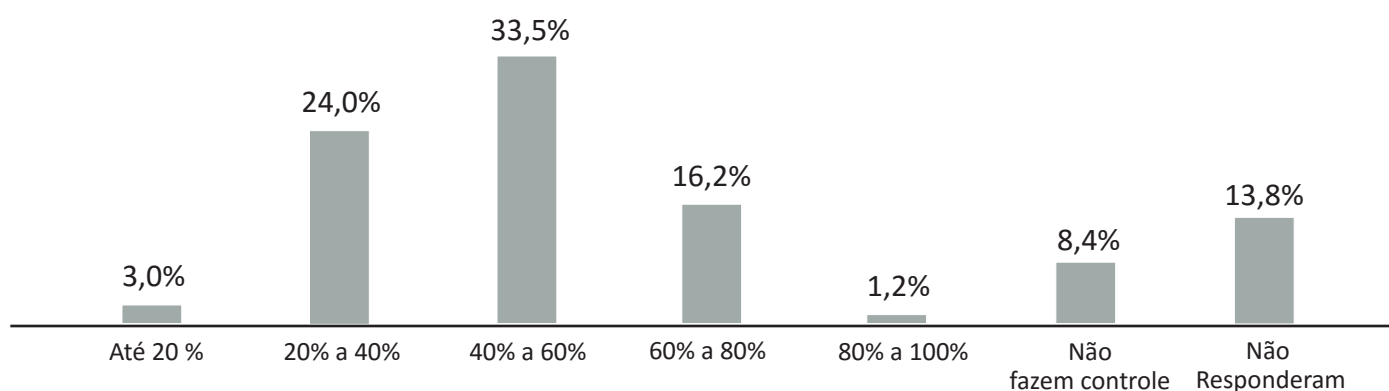


Tabela 58: Comparativos das taxas médias de ocupação dos anos 2015, 2016 e 2017.

Ano	Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
2015	7,0%	43,4%	18,3%	95,0%
2016	10,0%	53,4%	25,9%	96,0%
2017	7,0%	44,4%	22,1%	90,0%

Tabela 59: Os meses referentes à Alta Temporada, Revenue Management(RM).

	N° de Respostas	%
Jan	13	7,8%
Fev	4	2,4%
Mar	25	15,0%
Abr	35	21,0%
Mai	41	24,6%
Jun	47	28,1%
Jul	47	28,1%
Ago	54	32,3%
Set	59	35,3%
Out	66	39,5%
Nov	90	53,9%
Dez	70	41,9%
Nenhum	1	0,6%

Gráfico 41: Os meses referentes à Alta Temporada, Revenue Management(RM).

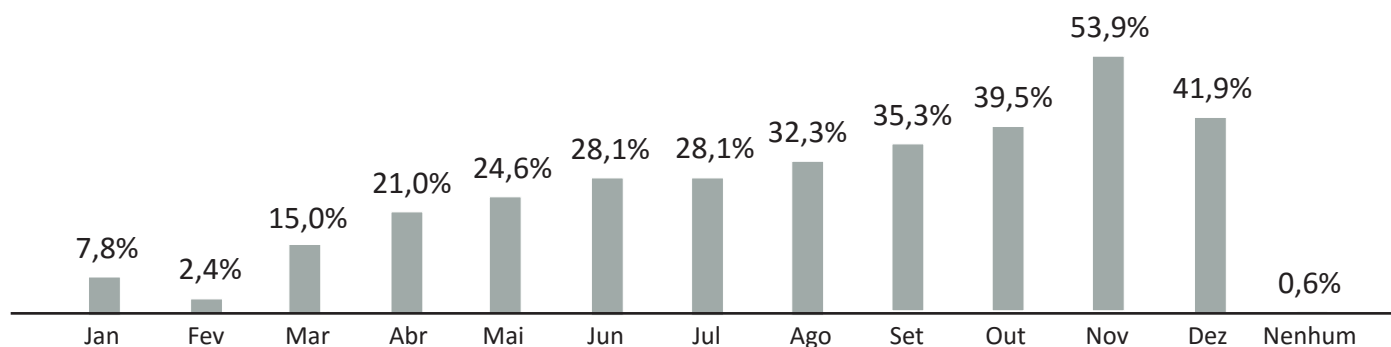


Tabela 60: Os meses referentes à Baixa Temporada, Revenue Management(RM).

	N° de Respostas	%
Jan	103	61,7%
Fev	109	65,3%
Mar	64	38,3%
Abr	39	23,4%
Mai	26	15,6%
Jun	27	16,2%
Jul	32	19,2%
Ago	28	16,8%
Set	17	10,2%
Out	16	9,6%
Nov	14	8,4%
Dez	53	31,7%

Gráfico 42: Os meses referentes à Baixa Temporada, Revenue Management (RM).

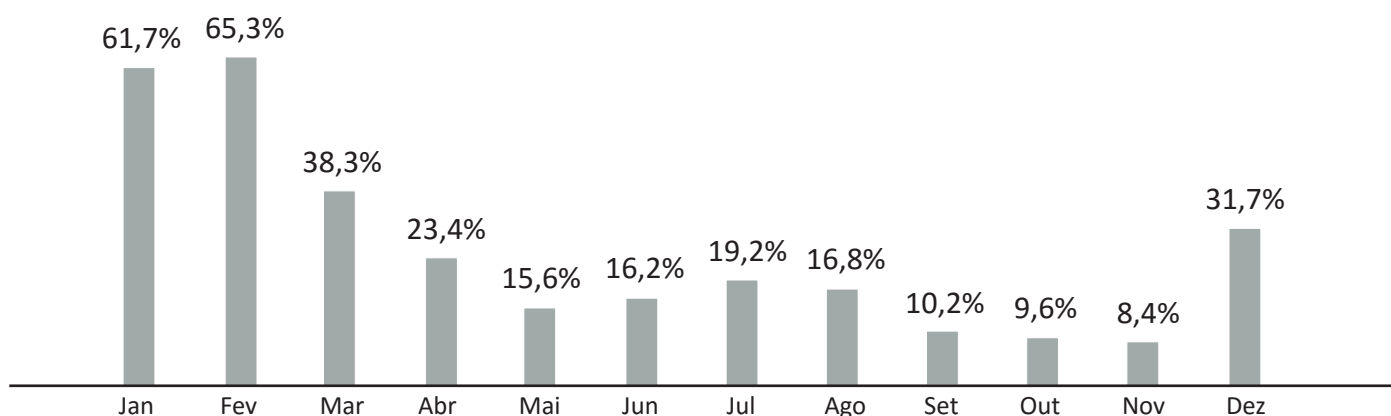


Tabela 61: A média de permanência do turista na Alta Temporada.

	Respondentes	%
1 Dia	10	6,0%
2 Dias	60	35,9%
3 Dias	49	29,3%
4 Dias	11	6,6%
5 Dias	14	8,4%
Mais de 5 Dias	8	4,8%
Não Sabem	2	1,2%
Não Responderam	13	7,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 43: A média de permanência do turista na Alta Temporada.

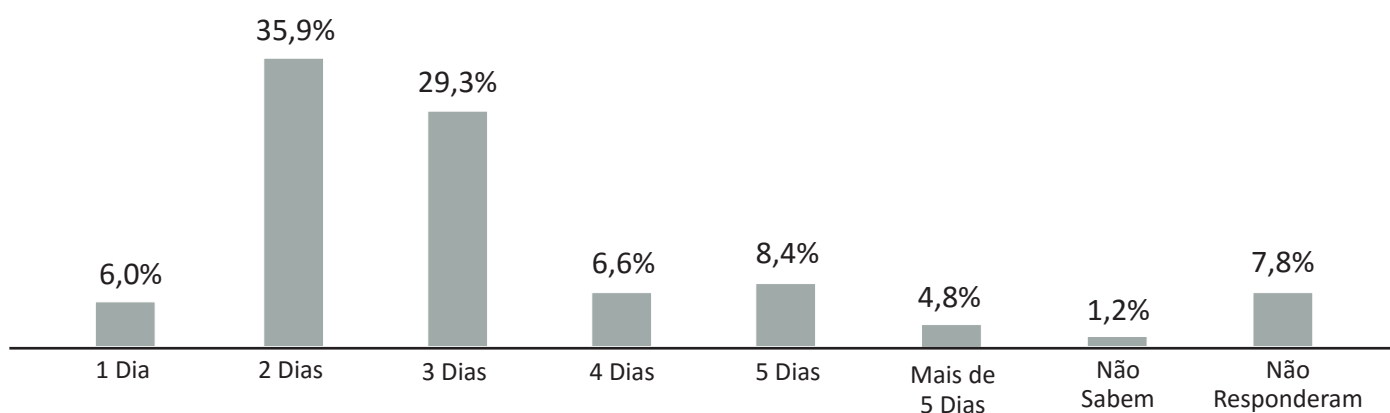


Tabela 62: Medidas de resumo da tabela 61.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
1	2,88	1,02	Mais de 5 Dias

Tabela 63: A média de permanência do turista na Baixa Temporada.

	Respondentes	%
1 Dia	86	51,5%
2 Dias	50	29,9%
3 Dias	11	6,6%
5 Dias	2	1,2%
Mais de 5 Dias	1	0,6%
Não Sabem responder	2	1,2%
Não Responderam	15	9,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 44: A média de permanência do turista na Baixa Temporada.

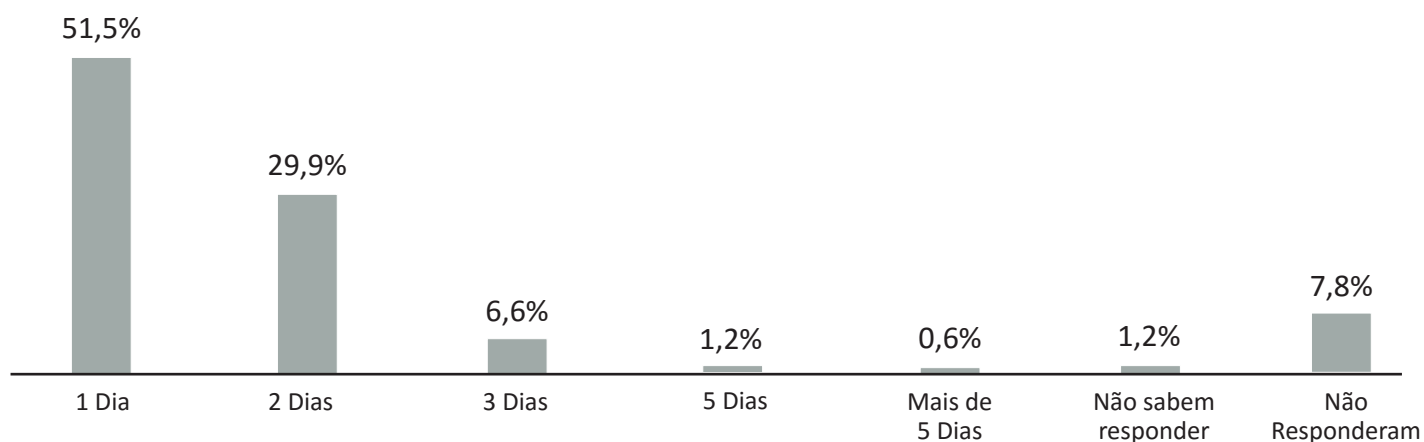


Tabela 64: Medidas de resumo da tabela 63.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
1	1,57	0,70	Mais de 5 Dias

Tabela 65: Perfil dos hóspedes referente aos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

	Nº de Respostas	%
Turista de Negócios	155	92,8%
Turista de Eventos	45	26,9%
Turista de Saúde	43	25,7%
Turista de Estudos	26	15,6%
Turista Religioso	19	11,4%
Turista de Lazer	17	10,2%
Morador Local	3	1,8%
Outro	1	0,6%
Não Responderam	5	3,0%

Gráfico 45: Perfil dos hóspedes referente aos Meios de Hospedagem, Revenue Management (RM).

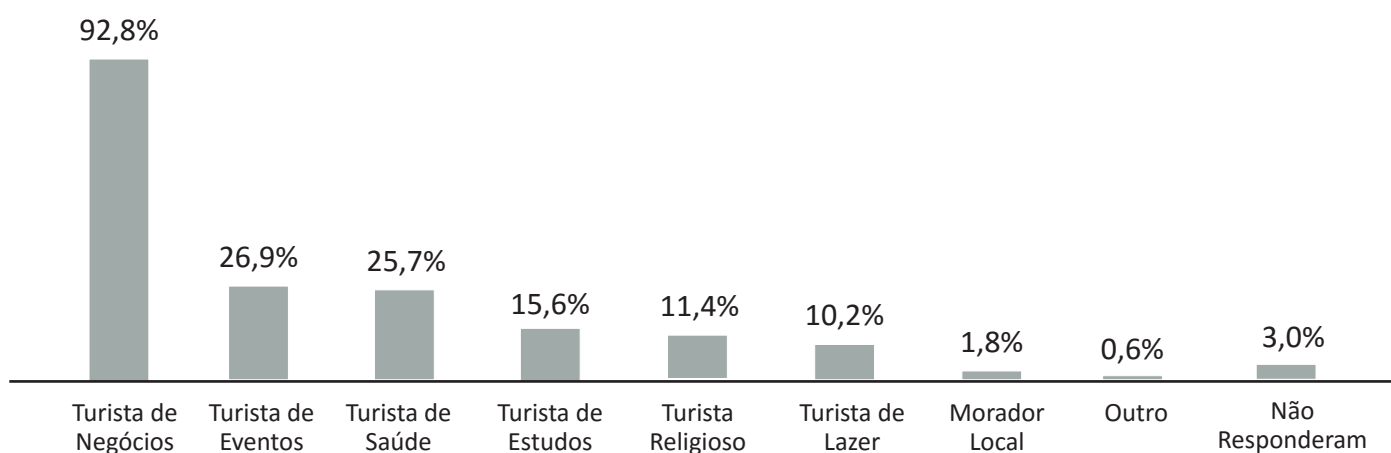


Tabela 66: Outros países /continentes emissores de turistas.

	Nº de Respostas	%
Estados Unidos	36	21,6%
Bolívia	20	12,0%
Portugal	19	11,4%
Espanha	14	8,4%
Argentina	13	7,8%
França	12	7,2%
Itália	11	6,6%
Paraguai	9	5,4%
Angola	7	4,2%
Inglaterra	7	4,2%
Alemanha	6	3,6%
China	5	3,0%
Guiana Francesa	4	2,4%
Peru	4	2,4%
Bélgica	3	1,8%
Canadá	3	1,8%
Cuba	3	1,8%
Índia	3	1,8%
México	3	1,8%
Chile	2	1,2%
Colômbia	2	1,2%
Holanda	2	1,2%
Irlanda	2	1,2%

Japão	2	1,2%
Rússia	2	1,2%
Suíça	3	1,8%
Venezuela	2	1,2%
Arábia Saudita	1	0,6%
Irã	1	0,6%
Noruega	1	0,6%
Suriname	1	0,6%
Uruguai	1	0,6%
África	2	1,2%
Europa	1	0,6%
Não recebemos esse tipo de hóspede	4	2,4%
Não Respondeu	1	0,6%

Tabela 67: Outros estados emissores de turistas.

	Nº de Respostas	%
SP	82	49,1%
DF	67	40,1%
MG	67	40,1%
MT	53	31,7%
PA	45	26,9%
TO	34	20,4%
MA	22	13,2%
RJ	22	13,2%
RO	10	6,0%
AC	6	3,6%
AM	4	2,4%
MS	4	2,4%
SC	4	2,4%
BA	3	1,8%
ES	2	1,2%
PR	2	1,2%
RS	2	1,2%
PE	1	0,6%
CE	1	0,6%

Tabela 68: Principais cidades do Estado de Goiás emissoras de turistas.

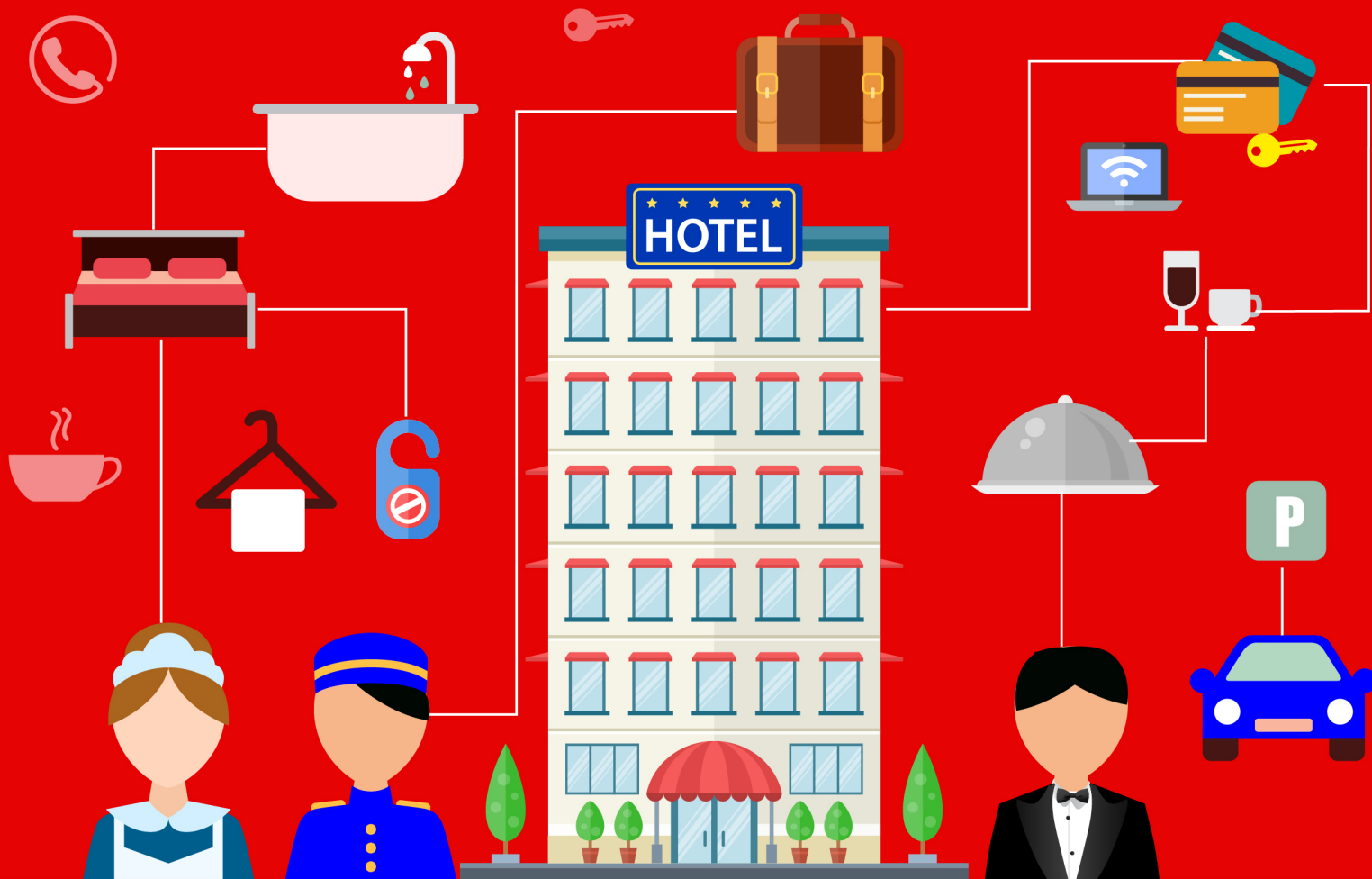
	Nº de Respostas	%
Rio Verde	96	57,5%
Jataí	43	25,7%
Itumbiara	21	12,6%
Mineiros	19	11,4%
Anápolis	18	10,8%
Catalão	18	10,8%
Caldas Novas	14	8,4%
Porangatu	11	6,6%
Goianésia	5	3,0%
Posse	5	3,0%
Formosa	4	2,4%
Goiatuba	4	2,4%
Itapuranga	4	2,4%
Minaçu	4	2,4%
Uruaçu	4	2,4%
Campos Belos	3	1,8%
Ceres	3	1,8%
Luziânia	3	1,8%
Morrinhos	3	1,8%
Pirenópolis	3	1,8%
Santa Helena de Goiás	3	1,8%
Cidade de Goiás	2	1,2%
Iporá	2	1,2%
Mozarlândia	2	1,2%
São Miguel do Araguaia	2	1,2%
Abadia de Goiás	1	0,6%
Acreúna	1	0,6%
Alvorada do Norte	1	0,6%
Aparecida de Goiânia	1	0,6%
Aporé	1	0,6%
Aragarças	1	0,6%
Aruanã	1	0,6%
Bom Jardim de Goiás	1	0,6%
Caçu	1	0,6%
Cavalcante	1	0,6%
Chapadão do Céu	1	0,6%
Cristalina	1	0,6%
Crixás	1	0,6%
Edéia	1	0,6%

Fazenda Nova	1	0,6%
Guapó	1	0,6%
Itaberaí	1	0,6%
Jaraguá	1	0,6%
Montes Belos	1	0,6%
Nerópolis	1	0,6%
Palmeiras de Goiás	1	0,6%
Piracanjuba	1	0,6%
Pontalina	1	0,6%
Quirinópolis	1	0,6%
Rondonópolis	1	0,6%
São Luiz dos Montes Belos	1	0,6%
Serranópolis	1	0,6%
Trindade	1	0,6%
Interior em geral	1	0,6%
Nenhum	2	1,2%
Não Responderam	32	19,2%



Imagem 15: Colégio Pré-Universitário - Artista Wes Gama

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



BLOCO V – OCUPAÇÃO / CLIENTES



54,5% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes nos meios de hospedagem no ano de 2015



53,4% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes nos meios de hospedagem no ano de 2016



44,4% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes nos meios de hospedagem no ano de 2017



Os meses considerados de Alta Temporada estão entre Novembro e Dezembro



Os meses considerados de Baixa Temporada são: Janeiro e Fevereiro



Destacamos que 92,8% dos Meios de Hospedagem participantes da pesquisa têm como perfil do seu hóspede o turista de negócios



Média de permanência do turista na Baixa Temporada 1,57 diárias



Média de permanência do turista na alta Temporada 2,88 diárias



Imagem 16: Parque Vacca Brava - Fotografia de Flávio Isaac

BLOCO VI – EMPREGADOS/ BENEFÍCIOS

No Bloco VI apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 167 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise dos empregados e seus benefícios nos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Nas tabelas 69 e 70: 63,5% dos meios de hospedagem possuem de 1 a 10 empregados. O total de empregados dos meios de hospedagem é de 2.597

Na tabela 80: 80,2% dos meios de hospedagem visitados concedem aos seus empregados o benéfico do vale transporte.

Na tabela 81: Somente 31,7% dos meios de hospedagem visitados investem em programas de capacitação para empregados.

Tabela 69: Número total de empregados que trabalham nos meios de hospedagem visitados.

	Respondentes	%
1 - 10	106	63,5%
10 - 20	19	11,4%
20 - 30	9	5,4%
30 - 40	8	4,8%
40 - 50	6	3,6%
50 ou mais	13	7,8%
Não Responderam	6	3,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 46: Número total de empregados que trabalham nos meios de hospedagem visitados.

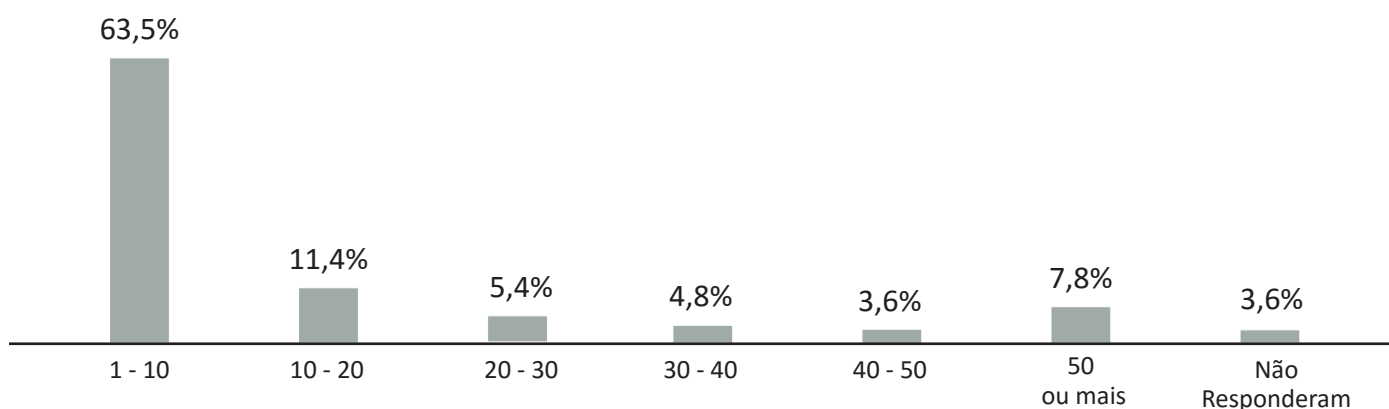


Tabela 70: Medidas de resumo da tabela 69.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
1	16,23	22,50	197	2.597

Tabela 71: Número de empregados temporários.

	Respondentes	%
Nenhum	119	71,3%
1	10	6,0%
2	4	2,4%
3	1	0,6%
4	1	0,6%
6	1	0,6%
8	1	0,6%
9	1	0,6%
10	1	0,6%
Não Responderam	28	16,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 47: Número de empregados temporários.

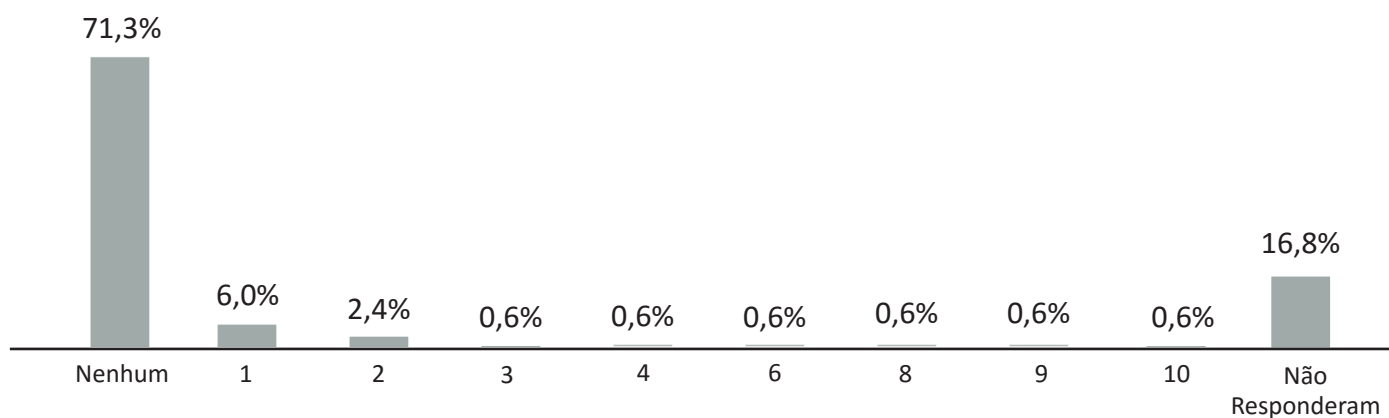


Tabela 72: Medidas de resumo da tabela 71.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	0,75	1,95	10	58

Tabela 73: Quantidade de empregados com deficiência (PCD).

	Respondentes	%
Nenhum	131	78,4%
1	3	1,8%
2	2	1,2%
5	1	0,6%
Não Responderam	30	18,0%
Total	167	100,0%

Gráfico 48: Quantidade de empregados com deficiência (PCD).

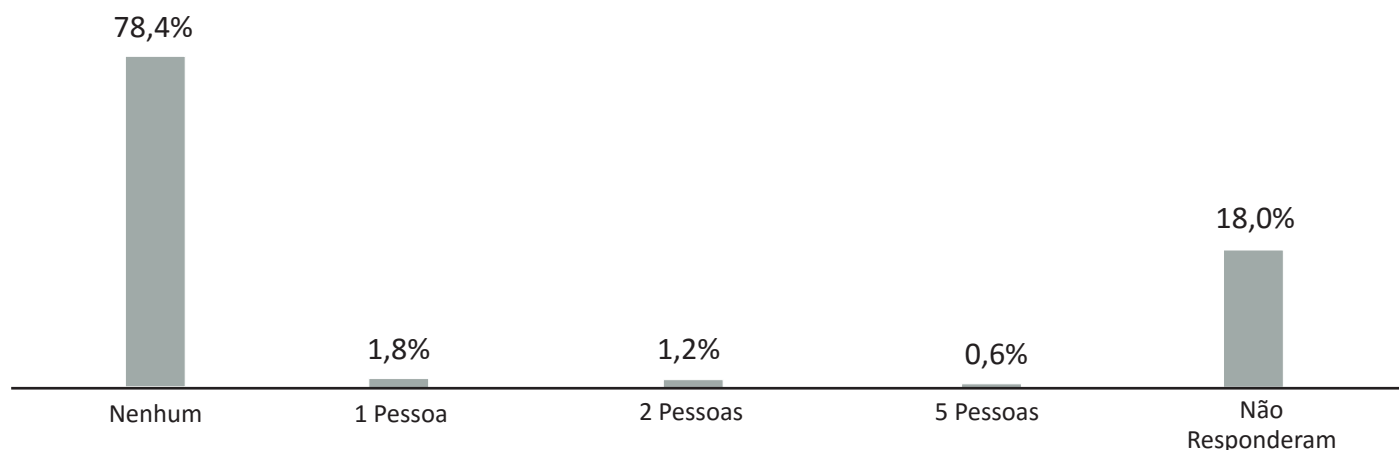


Tabela 74: Quantidade de empregados que ocupam cargos com Nível Gerencial.

	Respondentes	%
1	84	50,3%
2	45	26,9%
3	8	4,8%
4	5	3,0%
5	6	3,6%
6	4	2,4%
7	3	1,8%
8	1	0,6%
9	1	0,6%
10	1	0,6%
12	1	0,6%
Nenhum	1	0,6%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 49: Quantidade de empregados que ocupam cargos com Nível Gerencial.

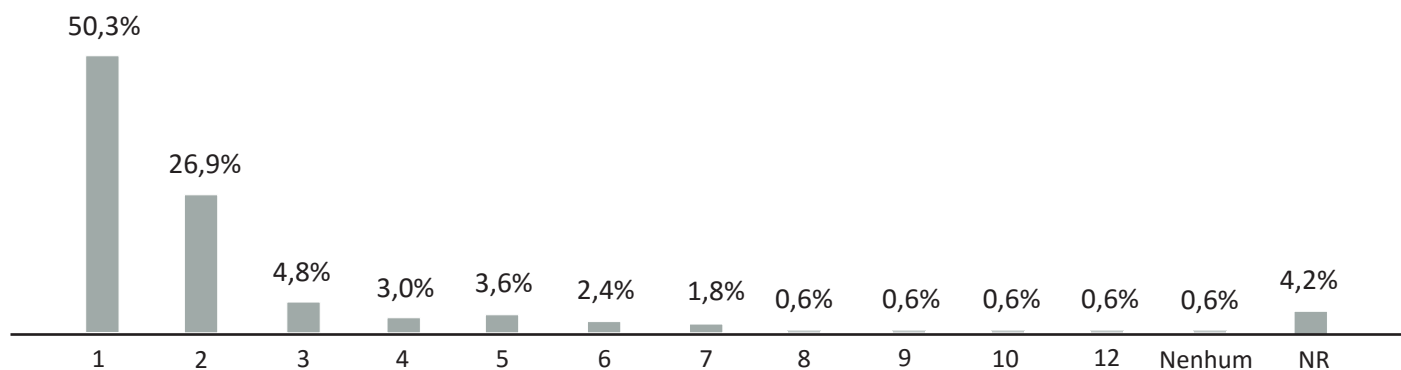


Tabela 75: Medidas de resumo da tabela 74.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
1	2,09	1,88	12	332

Tabela 76: Quantidade de empregados que ocupam cargos em Nível Operacional.

	Respondentes	%
Nenhum	2	1,2%
1 - 10	106	63,5%
10 - 20	20	12,0%
20 - 30	9	5,4%
30 - 40	9	5,4%
40 - 50	5	3,0%
Mais de 50 empregados	10	6,0%
Não Responderam	6	3,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 50: Quantidade de empregados que ocupam cargos em Nível Operacional.

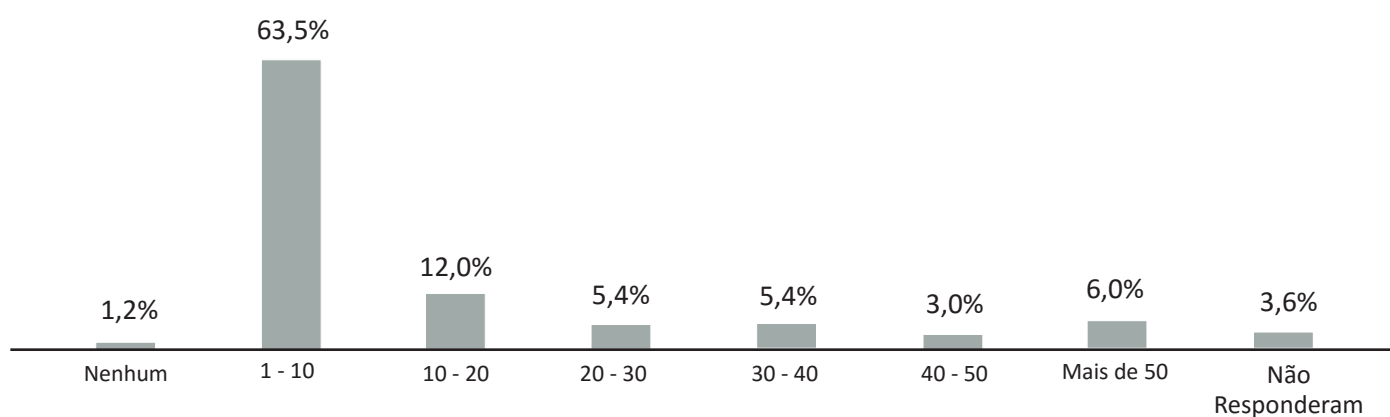


Tabela 77: Medidas de resumo da tabela 76.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	14,34	21,09	152	2.293

Tabela 78: Turnover (rotatividade) de empregados durante o ano, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Nenhum	71	42,5%
Raramente	1	0,6%
De 1 a 2 Meses	2	1,2%
De 3 a 5 Meses	10	6,0%
De 6 a 10 meses	28	16,8%
Acima de 10 Meses	48	28,7%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 51: Turnover (rotatividade) de empregados durante o ano, Revenue Management (RM).

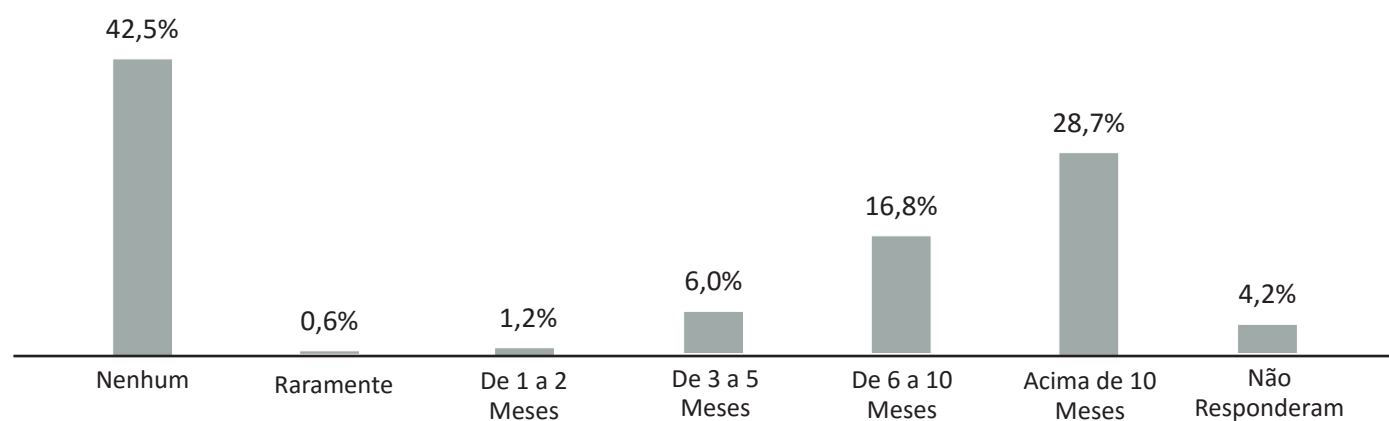


Tabela 79: Serviços terceirizados (RM).

	Nº de Respostas	%
Lavanderia	111	66,5%
Manutenção	40	24,0%
A&B (alimentos e bebidas)	29	17,4%
Equipamento para eventos	22	13,2%
Vigilância	14	8,4%
Limpeza	6	3,6%
Manobrista	3	1,8%
Dedetização	3	1,8%
Estacionamento	2	1,2%
Agência de Viagens	1	0,6%
Camareiras	1	0,6%
Contabilidade	1	0,6%
Frigobar	1	0,6%
Loja de conveniência	1	0,6%

Restaurante	1	0,6%
SPA	1	0,6%
TI - Tecnologia da Informação	1	0,6%
Nenhum	12	7,2%
Outro	5	3,0%
Não Responderam	23	13,8%

Tabela 80: Os benefícios concedidos aos empregados (RM).

	N° de Respostas	%
Vale Transporte	134	80,2%
Refeições	123	73,7%
Planos de Saúde	29	17,4%
Seguro de Vida	27	16,2%
Cesta Básica	15	9,0%
Plano Odontológico	14	8,4%
% da taxa de serviço	12	7,2%
Participação nos lucros	7	4,2%
Hora Extra	1	0,6%
Outro	4	2,4%
Nenhum	15	9,0%
Não Responderam	10	6,0%

Tabela 81: Existência de programas de capacitação direcionados aos empregados dos Meios de Hospedagem.

	Respondentes	%
Sim	53	31,7%
Não	97	58,1%
Não Responderam	17	10,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 52: Existência de programas de capacitação direcionados aos empregados dos Meios de Hospedagem.

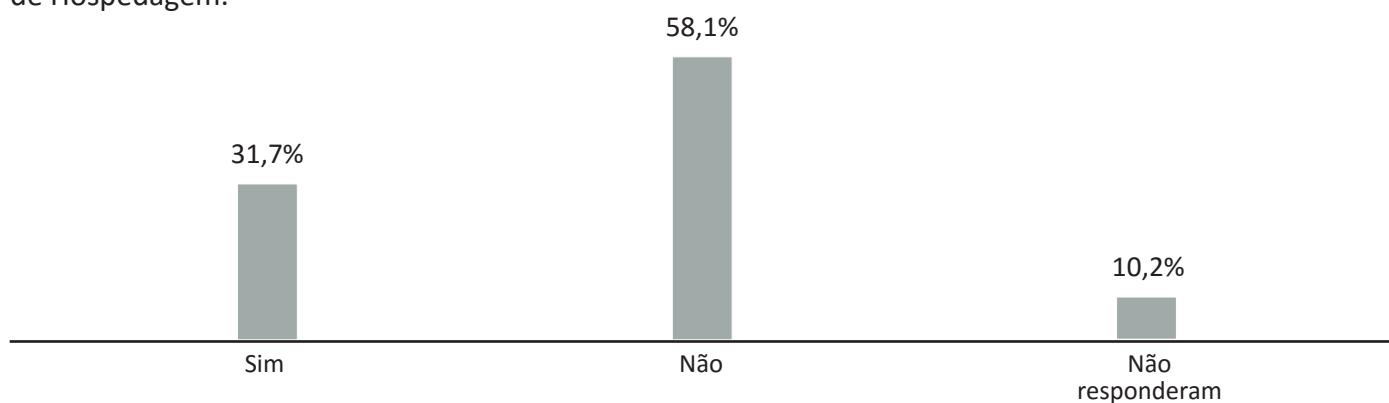
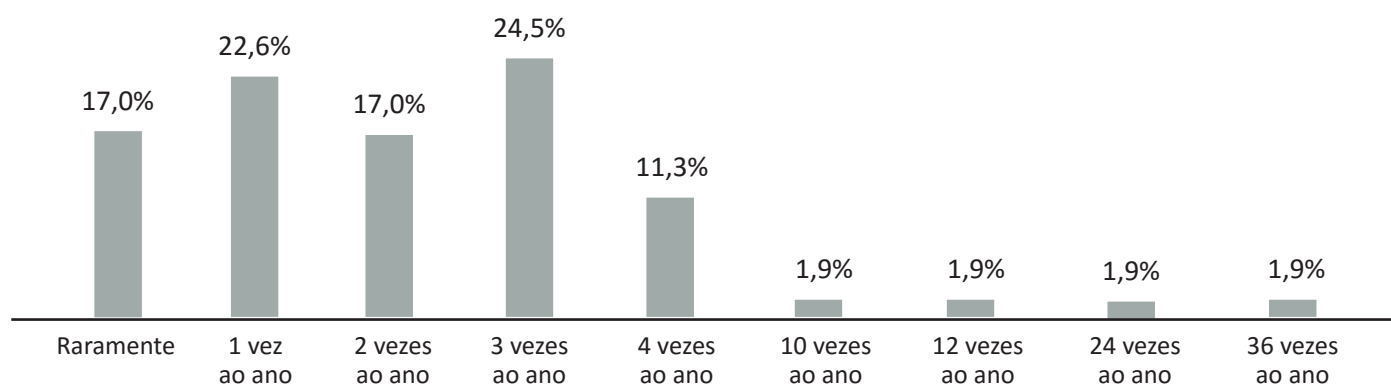


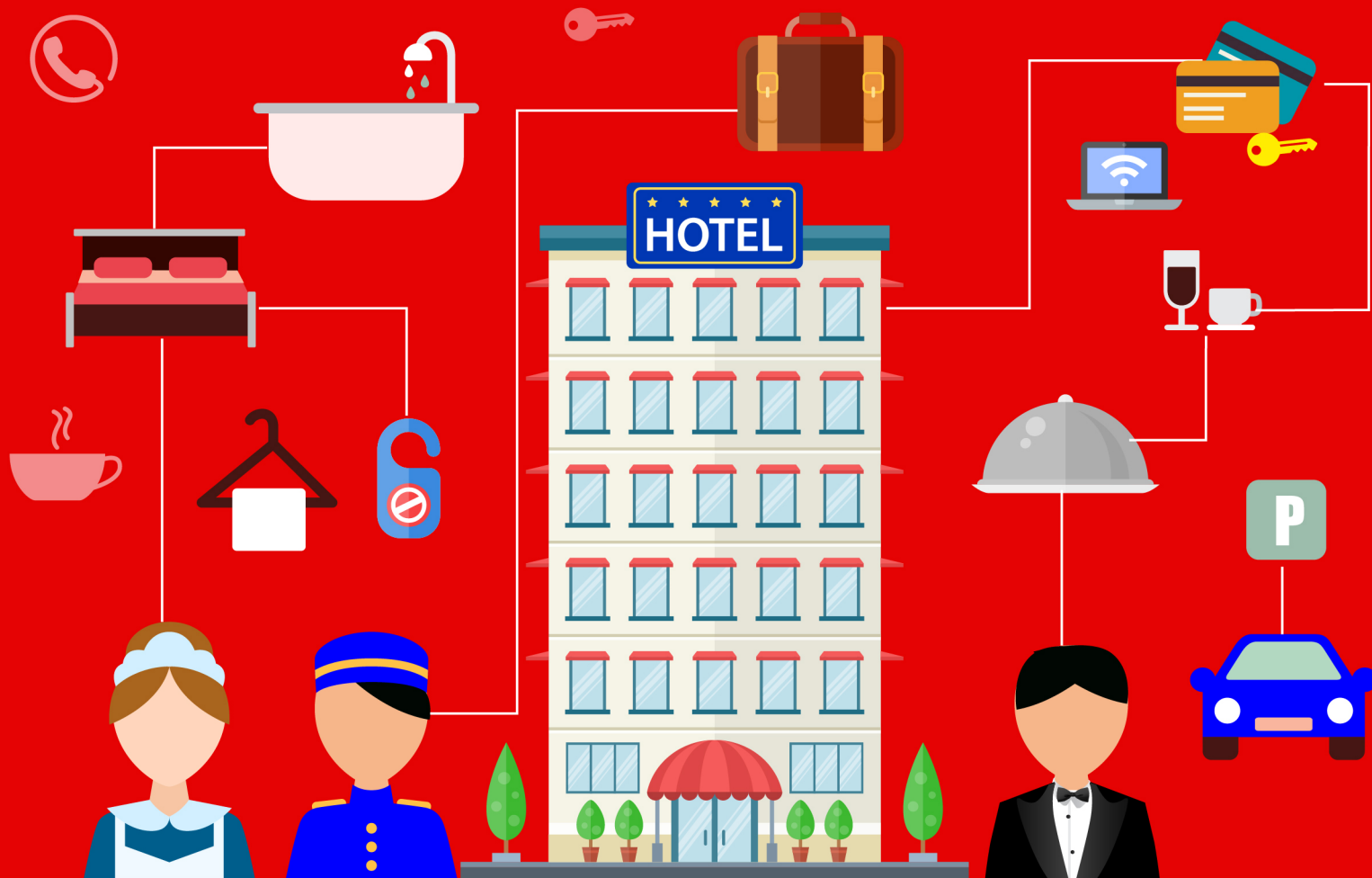
Tabela 82: Frequência das capacitações.

	Respondentes	%
Raramente	9	17,0%
1 vez ao ano	12	22,6%
2 vezes ao ano	9	17,0%
3 vezes ao ano	13	24,5%
4 vezes ao ano	6	11,3%
10 vezes ao ano	1	1,9%
12 vezes ao ano	1	1,9%
24 vezes ao ano	1	1,9%
36 vezes ao ano	1	1,9%
Total	53	100,0%

Gráfico 53: Frequência das capacitações.



CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



BLOCO VI – EMPREGADOS/ BENEFÍCIOS



63,5% dos meios de hospedagem possuem de 1 a 10 empregados



80,2% dos meios de hospedagem visitados concedem aos seus empregados o benefício do vale transporte



31,7% dos Meios de Hospedagem possuem programas de capacitação



O total de empregados dos meios de hospedagem é de 2.597



Imagem 17 - Antiga Estação Ferroviária - Fotografia de Flávio Isaac

BLOCO VII – NECESSIDADES DA EMPRESA / GESTÃO

No Bloco VII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 167 Meios de Hospedagem visitados. Trata-se da análise das necessidades da empresa / gestão dos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na tabela 83: O item Excesso de Carga Tributária é o que mais provoca dificuldade de gestão nos meios de hospedagem correspondendo a 76,6%.

Na tabela 84: 77,8% dos meios de hospedagem visitados se enquadram no modelo de Administração Familiar.

Na tabela 85: 50,3% dos entrevistados se enquadram na categoria Simples (*). Lembrando que a categoria Simples, ou uma estrela, tem seu padrão de serviço moderado, existindo limitações com relação aos horários para atendimento de alguns serviços, não oferecem necessariamente o serviço de A&B, e não possuem as mesmas facilidades para reuniões e eventos.

Na tabela 93: O percentual médio de vendas por meio de Balcão é de 29,3%.

Na tabela 93: O percentual médio de vendas por meio de Central de Reservas é de 44,5%.

Na tabela 93: O percentual médio de vendas por meio de Site Especializado (Booking, Decolar, entre outros) é de 19,2%.

Tabela 83: As dificuldades mais relevantes na condução das atividades do Meio de Hospedagem.

	Nº de Respostas	%
Excesso de Carga Tributária	128	76,6%
Concorrência de outras Empresas	85	50,9%
Excesso de Burocracia	83	49,7%
Taxa de Juros Elevada	67	40,1%
Falta de Clientes	64	38,3%
Falta de Capital de Giro	63	37,7%
Desunião do Segmento Hoteleiro	48	28,7%
Falta de Mão de Obra Qualificada	48	28,7%
Despesas com Pessoal	36	21,6%
Despesas com Aluguel	33	19,8%
Falta de Divulgação	30	18,0%
Instalações Inadequadas	24	14,4%
Ausência de Recursos para Aquisição de Equipamentos	20	12,0%
Inadimplência	13	7,8%
Falta de Conhecimentos Gerenciais	13	7,8%
Falta de Recursos para fazer Novas Contratações	1	0,6%
Não Responderam	10	6,0%

Tabela 84: Categoria de Administração.

	Respondentes	%
Familiar	129	77,8%
Não Familiar	15	9,0%
Hotel de Rede Internacional	9	5,4%
Hotel de Rede Nacional	7	3,6%
Não Responderam	7	4,2%
Total	167	100,0%

Gráfico 54: Categoria de Administração.

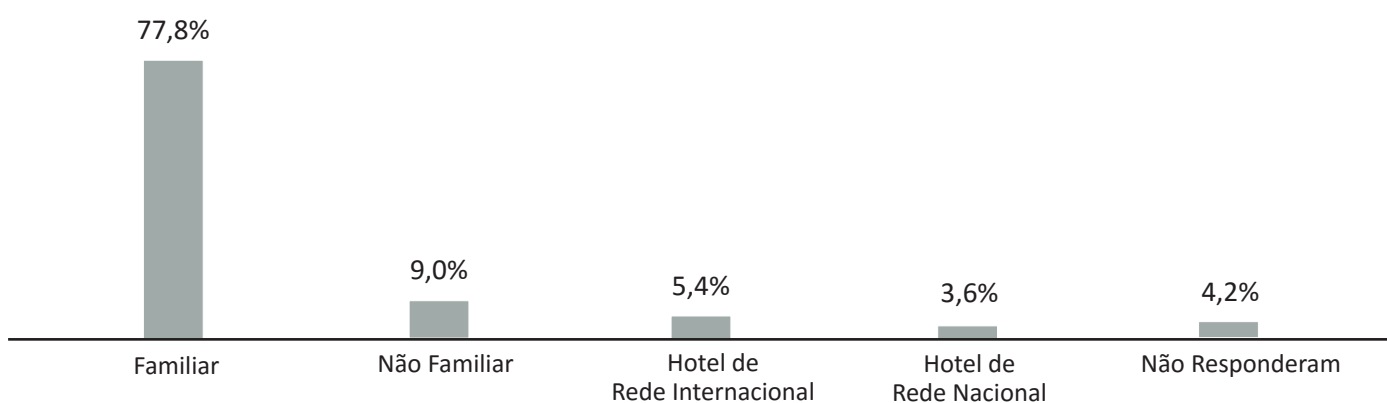


Tabela 85: Categoria de acordo com o Ministério do Turismo.

	Respondentes	%
Hostel	1	0,6%
Simplex (*)	84	50,3%
Econômico (**)	42	25,1%
Turístico (***)	19	11,4%
Superior (****)	9	5,4%
Luxo (*****)	4	2,4%
Não Responderam	8	4,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 55: Categoria de acordo com o Ministério do Turismo.

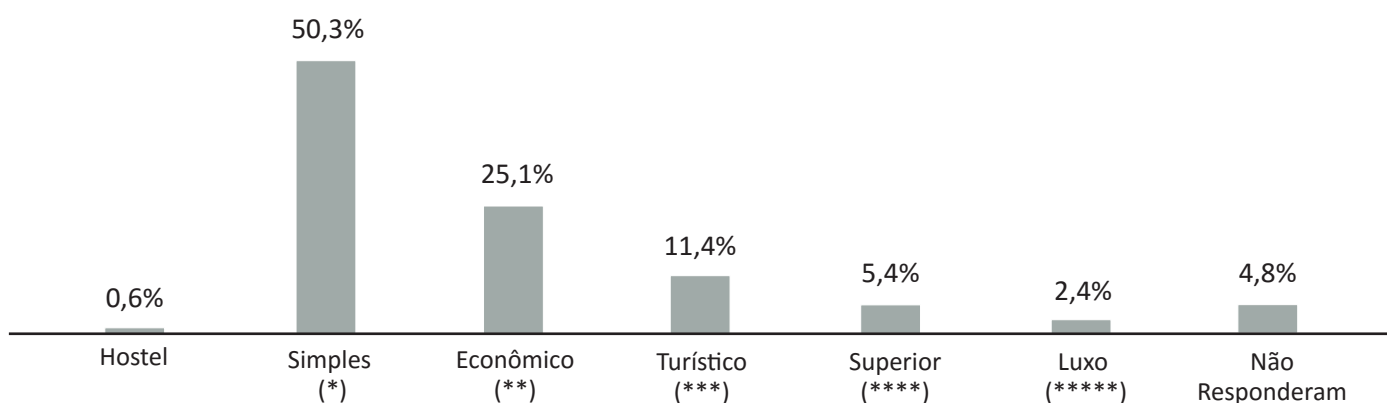


Tabela 86: Redes de Administração.

	Respondentes	%
Atlântica Hotels	4	26,7%
Allia Hotéis	2	13,3%
AccorHotels	1	6,7%
BHG	1	6,7%
Hotelaria Accor	1	6,7%
IHG	1	6,7%
Midscale	1	6,7%
Vivence Hotéis & Resorts	1	6,7%
Rede Bristol	1	6,7%
Rede Sol	1	6,7%
Não Respondeu	1	6,7%
Total	15	100,0%

Tabela 87: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade Balcão.

	Respondentes	%
0% a 20%	77	46,1%
20% a 40%	28	16,8%
40% a 60%	18	10,8%
60% a 80%	10	6,0%
80% a 100%	21	12,6%
Não Responderam	13	7,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 56: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade Balcão.

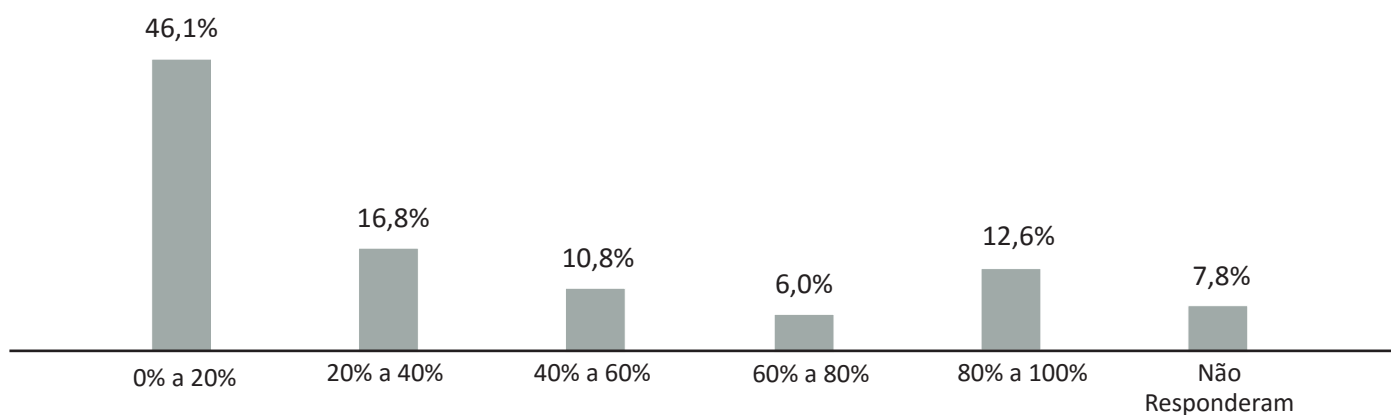


Tabela 88: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade Central de Reservas.

	Respondentes	%
0% a 20%	38	22,8%
20% a 40%	39	23,4%
40% a 60%	21	12,6%
60% a 80%	20	12,0%
80% a 100%	36	21,6%
Não Responderam	13	7,8%
Total	167	100,0%

Gráfico 57: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade Central de Reservas.

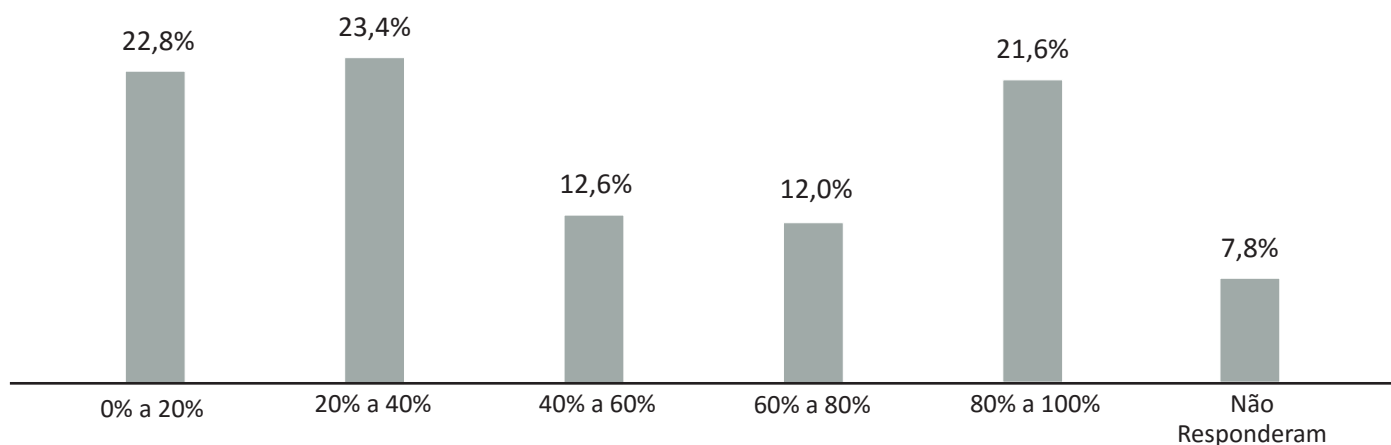


Tabela 89: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade Site Próprio.

	Respondentes	%
0% a 20%	106	63,5%
20% a 40%	14	8,4%
40% a 60%	0	0,0%
60% a 80%	1	0,6%
80% a 100%	0	0,0%
Não Responderam	46	27,5%
Total	167	100,0%

Gráfico 58: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade site próprio.

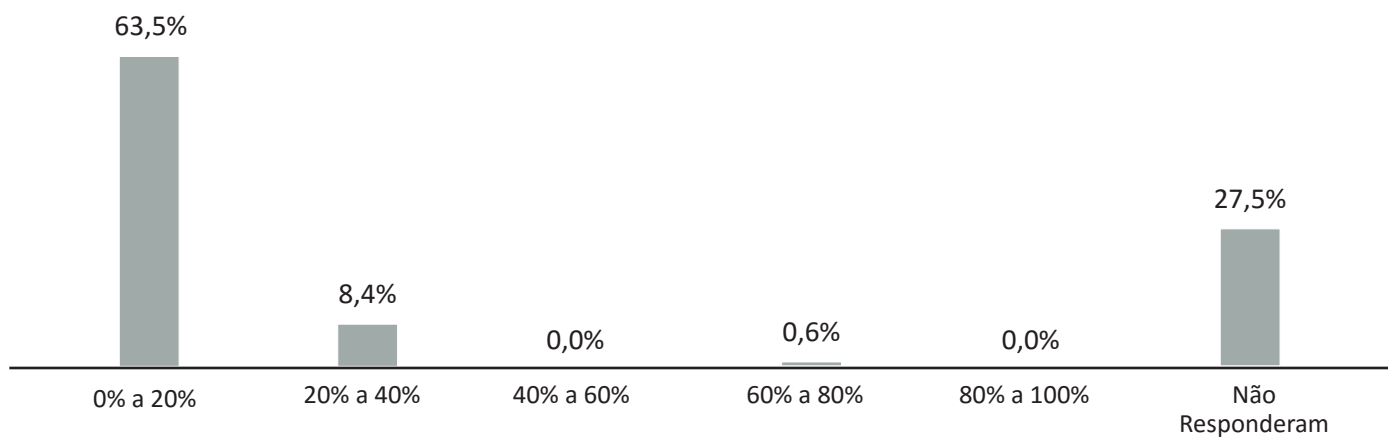


Tabela 90: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Site Especializado (Booking, Decolar, etc).

	Respondentes	%
0% a 20%	72	43,1%
20% a 40%	26	15,6%
40% a 60%	12	7,2%
60% a 80%	13	7,8%
80% a 100%	2	1,2%
Não Responderam	42	25,1%
Total	167	100,0%

Gráfico 59: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Site Especializado (Booking, Decolar, etc).

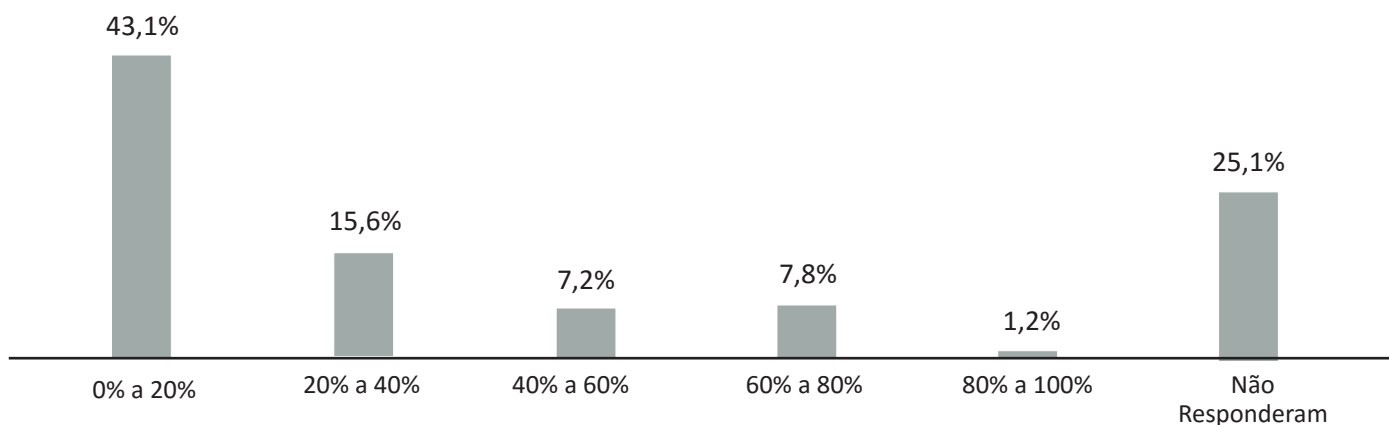


Tabela 91: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Convênios.

	Respondentes	%
0% a 20%	98	58,7%
20% a 40%	9	5,4%
40% a 60%	3	1,8%
60% a 80%	0	0,0%
80% a 100%	0	0,0%
Não Responderam	57	34,1%
Total	167	100,0%

Gráfico 60: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Convênios.

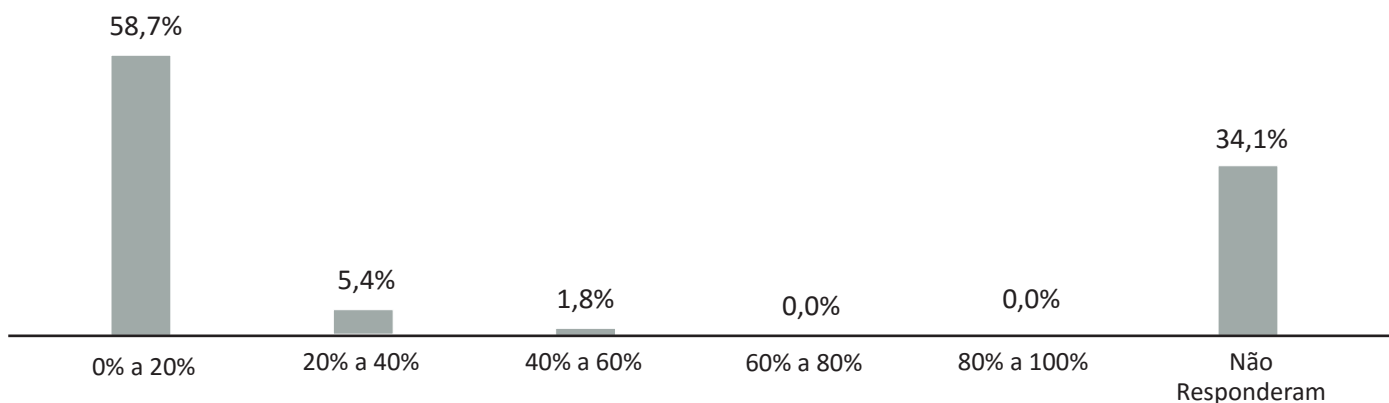


Tabela 92: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Outros.

	Respondentes	%
0% a 20%	97	58,1%
20% a 40%	6	3,6%
40% a 60%	4	2,4%
60% a 80%	0	0,0%
80% a 100%	1	0,6%
Não Responderam	59	35,3%
Total	167	100,0%

Gráfico 61: Em relação às reservas, o percentual aproximado da modalidade para Outros.

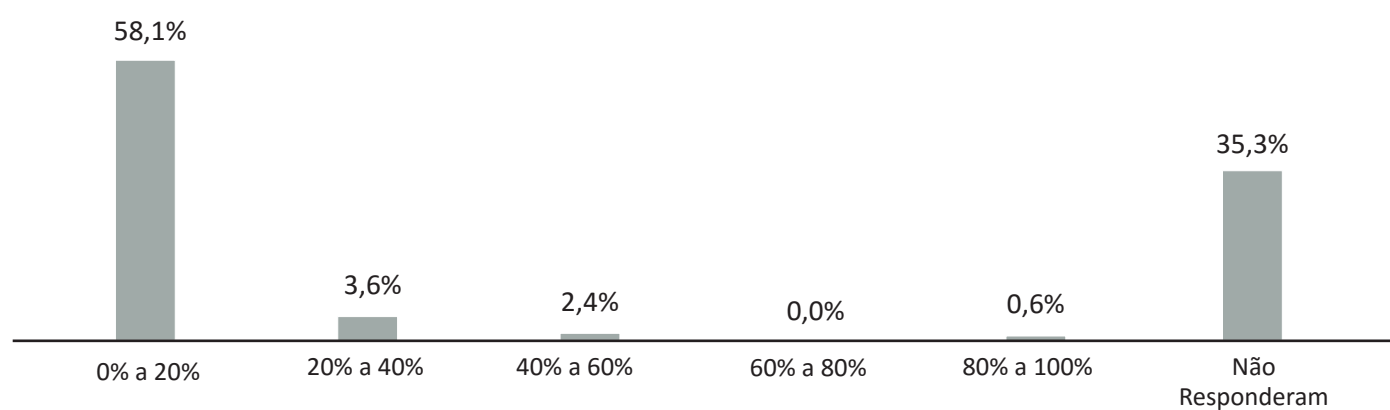


Tabela 93: Média de vendas por modalidade de Reservas.

Categoria	Média
Balcão	29,3%
Central de Reservas	44,5%
Site Próprio	6,3%
Site Especializado	19,2%
Convênios	3,9%
Outros	4,9%

Tabela 94: Os principais convênios.

	Nº de Respostas	%
Nenhum	68	40,72%
Bancobrás	5	2,40%
Empresas	2	1,20%
Sesc	2	1,20%
Prefeituras	2	1,20%
SINDISEMP-GO	1	0,60%
A Geradora	1	0,60%
Agroquima	1	0,60%
Amcham	1	0,60%
Associação Brasileira da Indústria	1	0,60%
Atacadão Dia a Dia	1	0,60%
Banstur	1	0,60%
Booking	1	0,60%
Comando da Brigada de Operações	1	0,60%
Caixa Econômica	1	0,60%
Celg (Enel)	1	0,60%
E-HTL	1	0,60%
Estudantes	1	0,60%
Eventos Culturais	1	0,60%
Exército	1	0,60%
Expedia	1	0,60%
Fujioka	1	0,60%
Goiáspel	1	0,60%
Grupo Odilon Santos	1	0,60%
IBGE	1	0,60%
Idosos	1	0,60%
Jad Logística	1	0,60%
JC	1	0,60%
JT Confeções	1	0,60%
Magazine Luiza	1	0,60%
Mineração Serra Grande	1	0,60%
MUTUA (CREA)	1	0,60%
OAB	1	0,60%
Particulares	1	0,60%
Petrobras/Furnas/Celg (Enel)	1	0,60%
Saneago	1	0,60%
Sebrae	1	0,60%
Segplan	1	0,60%
Simpro	1	0,60%
Sintec-GO	1	0,60%
Trend Viagens	1	0,60%
Tropical Pneus	1	0,60%
CSA Aeronáutica	1	0,60%
Não Responderam	71	42,51%

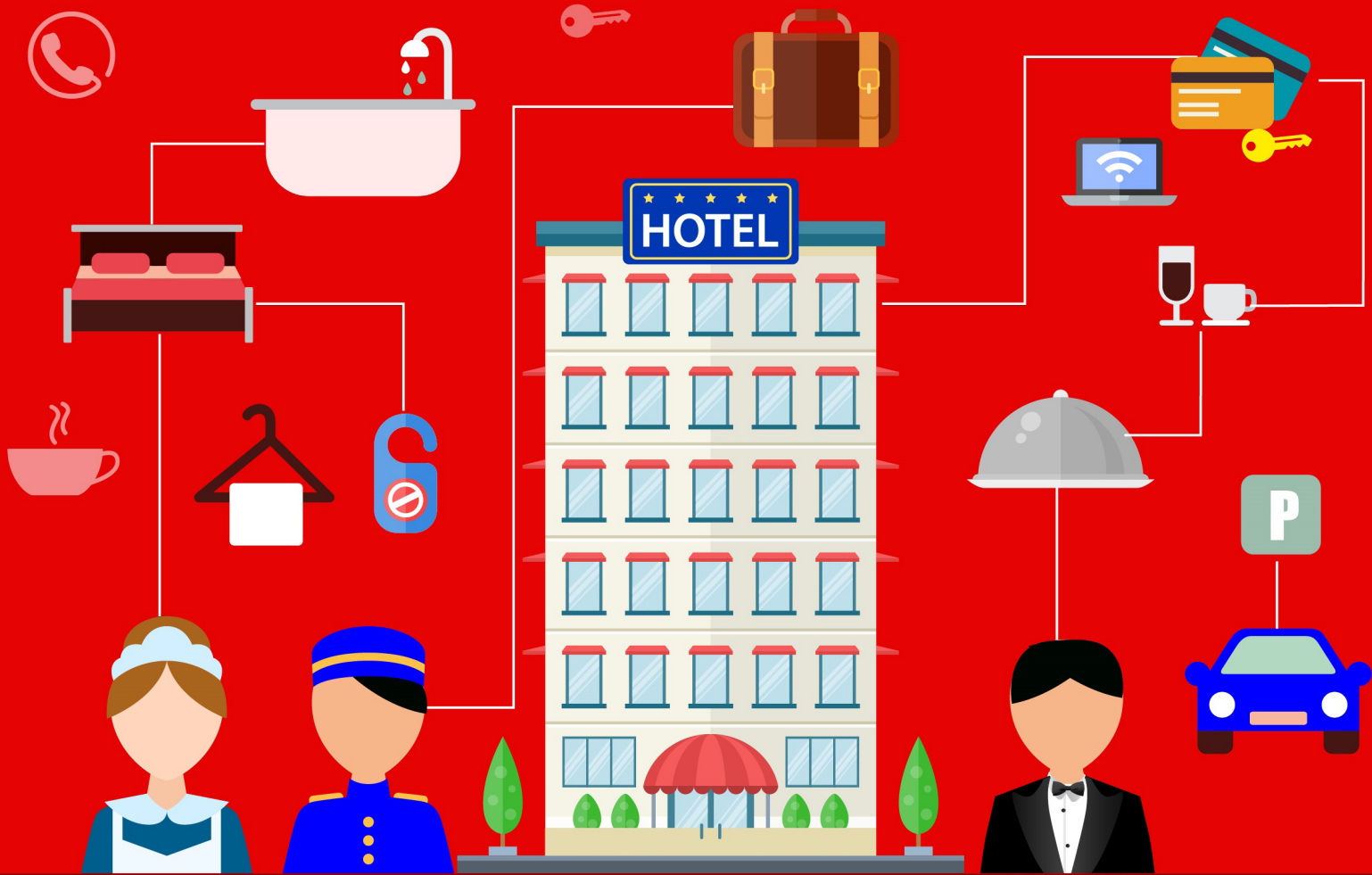
Tabela 95: Os principais sites especializados utilizados pelos meios de hospedagem.

	Nº de Respostas	%
Booking	72	43,1%
Decolar	37	22,2%
Expedia	24	14,4%
Hoteis.com	10	6,0%
Hotel Urbano	10	6,0%
Mala Pronta	8	4,8%
Trend Viagens	6	3,6%
Trivago	3	1,8%
CVC	3	1,8%
Airbnb	1	0,6%
Atlantica	1	0,6%
Facebook	1	0,6%
Google	1	0,6%
GuiaMais	1	0,6%
Hostel World	1	0,6%
Omnibess	1	0,6%
Nenhum	1	0,6%
Não Responderam	36	21,6%



Imagem 18: Bacião, Setor Sul - Artistas Decy e Morbeck

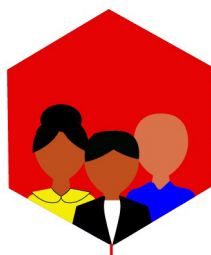
CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



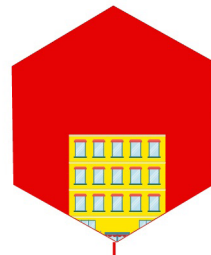
BLOCO VII – NECESSIDADES DA EMPRESA / GESTÃO



Destacamos que o item excesso de carga tributária é o que mais provoca dificuldade na gestão dos meios de hospedagem correspondendo a 76,6%



77,8% dos meios de hospedagem visitados se enquadram no modelo de Administração Familiar



50,3% dos respondentes se enquadram na categoria Simples



O percentual médio de vendas por meio de Balcão é de 29,3%



O percentual médio de vendas por meio de Central de Reservas é de 44,5%



O percentual médio de vendas por meio de Site Especializado (Booking, Decolar, entre outros) é de 19,2%



Imagem 19. Avenida Goiás - Fotografia de Victor Ferreira

BLOCO VIII – SUSTENTABILIDADE

No Bloco VIII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 167 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise das ações de sustentabilidades praticadas pelos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 167 Meios de Hospedagem. Destaque para a seguinte informação:

Na tabela 96: 72,5% dos meios de hospedagem visitados afirmam que promovem ações voltadas para a economia de energia e 49,7% afirmam incentivar seu hóspede a diminuir a solicitação de troca do enxoval.

Na tabela 97 e gráfico 62: 85,6% dos Meios de Hospedagem não realizam Programas Sociais

Na tabela 99: 24,6% dos Meios de Hospedagem têm ações a serem implantadas

Tabela 96: Ações de sustentabilidade adotadas nos Meios de Hospedagem.

	Nº de Respostas	%
Economia de energia	121	72,5%
Redução do consumo interno	93	55,7%
Incentivo aos hóspedes c/ a troca de enxoval da UH	83	49,7%
Educação e treinamento interno	75	44,9%
Aquecimento solar	44	26,3%
Gestão de Resíduos	42	25,1%
Separação do Óleo	39	23,4%
Reutilização de água	28	16,8%
Energia solar	27	16,2%
Programa social	24	14,4%
Utilização de água da chuva	11	6,6%
Outro tipo de aquecimento	2	1,2%
Nenhum	5	3,0%
Outros	8	4,8%
Não Responderam	9	5,4%

Tabela 97: Programa Social realizado pelos Meios de Hospedagem.

	Respondentes	%
Sim	24	14,4%
Não	143	85,6%
Total	167	100,0%

Gráfico 62: Programa Social realizado pelos Meios de Hospedagem.

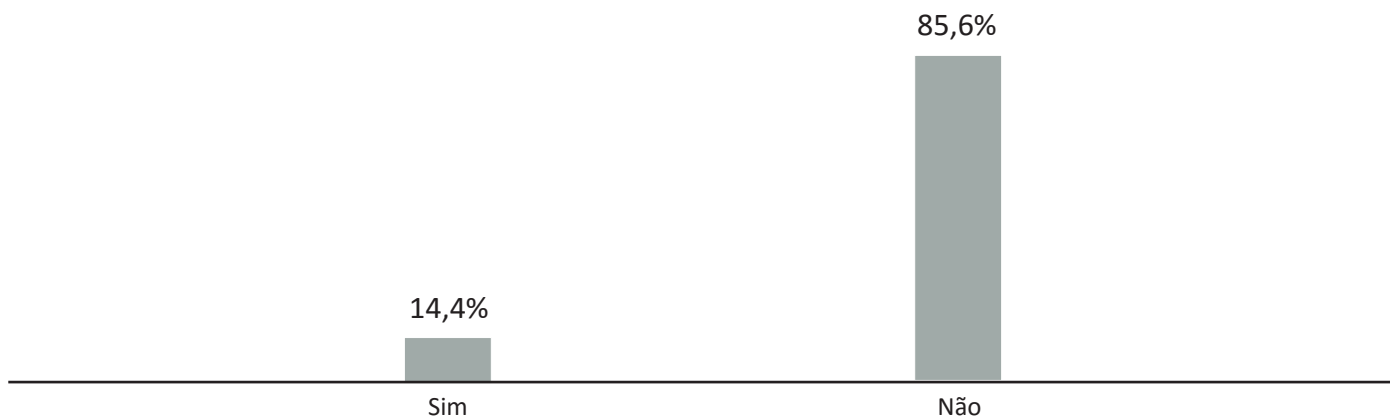


Tabela 98: Os programas sociais realizados pelos Meios de Hospedagem.

	Nº de Respostas
Hospital do Câncer	3
Doação de Enxoval	3
Childhood Brasil	2
Ajuda financeira para eventos culturais	1
Rede Pela Paz, Terra Livre, Junior Achievement	1
Casa do Idoso	1
Fornecem roupas de cama e toalhas à uma creche situada no Senador Canedo	1
CD VIDA	1
Carta 21 (Com reflorestamento da Mata da Mantiqueira; Combate a prostituição infantil)	1
Doação para APAE Goiânia	1
Pestalozzi	1
No final de ano doam cestas básicas e brinquedos	1
Doação para instituições carentes	1
Fazem ações pontuais	1

Tabela 99: Ações a serem implantadas.

	Respondentes	%
Sim	41	24,6%
Não	126	75,4%
Total	167	100,0%

Gráfico 63: Ações a serem implantadas.

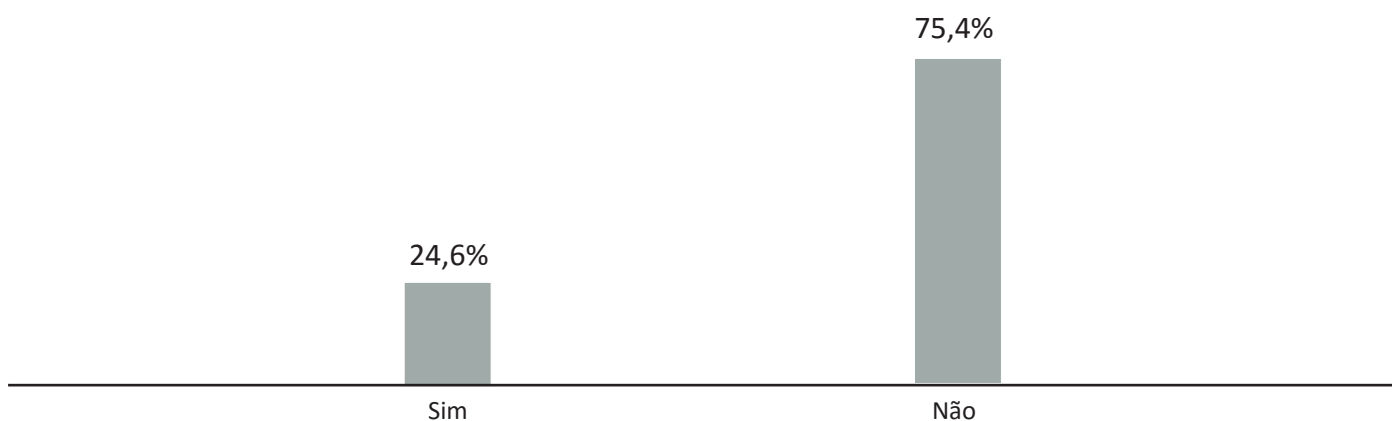


Tabela 100: Tipos de ações a serem implantadas.

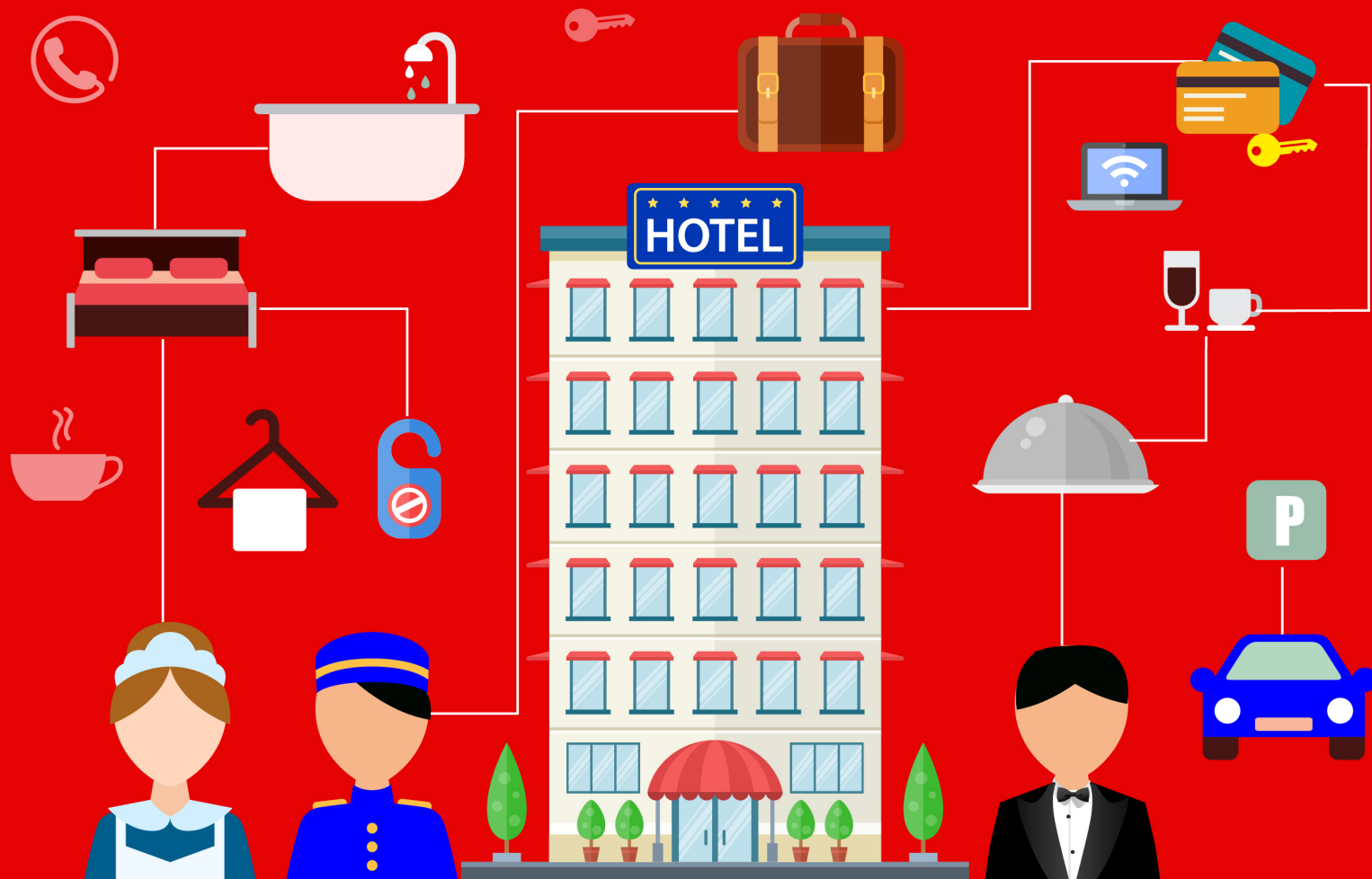
	Nº de Respostas
Energia Solar	5
Troca para lâmpadas de LED	4
Os Cinco S e CIPA, Grupo de estudos gerenciais	1
Troca de todas as lâmpadas das UH's	1
Reformas dos antigos apartamentos	1
Economia Energética	1
Coleta Seletiva	1
Economizadores de Energia e Sensor de presença	1
Reciclagem	1
Conscientização de sempre verificar os equipamentos	1
Separação do Lixo	1
Implementação da energia solar	1
Conversa com os hóspedes para não deixar luzes acesas sem necessidade	1

Aumentar o hotel	1
Maior captação e fidelização de clientes	1
Programa Social e Educação Interna	1
Reforma de 10 UH's para pessoa com deficiência (PSD)	1
Diminuir o consumo interno	1
Reforma geral do hotel	1
Reforma interna. Treinamento geral da equipe e implantação do plano odontológico para os funcionários	1
Separação de resíduos, separação do óleo	1
Separação do lixo reciclável e orgânico	1
Conscientização para economia de consumo interno	1
Treinamento e palestras educativas a cada 2 meses para todos os empregados	1
Troca de aparelhos por novos e energia solar	1
Aquecimento Solar, utilização de água da chuva	1
Utilizar sinalizadores de energia e água	1
Ajuda uma entidade filantrópica	1
Chegar a 30% dos cargos de gerência para o gênero feminino	1



Imagem 20: Bacião, Setor Sul - Artistas Decy e Morbeck

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



BLOCO VIII - SUSTENTABILIDADE



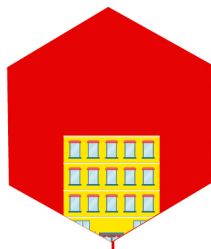
72,5% dos Meios de Hospedagem visitados afirmam que há foco na economia de energia como principal ação sustentável do seu empreendimento



49,7% afirmam incentivar seu hóspede a diminuir a solicitação de troca do enxoval



23,4% dos Meios de Hospedagem visitados afirmam que promovem a separação de óleo



85,6% dos meios de hospedagem não realizam Programas Sociais



24,6% dos meios de hospedagem têm ações a serem implantadas



Imagem 21: Centro Cultural Oscar Niemeyer - Fotografia de Flávio Isaac

BLOCO IX - ANÁLISE COMPARATIVA DOS CENSOS HOTELEIROS DE 2010, 2012, 2015 E 2017/2018

No Bloco IX apresentamos uma análise comparativa dos Censos de 2010, 2012, 2015 e 2017/2018, dos seguintes itens: Setor (localização/bairros), Comparativo do Total de Leitos/UH's/UH's com Banheiro, Comparativo do número de leitos entre os anos de 2010, 2012, 2015 e 2017/2018, Comparativo entre hotéis que possuam ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para pessoa com deficiência – PCD, Valor médio da diária 2015 e 2018, Permanência média entre os anos 2010, 2012, 2015 e 2018, se possuem ou não área de lazer e se possuem área de lazer quais são. Destaque para as seguintes informações:

Tabela 101: Percebeu-se que no bairro Norte Ferroviário que corresponde a região da 44 (turismo de compras), houve um aumento considerável de 2015 para 2018 de 8 novos meios de hospedagem e na região do bairro de Campinas de 2015 para 2017/2018, houve um decréscimo de 3 meios de hospedagem. Obs.: a coluna de variação percentual é referente ao crescimento ou decréscimo entre os anos de 2015 e 2018.

Tabela 102, gráfico 64 e gráfico 65: No que se refere ao comparativo do total de leitos/UH's/UH's com banheiro entre os anos de 2010, 2012, 2015 e 2017/2018 uma taxa de crescimento anual do número de leitos de 2,1%, do número de UH's 3,5% e de 3,9% na quantidade de UH's com banheiros.

Tabela 103 e gráfico 66: No que se refere ao comparativo entre hotéis que possuem ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para pessoa com deficiência – PCD percebe-se que entre 2010 e 2017/2018 temos uma taxa de crescimento de 5,7% (no número de hotéis que possuem Unidades Habitacionais adaptadas para PCD).

Tabela 104: Entre os anos de 2015 e 2017/2018 o valor médio da diária cresceu 2,8% ao ano.

Tabela 105 e gráfico 67: Verificou-se a permanência média, em dias, dos turistas na alta temporada e na baixa temporada entre os anos 2010, 2012, 2015 e 2018. Realizando a comparação entre os anos de 2010 a 2015, na alta temporada, a média de permanência em dias está crescendo, uma vez que alcança o valor máximo no ano de 2015 com 3,72 dias, porém nos anos de 2017/2018 constata-se um decréscimo para 2,88 dias. No que se refere à baixa temporada, nos anos de 2015 para 2017/2018 verificou-se que a média decresce de 1,67 dias para 1,57 dias.

Tabela 106: Entre os anos de 2010 e 2017/2018 percebeu-se uma variação acumulada de 26% no que se refere aos meios de hospedagem que possuem áreas de lazer.

Tabela 107: Do ano de 2015 a 2017/2018 constatou-se um crescimento de 40,5% do equipamento academia, e declínio de 37,5% no equipamento piscina nos meios de hospedagem que possuem área de lazer.

Tabela 101: Setor (Localidade/Bairro).

Bairros	2015	2017/2018	Varição %
Aeroporto	7	7	0%
Aeroviário	5	5	0%
Alto da Glória	1	1	0%
B. Ipiranga	1	1	0%
Bueno	4	4	0%
Campinas	5	2	-60%
Centro	27	27	0%
Centro Oeste	1	1	0%
Coimbra	3	2	-33%

Jaó	1	1	0%
Jardim América	1	1	0%
Jardim Goiás	1	3	200%
Jardim Guanabara	3	3	0%
Leste Universitário	5	5	0%
Marista	1	2	100%
Norte Ferroviário	57	65	14%
Nova Vila	1	1	0%
Oeste	13	13	0%
Pedro Ludovico	4	4	0%
Res. Alphaville Flamboyant	1	1	0%
Rodoviario	3	3	0%
Santa Efigênia	1	1	0%
Santa Genoveva	2	2	0%
São Judas Tadeu	1	1	0%
Setor dos Funcionários	3	3	0%
Sudoeste	1	1	0%
Sul	2	2	0%
Universitário	2	2	0%
Vila Nova	1	1	0%

Tabela 102: Comparativo do total de Leitos/UH's/UH's com Banheiro.

Totais	Anos				Variação Acumulada %	Variação Acumulada Und.	Taxa de Crescimento (Anual)
	2010	2012	2015	2017/2018			
Leitos	15.626	16.181	16.961	17.994	14,5%	2.368	2,1%
UH's	6.437	7.089	7.872	8.131	24,5%	1.694	3,5%
UH's com Banheiros	5.955	6.711	6.816	7.687	27,0%	1.732	3,9%

Gráfico 64: Comparativo do número de UH's e UH's com Banheiro.

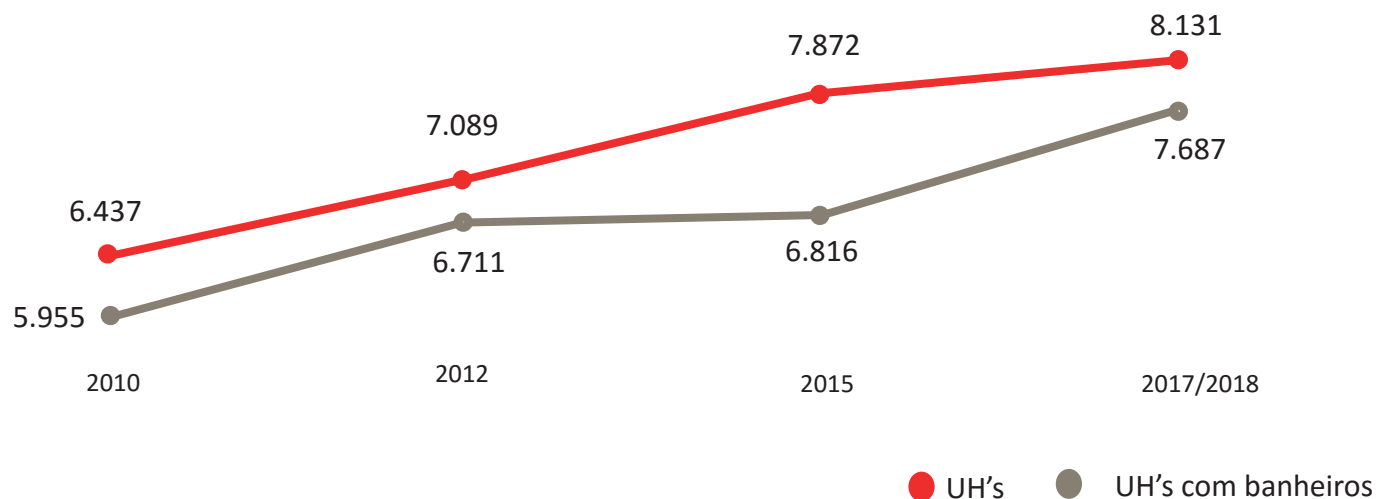


Gráfico 65: Comparativo do número de leitos entre os anos de 2010, 2012, 2015 e 2017/2018.

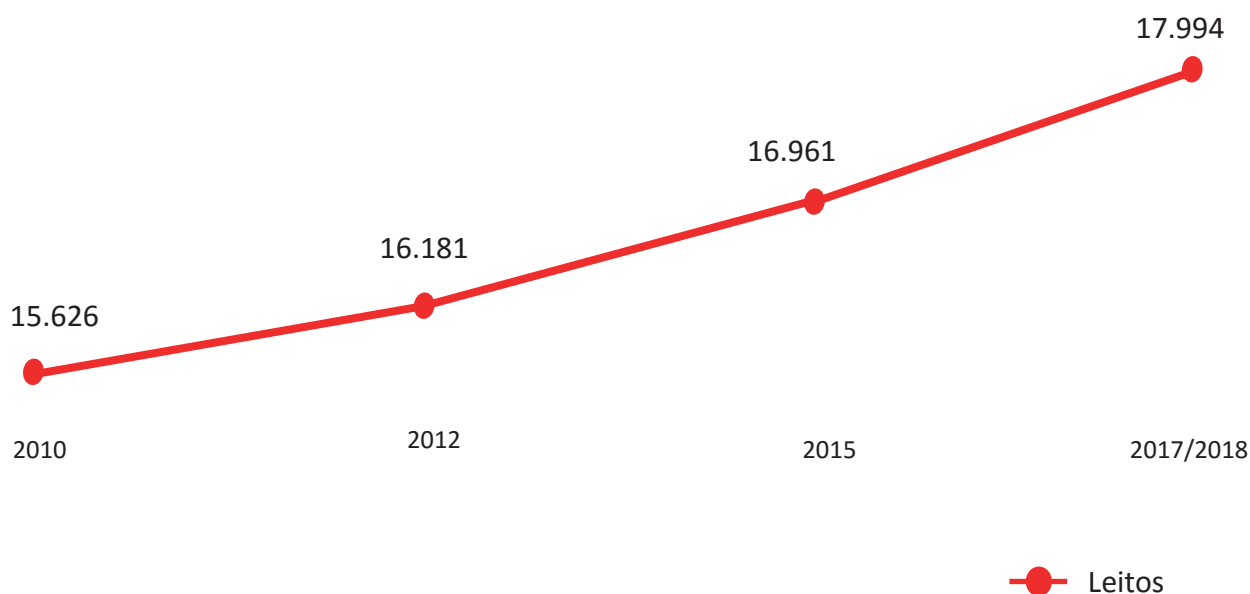


Tabela 103: Comparativo entre hotéis que possuem ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para Pessoa com Deficiência – PCD.

Totais	Anos				Variação Acumulada %	Variação Acumulada Und.	Taxa de Crescimento (Anual)
	2010	2012	2015	2017/2018			
Nenhuma UH	95	124	79	88	5,6%	-7	0,8%
Pelo menos uma UH	77	44	84	77	39,7%	0	5,7%

Gráfico 66: Comparativo entre hotéis que possuem ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para Pessoa com Deficiência – PCD.

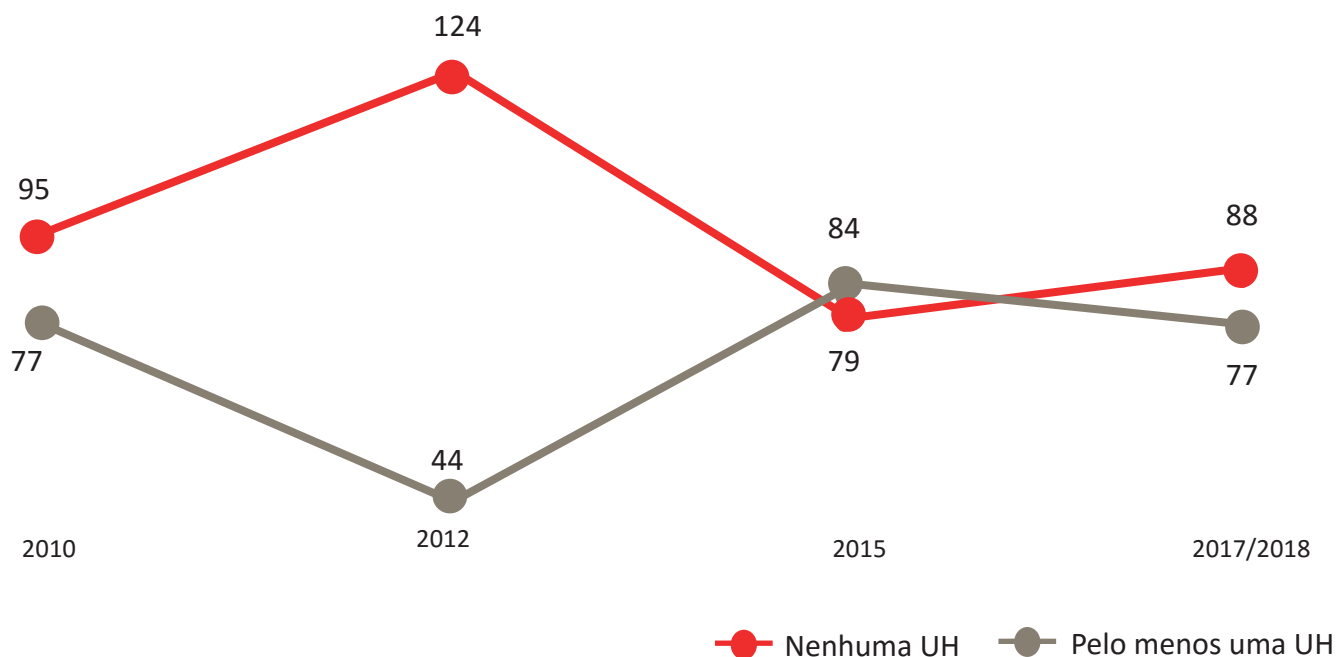


Tabela 104: Valor médio da diária 2015 e 2018.

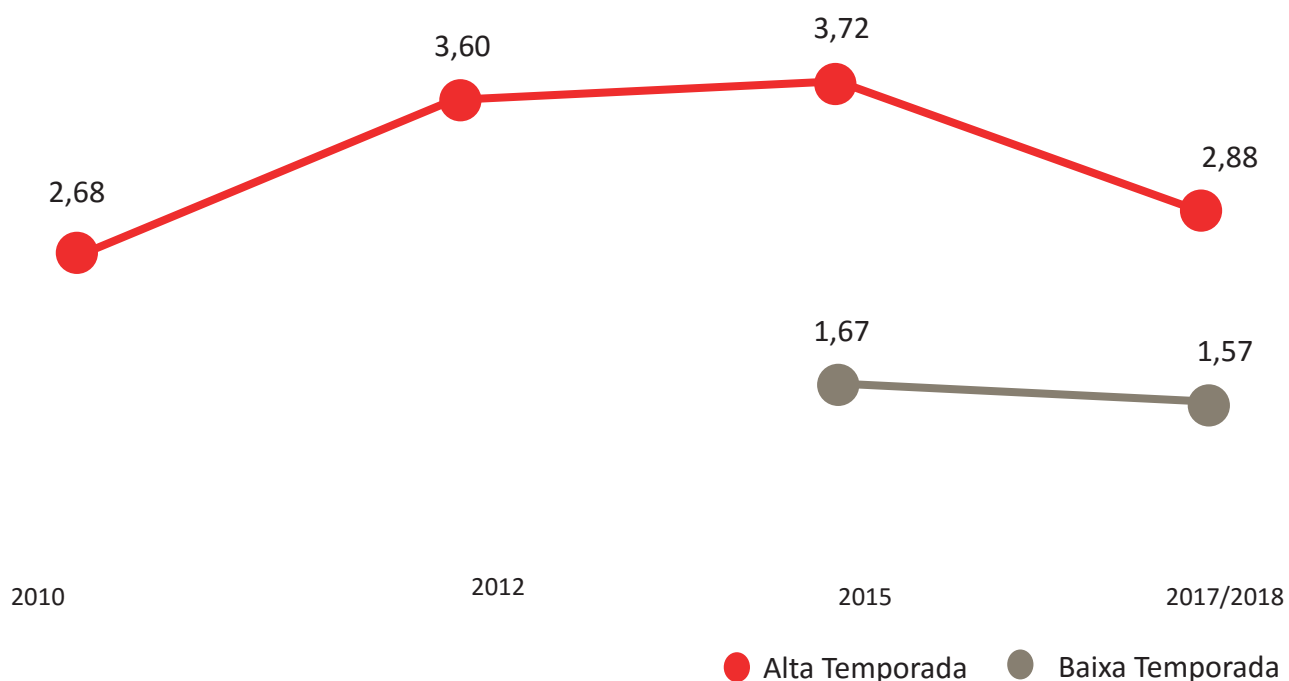
Totais	Anos		Taxa de Crescimento (Anual)	Variação Acumulada Und.
	2015	2017/2018		
Diária Média	R\$ 108,92	R\$ 115,44	2,8%	R\$ 6,52

Tabela 105: Permanência média entre os anos 2010, 2012, 2015 e 2018.

Totais	Anos				Variação Acumulada %	Taxa de Crescimento (Anual)
	2010	2012	2015	2017/2018		
Alta Temporada	2,68	3,60	3,72	2,88	15,2%	2,2%
Baixa Temporada	-	-	1,67	1,57	-6,1%	-0,9%

Obs: Não há informações da permanência média para baixa temporada nos anos de 2010 e 2012.

Gráfico 67: Permanência média entre os anos 2010, 2012, 2015 e 2018.



Obs: Não há informações da permanência média para baixa temporada nos anos de 2010 e 2012.

Tabela 106: Possui ou não área de lazer.

	Anos				Variação Acumulada %	Variação Acumulada Und.	Taxa de Crescimento (Anual)
	2010	2012	2015	2017/2018			
Sim	46	28	45	47	26,0%	1	3,7%
Não	106	121	113	113	7,5%	7	1,1%

Gráfico 68: Possui ou não área de lazer.

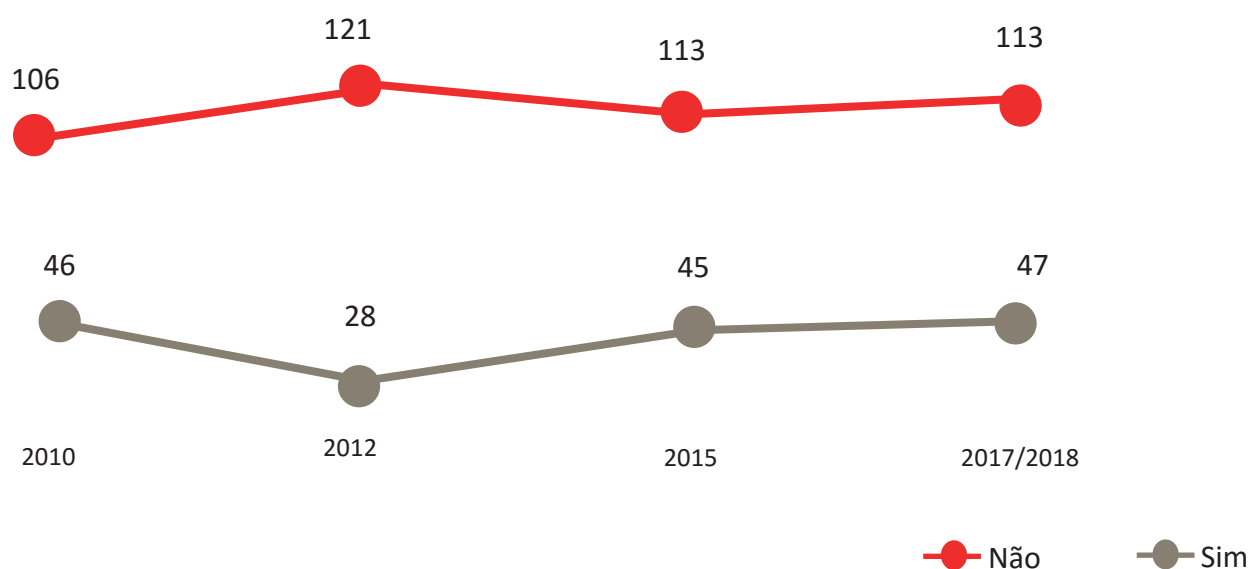


Tabela 107: Tipo de equipamentos na área de lazer.

Tipo de Área de Lazer	Anos		Variação Acumulada %	Variação Acumulada Und.	Taxa de Crescimento (Anual)
	2015	2017/2018			
Sala de Ginástica	22	37	40,5%	15	5,8%
Piscina Fria	22	16	-37,5%	-6	-5,4%
Sala de TV	19	25	24,0%	6	3,4%



Imagem 22: Parque Vaca Brava - SilVio Quirino

GLOSSÁRIO

ABIH – GO: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis Goiás, foi fundada em 26 de novembro de 1986 por um grupo de empresários, estes visavam a união da classe hoteleira com o intuito de buscar juntos o desenvolvimento e fortalecimento do turismo goiano. A ABIH – GO teria em si a finalidade de desenvolver ações em defesa dos interesses coletivos dos associados, promover e divulgar o turismo de Goiás fortalecendo a rede hoteleira (ABIH-GO, 2017).

A&B: Alimentos e Bebidas. Área responsável pela produção de preparações alimentícias a serem servidas nos diversos pontos de venda de empreendimentos hoteleiros.

BOH: Boletim de Ocupação Hoteleira. É impresso preenchido mensalmente e enviado ao órgão regulador e fiscalizador de hotéis, que traz o n.º de UHs ocupadas, n/º de hóspedes, e n.º de hóspedes por UH.

Booking, Decolar: Empresas especializadas na oferta hospedagem pela internet.

CADASTUR: É o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades de negócios aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. O programa é executado pelo Ministério do Turismo em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos 26 estados e no Distrito Federal. É um instrumento que promove o ordenamento, formalização e a legalização dos segmentos do turismo, servindo como um balizador dos serviços profissionais ofertados por Empresas e Profissionais que compõe o Trade Turístico (BISCHOF, 2017).

Categorias Simples (*), Econômico (), Turístico (***), Superior (****), Luxo (*****):**

Uma ferramenta de comunicação entre o setor hoteleiro e os turistas, com o objetivo de orientá-los em suas escolhas de maneira clara e objetiva, a classificação de meios de hospedagem é largamente utilizada por países líderes no turismo e é estabelecida pelo Ministério do Turismo.

Convention & Visitors Bureau: É uma organização que não visa lucro e age como órgão de suporte e dinamização em conjunto com vários setores pertencentes ao turismo. Oferecendo auxílio técnico, acesso ao material promocional, disponibilidade a bancos de fotografia, estatística, dentre outros. Além de permitir, através da organização e acompanhamento, visitas para os clientes com o objetivo de obterem conhecimento sobre a cidade (MARQUES, 2007).

Hotel Histórico: Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.

Revenue Management RM: São práticas utilizadas na gestão da receita, que visam maximizar os lucros do negócio.

Turnover: A rotatividade de Pessoal, no contexto de Gestão de Pessoas, está relacionada com o desligamento de alguns funcionários e entrada de outros para substituí-los, ou seja, a rotatividade é caracterizada pelo fluxo de entradas e saídas de pessoas em uma organização.

Apêndice

Relação dos 167 Meios de Hospedagem participantes da pesquisa censitária 2017/2018

Goiânia Hostel	Hotel Itajuba	Mega Moda Hotel
Pinheiros Hotel	Hotel Serras de Goyaz Centro	Hotel Real
Confort Hotel Go	Son Conrado Plaza Inn	Hotel Contorno
Neves Hotel	Cabiúna Palaze Hotel	Hotel Oeste
Hotel Itaipu	Roge Plaza Hotel	G Hotel Geralda De Castro
Hotel Rio Branco	Hotel Rio Vermelho	Hotel 44
Goiás Hotel	Lord Palace Hotel	Messias L
Hotel Morada	Hotel Sol	Messias II
Pousada Ana Poipa	Hotel Go Inn Estação Goiânia	Hotel Centro Oeste li
Hotel Bonanza	Grande Hotel	Hotel Ype
Pousada Eudorado	Castelo Inn Hotel	Dormitório da Dona Creuza
Hotel Rio Negro	Hotel Sol LI	Lider Hotel
Oitis Hotel	Hostel Pousada Jaó	Hotel Santa Fé
American Hotel	Dormitório Canarinho	Hotel Maria Bonita
Tyba Hostel	Comfort Suites Flamboyant	Hotel Mangueira Da Moda
Hostel 7	K Hotel	Vitrine Hotel
Pousada Das Amendoeiras	Pousada Cerrado	Belugi Hotel
Pousada Serras De Goyaz	Plaza Inn Breeze Aeroporto	Via Goiania
Hotel Paulino	Hotel Santa Luzia	Hotel Adonai
Hotel Central	Pousada do Gui Gui	Brisa Sol
Nasser Hotel	Roge Hotel	Hotel Expansão
Pph Pissim Plaza Hotel	Davie Hotel	Terraço Hotel
Goiania Palace Hotel	Hotel Esplanada	Hotel Rodoviário
Hotel Araguaia	Hotel Metropole	Hotel Globo
Umuarama Plaza	Hotel Xantara	Hotel Visa
Garden Hotel	Athenas Plaza Hotel	Hotel Planalto
Hotel Kananxué	Ibis Styles Goiânia Marista	Hotel Goiânia
Plaza Inn Augustus Hotel	Hotel Ramos	Hotel Via Lateral
Aton Plaza Hotel	Hotel Bodog	Dormitorio (Sem Nome)
Hotel Comodoro	Hotel Contijo	Hotel Rodoshop
Principe Hotel	Hotel Itabiara	Hotel Ipameri
Hotel Santo Antoninho	Hotel Estrela De Davi	Hotel Venancio 3000
Agata Hotel	Hotel Itacaiunas	Hotel San Diego
Hotel Luar	Galeria e Hotel Via Goiania	Hotel Terra Cedro
Hotel Alvorada	Hotel da Moda	Hotel Estrela
Hotel Americano	Hotel Buriti	Hotel Serra Das Águas
Hotel Portugal	Rodo Hotel	Mangabeiras Hotel
Pousada Sagrada Familia	Hotel Fortaleza Prime	Hotel Nacional
	Hotel Cerrado	Hotel Goiás Norte

Hotel Hermam
Cenorte
Hotel Czar
Hotel Lmg
Hotel Pousada Maringa
Hotel Açai
Hotel Jb
Villagio Hotel
Messias Hotel
Pousada Seu Conforto
Pousada Sol
Hotel Santa Fé
Hotel Cerrado
Hotel Universo
Hotel da Ponte

Blue Tree Premium Goiânia até 31.12.17//
Hilton Garden Inn Goiânia 01.01.18

Plaza Inn Executive
Tamandaré Plaza Hotel
Papillon Hotel
Castro's Park Hotel
Golden Tulip Goiânia Address
Mercure Hotel
Vivence Suítes Hotel
Hotel Ibis Goiânia
Oeste Plaza Hotel
San Marino Suite Hotel
Pousada Marista
Holiday Inn Goiânia
Bristol Evidence Hotel
Hotel Maione
Hotel Flor D Liz
Acalantus Hotel
Alpha Park Hotel
Hotel Vale Verde
Hotel Marajá
Hotel Natani
Apoio Pró Saúde
Hotel Santos Dumont Aeroporto
Hotel Pousada Aeroporto
Euro Plaza Hotel

Hotel Executivo
Hotel Paraná 2
Santa Cruz Hotel
Hotel New Concept
Infinity Hotel
Hotel Sudoeste
Hotel Avalon
Crystal Plaza Hotel
Biss Inn Emprezarial
Eldorado Hotel
Vanarti Hotel

Ficha Técnica

GOVERNO ESTADUAL

José Eliton de Figuerêdo Júnior
Governador do Estado de Goiás

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Presidente
Rafael Bastos Lousa Vieira

Chefe de Gabinete
Frederico Michell Feliciano

Diretor de Gestão Planejamento e Finanças
Alessandra Lopes Braga de Resende

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS E EVENTOS

João Bittencourt Lino
Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

Marco Emiliano Macedo Pádua
Gerente de Projetos, Pesquisa e Produtos Turísticos.

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Rafael de Araújo Rosa
Técnico em Estatística Responsável

Equipe de Apoio Técnico
Alex Junior Fernandes de Oliveira
Mari Vitoria Matos da Costa
Maria Fernanda Coelho Dias Duarte
Paulo Sérgio Cardos Pereira

Estagiárias
Evelyn Cristina Ribeiro Bucar (Geografia)
Rosimeire Pereira da Costa (Estatística)
Solange Pereira Silva (Design Gráfico)

CRÉDITOS

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS – GOIÁS TURISMO

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Coordenadora Geral do Projeto de Pesquisa Censitária dos Meios de Hospedagem de Goiânia

Ana Cláudia de Moura

Coordenadora Executiva do Projeto de Pesquisa Censitária dos Meios de Hospedagem de Goiânia

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Rafael de Araújo Rosa

Análises Estatísticas, Econômicas e Textos

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Solange Pereira Silva

Projeto Gráfico e Design

Pesquisadores(as)

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar

Giovanna Gomes

Iraides Moraes Reis

Maria Carolina Gomes Peixoto

Rafael de Araújo Rosa

Rosimeire Pereira da Costa

Supervisão de Textos e correção ortográfica

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar

ABIH-GO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DE GOIÁS

Vanessa Pires Morales - Presidente da ABIH-GO

Ana Cláudia de Moura - Assessora Executiva da ABIH-GO .

SIHGO – SINDICATO DOS HOTÉIS DE GOIÂNIA

Anaiad de Assis Lopes - Presidente do SIHGO

goiás

é goiás.

Goiás Turismo

Rua 30, esquina com a Rua 4
Centro de Convenções, 2º Andar
Goiânia Goiás, Brasil. CEP 74.015-010
www.observatoriodoturismo.tur.br
observatoriodoturismo.go@gmail.com

