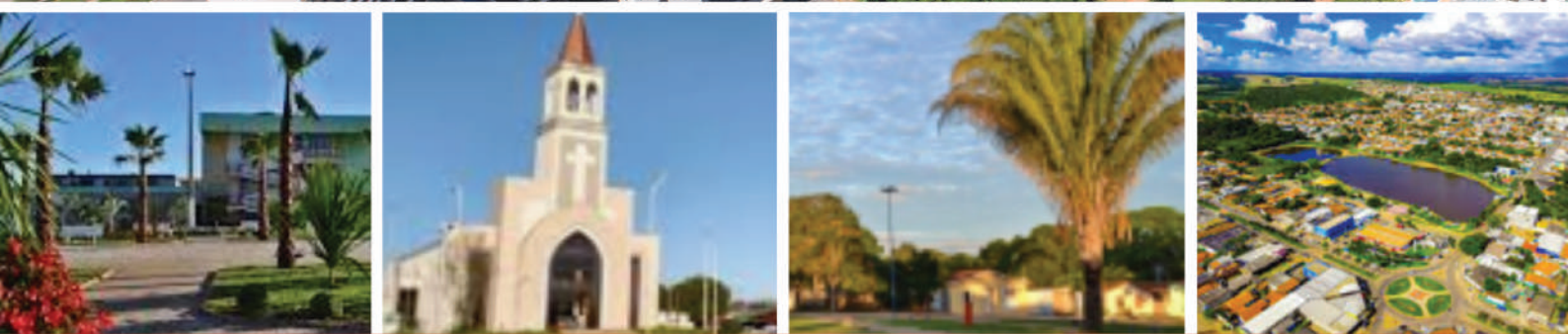


CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA E ENTORNO

2025/2026



- 3 **Apresentação**
- 7 **Mapa do Turismo – Goiás 2025**

8 **Censo Hoteleiro de Goiânia**

- 9 **1. Introdução — Parte 1: Censo Hoteleiro de Goiânia**
- 11 **2. Metodologia**
- 13 **3. Apresentando Goiânia, sua história e potencialidades**
- 16 **Bloco I – Identificação da Empresa / Entrevistado**
- 30 **Bloco II – Capacidade de Atendimento / Instalações**
- 49 **Bloco III – Serviços Adicionais Oferecidos**
- 53 **Bloco IV – Formas de Pagamento / Tarifas**
- 61 **Bloco V – Ocupação / Clientes**
- 75 **Bloco VI – Funcionários / Benefícios / Salário**
- 85 **Bloco VII – Necessidades da Empresa / Gestão**
- 92 **Bloco VIII – Sustentabilidade**
- 98 **Bloco IX – Economia compartilhada**
- 105 **Bloco X – Análise Comparativa**
- 111 **Bloco XI – Apresentação dos dados de valores de hospedagem dos Associados da ABIH em Goiânia**

117 **Censo Hoteleiro do Entorno de Goiânia**

- 118 **1. Introdução — Parte 2: Censo Hoteleiro do Entorno de Goiânia**
- 120 **2. Metodologia**
- 125 **3. Análise dos Dados**
- 148 **4. Considerações Finais**
- 151 **Referências**
- 152 **Apêndices**
- 186 **Fichas Técnicas**
- 190 **Créditos**

APRESENTAÇÃO

O Censo Hoteleiro de Goiânia 2025 / 2026 é um estudo de caráter censitário que tem como propósito quantificar e qualificar os meios de hospedagem (MHs) existentes no município, oferecendo um diagnóstico atualizado do mercado hoteleiro goianiense. O documento reúne informações estratégicas sobre a oferta de hospedagem, suas características, padrões de estrutura e serviços, nível de formalização e conformidade, bem como elementos ligados à presença digital e práticas de comercialização, produzindo um retrato técnico do setor.

A pesquisa foi realizada a partir da formalização de termo de cooperação entre instituições parceiras, em maio de 2025, contemplando: (i) revisão técnica do Censo 2022 e atualização do instrumento de coleta; (ii) planejamento e execução de visitas in loco; (iii) consolidação e tratamento do banco de dados; (iv) análises e produção de resultados (tabelas, gráficos e infográficos); e (v) organização editorial e diagramação do material final.

Ao sistematizar dados confiáveis e comparáveis, o Censo busca apoiar gestores públicos e privados no planejamento, na tomada de decisão e na formulação de ações voltadas à qualificação e ao fortalecimento do setor de meios de hospedagem em Goiânia e no estado de Goiás.

ENTIDADES E INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES

Goiás Turismo – Agência Estadual de Turismo

A Goiás Turismo é o órgão oficial de turismo do Estado de Goiás, responsável por planejar, coordenar e executar a política estadual de turismo. Atua no fomento do setor, na promoção e no fortalecimento da competitividade dos destinos goianos, contribuindo para sua consolidação e posicionamento nos mercados estadual, nacional e internacional.

Observatório do Turismo do Estado de Goiás

O Observatório do Turismo do Estado de Goiás teve origem em 2008, a partir de iniciativa acadêmica desenvolvida por docentes da Faculdade de Tecnologia Senac Goiás, em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG), sendo incorporado à Goiás Turismo em 2010. Atualmente, integra a estrutura de pesquisa e fomento da Agência, com atuação voltada à produção sistemática de dados, estudos e pesquisas aplicadas, apoiando o planejamento, a gestão e o monitoramento do turismo em diferentes territórios do estado. O Observatório integra a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT).

ABIH-GO – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – Goiás

Fundada em 26 de novembro de 1986, a ABIH-GO congrega e representa os meios de hospedagem do Estado de Goiás. Sua atuação está orientada à defesa dos interesses coletivos do setor, ao fortalecimento institucional da hotelaria e ao estímulo ao desenvolvimento do turismo, por meio do diálogo e articulação com instâncias públicas e privadas.

SIHGO – Sindicato dos Hotéis de Goiânia

O SIHGO, fundado pela ABIH-GO em 1997, é uma entidade sindical patronal que representa os empresários do segmento de meios de hospedagem em Goiânia/GO. Desenvolve ações voltadas à coordenação, defesa e representação dos interesses e direitos da categoria, contribuindo para a organização e o fortalecimento do setor no município.

PDCA Pesquisa e Inteligência

A PDCA Pesquisa e Inteligência é uma consultoria especializada em pesquisa aplicada, inteligência de mercado e análise de dados, com atuação em estudos estratégicos para turismo, hospitalidade e serviços. No âmbito do Censo Hoteleiro, sua contribuição está relacionada ao suporte técnico-metodológico na estruturação, organização, tratamento e qualificação da base de dados, bem como à produção de sínteses analíticas, indicadores e visualizações, fortalecendo o uso do estudo como instrumento de diagnóstico, gestão e planejamento setorial.

ESTRUTURA DO DOCUMENTO: PARTE 1 E PARTE 2

Para tornar a leitura mais fluida e organizar o conteúdo por recorte territorial, o relatório do Censo Hoteleiro 2025 foi estruturado em duas partes complementares, que seguem a mesma lógica de levantamento e apresentação de informações, diferenciando-se pelo território analisado.

Parte 1 – Censo Hoteleiro de Goiânia (2025)

Reúne a consolidação do levantamento realizado no município de Goiânia, apresentando o panorama da oferta de meios de hospedagem, suas tipologias, principais características e os resultados sistematizados do diagnóstico. Esta parte constitui o núcleo central do estudo, ao detalhar o cenário hoteleiro da capital e oferecer subsídios diretos para planejamento, gestão e tomada de decisão no âmbito local.

Parte 2 – Censo Hoteleiro do Entorno de Goiânia (2025)

Apresenta o levantamento correspondente ao Entorno de Goiânia, com a mesma finalidade diagnóstica e comparativa, ampliando a compreensão regional da oferta

de hospedagem. Ao contemplar municípios do entorno, esta parte contribui para análises integradas de dinâmica turística, fluxos, complementaridades territoriais e necessidades de articulação entre gestão pública, setor privado e entidades representativas.

Na sequência, inicia-se a Parte 1 – Censo Hoteleiro de Goiânia (2025), com a apresentação do recorte, do panorama do município e da consolidação dos dados levantados.

MAPA DO TURISMO GOIÁS 2025

97 DESTINOS
12 REGIÕES TURÍSTICAS



- DISTRITOS/POVOADOS □
- PARQUES ESTADUAIS 🌳
- RODOVIA ESTADUAL - GO ○
- RODOVIA FEDERAL - BR ⦶
- PATRIMÔNIO MUNDIAL - UNESCO ⊗

- Região do Ouro
- Região Terra Ronca
- Região Agroecológica
- Região Vale do Araguaia
- Região Chapada das Emas
- Região das Águas Quentes
- Região Lagos do Paranaíba
- Região da Estrada de Ferro
- Região Negócios e Tradições
- Região Vale da Serra da Mesa
- Região Chapada dos Veadeiros
- Região Encantos do Planalto Central





CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA



1. INTRODUÇÃO — Parte 1: Censo Hoteleiro de Goiânia 2025

A oferta de meios de hospedagem (MHs) constitui componente essencial da infraestrutura turística e urbana, pois assegura condições de permanência do visitante e influencia diretamente a competitividade do destino, a dinâmica econômica local e a capacidade de recepção associada a viagens de negócios, eventos, saúde, educação e lazer. Em Goiânia, capital e polo regional, a hospedagem assume caráter estratégico em razão do fluxo contínuo de visitantes e da concentração de serviços que estruturam a demanda ao longo do ano.

Nos últimos anos, a ampliação e diversificação da oferta, somadas ao fortalecimento de plataformas digitais de intermediação e visibilidade (ex.: Booking, Airbnb), contribuíram para tornar o mercado mais heterogêneo, com impactos sobre tipologias, canais de comercialização, precificação e padrões de consumo. Esse cenário reforça a necessidade de informações atualizadas e consistentes para subsidiar o planejamento setorial, o monitoramento da capacidade instalada, o ordenamento cadastral e a tomada de decisão por parte de gestores públicos, entidades representativas e empreendimentos.

Nesse contexto, o censo configura-se como instrumento de levantamento orientado à identificação e à sistematização do universo de MHs existentes no território, distinguindo-se de pesquisas por amostragem. Aplicado ao setor hoteleiro, permite consolidar uma base descritiva abrangente, apta a sustentar diagnósticos, comparações temporais e territoriais, além de orientar ações de qualificação, regulação, promoção e desenvolvimento.

O Censo Hoteleiro de Goiânia 2025 foi realizado com o objetivo de quantificar e caracterizar a oferta de MHs na capital, produzindo um panorama atualizado do setor. O estudo reúne informações estruturantes e variáveis operacionais organizadas em blocos temáticos, contemplando, entre outros aspectos: identificação e perfil do empreendimento, capacidade de atendimento e instalações, serviços

adicionais, formas de pagamento e tarifas, ocupação e perfil de clientes, recursos humanos, necessidades de gestão, sustentabilidade, economia compartilhada e análise comparativa. Conforme o desenho metodológico, parte das variáveis pode ser composta por base censitária de identificação e, quando aplicável, por subconjunto de respostas diretas via formulário, permitindo maior detalhamento de dimensões operacionais dependentes de informação declarada.

Do ponto de vista editorial, este relatório está estruturado em duas partes complementares. A Parte 1 apresenta o Censo Hoteleiro de Goiânia 2025, com a base metodológica, contextualização e resultados por blocos analíticos. A Parte 2 contempla o Censo da Oferta de Meios de Hospedagem no Entorno de Goiânia, ampliando o diagnóstico para municípios vizinhos e suas dinâmicas de conexão com a capital. Na sequência desta seção introdutória, o documento avança para a Metodologia e Estrutura do Censo Hoteleiro de Goiânia 2025, detalhando procedimentos, critérios e organização do levantamento.

2. METODOLOGIA

O Censo Hoteleiro de Goiânia 2025, coordenado pela equipe do Observatório do Turismo do Estado de Goiás e pela equipe da PDCA Pesquisa e Inteligência, é resultado de uma pesquisa participativa e censitária que visa traçar o perfil detalhado dos Meios de Hospedagem (MHs) da capital.

2.1. Objetivos e Estrutura do Questionário

Para identificar a realidade do setor, a pesquisa utilizou um questionário estruturado, baseado no modelo de 2022 e adaptado pela equipe gestora para o cenário atual. O instrumento de coleta foi dividido em dez blocos temáticos:

- ◆ **Bloco I:** Identificação da empresa e do entrevistado.
- ◆ **Bloco II:** Capacidade de atendimento e instalações.
- ◆ **Bloco III:** Serviços adicionais oferecidos.
- ◆ **Bloco IV:** Tarifas e formas de pagamento.
- ◆ **Bloco V:** Perfil dos clientes e taxas de ocupação.
- ◆ **Bloco VI:** Gestão de empregados e benefícios.
- ◆ **Bloco VII:** Necessidades da empresa e desafios de gestão.
- ◆ **Bloco VIII:** Práticas de sustentabilidade.
- ◆ **Bloco IX:** Impacto da economia compartilhada.
- ◆ **Bloco X:** Análise comparativa histórica (censos de 2010 a 2025).

2.3 Etapas da Investigação e Coleta de Dados

A pesquisa ocorreu entre os meses de janeiro e novembro do ano de 2025 e cobriu um universo de 197 meios de hospedagem e envolveu os responsáveis diretos (proprietários, gerentes ou administradores). O processo de investigação ocorreu em três etapas principais:

- **Pesquisa Documental:** Revisão do Censo Hoteleiro de 2022 e levantamento de dados históricos.
- **Pesquisa de Gabinete:** Atualização da listagem e dos dados cadastrais de todos os MHs.
- **Pesquisa de Campo:** Visitas in loco para aplicação dos formulários impressos, contendo perguntas abertas e fechadas, conforme orientações do Ministério do Turismo (MTur).

2.4. Processamento e Disseminação dos Resultados

Para a consolidação das informações, os dados coletados foram tabulados via sistema de formulários do Google Drive e exportados para o Microsoft Excel. Foram aplicadas técnicas de análise estatística para fundamentar o relatório e os cálculos de crescimento.

Finalmente, o conteúdo foi diagramado em um projeto gráfico específico para facilitar a leitura técnica e a disseminação dos resultados à sociedade e aos atores do setor turístico.

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 Brasil na década de 1930. Contudo, o projeto de mudança da capital goiana já era discutido anteriormente. Isso porque a cidade de Goiás, primeira capital do estado, criada no século XVIII, tem sua história ligada ao ciclo do ouro.

Com o declínio do período aurífero e as necessidades de expansão, impulsionadas pelo desenvolvimento de Goiás através do fortalecimento de atividades como a pecuária e a agricultura — que passaram a ter importância em regiões mais ao sul —, a mudança da administração estadual tornou-se estratégica, embora todos reconhecessem o valor histórico e a riqueza cultural da antiga capital.

As primeiras discussões oficiais sobre a mudança foram registradas logo após a instituição do Regime Republicano no país. Entretanto, a nossa primeira Constituição Republicana, de 1891, e as suas duas reformas subsequentes, de 1898 e 1918, acabaram mantendo a sede do governo na antiga região mineradora.

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

A ascensão de Getúlio Vargas ao poder, a nomeação de Pedro Ludovico como Interventor Federal e a instauração do plano “Marcha para o Oeste” — cujo objetivo era estender a ocupação das regiões interioranas do país — proporcionaram mudanças como o rompimento com as oligarquias dominantes, a descentralização

do poder e o desbravamento de novas terras. A inauguração dessa nova era de paradigmas políticos fortaleceu o plano de construção da nova sede administrativa.

No ano de 1932, foi organizada uma comissão para escolher a melhor região para a nova capital. O critério utilizado foi a proximidade com cidades já existentes, como o município de Campinas, que é hoje o bairro mais antigo de Goiânia. A topografia predominantemente plana, com pequenos morros e abundância de recursos hídricos, favoreceu posteriormente a construção de diversos parques.

Mesmo com a resistência dos antigos grupos oligárquicos, o grupo de Pedro Ludovico confirmou o projeto de mudança em 1933. No dia 24 de outubro daquele ano, foi lançada a pedra fundamental da cidade de Goiânia. A nova capital, que se destaca pelo estilo arquitetônico art déco, foi planejada pelo engenheiro-arquiteto Atílio Corrêa Lima e pelo urbanista Armando de Godói, sendo fundada oficialmente em 1937.

As obras iniciaram-se em 1933 no local onde foi erguido o Palácio das Esmeraldas. A ligação de Goiânia a Campinas (que posteriormente perdeu a condição de município) deu-se por meio da construção do Setor Oeste, bairro integrante do projeto de Atílio e reestruturado por Armando por questões de logística. A fundação da capital reafirmou a dinâmica econômica presente na região desde o século XVI.

O nome da nova capital foi escolhido por meio de um concurso, vencido pelo professor Alfredo de Castro, e começou a ser utilizado em 1935. Em novembro daquele ano, o município passou a ter atividades executadas e, no mês seguinte, Pedro Ludovico assinou o decreto de transferência da Casa Militar, da Secretaria Geral e da Secretaria do Governo. No dia 23 de março de 1937, o decreto nº 1.816 oficializou, definitivamente, a transferência da capital da cidade de Goiás para Goiânia. O evento oficial de batismo cultural aconteceu somente em 5 de julho de 1942, no Cine-Teatro Goiânia, com a presença de ministros e representantes da Presidência da República.

Planejada inicialmente para 50 mil habitantes, Goiânia é hoje uma das mais belas e modernas capitais brasileiras, sendo considerada a segunda cidade no mundo em quantidade de área verde por habitante. São 94 m² de área verde per capita, com 30 unidades de conservação ambiental espalhadas por seus 789 km² de extensão.

Atualmente, aos 92 anos, Goiânia possui uma população de 1.437.366 habitantes, conforme os dados do último Censo Demográfico do IBGE (2022). A capital goiana consolida-se como um polo turístico estratégico devido à sua localização geográfica privilegiada, contando com uma robusta rede hoteleira e gastronomia de alta qualidade. A cidade destaca-se nacionalmente nos setores de eventos, educação e saúde, oferecendo uma infraestrutura diversificada de equipamentos e atrativos. Entre seus diferenciais, figuram as 122 feiras livres cadastradas e um valioso acervo de 22 edifícios em estilo art déco tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), com destaque para o Coreto da Praça Cívica e a antiga Estação Ferroviária.

Goiânia possui um dos circuitos de compras mais conhecidos do Brasil (região da Rua 44 e shoppings), especialidades médicas de referência, hotelaria de qualidade (com 170 meios de hospedagem ativos) e eventos culturais de renome, como os festivais Bananada e Villa Mix. Diante deste cenário, conclui-se que Goiânia é uma cidade moderna, com ricas potencialidades e atrativos tanto para turistas quanto para sua própria comunidade.

Texto adaptado a partir das ideias de Rainer Gonçalves Sousa, mestre em História pela Universidade Federal de Goiás – UFG.



Foto: Ampla visão durante o pôr-do-Sol em Goiânia / por FG Trade.

Bloco I

Identificação da Empresa / ENTREVISTADO

O Bloco I trata das respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários e demais funcionários dos 197 meios de hospedagem em funcionamento pesquisados. Trata-se da identificação do perfil do gestor dos meios de hospedagem visitados e identificação da empresa. Destaques para as seguintes informações:

Na **tabela 5** e **gráfico 2**, destacamos que 99,0% dos meios de hospedagem visitados possuem CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

Na **tabela 9** e **gráfico 6**, destacamos o tempo de atividade dos meios de hospedagem visitados em funcionamento. Dos 197 empreendimentos em funcionamento 33,0% (65 meios de hospedagem) funcionam a mais de vinte anos.

A **tabela 12** o **gráfico 8**, referem-se ao porte dos meios de hospedagem. Das 17 empresas hoteleiras de Goiânia, 72,1% (142 meios de hospedagem) se enquadram na categoria Microempresas (ME).

Tabela 1. Situação dos meios de hospedagem

	Respondentes	%
Em funcionamento	197	89,5%
Fechado	23	10,5%
Total	220	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 2. Gênero dos respondentes

	Respondentes	%
Feminino	89	45,2%
Masculino	95	48,2%
Informação não coletada (Coleta Online)	13	6,6%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 3: Funções dos respondentes

	Respondentes	%
Recepcionista	96	48,7%
Proprietário-Sócio	51	25,9%
Gerente	33	16,8%
Pesquisa Online	14	7,1%
Serviços Gerais	2	1,0%
Assistente comercial	1	0,5%
Total	197	100,0%

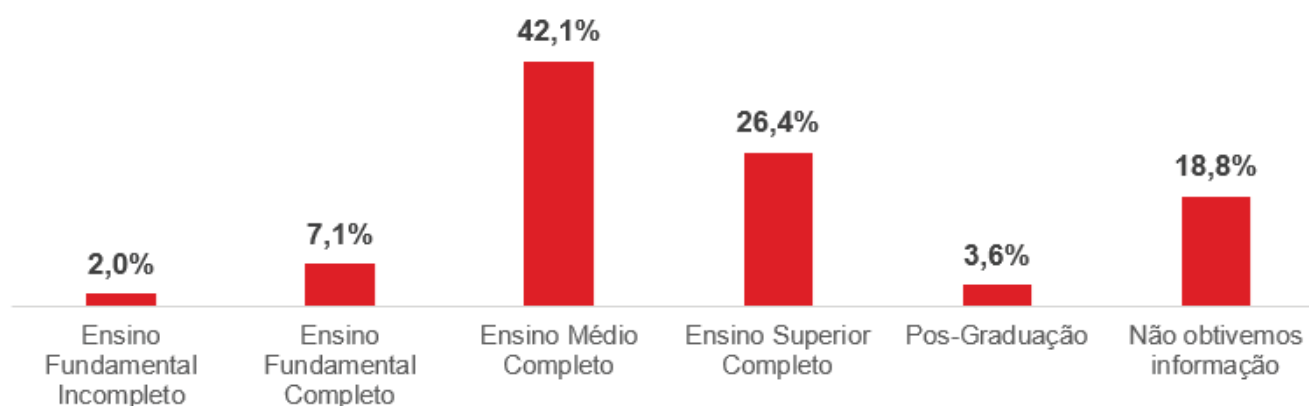
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 4: Escolaridade dos respondentes

	Respondentes	%
Ensino Fundamental Incompleto	4	2,0%
Ensino Fundamental Completo	14	7,1%
Ensino Médio Completo	83	42,1%
Ensino Superior Completo	52	26,4%
Pos-Graduação	7	3,6%
Não obtivemos informação	37	18,8%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 1: Escolaridade dos respondentes



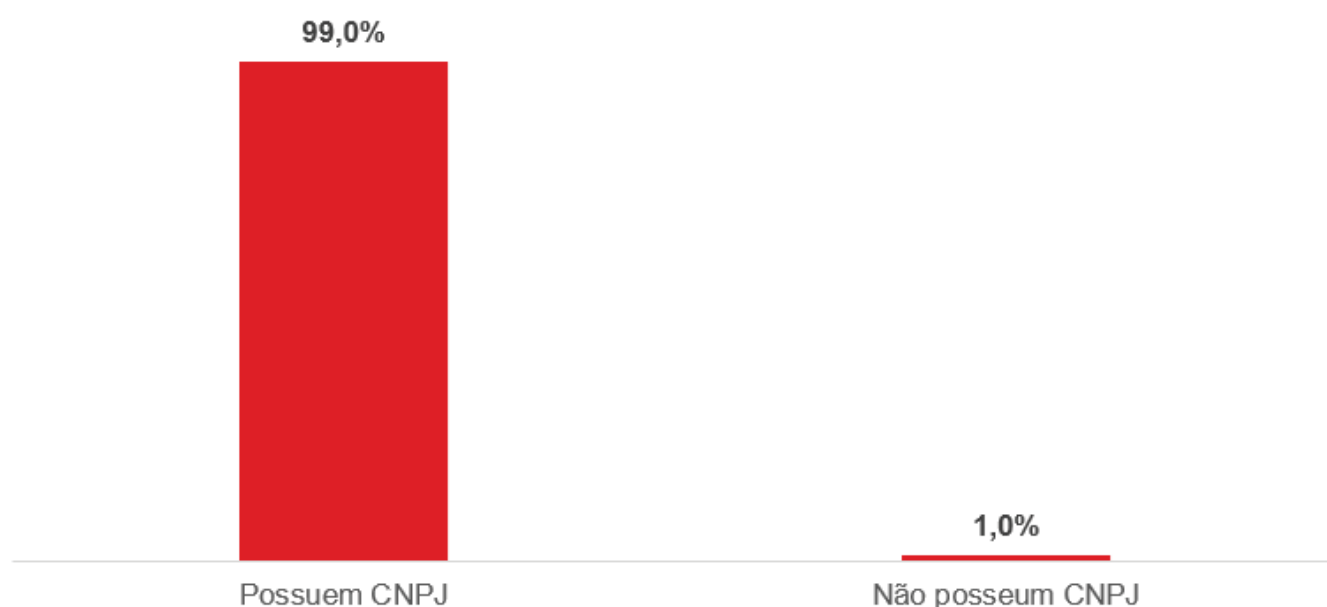
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 5. Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não CNPJ

	Respondentes	%
Possuem CNPJ	195	99,0%
Não possuem CNPJ	2	1,0%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 2. Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não CNPJ



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 6: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Site Próprio

	Respondentes	%
Não possuem	143	72,6%
Possuem	54	27,4%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 3: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Site Próprio



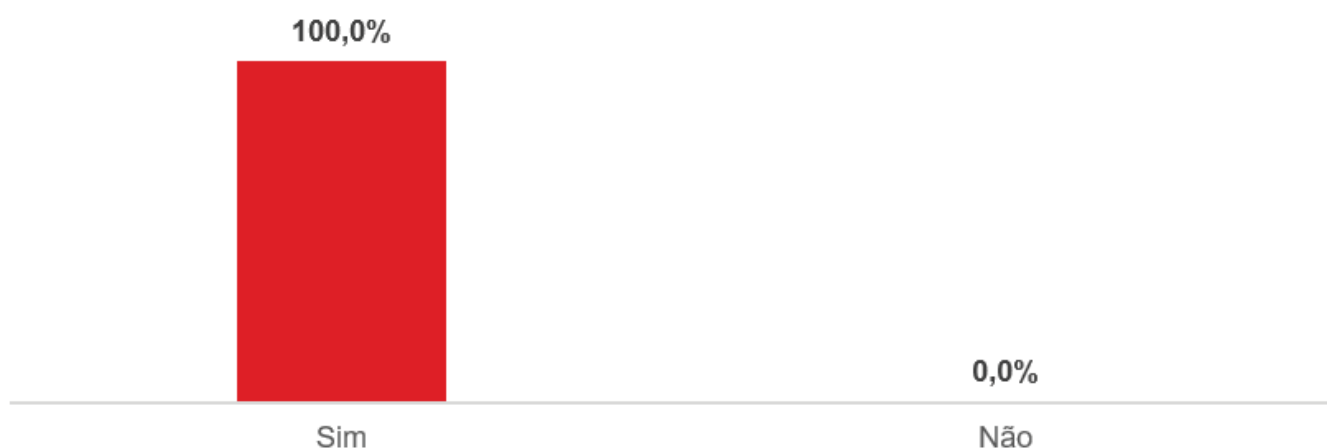
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 7: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não e-mail próprio

	Respondentes	%
Sim	197	100,0%
Não	0	0,0%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 4: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não e-mail próprio



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 8: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Redes Sociais

	Respondentes	%
Sim	112	56,9%
Não	85	43,1%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 5: Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Redes Sociais



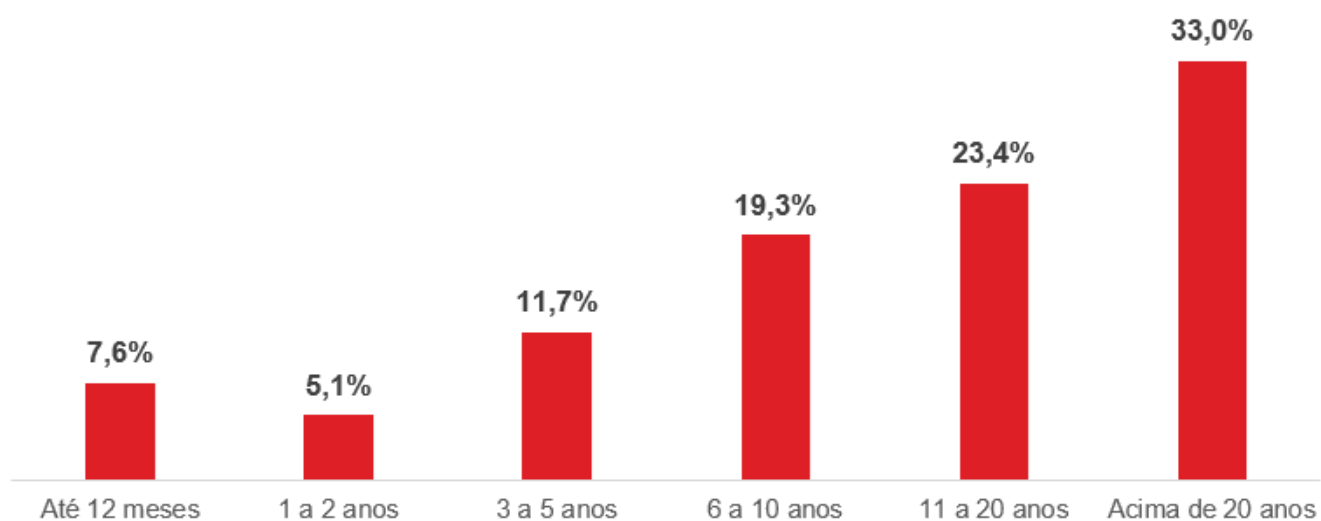
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 9: Tempo de Atividade dos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Até 12 meses	15	7,6%
1 a 2 anos	10	5,1%
3 a 5 anos	23	11,7%
6 a 10 anos	38	19,3%
11 a 20 anos	46	23,4%
Acima de 20 anos	65	33,0%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 6: Tempo de Atividade dos Empreendimentos de Hospedagem.



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 10: Medidas de resumo da tabela 9

Mínimo	Média	Máximo
Até 12 meses	13,9 anos	Mais de 20 anos

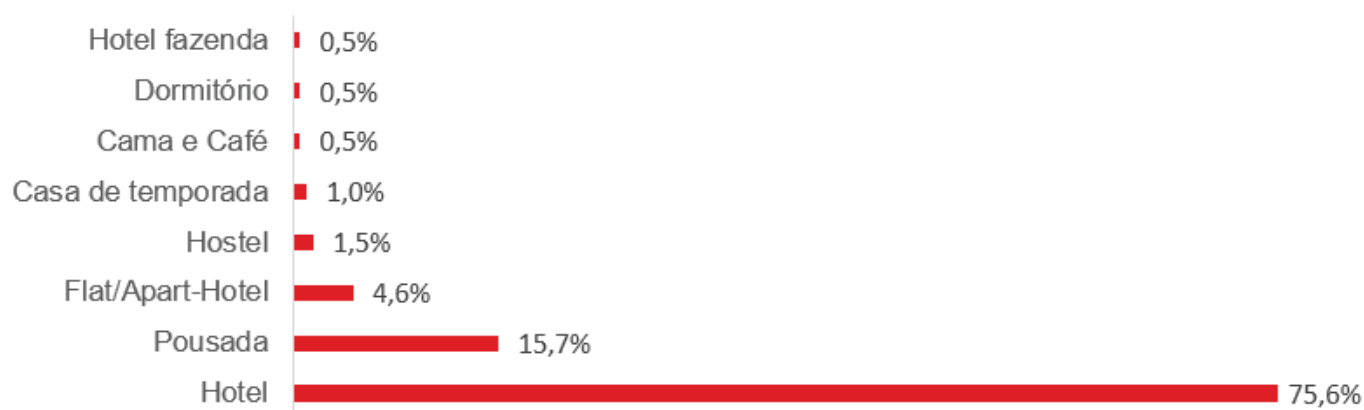
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 11: Tipos de Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Hotel	149	75,6%
Pousada	31	15,7%
Flat/Apart-Hotel	9	4,6%
Hostel Casa de temporada	3	1,5%
Casa de Temporada	2	1,0%
Cama e Café	1	0,5%
Dormitório	1	0,5%
Hotel fazenda	1	0,5%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 7: Tipos de Empreendimentos de Hospedagem



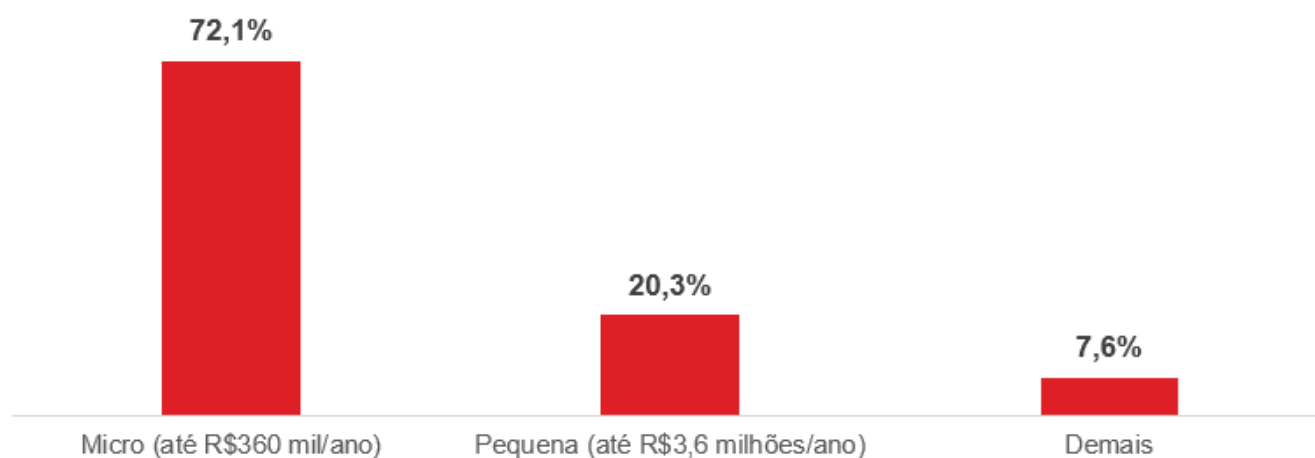
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 12: Porte da empresa

	Respondentes	%
Micro (até R\$360 mil/ano)	142	72,1%
Pequena (até R\$3,6 milhões/ano)	40	20,3%
Demais	15	7,6%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 8: Porte da empresa



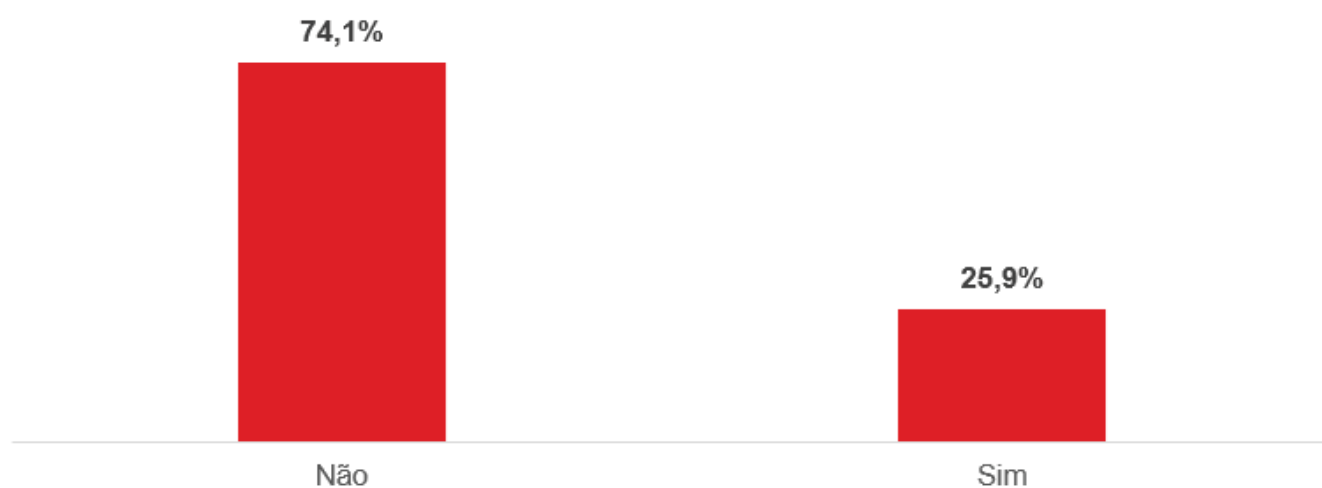
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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

	Respondentes	%
Não	146	74,1%
Sim	51	25,9%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



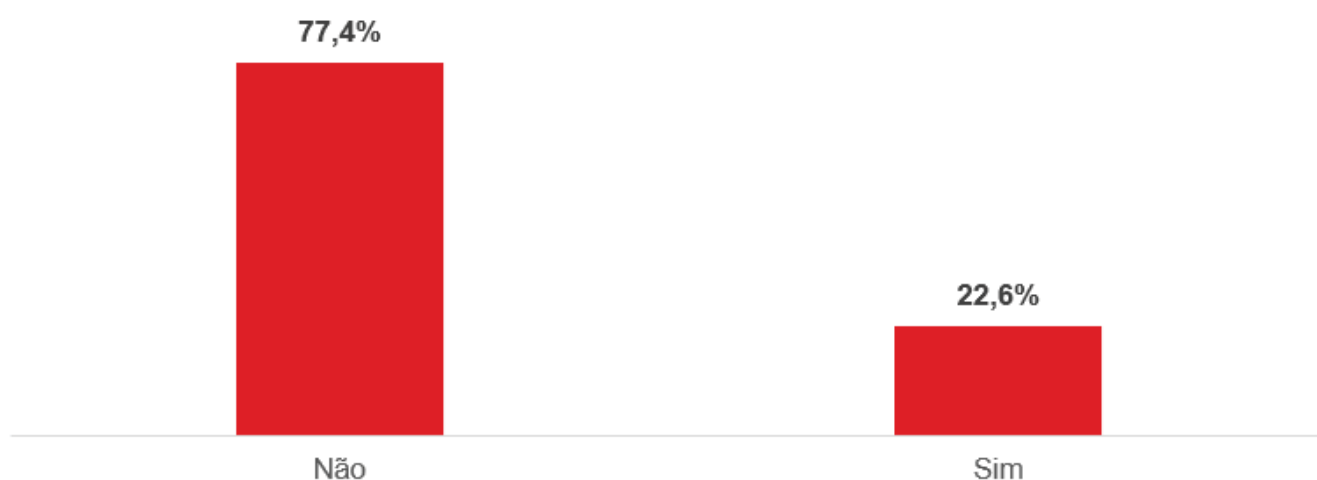
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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

	Respondentes	%
Não	113	77,4%
Sim	33	22,6%
Total	146	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 15. Se não, por que?

	Respondentes	%
Não respondeu	113	100,0%
Total	113	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 16: Situação dos Empreendimentos de Hospedagem cadastrados no CADASTUR – Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos.

	Respondentes	%
Sim	128	65,0%
Não	69	35,0%
Total	197	100,0%

Fonte: CADASTUR

Gráfico 11: Situação dos Empreendimentos de Hospedagem cadastrados no CADASTUR – Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos.



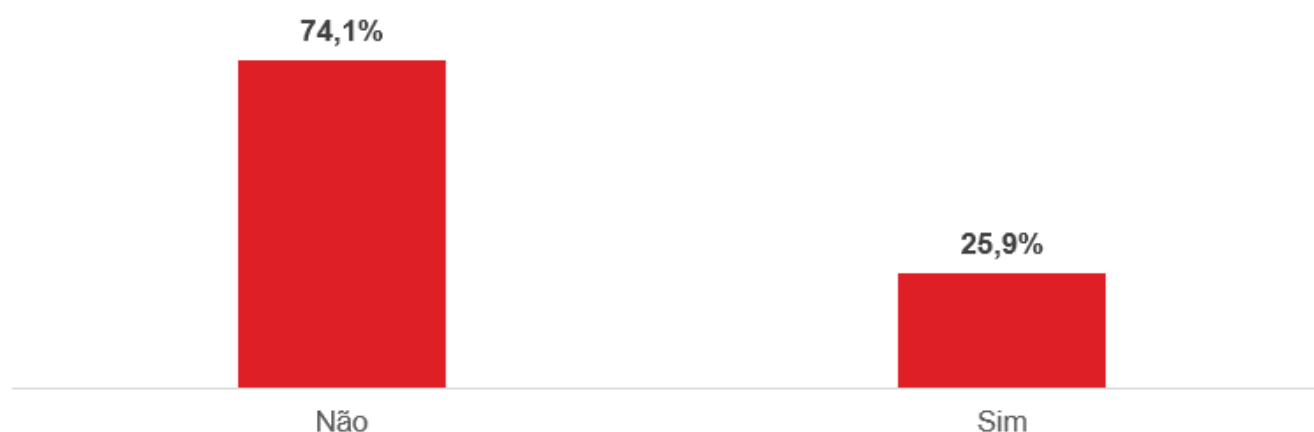
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 17: Situação dos meios de hospedagem sobre a filiação aos sindicatos

	Respondentes	%
Não	146	74,1%
Sim	51	25,9%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 12: Situação dos meios de hospedagem sobre a filiação aos sindicatos



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 18: Filiações dos Meios de Hospedagem ao sindicato.

	Respondentes	%
SINDHORBS	36	69,2%
Sindhotéis (SIHGO)	13	25,0%
SECOVI	1	1,9%
Seschseg	1	1,9%
SINTEP - GO	1	1,9%
Total	52	100,0%

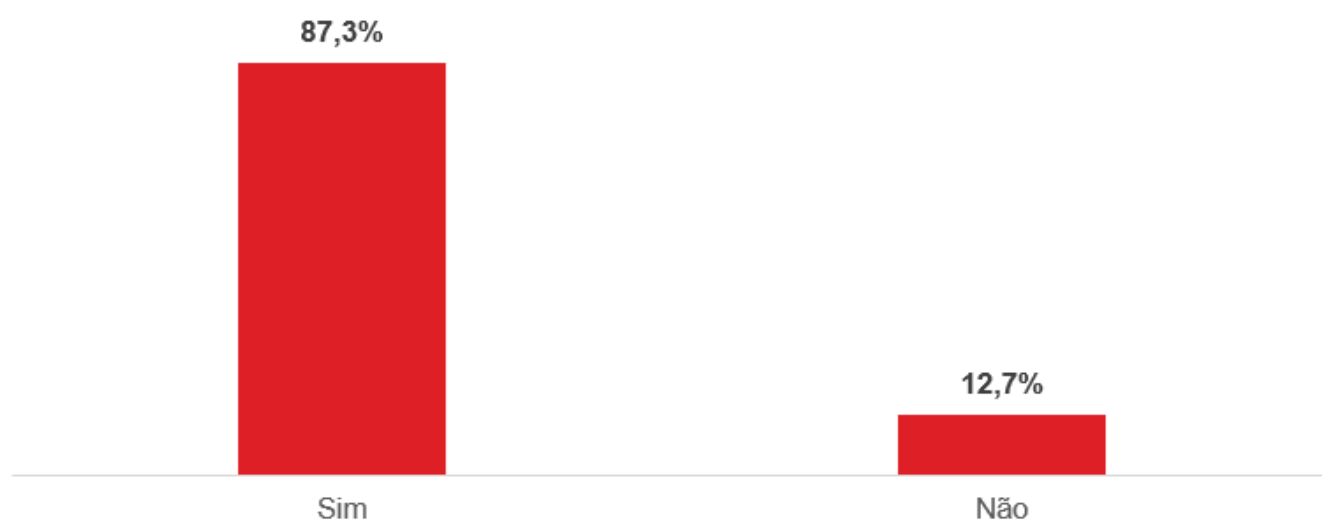
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 19: Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspedes.

	Respondentes	%
Sim	172	87,3%
Não	25	12,7%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 13: Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspedes.



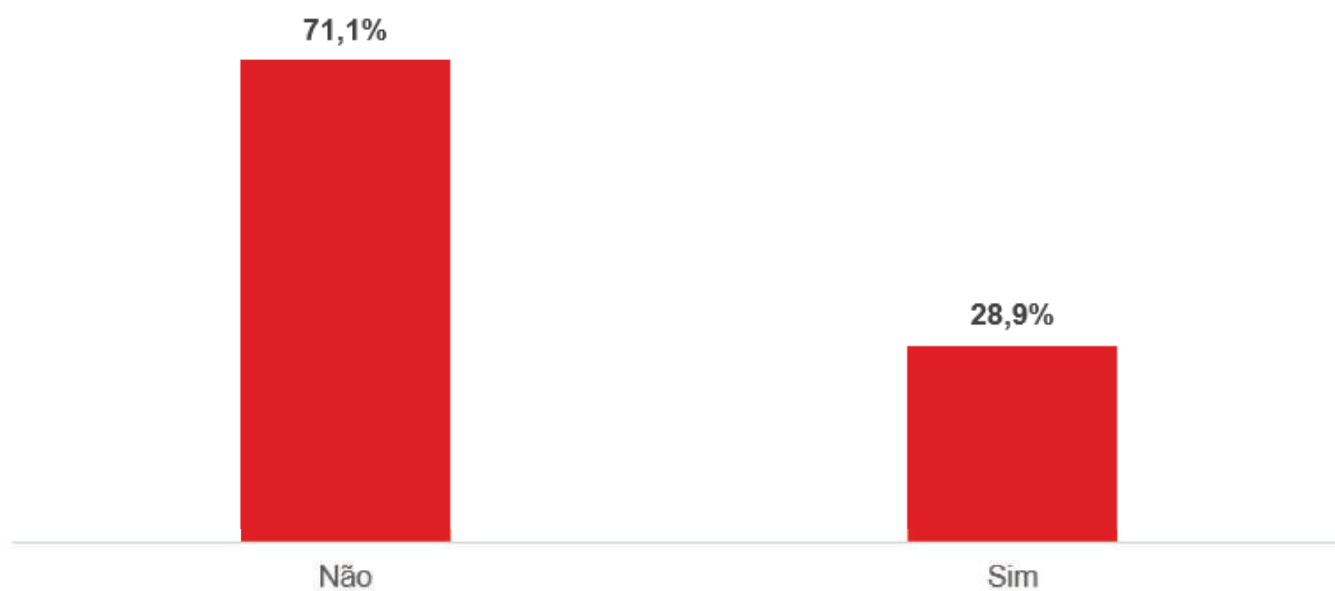
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 20: Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.

	Respondentes	%
Não	140	71,1%
Sim	57	28,9%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 14: Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.



CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO I: IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO



197 é a quantidade de empreendimentos pesquisados;



100,0% dos respondentes possuem e-mail;



72,6% dos respondentes possuem site próprio;



56,9% dos empreendimentos possuem Redes Sociais;



33,0% dos meios de hospedagem estão em atividade há mais de 20 anos;



25,9% dos empreendimentos é associado à ABIH-GO;



72,1 % dos meios de hospedagem são classificados como Micro Empresa;



65,0% dos empreendimentos estão cadastrados no CADASTUR;



87,3% dos respondentes confirmaram que preenchem a FNRH;



28,9% dos respondentes confirmaram que preenchem o BOH.





Foto: Estação Ferroviária de Goiânia / por Ângela Macário.

Bloco II

Capacidade de Atendimento / Instalações

No Bloco II apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem visitados em funcionamento. Trata-se da capacidade de atendimento / instalação dos meios de hospedagem visitados. Destaques para as seguintes informações:

Nas **tabelas 21 e 22** e **gráfico 16**: destacamos o total de UH's (número de quartos e apartamentos) dos meios de hospedagem pesquisados. Dos 197 empreendimentos pesquisados 32,0% (63 meios de hospedagem) possuem até 20 Unidades Habitacionais. O total de unidades habitacionais levantados foi de 9.976.

Na **tabela 26**: destacamos o número total dos leitos que corresponde a 19.862.

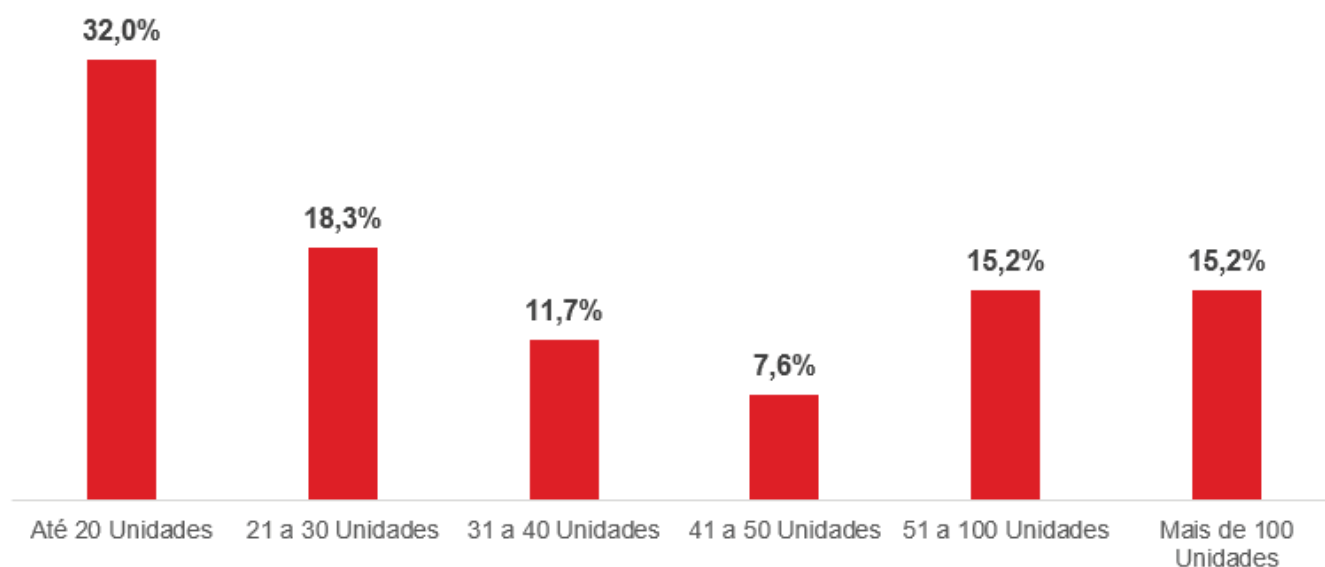
Na **tabela 29**: destacamos a média de UH's por hotel que corresponde a 50,6 quartos e a média do número de leitos por hotel é de 100,8.

Tabela 21: Número total de UH's (quartos, apartamentos)

Nº de UH's	Respondentes	%
Até 20 Unidades	63	32,0%
21 a 30 Unidades	36	18,3%
31 a 40 Unidades	23	11,7%
41 a 50 Unidades	15	7,6%
51 a 100 Unidades	30	15,2%
Mais de 100 Unidades	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 15: Número total de UH's (quartos, apartamentos)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 22: Medidas de Resumo da tabela 21

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
3	50,6	51,9	267	9.976

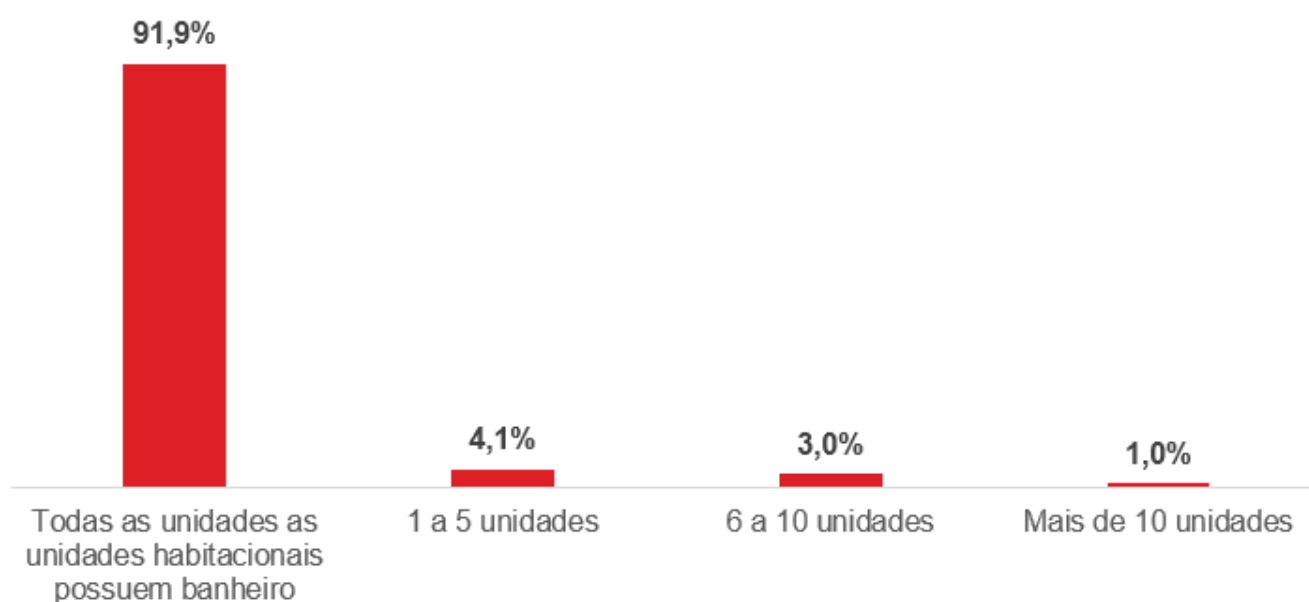
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 23. Total de UH's que não possuem banheiro

Nº de UH's	Respondentes	%
Todas as unidades as unidades habitacionais possuem banheiro	181	91,9%
1 a 5 unidades	8	4,1%
6 a 10 unidades	6	3,0%
Mais de 10 unidades	2	1,0%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 16. Total de UH's, que não possuem banheiro



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 24: Medidas de resumo da tabela 23

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	0,5	2,0	17	102

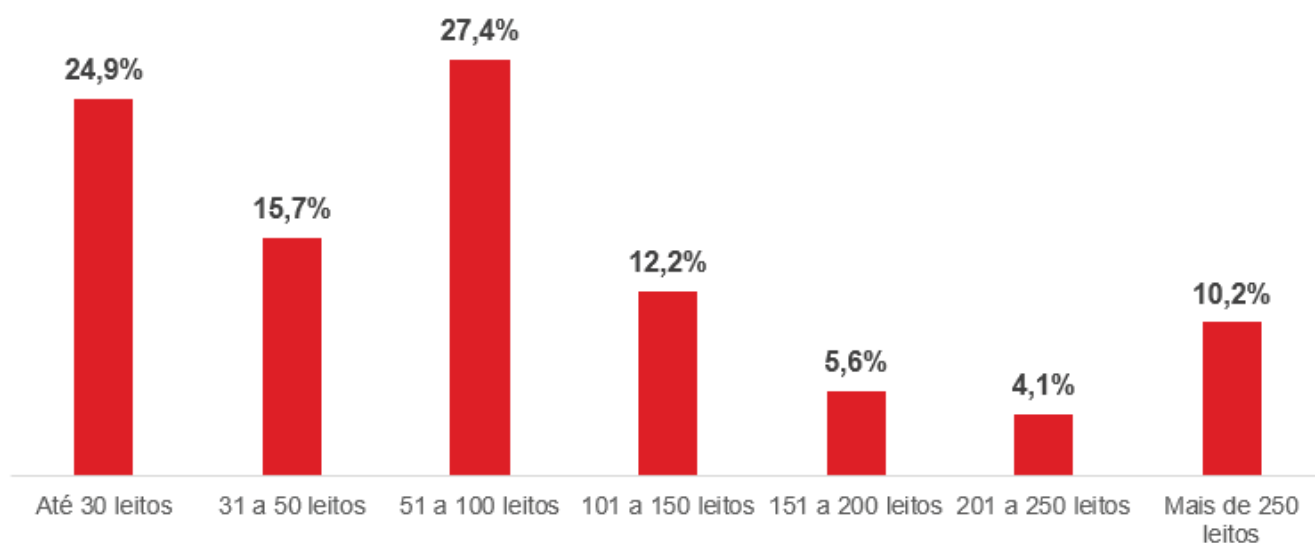
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 25. Número de leitos

Nº de Leitos	Respondentes	%
Até 30 leitos	49	24,9%
31 a 50 leitos	31	15,7%
51 a 100 leitos	54	27,4%
101 a 150 leitos	24	12,2%
151 a 200 leitos	11	5,6%
201 a 250 leitos	8	4,1%
Mais de 250 leitos	20	10,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 17. Número de leitos



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 26. Medidas de resumo da tabela 25

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
3	101,6	102,9	584	19.862

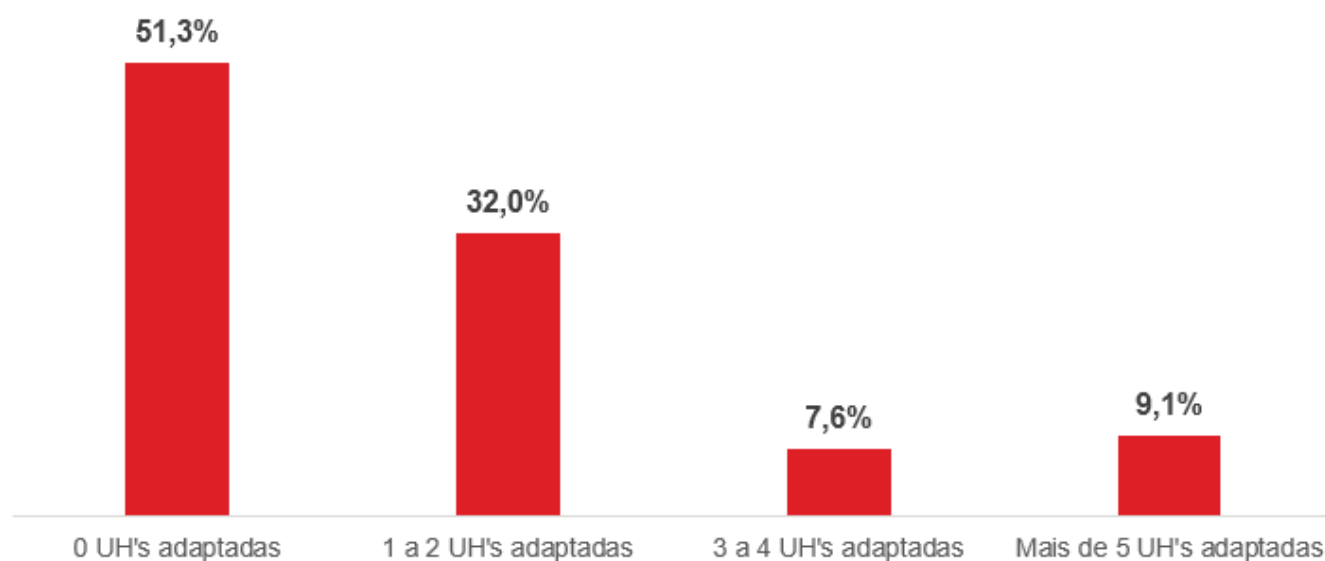
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 27. Número de UH's adaptadas para Pessoa com Deficiência (PcD)

	Respondentes	%
0 UH's adaptadas	101	51,3%
1 a 2 UH's adaptadas	63	32,0%
3 a 4 UH's adaptadas	15	7,6%
Mais de 5 UH's adaptadas	18	9,1%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 18. Número de UH's adaptadas para Pessoa com Deficiência (PcD)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 28. Medidas de resumo da tabela 27

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	2,4	1,54	5	232

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 29: Média de UH's e Leitos por tipo de hospedagem

	Média de Uhs	Média de Leitos
Hotel	56,9	112,5
Pousada	20,4	45,8
Flat/Apart-Hotel	90,9	172,3
Hostel	3,7	11,0
Casa de temporada	9,0	18,5
Dormitório	8,0	16,0
Cama e Café	4,0	8,0
Fazenda	12,0	36,0
Média Geral	50,6	100,8

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 30. As facilidades / equipamentos disponíveis nos quartos, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Wi-Fi gratuito	197	100,0%
Chuveiro frio	197	100,0%
Chuveiro quente	197	100,0%
Roupa de cama	197	100,0%
Toalhas	197	100,0%
Ar-condicionado	180	91,4%
TV	174	88,3%
Workstation (mesa de trabalho)	133	67,5%
Produtos de higiene pessoal gratuitos	114	57,9%
Guarda-roupa ou armários	103	52,3%
Minibar desabastecido	96	48,7%
Canais a cabo	76	38,6%
Detector de monóxido de carbono	69	35,0%
Mini-bar abastecido	65	33,0%
Arara de roupas	62	31,5%
Cofre	52	26,4%
Berço	45	22,8%
Sofá-cama	45	22,8%
Serviço de streaming	44	22,3%
Ferro de passar roupa	38	19,3%
Adaptador de voltagem	34	17,3%
Forno micro-ondas	10	5,1%
Geladeira	9	4,6%
Cozinha	9	4,6%
Varanda	9	4,6%
Cafeteira	9	4,6%
Utensílios	6	3,0%
Fogão	5	2,5%
Forno	4	2,0%
Sanduicheira	3	1,5%
Ventilador	2	1,0%
Rádio	2	1,0%
Liquidificador	2	1,0%
Mesa para jogos	1	0,5%

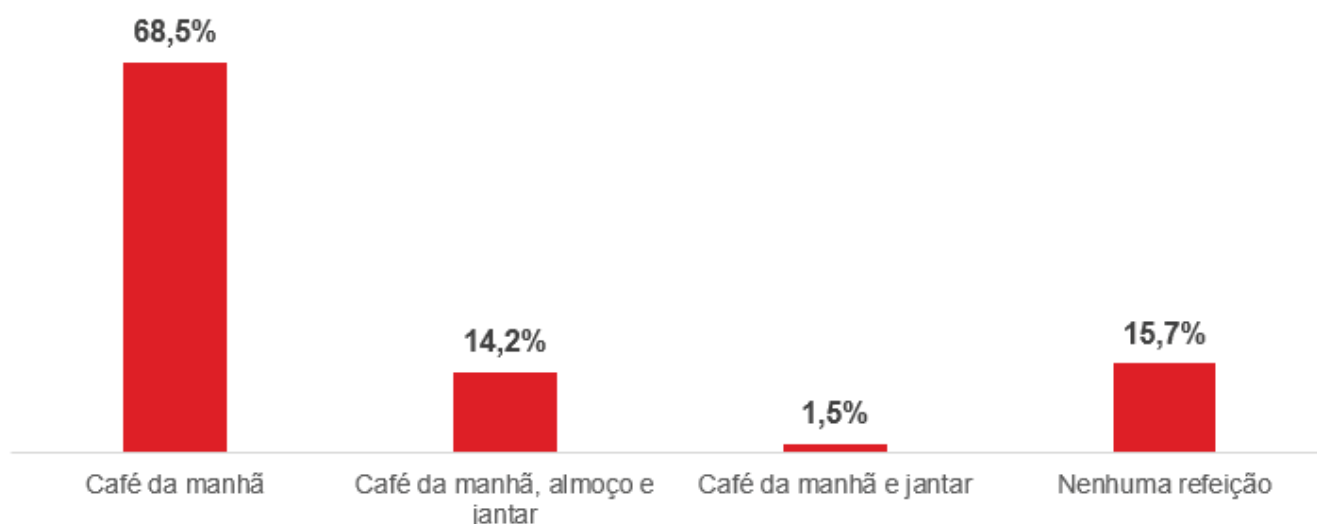
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 31. Refeições oferecidas pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Café da manhã	135	68,5%
Café da manhã, almoço e jantar	28	14,2%
Café da manhã e jantar	3	1,5%
Nenhuma refeição	31	15,7%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 19. Refeições oferecidas pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)



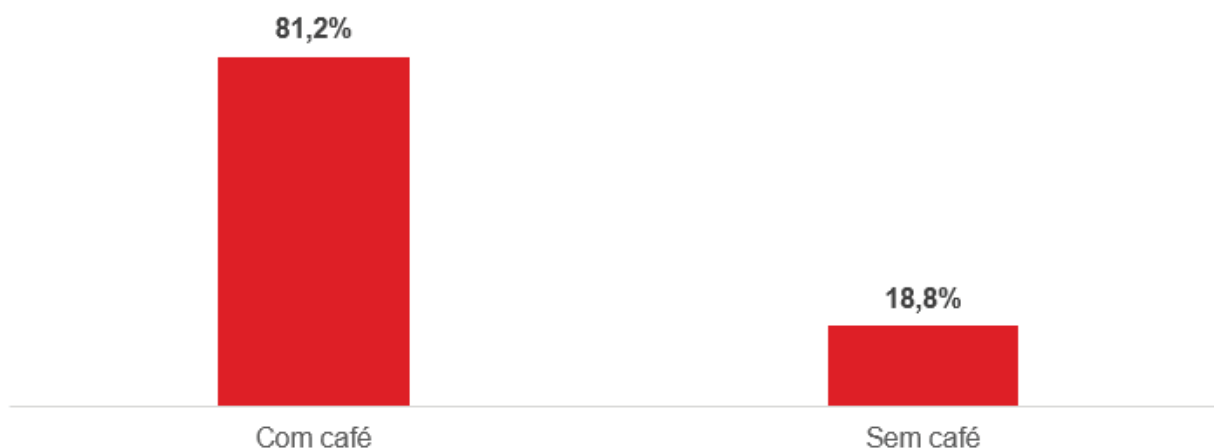
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 32. O principal tipo de diária ofertada

	Respondentes	%
Com café	160	81,2%
Sem café	37	18,8%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 20. O principal tipo de diária ofertada



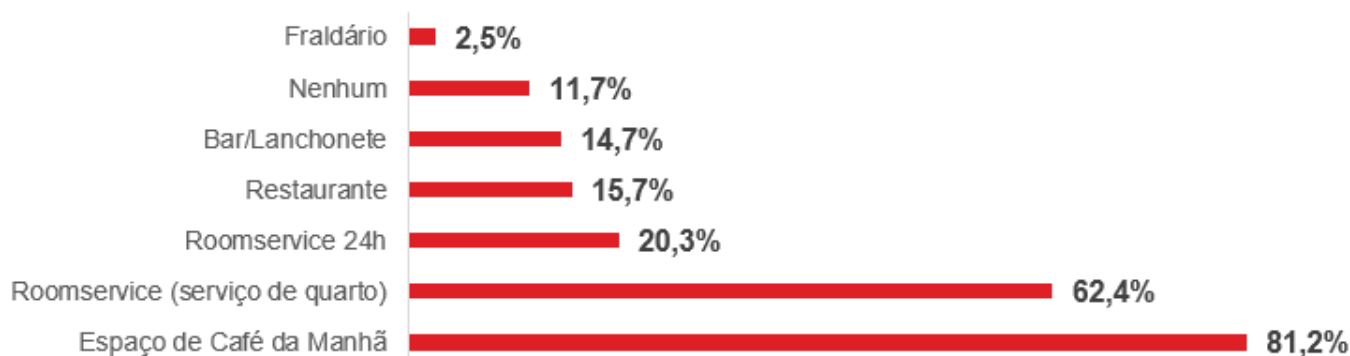
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 33. Espaços/serviços oferecidos pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Espaço de Café da Manhã	160	81,2%
Roomservice (serviço de quarto)	123	62,4%
Roomservice 24h	40	20,3%
Restaurante	31	15,7%
Bar/Lanchonete	29	14,7%
Nenhum	23	11,7%
Fraldário	5	2,5%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 21. Espaços/serviços oferecidos pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)



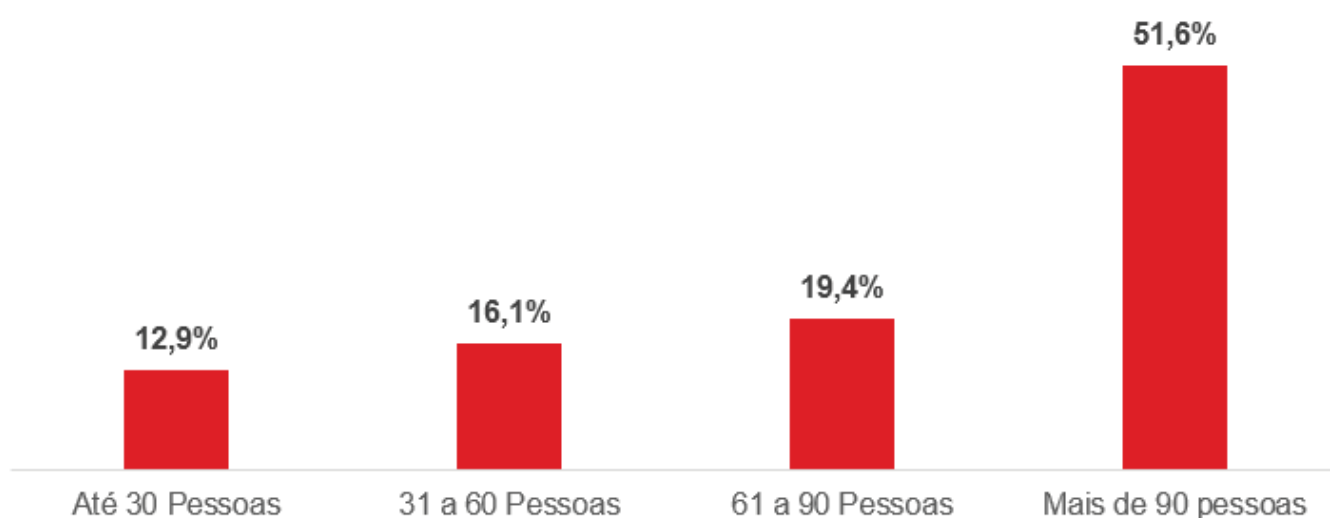
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 34. Capacidade dos restaurantes

	Respondentes	%
Até 30 Pessoas	4	12,9%
31 a 60 Pessoas	5	16,1%
61 a 90 Pessoas	6	19,4%
Mais de 90 pessoas	16	51,6%
Total	31	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 22: Capacidade dos restaurantes



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 35. Medidas de resumo da tabela 34

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
8	102,7	71,4	210	3.186

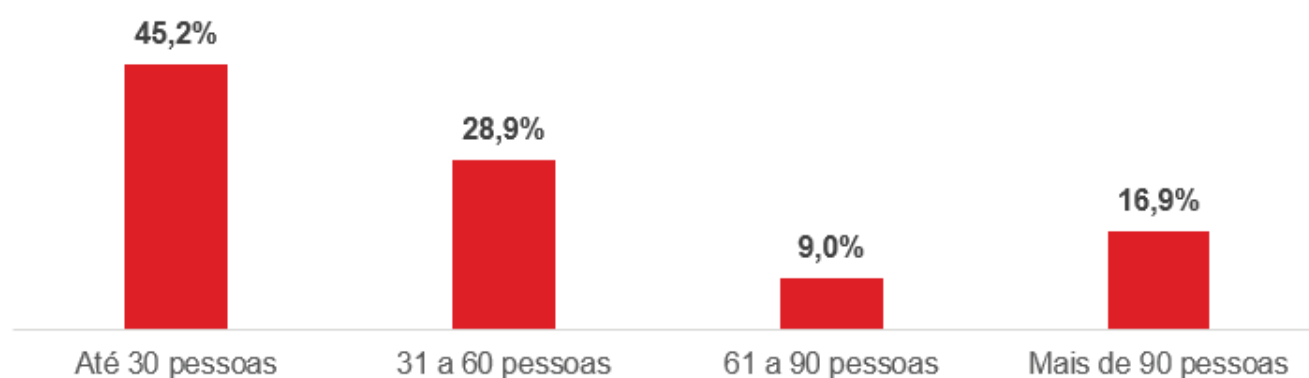
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 36. Capacidade de pessoas dos espaços de café da manhã

	Respondentes	%
Até 30 pessoas	75	45,2%
31 a 60 pessoas	48	28,9%
61 a 90 pessoas	15	9,0%
Mais de 90 pessoas	28	16,9%
Total	166	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 23: Capacidade de carga dos espaços de café da manhã



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 37. Medidas de resumo da tabela 36

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
6	56	55,4	320	9.161

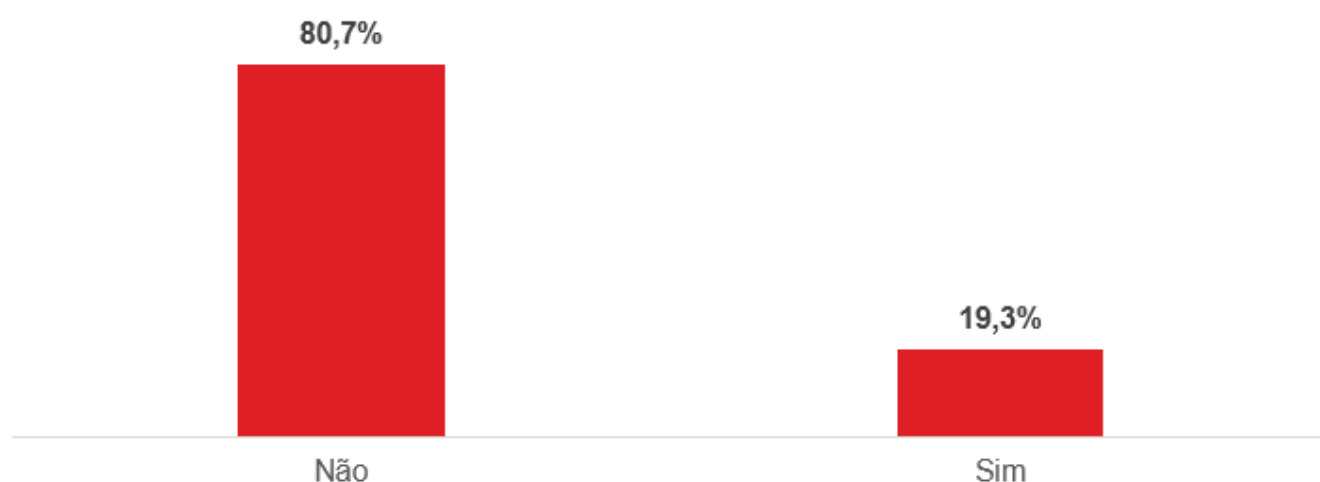
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 38. Empreendimentos de Hospedagem que possuem sala para eventos

	Respondentes	%
Não	159	80,7%
Sim	38	19,3%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 24. Empreendimentos de Hospedagem que possuem sala para eventos



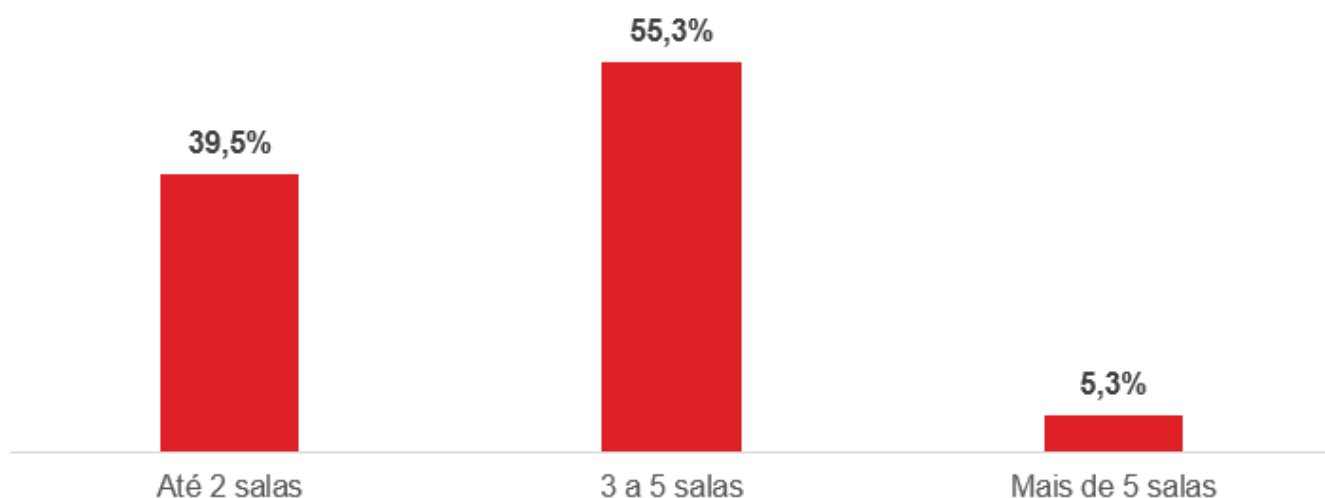
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 39. Quantitativo de salas para eventos

	Respondentes	%
Até 2 salas	15	39,5%
3 a 5 salas	21	55,3%
Mais de 5 salas	2	5,3%
Total	38	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 25. Quantitativo de salas para eventos



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 40. Medias de resumo da tabela 39

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	175,5	183,4	1.110	6.449

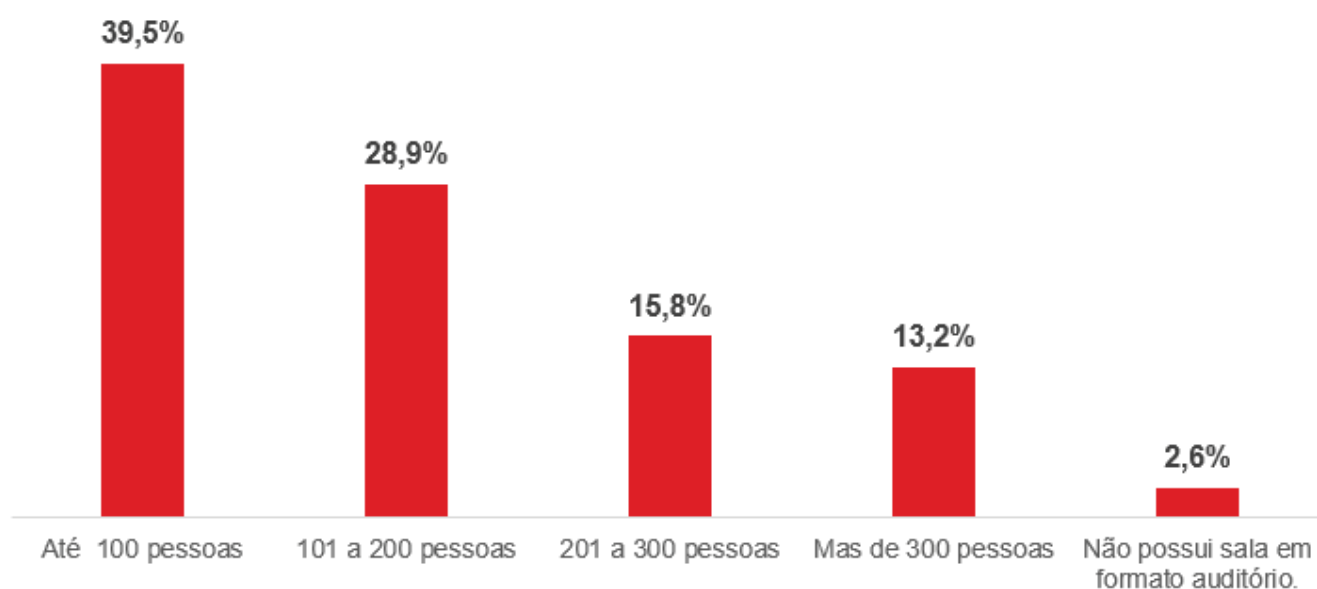
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 41. Capacidade total das salas em formato de auditório

	Respondentes	%
Até 100 pessoas	15	39,5%
101 a 200 pessoas	11	28,9%
201 a 300 pessoas	6	15,8%
Mas de 300 pessoas	5	13,2%
Não possui sala em formato auditório	1	2,6%
Total	38	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 26. Capacidade total das salas em formato de auditório



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 42. Médias de resumo da tabela 41

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	71,6	57,9	200	2.293

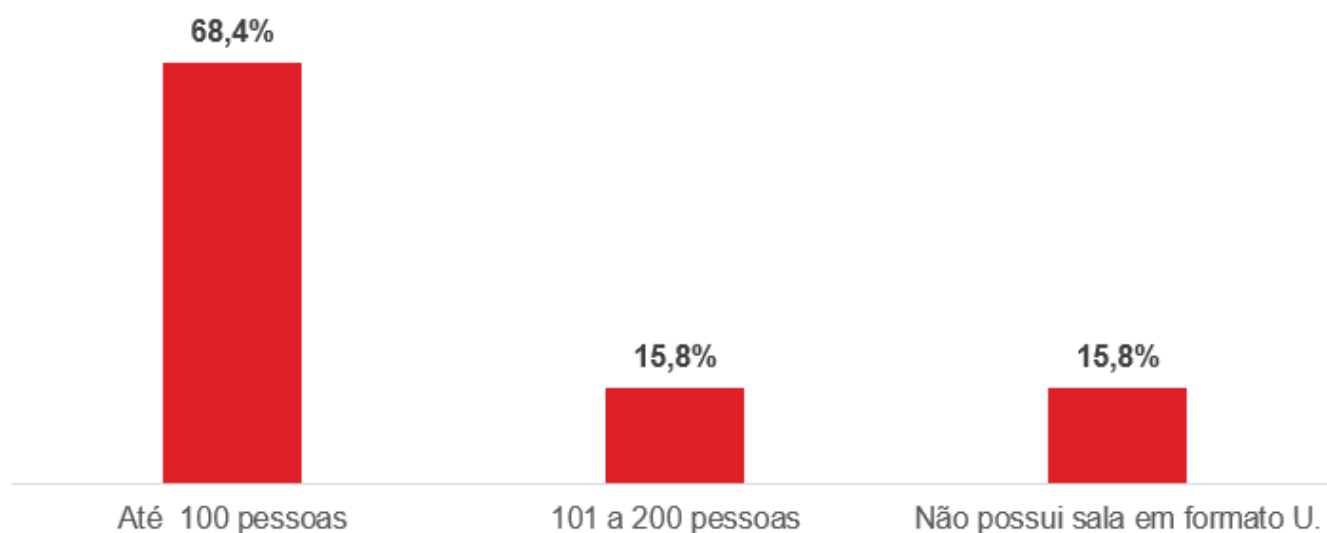
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 43. Capacidade total das salas em formato de “U”

	Respondentes	%
Até 100 pessoas	26	68,4%
101 a 200 pessoas	6	15,8%
Não possui sala em formato “U”	6	15,8%
Total	38	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 27. Capacidade total das salas em formato de U



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 44. Medidas de resumo da tabela 43

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	71,6	57,9	200	2.293

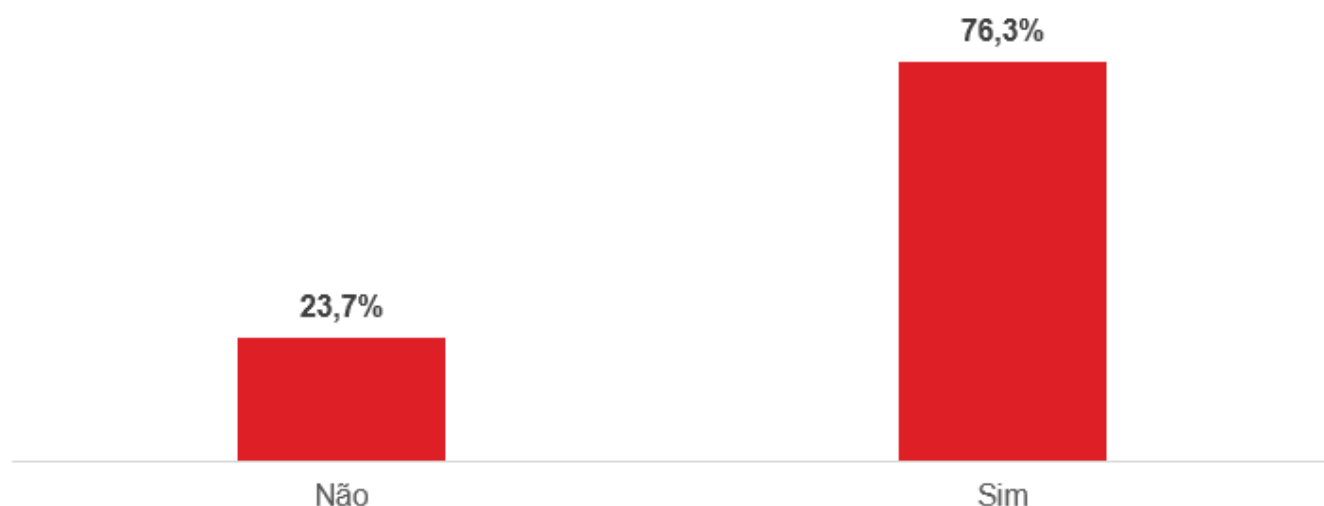
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 45. Meios de Hospedagem que possuem ou não serviços de A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos

	Respondentes	%
Não	9	23,7%
Sim	29	76,3%
Total	38	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 28: Meios de Hospedagem que possuem ou não serviços de A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos



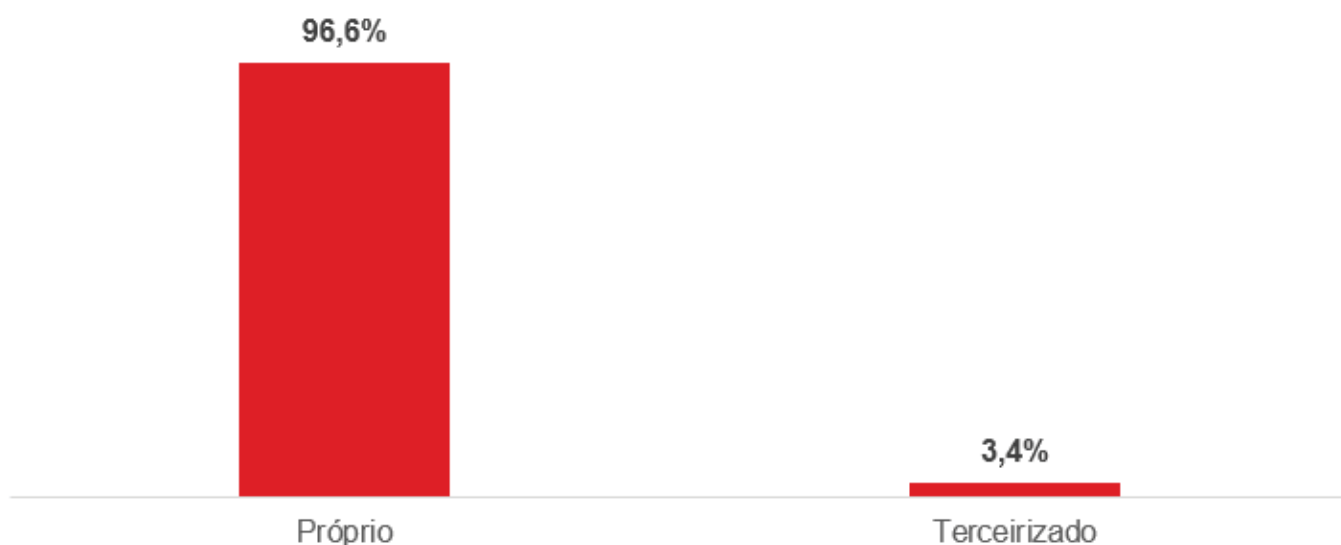
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 46. O serviço de A&B (Alimentos e Bebidas) é próprio ou terceirizado?

	Respondentes	%
Próprio	28	96,6%
Terceirizado	1	3,4%
Total	29	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



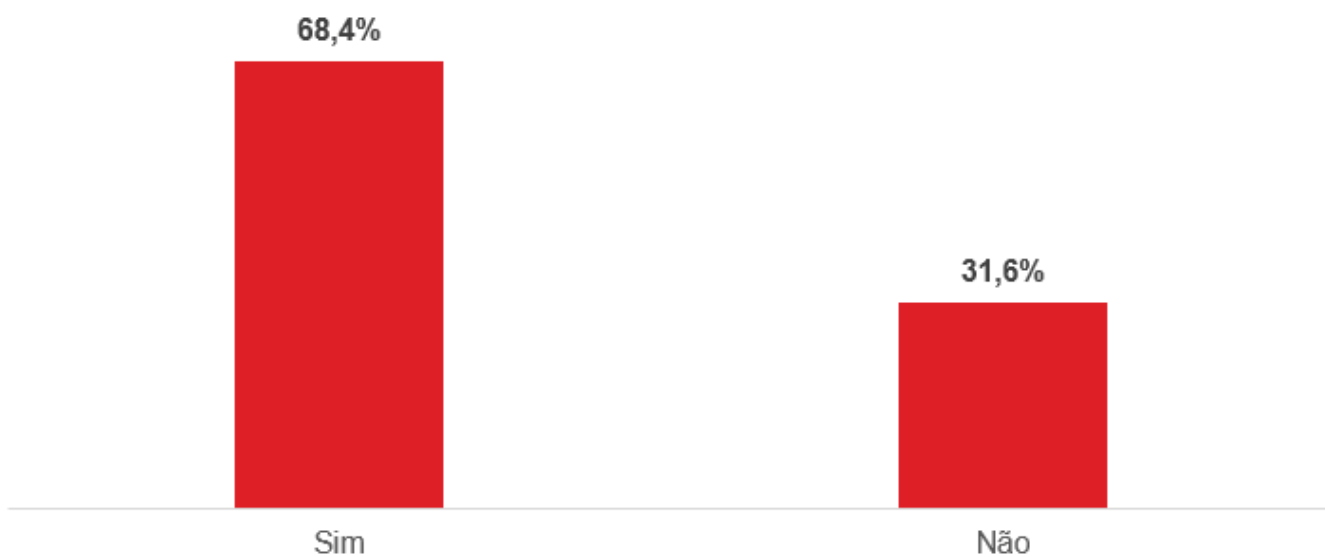
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 47. Faz locação de equipamentos para eventos?

	Respondentes	%
Sim	26	68,4%
Não	12	31,6%
Total	38	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 30. Faz locação de equipamentos para eventos?



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

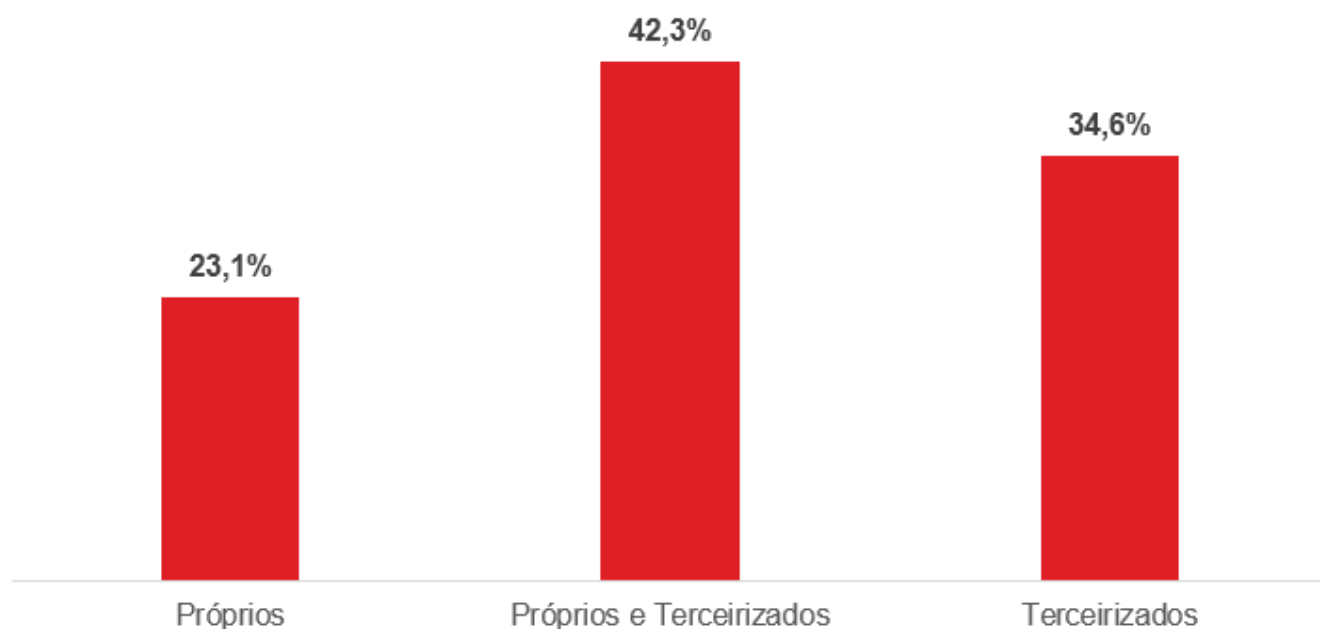
Tabela 48. Status dos equipamentos

	Respondentes	%
Próprios	6	23,1%
Próprios e Terceirizados	11	42,3%
Terceirizados	9	34,6%
Total	26	100,0%

Obs.: Dos empreendimentos que possuem espaço de eventos, 12 não fazem locação de equipamentos.

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 31. Status dos equipamentos



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO II: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / INSTALAÇÕES



9976* é a média total de UH's (quartos e apartamentos);



19.862 é o total de leitos;



232* é a média total de UH's adaptadas para PcD**.



81,2% dos MH's ofertam diária com café da manhã como principal tipo de diária;



Ao menos 15,1% dos meios de hospedagem dispõem de restaurantes;



19,3% dos meios de hospedagem possuem sala para eventos;

*Considera-se os 197 estabelecimentos pesquisados.

**PcD = Pessoas com Deficiência.





Foto: Catedral Metropolitana N. S.ª Auxiliadora / por Ângela Macário.

Bloco III

SERVIÇOS Adicionais Oferecidos

No Bloco III apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem em funcionamento. Trata-se da descrição dos serviços adicionais oferecidos nos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na **tabela 49**: destacamos que 100% dos meios hospedagem pesquisados possuem acesso à internet; 71,1% dos meios de hospedagem pesquisados possuem estacionamento e que 58,1% possuem garagem.

Na **tabela 50 e gráfico 32**: constatou-se que 71,1% dos meios de hospedagem pesquisados não possuem área de lazer.

Na **tabela 51**: destacamos que 12,7% dos meios de hospedagem de Goiânia possuem piscina fria ou aquecida.

Tabela 49. Os produtos/serviços/equipamentos disponíveis dos Empreendimentos de Hospedagem disponíveis aos clientes, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Internet Wifi	197	100,0%
Estacionamento	140	71,1%
Garagem	115	58,4%
Circuito interno de TV	112	56,9%
Guarda bagagem	92	46,7%
Informações turísticas	75	38,1%
Elevador	74	37,6%
Hospedagem com animais de estimação	67	34,0%
Copiadora	56	28,4%
Lavanderia	40	20,3%
Cofre	36	18,3%
Serviço bilíngue	25	12,7%
Acessibilidade PCD	24	12,2%
Manobrista	23	11,7%
Música ambiente	19	9,6%
Coffee Shop (Cafeteria)	15	7,6%

	Respondentes	%
Elevador adaptado	10	5,1%
Loja de conveniência	9	4,6%
Central telefônica	7	3,6%
Business Center	6	3,0%
Brinquedoteca	6	3,0%
Agência de viagens	4	2,0%
Farmácia	2	1,0%
Aluguel de computador	1	0,5%
Salão de beleza	1	0,5%
Apoio médico	1	0,5%
FAX	1	0,5%

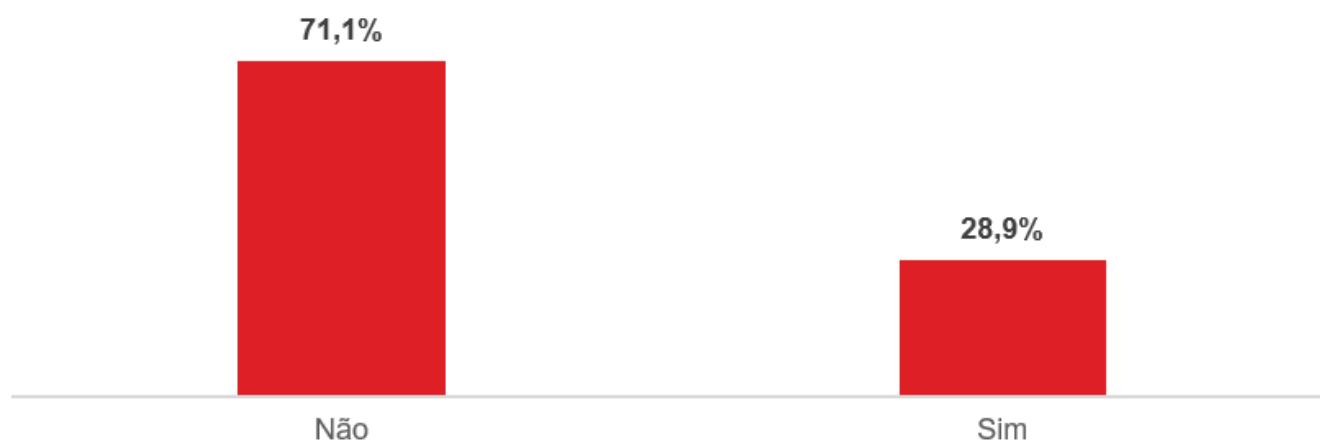
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 50. Situação atual dos Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Área de Lazer, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Não	140	71,1%
Sim	57	28,9%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 32. Situação atual dos Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não Área de Lazer, Revenue Management (RM)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 51. Equipamentos oferecidos pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Não possuem área de lazer	140	71,1%
Sala de TV e vídeo	32	16,2%
Sala de ginástica	26	13,2%
Piscina fria	14	7,1%
Piscina aquecida	11	5,6%
Sauna a vapor	8	4,1%
Spa	7	3,6%
Churrasqueira	5	2,5%
Salão de jogos	5	2,5%
Hidromassagem/Sala de massagem	5	2,5%
Playground	4	2,0%
Sauna seca	2	1,0%
Brinquedoteca	2	1,0%
Recreador	2	1,0%
Quadra de esporte	1	0,5%
Sala de leitura	1	0,5%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO III: SERVIÇOS ADICIONAIS OFERECIDOS



71,1% dos MH's* ativos possuem área de lazer;



100% dos meios de hospedagem possuem wi-fi;



71,1% dos meios de hospedagem possuem estacionamento;



20,3% dos meios de hospedagem pesquisados possuem lavanderia;



37,6% dos MH's possuem elevadores;



16,2% dos MH's possuem sala de TV e vídeo;



2,5% dos MH's possuem churrasqueira;



4,1% dos MH's possuem sauna a vapor.

*Obs.: MH's = Meios de Hospedagem.





Foto: Parque Zoológico de Goiânia / por Leandro Moura.

Bloco IV

FORMAS DE PAGAMENTO / Tarifas

No Bloco IV apresentamos as respostas relativas às entrevistas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem pesquisados. Trata-se das formas de pagamentos e tarifas utilizadas pelos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na **tabela 52**: Destacamos que 100% dos empreendimentos de hospedagem pesquisados aceitam a moeda brasileira como meio de pagamento, e 94,4% aceitam cartões de crédito e débito.

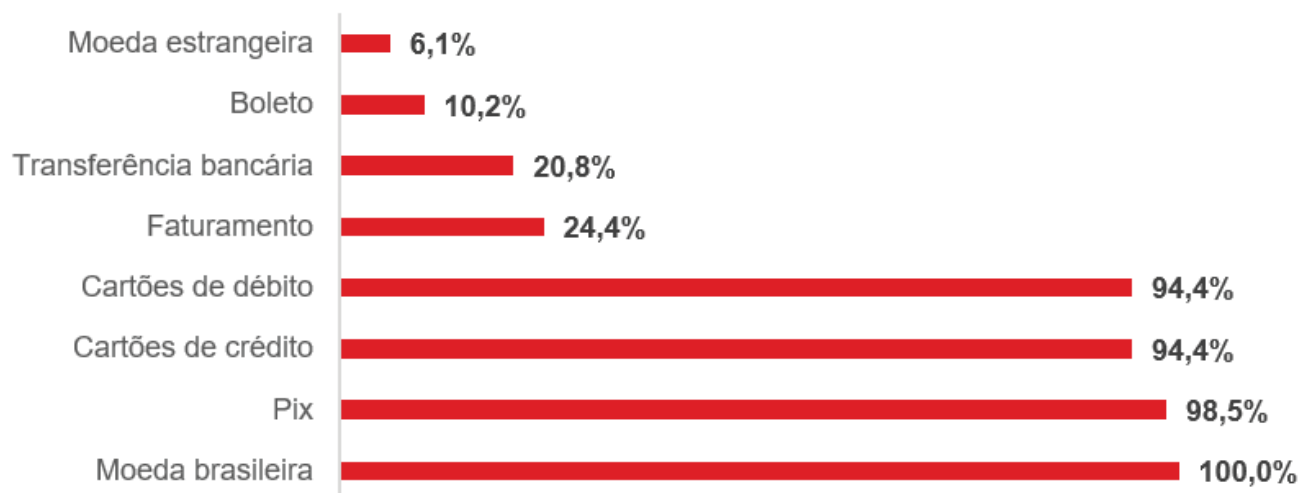
Na **tabela 54**: destacamos que a diária média nos meios de hospedagem é de R\$ 190,69.

Tabela 52. As formas de pagamento aceitas pelos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Moeda brasileira	197	100,0%
Pix	194	98,5%
Cartões de crédito	186	94,4%
Cartões de débito	186	94,4%
Faturamento	48	24,4%
Transferência bancária	41	20,8%
Boleto	20	10,2%
Moeda estrangeira	12	6,1%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



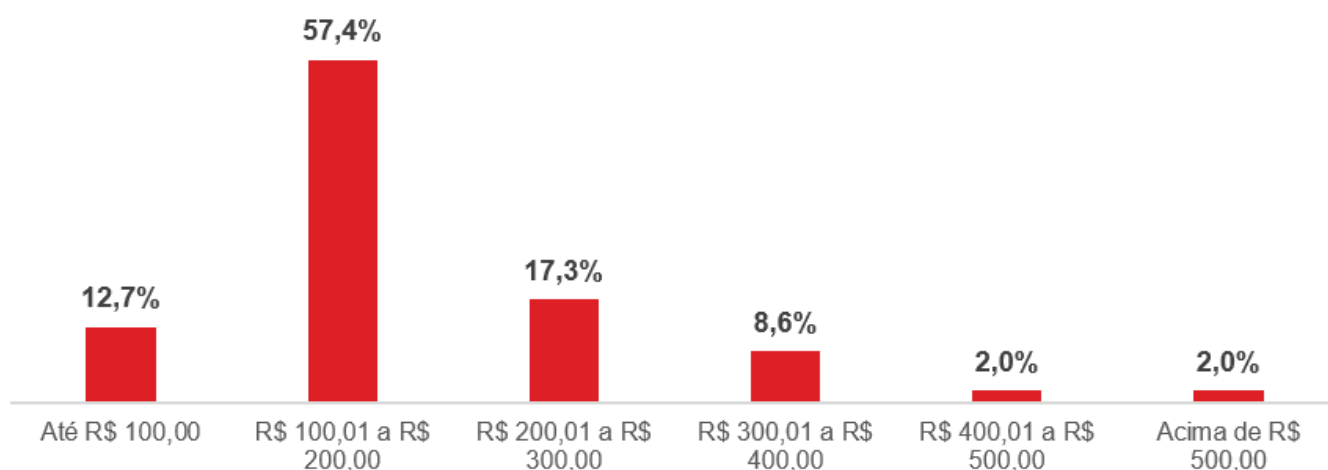
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 53: O valor médio da diária (tarifas)

	Respondentes	%
Até R\$ 100,00	25	12,7%
R\$ 100,01 a R\$ 200,00	113	57,4%
R\$ 200,01 a R\$ 300,00	34	17,3%
R\$ 300,01 a R\$ 400,00	17	8,6%
R\$ 400,01 a R\$ 500,00	4	2,0%
Acima de R\$ 500,00	4	2,0%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 34: O valor médio da diária (tarifas)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 54: Medidas de resumo da tabela 53

Mínimo	Média	Máximo
R\$ 30	R\$ 190,69	R\$ 1.491,00

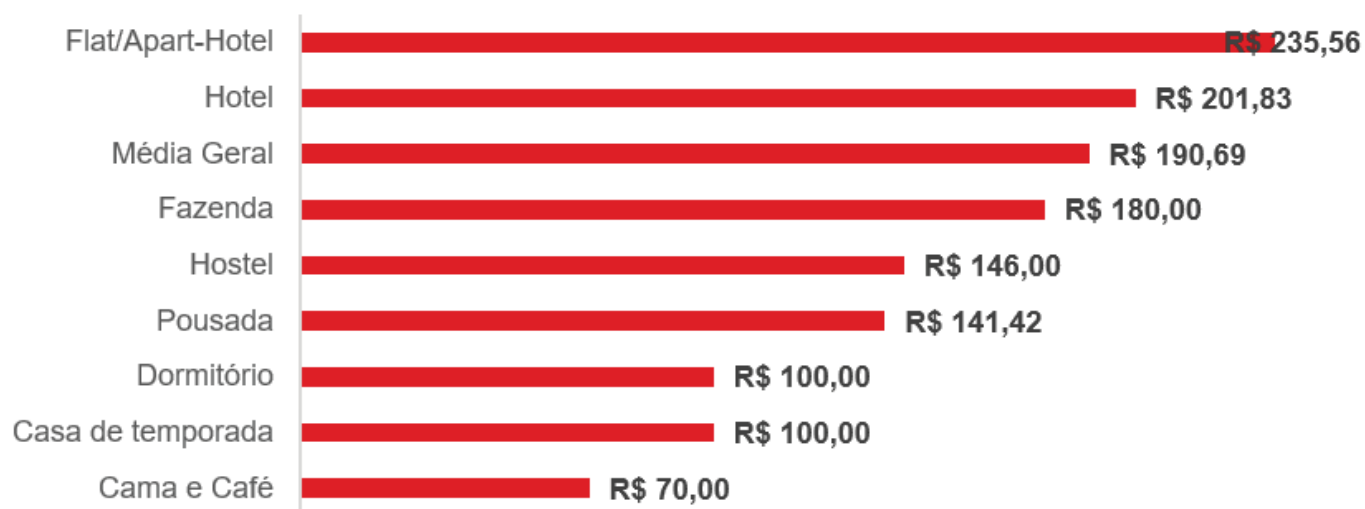
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 55: Valor médio da diária/tarifa por tipo de meio de hospedagem

Respondentes	%
Cama e Café	R\$ 70,00
Casa de temporada	R\$ 100,00
Dormitório	R\$ 100,00
Pousada	R\$ 141,42
Hostel	R\$ 146,00
Fazenda	R\$ 180,00
Média Geral	R\$ 190,69
Hotel	R\$ 201,83
Flat/Apart-Hotel	R\$ 235,56

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 35: Valor médio da diária/tarifa por tipo de meio de hospedagem



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 56. Situação sobre o valor da diária/tarifa se está incluso ou não no café da manhã

	Respondentes	%
Sim	163	82,7%
Não	34	17,3%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 36: Situação sobre o valor da diária/tarifa estar incluso ou não no café da manhã



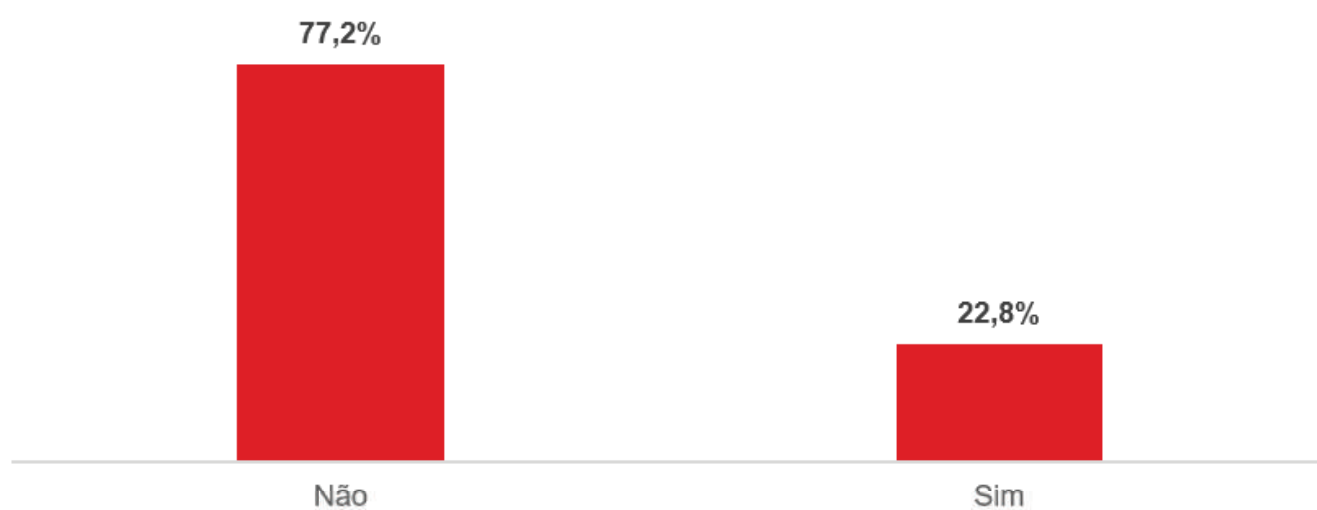
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 57: Existência do serviço de café da manhã opcional

	Respondentes	%
Não	152	77,2%
Sim	45	22,8%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 37: Existência do serviço de café da manhã opcional



CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO IV: FORMAS DE PAGAMENTO / TARIFAS



*O valor médio da diária/tarifa do MH é de R\$190,69;



82,7% dos meios de hospedagem já
incluem café da manhã na tarifa;



Valor médio da diária para Casas de Temporada é de
R\$100,00;



Valor médio da diária para hotéis é de
R\$201,83;



Valor médio da diária para pousadas é de R\$141,00;



Valor médio da diária para hostels é de
R\$146,00;

*Considera-se os meses de janeiro a novembro de 2025 para o cálculo.





Foto: Visão ampla do Parque Flamboyant / por Géision Carvalho.

Bloco V

Ocupação / CLIENTES

No Bloco V apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem pesquisados. Trata-se da análise da ocupação dos hóspedes/clientes dos meios de hospedagem. Destaque para as seguintes informações:

Na **tabela 61**: destacamos o valor médio de ocupação pelos hóspedes/clientes de 2022 foi de 59,6%.

Na **tabela 61**: destacamos o valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2023 que foi de: 60,6%

Na **tabela 61**: destacamos o valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2024 que foi de: 63,0%

No **gráfico 43**: Destacamos que os meses de alta temporada são junho, julho e dezembro. Já os meses de baixa temporada são março, setembro e outubro.

Na **tabela 65**: destacamos o tempo médio de permanência do turista em alta temporada de 3,1 dias.

Na **tabela 67**: destacamos o tempo médio de permanência do turista em baixa temporada de 1,6 dias.

Na **tabela 68**: Destacamos que parte expressiva dos hóspedes dos meios de hospedagens de Goiânia tem como principal objetivo/motivação para ficarem hospedados na cidade a participação em atividades que envolvam negócios, tais Como Negociações empresariais; Compras; eventos empresariais ou feiras, também é expressiva a quantidade de hóspedes que estão realizando tratamento de Saúde.

Tabela 58. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2022

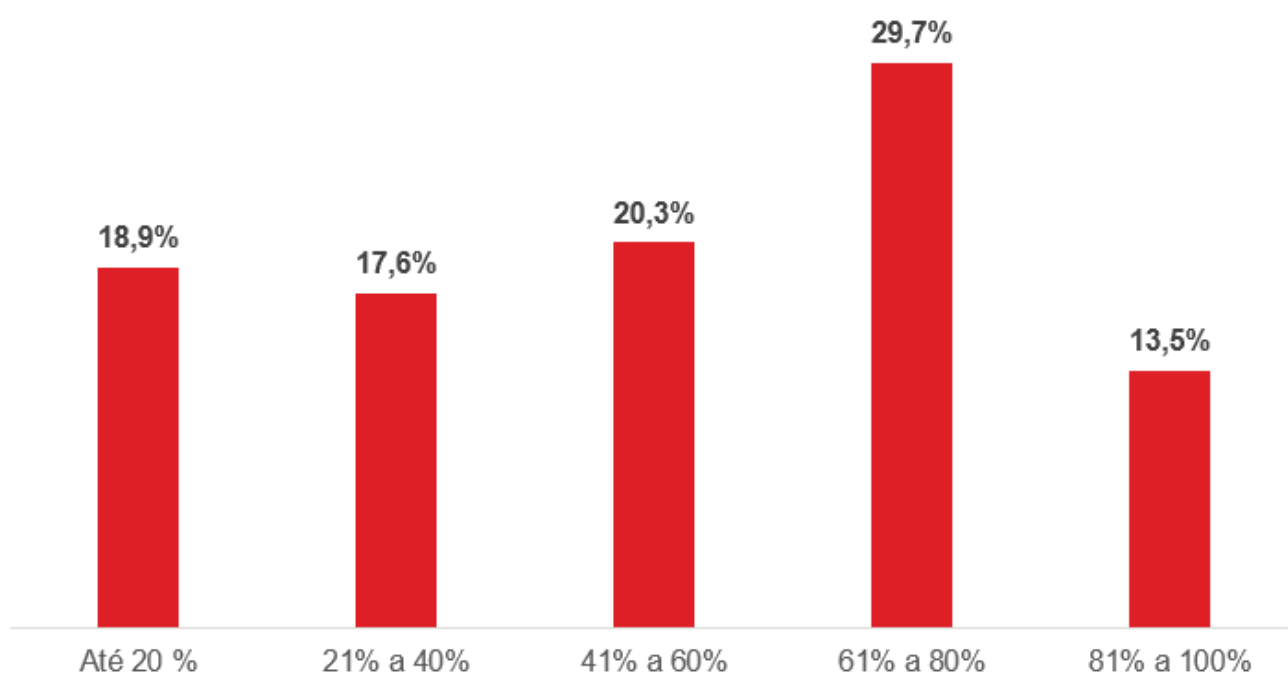
2022	Respondentes	%
Até 20 %	14	18,9%
21% a 40%	13	17,6%

2022	Respondentes	%
41% a 60%	15	20,3%
61% a 80%	22	29,7%
81% a 100%	10	13,5%
Total	74	100,0%

Obs.: A amostra utilizada para o cálculo compreendeu 74 empreendimentos em 2022. 123 respondentes não forneceu a informação relativa à taxa de ocupação para o exercício de 2022.

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 38. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2022



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 59. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2023

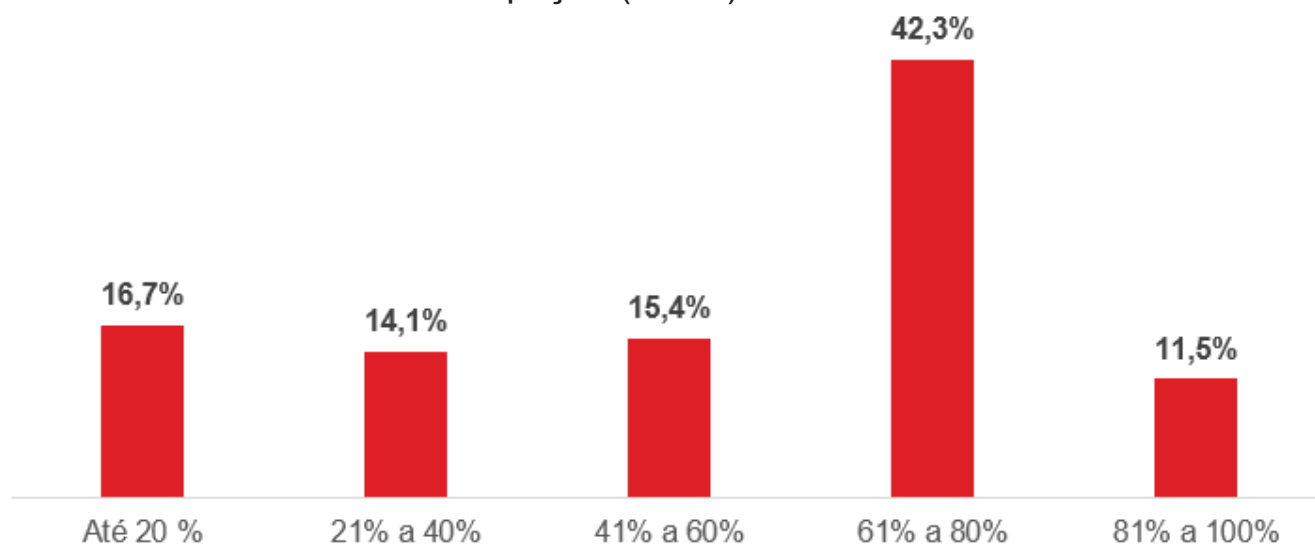
2023	Respondentes	%
Até 20 %	13	16,7%
21% a 40%	11	14,1%
41% a 60%	12	15,4%
61% a 80%	33	42,3%

2023	Respondentes	%
81% a 100%	9	11,5%
Total	78	100,0%

Obs.: A amostra utilizada para o cálculo compreendeu 78 empreendimentos em 2022; 119 respondentes não forneceu a informação relativa à taxa de ocupação para o exercício de 2023

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 39. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2023



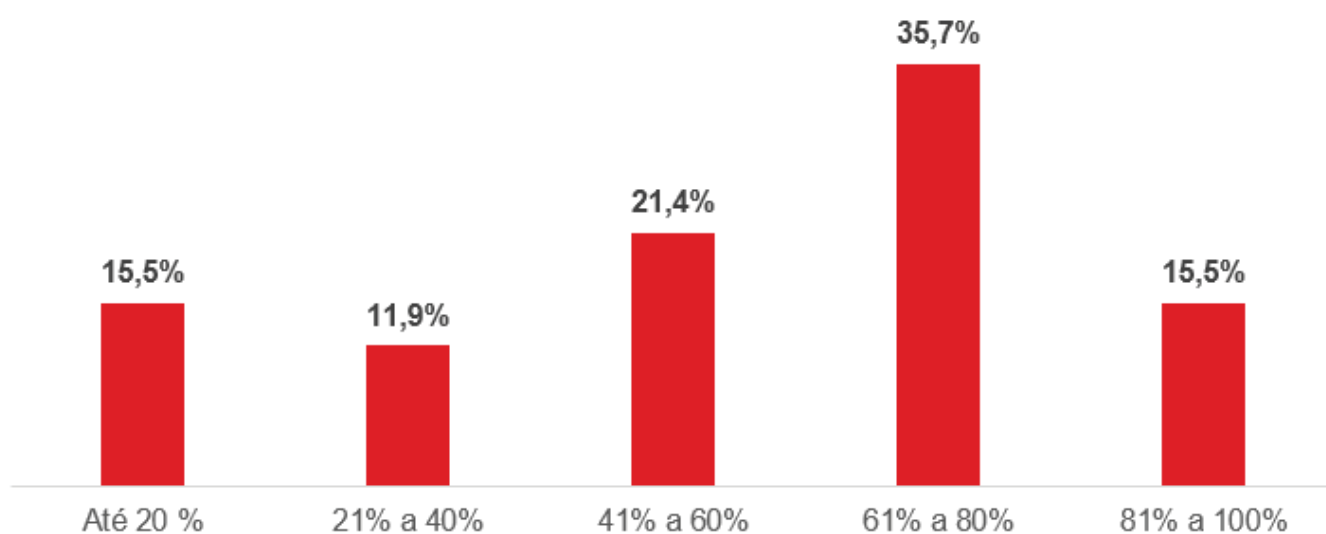
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 60. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2024

2023	Respondentes	%
Até 20 %	13	15,5%
21% a 40%	10	11,9%
41% a 60%	18	21,4%
61% a 80%	30	35,7%
81% a 100%	13	15,5%
Total	84	100,0%

Obs.: A amostra utilizada para o cálculo compreendeu 84 empreendimentos em 2024. 113 respondentes não forneceu a informação relativa à taxa de ocupação para o exercício de 2024

Gráfico 40. Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2024



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 61: Comparativos das taxas médias de ocupação dos anos 2022,2023 e 2024

Ano	Taxa Média de Ocupação	Variação anual
2022	59,6%	-
2023	60,6%	1,68%
2024	63,0%	3,96%

Nota: somente foram considerados para os cálculos os empreendimentos que informaram a taxa de ocupação e estavam em funcionamento no período 2022 a 2024.

Obs.: A amostra utilizada para o cálculo compreendeu 74 empreendimentos em 2022, 78 em 2023 e 84 no ano de 2024.

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

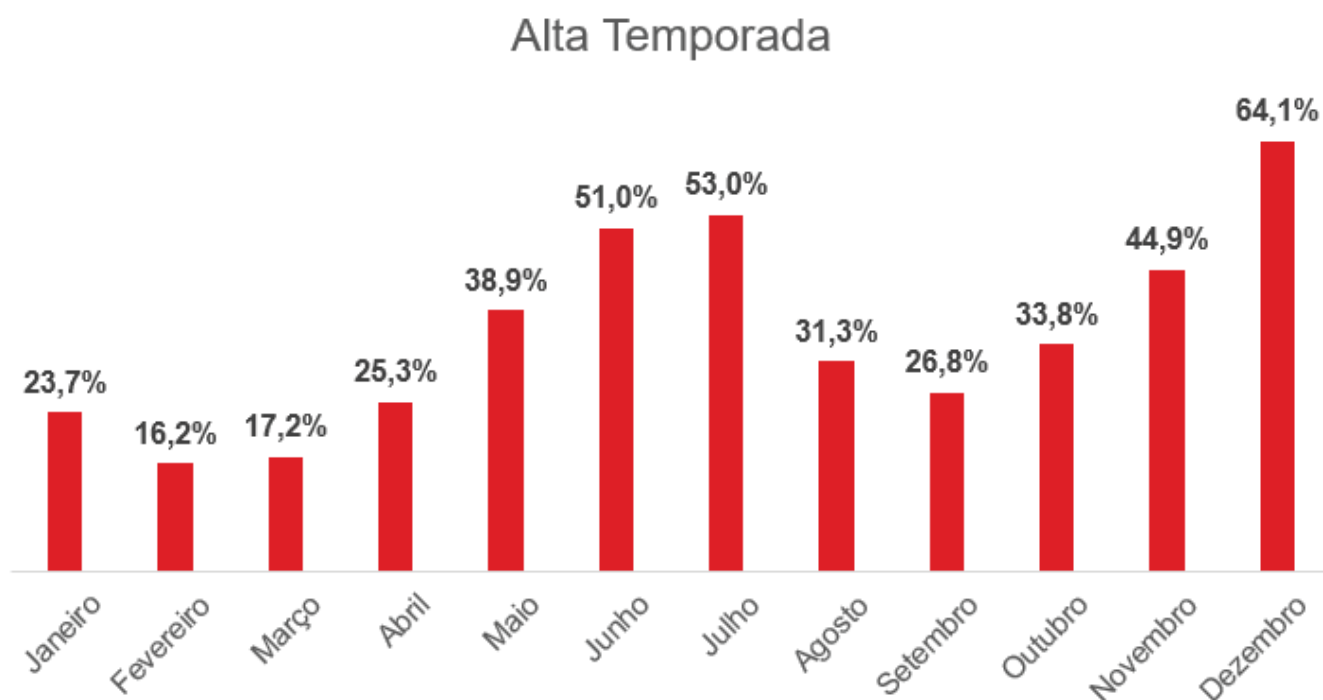
Tabela 62. Os meses referentes à Alta Temporada, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Janeiro	47	23,7%
Fevereiro	32	16,2%
Março	34	17,2%
Abril	50	25,3%

	Respondentes	%
Maio	77	38,9%
Junho	101	51,0%
Julho	105	53,0%
Agosto	62	31,3%
Setembro	53	26,8%
Outubro	67	33,8%
Novembro	89	44,9%
Dezembro	127	64,1%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

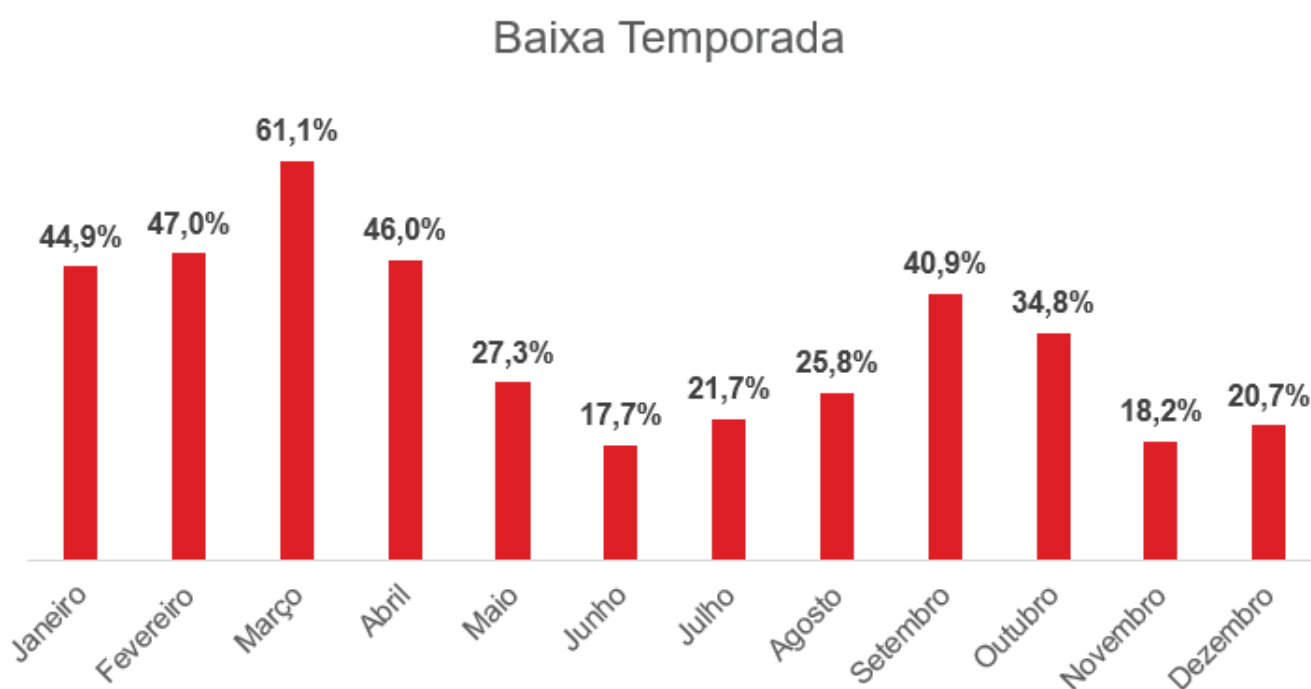
Tabela 63. Os meses referentes à Baixa Temporada, Revenue Management (RM)

Meses de baixa temporada	Respondentes	%
Janeiro	89	44,9%
Fevereiro	93	47,0%
Março	121	61,1%

Meses de baixa temporada	Respondentes	%
Abril	91	46,0%
Maio	54	27,3%
Junho	35	17,7%
Julho	43	21,7%
Agosto	51	25,8%
Setembro	81	40,9%
Outubro	69	34,8%
Novembro	36	18,2%
Dezembro	41	20,7%

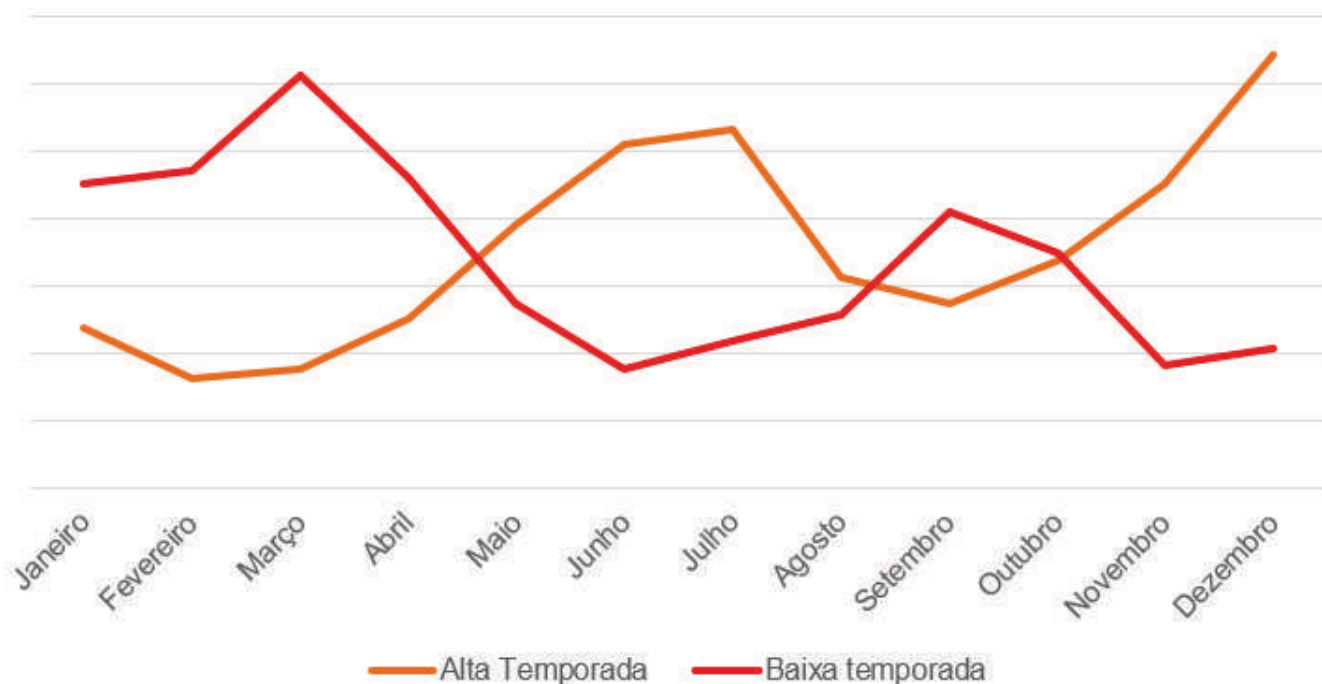
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 43: Sazonalidade do fluxo turístico em Goiânia: Períodos de alta e baixa ocupação



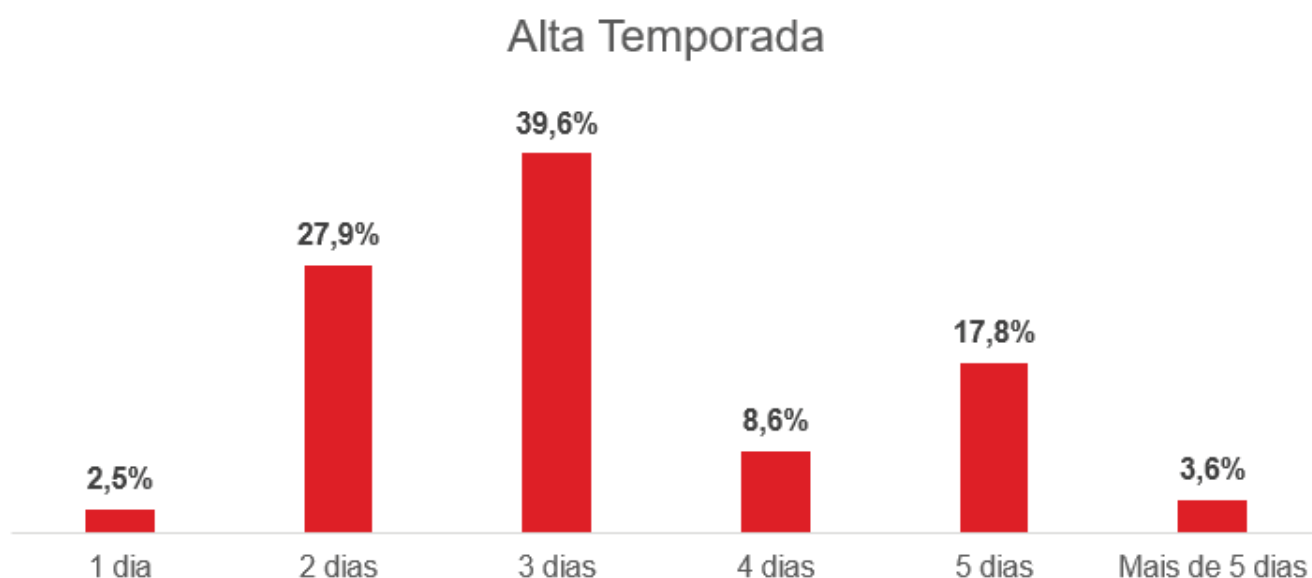
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 64. A média de permanência do turista na Alta Temporada

	Respondentes	%
1 dia	5	2,5%
2 dias	55	27,9%
3 dias	78	39,6%
4 dias	17	8,6%
5 dias	35	17,8%
Mais de 5 dias	7	3,6%
Total	197	100,0%
Média	3,1 dias	

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 44: A média de permanência do turista na Alta Temporada



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 65. Medidas de resumo da tabela 64

Mínimo	Média	Máximo
1	3,1 dias	Mais de 5 dias

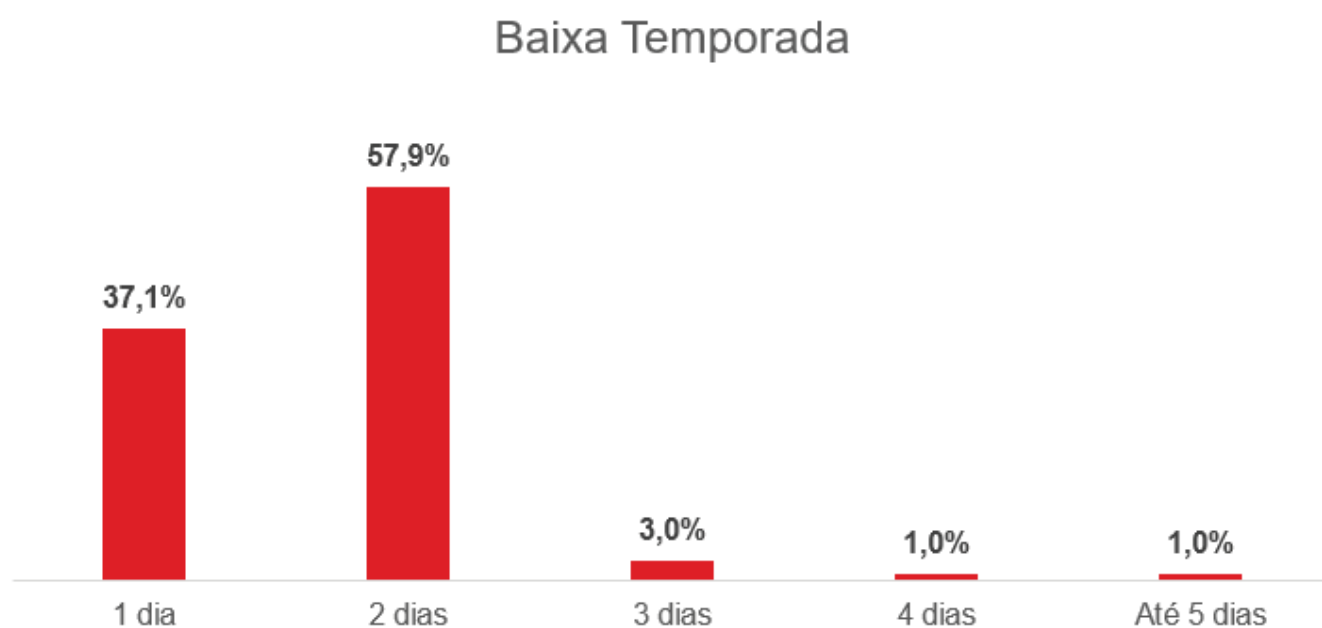
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 66: A média de permanência do turista na Baixa Temporada

Nº dias Baixa temporada (Dias)	Respondentes	%
1 dia	73	37,1%
2 dias	114	57,9%
3 dias	6	3,0%
4 dias	2	1,0%
Até 5 dias	2	1,0%
Total	197	100,0%
Média	1,6 dias	

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 45: A média de permanência do turista na Baixa Temporada



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 67. Medidas de resumo da tabela 66

Mínimo	Média	Máximo
1	1,6 dias	Mais de 5 dias

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 68. Motivação dos hóspedes referentes aos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
Negociações empresariais	130	66,0%
Eventos empresariais/feiras	103	52,3%
Shows	37	18,8%
Estudo/Eventos estudantis	36	18,3%
Compras	27	13,7%
Turista de Lazer	25	12,7%
Tratamento de saúde	23	11,7%
Religiosidade	23	11,7%
Eventos sociais	19	9,6%

	Respondentes	%
Eventos culturais	16	8,1%
Eventos esportivos	16	8,1%
Trabalho	5	2,5%
Profissionais de Saúde	3	1,5%
Gastronomia local	3	1,5%
Concurso Público	2	1,0%
Morador local	2	1,0%
Velório	1	0,5%

Nota: Parte expressiva dos hóspedes dos meios de hospedagens de Goiânia, tem como principal objetivo/motivação para ficarem hospedados na cidade a participação em atividades que envolvam negócios, tais Como Negociações empresariais; Compras; eventos empresariais e feiras, também é expressiva a quantidade de hóspedes que estão realizando tratamento de Saúde. Nesta pergunta o entrevistado podia citar mais de um objetivo/motivo.

Base de cálculo: 197

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 69. Outros países/continentes emissores de turistas

	Respondentes	%
EUA	26	13,2%
China	14	7,1%
Portugal	12	6,1%
Alemanha	12	6,1%
Argentina	10	5,1%
Espanha	8	4,1%
França	6	3,0%
Bolívia	4	2,0%
Reino Unido	4	2,0%
Colômbia	4	2,0%
Cuba	3	1,5%
Japão	3	1,5%
Itália	3	1,5%
América do Sul	3	1,5%

	Respondentes	%
Equador	3	1,5%
Venezuela	3	1,5%
Holanda	3	1,5%
Peru	2	1,0%
Continente Africano	2	1,0%
Arábia Saudita	2	1,0%
Chile	2	1,0%
Guiana Francesa	2	1,0%
Bélgica	1	0,5%
Marrocos	1	0,5%
Rússia	1	0,5%
Palestina	1	0,5%
Turco	1	0,5%
Paraguai	1	0,5%
Mexico	1	0,5%
Bangladesh	1	0,5%
Angola	1	0,5%
Bósnia	1	0,5%
Canadá	1	0,5%
Não há fluxo de hóspedes internacionais	130	66,0%

Nota: Tamanho da amostra utilizada no cálculo: 197

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 70. Outros estados Brasileiros emissores de turistas

	Respondentes	%
São Paulo	92	54,4%
Distrito Federal	73	43,2%
Minas Gerais	62	36,7%
Mato Grosso	59	34,9%
Tocantins	53	31,4%
Pará	51	30,2%
Maranhão	38	22,5%
Rio de Janeiro	29	17,2%
Bahia	7	4,1%
Rio Grande do Sul	3	1,8%

	Respondentes	%
Santa Catarina	2	1,2%
Espírito Santo	1	0,6%
Pernambuco	1	0,6%
Rondônia	1	0,6%
Piauí	1	0,6%
Paraíba	1	0,6%

Nota: Base: 169

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 71. Principais cidades do Estado de Goiás emissoras de turistas

	Respondentes	%
Rio Verde	54	48,6%
Jataí	28	25,2%
Anápolis	21	18,9%
Caldas Novas	20	18,0%
Itumbiara	18	16,2%
Todos as cidades	13	11,7%
Mineiros	12	10,8%
Goiatuba	9	8,1%
Catalão	8	7,2%
Goianésia	8	7,2%
Morrinhos	8	7,2%
Inhumas	7	6,3%
Quirinópolis	7	6,3%
Jaraguá	5	4,5%
Uruaçu	5	4,5%
Luziânia	4	3,6%
Posse	4	3,6%
Aruanã	3	2,7%
Bela Vista	3	2,7%
Ceres	3	2,7%
Goiás Velho	3	2,7%
Iporá	3	2,7%
Minaçu	3	2,7%
Rio Quente	3	2,7%

	Respondentes	%
Porangatu	3	2,7%
Aparecida de Goiânia	2	1,8%
Cidade de Goiás	2	1,8%
Crixás	2	1,8%
Goianápolis	2	1,8%
Guapó	2	1,8%
Pirenópolis	2	1,8%
Pires do Rio	2	1,8%
Rubiataba	2	1,8%
Anicuns	1	0,9%
Caturai	1	0,9%
Chapadão do Céu	1	0,9%
Cristalina	1	0,9%
Goianira	1	0,9%
Hidrolândia	1	0,9%
Itauçu	1	0,9%
Nova Roma	1	0,9%
Novo Gama	1	0,9%
Piracanjuba	1	0,9%
Piranhas	1	0,9%
Professor Jamil	1	0,9%
São Miguel	1	0,9%
Trindade	1	0,9%
Uruana	1	0,9%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Nota: *Tamanho da amostra utilizada no cálculo: 111*

86 Não responderam

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO V: OCUPAÇÃO / CLIENTES



Taxa média de ocupação durante o ano de 2022 foi de 59,6%;



Taxa média de ocupação durante o ano de 2023 foi de 60,6%;



Taxa média de ocupação durante o ano de 2024 foi de 63,0%;



Os meses considerados de Alta Temporada são Julho e Dezembro;



Os meses considerados de Baixa Temporada são Março e Setembro;



A principal motivação de hóspedes é Negociações Empresariais;



O país com maior número de emissão de turistas para os meios de hospedagem pesquisados são EUA e China;



A principal cidade do Estado de Goiás emissora de turista para os meios de hospedagem pesquisados é Rio Verde.

Obs.: Os dados da taxa de ocupação referem-se aos três últimos anos que precedem o ano da pesquisa.





Foto: Bosque dos Buritis / por Jackson Rodrigues.

Bloco VI

FUNCIONÁRIOS / BENEFÍCIOS / Salário

No Bloco VI apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem pesquisados. Trata-se da análise dos empregados e seus benefícios nos meios de hospedagem visitados. Destaque para as seguintes informações:

Na **tabela 72**: destacamos que 58,9% dos meios de hospedagem possuem de 1 a 10 pessoas contratadas.

Na **tabela 74**: destacamos que 71,6% dos meios de hospedagem não possuem nenhum funcionário temporário.

Na **tabela 82**: destacamos que 80,2% dos meios de hospedagem visitados concedem aos seus funcionários o benefício do vale transporte e 64,0% ofertam o vale refeição

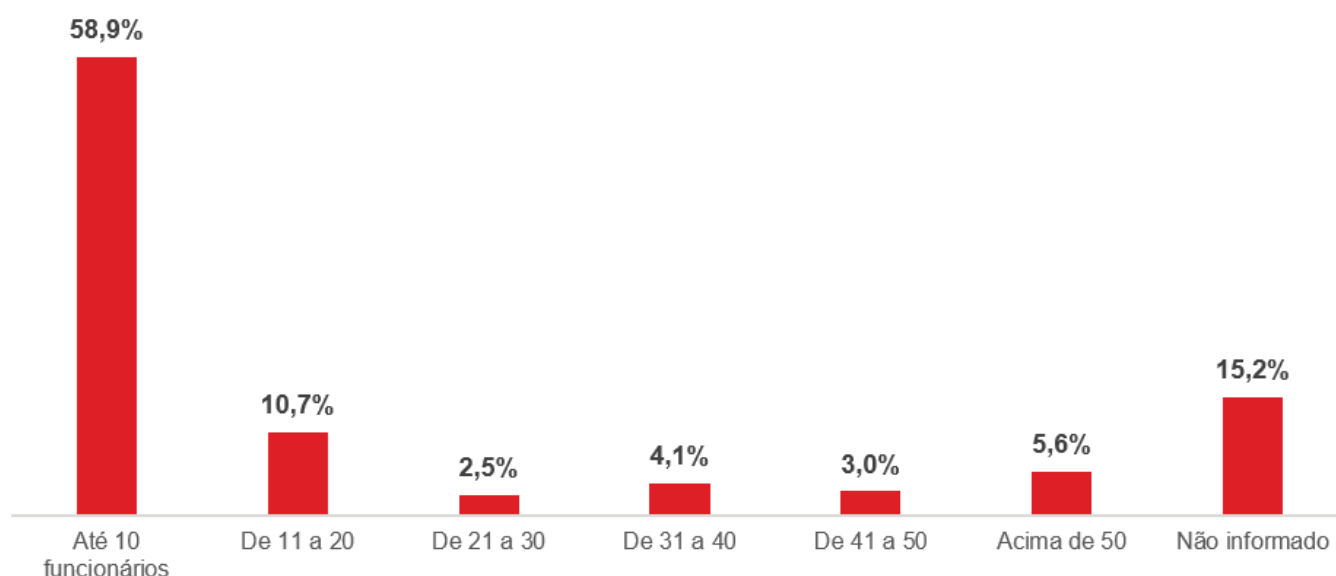
Na **tabela 83**: destacamos que somente 42,6% dos meios de hospedagem visitados investem em programas de capacitação para empregados.

Tabela 72: Número de empregados que trabalham nos Empreendimentos de Hospedagem visitados

	Respondentes	%
Até 10 funcionários	116	58,9%
De 11 a 20	21	10,7%
De 21 a 30	5	2,5%
De 31 a 40	8	4,1%
De 41 a 50	6	3,0%
Acima de 50	11	5,6%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 46: Número de empregados que trabalham nos Empreendimentos de Hospedagem visitados



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 73: Medidas de resumo da tabela 72

Mínimo	Média	Máximo
1 funcionário	14 funcionários	97 funcionários

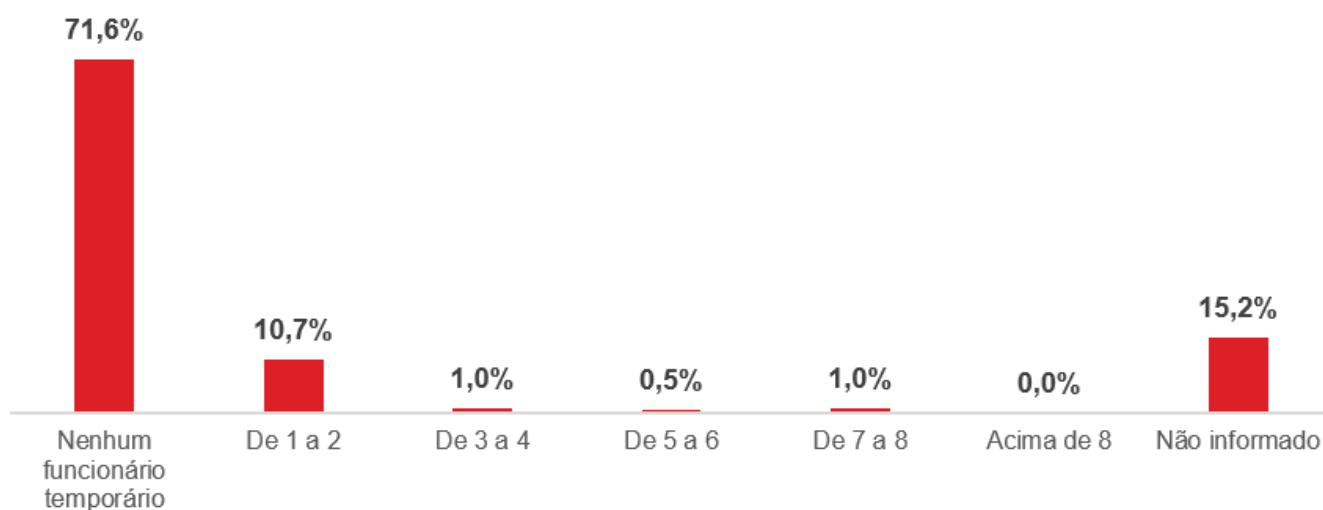
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 74: Número de empregados temporários

	Respondentes	%
Nenhum funcionário temporário	141	71,6%
De 1 a 2	21	10,7%
De 3 a 4	2	1,0%
De 5 a 6	1	0,5%
De 7 a 8	2	1,0%
Acima de 8	0	0,0%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 47: Número de empregados temporários



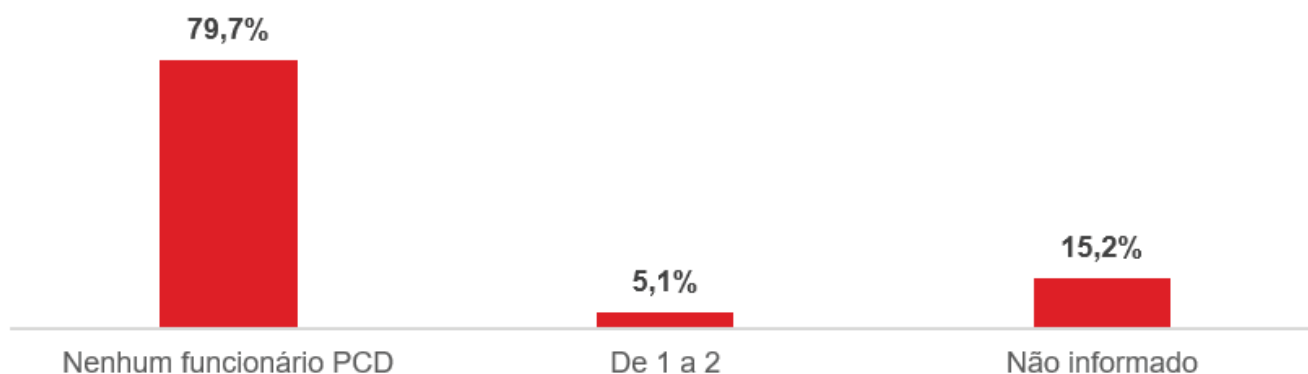
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 61: Quantidade de empregados com deficiência (PcD)

	Respondentes	%
Nenhum funcionário PCD	157	79,7%
De 1 a 2	10	5,1%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 48: Quantidade de empregados com deficiência (PcD)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

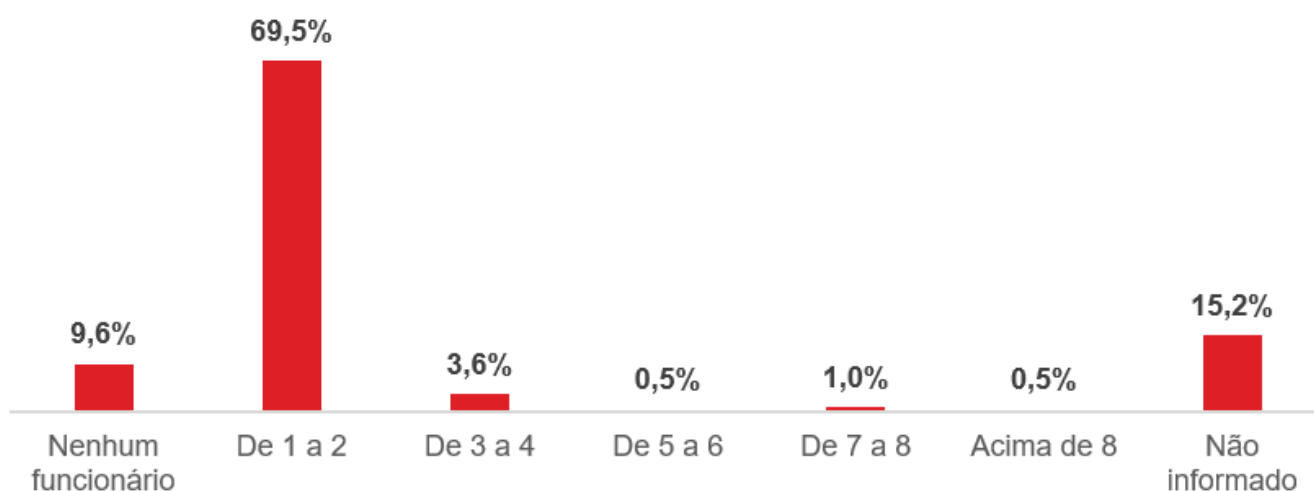
Tabela 76: Quantidade de empregados que ocupam cargos de Nível Gerencial

	Respondentes	%
Nenhum funcionário	19	9,6%
De 1 a 2	137	69,5%
De 3 a 4	7	3,6%
De 5 a 6	1	0,5%
De 7 a 8	2	1,0%
Acima de 8	1	0,5%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Obs.: Média salarial R\$ 5063

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



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 77: Resumo da tabela 76

Mínimo	Média	Máximo
1	1,2	9

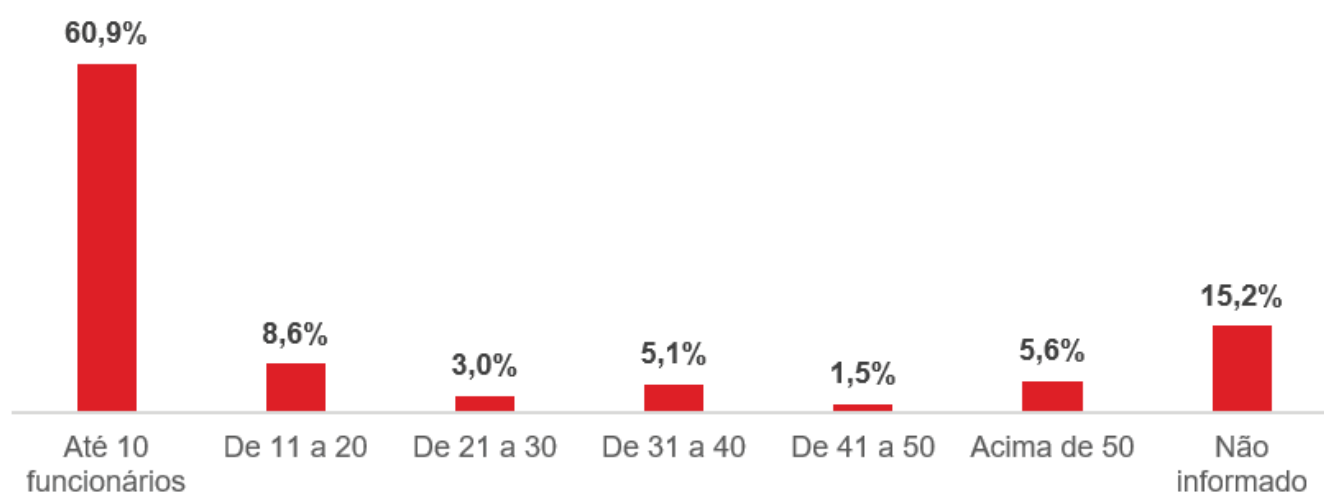
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 78: Quantidade de empregados que ocupam cargos em Nível Operacional nos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Até 10 funcionários	120	60,9%
De 11 a 20	17	8,6%
De 21 a 30	6	3,0%
De 31 a 40	10	5,1%
De 41 a 50	3	1,5%
Acima de 50	11	5,6%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 50: Quantidade de empregados que ocupam cargos em Nível Operacional nos Empreendimentos de Hospedagem



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 79: Resumo da tabela 78

Mínimo	Média	Máximo
1	13	97

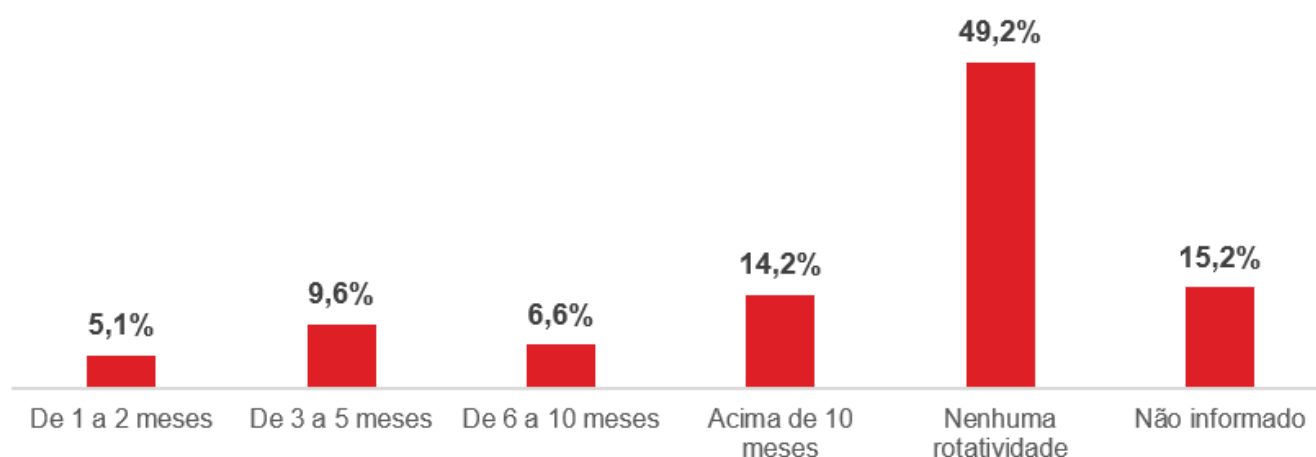
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 80. Turnover (rotatividade) de empregados durante o ano nos Empreendimentos de Hospedagem, Revenue Management (RM)

	Respondentes	%
De 1 a 2 meses	10	5,1%
De 3 a 5 meses	19	9,6%
De 6 a 10 meses	13	6,6%
Acima de 10 meses	28	14,2%
Nenhuma rotatividade	97	49,2%
Não informado	30	15,2%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 81. Serviços terceirizados (RM) nos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Lavanderia	119	60,4%
Manutenção	70	35,5%
A&B	51	25,9%
Vigilância	38	19,3%
Limpeza	24	12,2%

	Respondentes	%
Equipamentos para eventos	18	9,1%
Manobrista	15	7,6%
Nenhum	7	3,6%
Camareiras	4	2,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 82: Os benefícios concedidos aos empregados (RM) nos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Vale transporte	158	80,2%
Refeição	126	64,0%
Nenhum	36	18,3%
Plano odontológico	33	16,8%
Plano de saúde	28	14,2%
% da taxa de serviço	19	9,6%
Seguro de vida	18	9,1%
Participação nos lucros	9	4,6%
Cesta Básica	1	0,5%

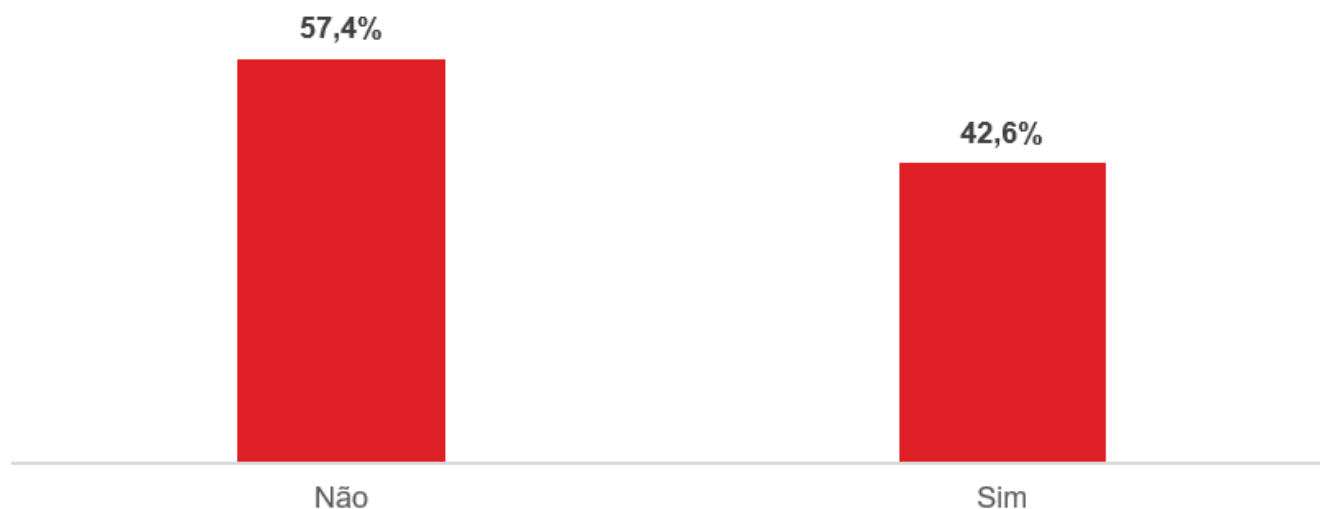
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 83. Existência de programas de capacitação direcionados aos empregados dos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Não	113	57,4%
Sim	84	42,6%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

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



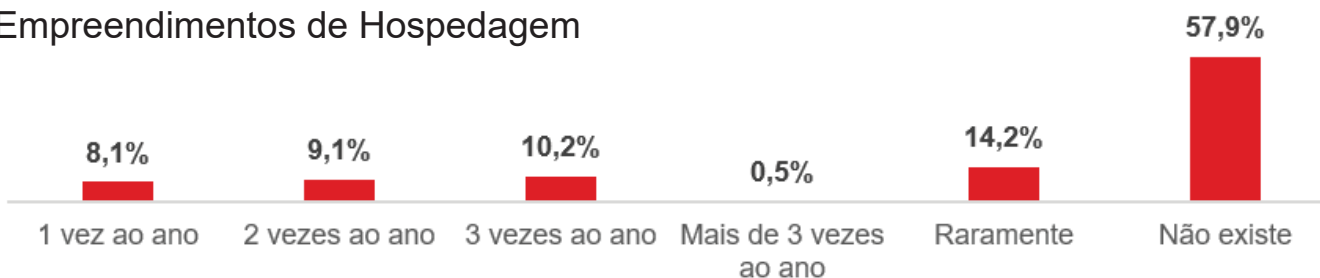
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 84. Frequência das capacitações direcionadas aos empregados dos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
1 vez ao ano	16	8,1%
2 vezes ao ano	18	9,1%
3 vezes ao ano	20	10,2%
Mais de 3 vezes ao ano	1	0,5%
Raramente	28	14,2%
Não existe	114	57,9%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 53. Frequência das capacitações direcionadas aos empregados dos Empreendimentos de Hospedagem



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO VI: FUNCIONÁRIOS / BENEFÍCIOS / SALÁRIOS



58,9% dos MH's possuem de 1 a 10 funcionários;



Ao menos 10 MH's possuem de 1 a 2 funcionários PcD;



Ao menos 69,5% dos MH's possuem de 1 a 2 funcionários que ocupam cargo de nível gerencial;



Ao menos 60,9% dos MH's pesquisados possuem até 10 funcionários que ocupam cargos de nível operacional;



49,2% dos meios de hospedagem não fazem *turnover** durante o ano;



42,6% dos MH's oferecem programas de capacitação direcionados aos funcionários.

*Obs.: PcD = pessoas com deficiência.

*Obs²: Turnover = rotatividade.





Foto: Monumento às Três Raças em Goiânia / por Leandro Moura.

Bloco VII

NECESSIDADES E DIFICULDADES
da EMPRESA / Gestão

No Bloco VII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 197 meios de hospedagem pesquisados. Trata-se da análise das necessidades da empresa / gestão dos meios de hospedagens. Destaque para as seguintes informações:

Na **tabela 85**: 49,2% dos estabelecimentos de hospedagem não reportaram dificuldades na gestão do negócio.

Na **tabela 86**: destacamos que 73,6% dos meios de hospedagem visitados se enquadram no modelo de administração familiar.

Na **tabela 87**: 36,5% dos empreendimentos se enquadram na categoria Simples (*). Lembrando que essa categoria Simples, ou uma estrela tem seu padrão de serviço moderado, existindo limitações com relação a horários para atendimento a alguns serviços, não oferece necessariamente o serviço de A & B, e não possui as mesmas facilidades para reuniões e eventos.

Na **tabela 89**: O percentual médio de vendas por meio da central de reservas é 43,1%.

Na **tabela 89**: O percentual médio de vendas por meio de Site Especializado (Booking, Decolar, entre outros) é de 25,3%.

Na **tabela 91**: Destacamos que 50,8% dos meios de hospedagens pesquisados estão listados no booking.

Tabela 85. As dificuldades mais relevantes na condução das atividades dos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
O estabelecimento não reportou dificuldades na gestão do negócio	97	49,2%
Falta de mão de obra qualificada	49	24,9%
Excesso de carga tributária	34	17,3%
Falta de clientes	23	11,7%

	Respondentes	%
Concorrência de outras empresas	22	11,2%
Taxa de juros elevada	22	11,2%
Falta de divulgação	21	10,7%
Excesso de burocracia	19	9,6%
Falta de capital de giro	10	5,1%
Instalações inadequadas	9	4,6%
Despesas com aluguel	8	4,1%
Desunião do segmento	8	4,1%
Despesas com pessoal	6	3,0%
Ausência de recursos para aquisição de equipamentos	5	2,5%
Falta de conhecimentos gerenciais	5	2,5%
Inadimplência	1	0,5%

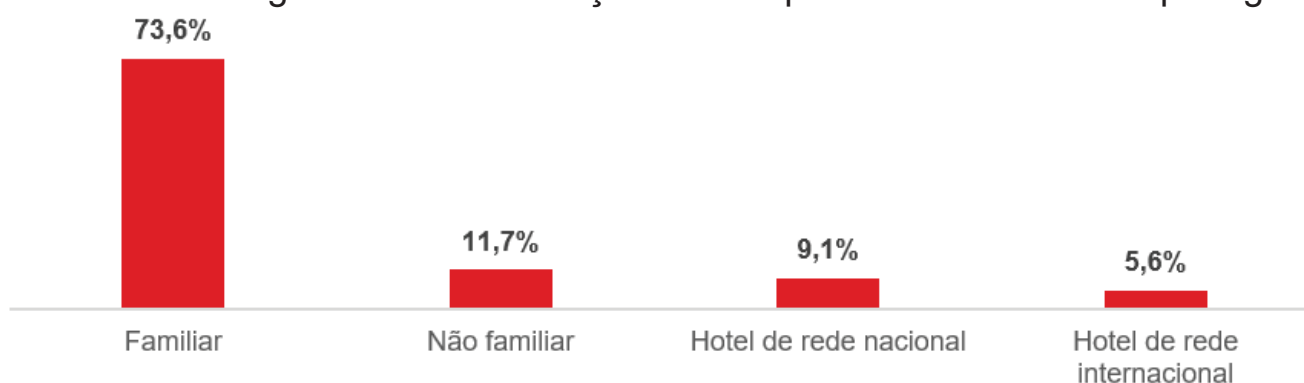
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 86. Categoria de Administração dos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Familiar	145	73,6%
Não familiar	23	11,7%
Hotel de rede nacional	18	9,1%
Hotel de rede internacional	11	5,6%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 54. Categoria de Administração dos Empreendimentos de Hospedagem



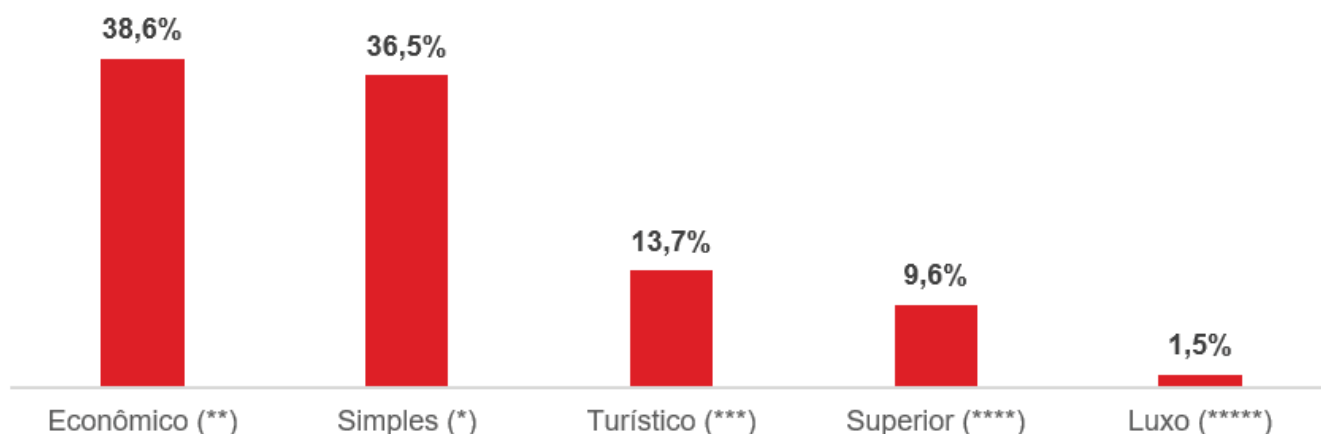
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 87: Categoria de acordo com o Ministério do Turismo

	Respondentes	%
Econômico (**)	76	38,6%
Simples (*)	72	36,5%
Turístico (***)	27	13,7%
Superior (****)	19	9,6%
Luxo (*****)	3	1,5%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 55: Categoria de acordo com o Ministério do Turismo



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 88. Redes de administração

	Respondentes	%
Atlantica Hospitality International	6	3,0%
Rede Oft	6	3,0%
Accor	3	1,5%
Allia Hotels	3	1,5%
Rede sol	3	1,5%
M&S Administração	1	0,5%
STAY	1	0,5%
Atlas Hotel	1	0,5%
IHG - InterContinental Hotels Group do Brasil	1	0,5%

	Respondentes	%
Louvre Hotels Group - Brazil	1	0,5%
GP hotels & resorts	1	0,5%
A Rede Andrade Hotéis	1	0,5%
Hotéis By Castelo de Itaipava	1	0,5%
Administração própria	168	85,3%
Total	197	100,0%

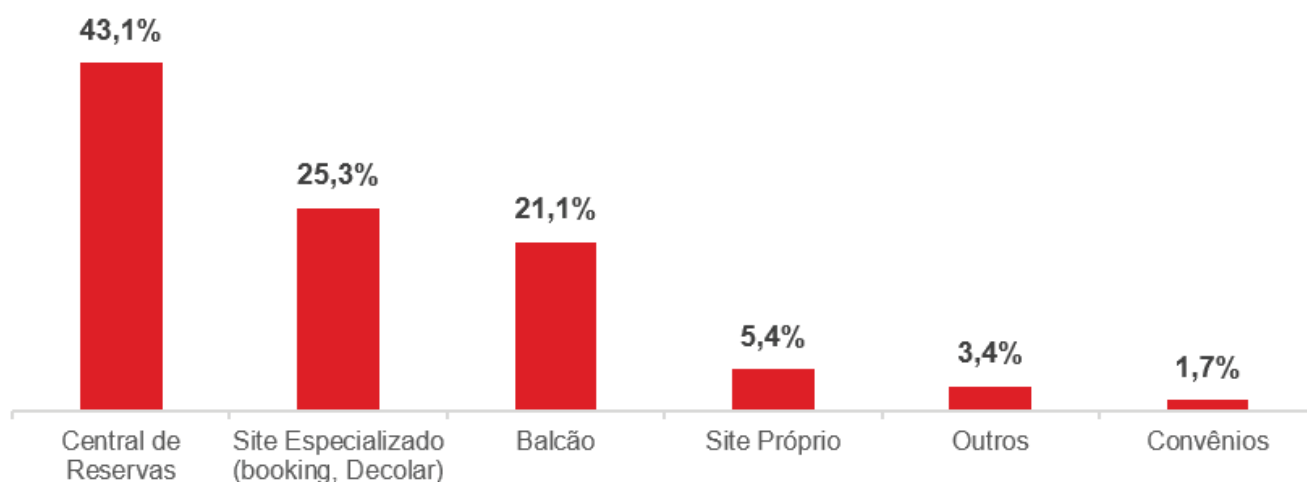
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 89. Média de vendas por modalidade de reservas

	%
Central de Reservas	43,1%
Site Especializado (booking, Decolar)	25,3%
Balcão	21,1%
Site Próprio	5,4%
Outros	3,4%
Convênios	1,7%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 56: Reservas dos Empreendimentos de Hospedagem no que se refere as categorias de vendas



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 90. Principais convênios

	Respondentes	%
Não possui convênio ou a informação não foi fornecida	188	95,4%
Convênio com empresas	2	1,0%
Clínicas do Marista	1	0,5%
Banco Brás Montreal Coobrastin	1	0,5%
Flex Academia	1	0,5%
Desconto Genius	1	0,5%
Funerária/Cemitério das Palmeiras	1	0,5%
CVC	1	0,5%
Affego (Associação dos Funcionários do Fisco do Estado de Goiás)	1	0,5%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 91. Os principais Sites Especializados utilizados pelos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Booking	100	50,8%
Expedia	73	37,1%
Hoteis.com	72	36,5%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Nota: Pesquisa realizada online em 19/12/ 2025

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO VII: NECESSIDADES E DIFICULDADES DA EMPRESA / GESTÃO



73,6% dos meios de hospedagem visitados se enquadram no modelo de administração familiar;



Para 24,9% dos MH's, a falta de mão de obra qualificada dificultam a condução de atividades do meio de hospedagem;



38,6% dos MH's se enquadram na categoria "Econômico", de acordo com o Mtur*;



O percentual médio de vendas por meio de Balcão é de 21,1%;



O percentual médio de vendas por meio de Central de Reservas é de 43,1%;



25,3% é o percentual médio de vendas por meio de Site Especializado;



Os principais sites especializados utilizados pelos MH's são "Booking", "Expedia" e "Hoteis.com".



Foto: Viaduto Latif Sebbá / por @goianiapulsa.

Bloco VIII

Sustentabilidade

No Bloco VIII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 170 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise das ações de sustentabilidades praticadas pelos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 170 meios de hospedagem. Destaque para a seguinte informação:

Na **tabela 92**: Destacamos que 77,3% dos meios de hospedagem (153 estabelecimentos) afirmam possuir medidas de sustentabilidade, enquanto 22,7% não possuem.

Na **tabela 93**: 38,6% dos meios de hospedagem visitados afirmam que promovem ações voltadas para a economia de energia

Tabela 94: Destacamos que realização de programas sociais ainda é baixa; apenas 5,1% dos estabelecimentos realizam algum tipo de programa, contra 94,9% que não o fazem

Tabela 96: Destacamos que 93,4%, dos empreendimentos pesquisados não possuem ações de melhoria ou reforma a serem implantadas no momento.

Tabela 92. Possui medida de sustentabilidade?

	Respondentes	%
Sim	153	77,3%
Não	45	22,7%
Total	198	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 57: Possui medida de sustentabilidade?



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 93. Ações de Sustentabilidade adotadas nos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Estimulamos o uso consciente do enxoval, reduzindo a periodicidade das trocas na UH.	88	44,7%
Economia de energia	76	38,6%
Compras de insumos de produtores locais	76	38,6%
Gestão de resíduos	57	28,9%
Energia solar	44	22,3%
Educação e treinamento interno	34	17,3%
Redução do consumo interno	32	16,2%
Aquecimento solar	26	13,2%
Separação do óleo	22	11,2%
Reutilização de água	15	7,6%
Utilização de água da chuva	6	3,0%
Programa social	6	3,0%
Outro tipo de aquecimento	3	1,5%
Poço Artesiano	1	0,5%
Economia de água	1	0,5%
Monitoramento da água	1	0,5%
Informação não fornecida ou prática sustentável inexistente.	45	22,8%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Nota: Base de cálculo 197

Tabela 94. Realiza algum Programa Social pelos Empreendimentos de Hospedagem

	Respondentes	%
Não	187	94,9%
Sim	10	5,1%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 58. Realiza algum Programa Social pelos Empreendimentos de Hospedagem



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 95: Programas sociais são realizados pelos meios de hospedagem

	Respondentes	%
Doação para caridade	2	20,0%
Colabora com organizações voltadas ao bem-estar animal.	1	10,0%
Doação de cestas básicas	1	10,0%
Promove ações para o Dia das Crianças	1	10,0%
Doação de enxoval para creches e abrigos	1	10,0%
Colabora com programa de Sustentabilidade	1	10,0%
Programa que acolhe mulheres vítimas de violência doméstica	1	10,0%
Apoio aos servidores militares	1	10,0%
Doações para o lar de idosos de Nazário	1	10,0%
Total	10	100,0%

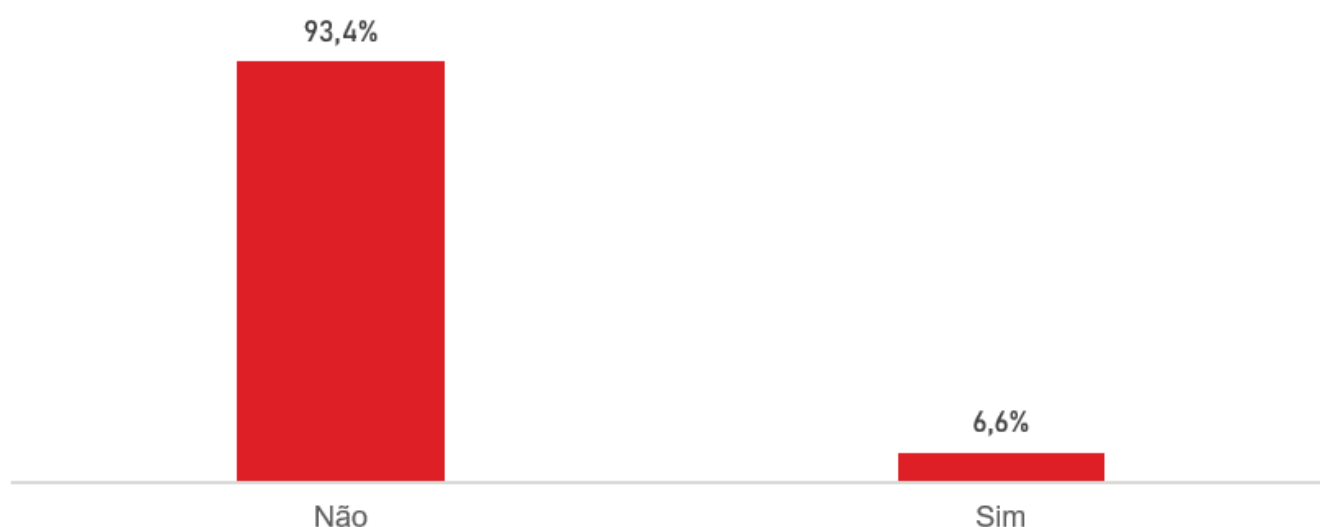
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 96. Possuem ações a serem implantadas

	Respondentes	%
Não	184	93,4%
Sim	13	6,6%
Total	197	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 59. Possuem ações a serem implantadas



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

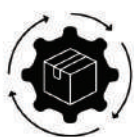
Tabela 97: Quais são essas ações a serem implantadas

	Respondentes	%
Reforma	7	53,8%
Instalação de sistema de energia solar	5	38,5%
Adequação do estabelecimento às normas e diretrizes do Corpo de Bombeiros	1	7,7%
Total	13	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

CENSO HOTELEIRO DE GOIÂNIA

BLOCO VIII: SUSTENTABILIDADE



38,6% dos MH's pesquisados afirmam que utilizam insumos de produtores locais;



38,6 dos MH's pesquisados afirmam que promovem ações voltadas para a economia de energia;



28,9% dos MH's pesquisados afirmam que promovem ações para melhor gestão de resíduos;



38,6 dos MH's pesquisados afirmam que adotam o uso de energia solar;



5,1% dos MH's realizam ou participam de algum programa social;



6,6% dos MH's pretendem implementar alguma ação sustentável no futuro.





Foto: Praça Universitária / por Leandro Moura.

Bloco IX

ECONOMIA Compartilhada

A economia compartilhada ocorre quando um produto ou serviço é dividido com outras pessoas. Existem diversos produtos e serviços que podem ser compartilhados, um destes serviços é o serviço de hospedagem. Atualmente com internet tem surgido diversas plataformas de economia compartilhada que conecta diretamente um ofertante a um demandante.

Uma das principais plataformas da chamada “economia compartilhada” é a Airbnb, Fundada em 2008 na Califórnia, oferece um serviço de compartilhamento de hospedagem e atividades de turismo, entre particulares. Atualmente a empresa está presente em 191 países. No Brasil, a plataforma iniciou a operação em 2012.

Outra plataforma “economia compartilhada” é a Vrbo, marca pioneira em imóveis para aluguel por temporada da Família HomeAway. Atualmente a empresa está presente em 190 países, é de propriedade do Grupo Expedia.

No Bloco IX, apresentamos informações a respeito do serviço de compartilhamento de hospedagem em Goiânia. Os dados relacionados a Economia Compartilhada foram obtidos após a pesquisa *in loco*, na primeira quinzena do mês de dezembro de 2025, por meio das informações públicas constantes na plataforma AirDNA, uma empresa americana especializada em analisar dados do mercado de aluguéis de curto prazo, em tempo real e especificamente da Airbnb e Vrbo, para disponibilizá-los em formato de relatórios com diversos fins como investimentos, gestão, elaboração de estudos acadêmicos, e outros.

Tabela 98: Destacamos que foram identificados 3.073 anúncios ativos nas plataformas Airbnb e Vrbo em Goiânia.

Tabela 100: Destacamos que a grande maioria da oferta é de casa ou apartamento inteiro (94,0%), com apenas 6,0% de anúncios para quartos individuais.

Tabela 101: Destacamos que os imóveis de 3 quartos são os mais comuns, representando 36% da oferta, seguidos por unidades de 2 quartos (23%) e 4 quartos (19%).

Tabela 102: Destacamos que 94,0% dos empreendimentos listados nas plataformas de economia compartilhada de Goiânia disponibilizam internet para os clientes.

Tabela 98: Número de anúncios ativos em Goiânia Airbnb e Vrbo

Número	
Total	3.073

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Nota: *Refere-se ao número de anúncios informados pela plataforma AirDNA no dia do levantamento dos dados. Importante levar em consideração que esta oferta na plataforma Airbnb e Vrbo é volátil, podendo, portanto, variar, para mais ou para menos, ao longo tempo.*

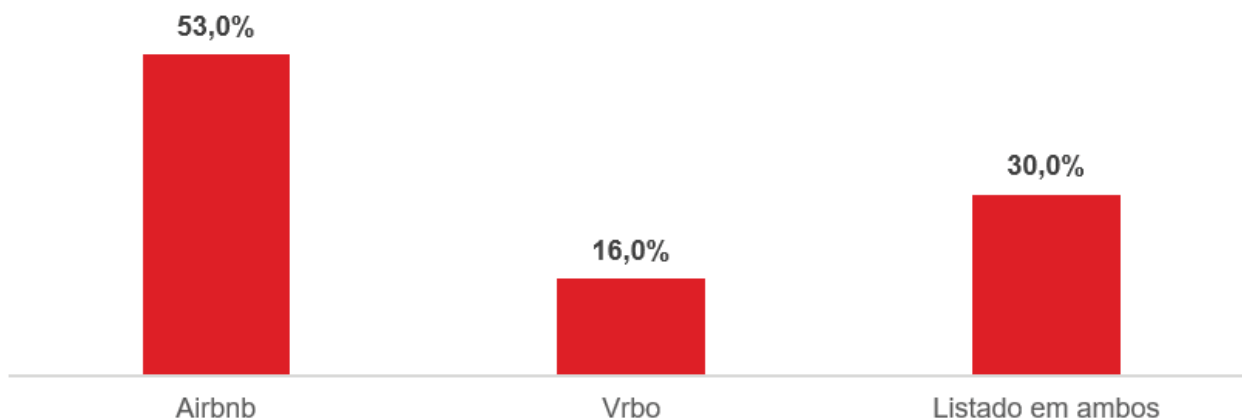
Tabela 99: Plataforma de aluguel

Canal de aluguel	%
Airbnb	53,0%
Vrbo	16,0%
Listado em ambos	30,0%

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 60: Plataforma de aluguel anúncios ativos em Goiânia



Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 100: Tipo de aluguel

Tipo de aluguel	%
Casa inteira	94,0%
Quarto individual	6,0%
Listado em ambos	30,0%

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 61: Tipo de Aluguel



Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

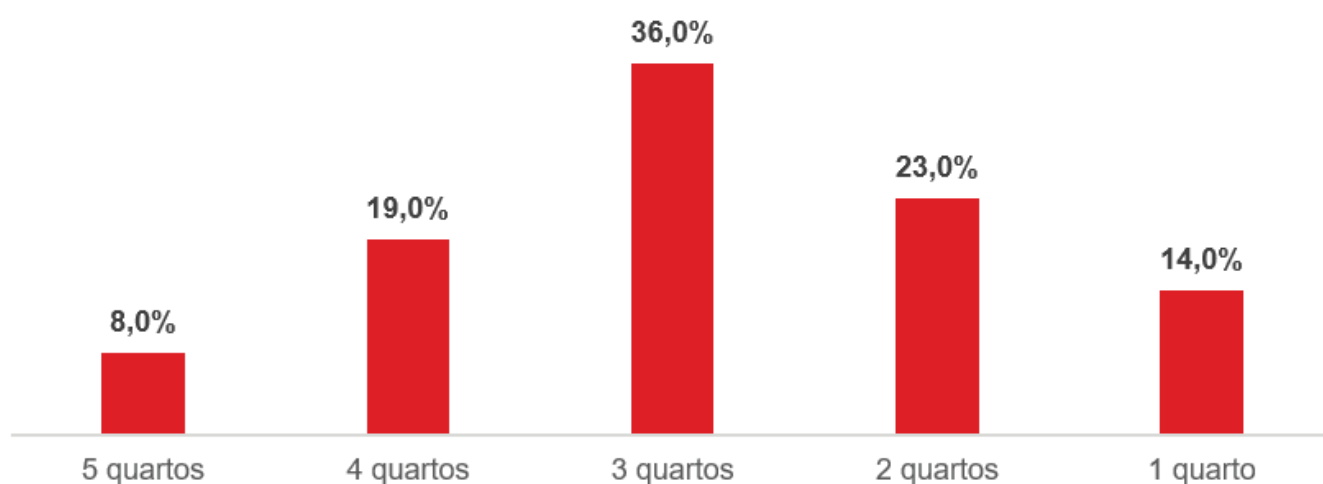
Tabela 101: Tamanho dos espaços dos anúncios ativos em Goiânia

Tamanho	%
5 quartos	8,0%
4 quartos	19,0%
3 quartos	36,0%
2 quartos	23,0%
1 quarto	14,0%

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 62: Tamanho dos espaços dos anúncios ativos em Goiânia



Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 102: As facilidades/equipamentos estão disponíveis para o cliente

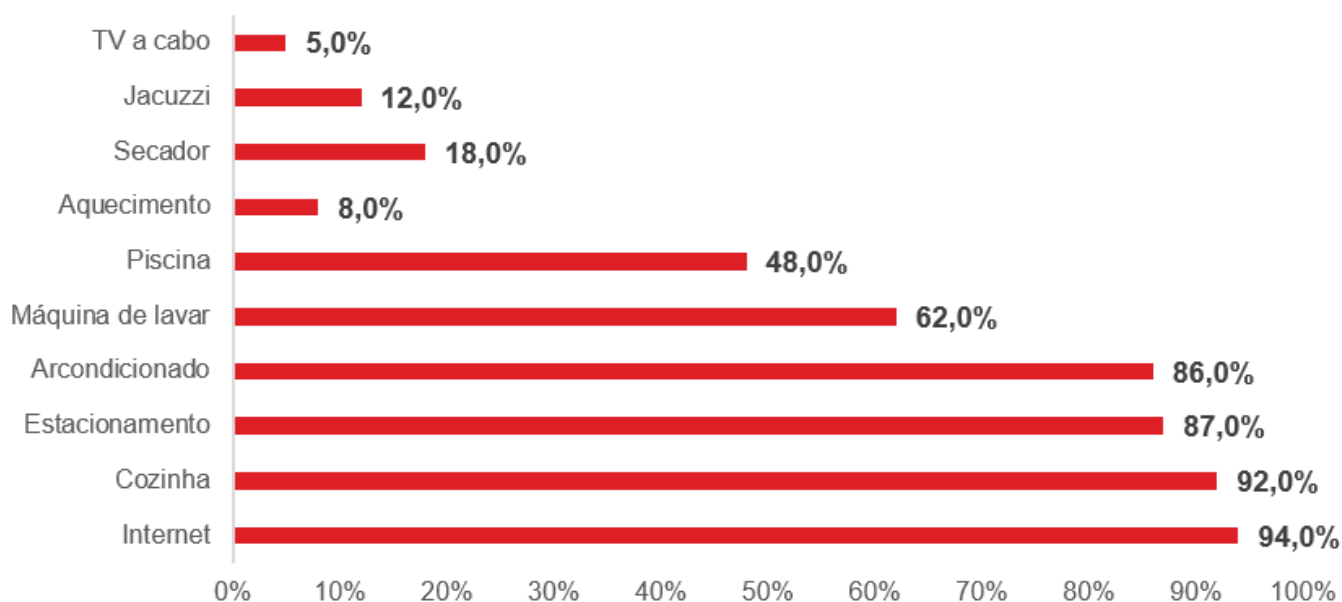
Facilidades	%
Internet	94,00%
Cozinha	92,00%
Estacionamento	87,00%
Arcondicionado	86,00%
Máquina de lavar	62,00%
Piscina	48,00%

Facilidades	%
Aquecimento	8,00%
Secador	18,00%
Jacuzzi	12,00%
TV a cabo	5,00%

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 63: As facilidades/equipamentos estão disponíveis para o cliente



Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 103: Estadia mínima considerando anúncios ativos em Goiânia no Airbnb e na Vrbo

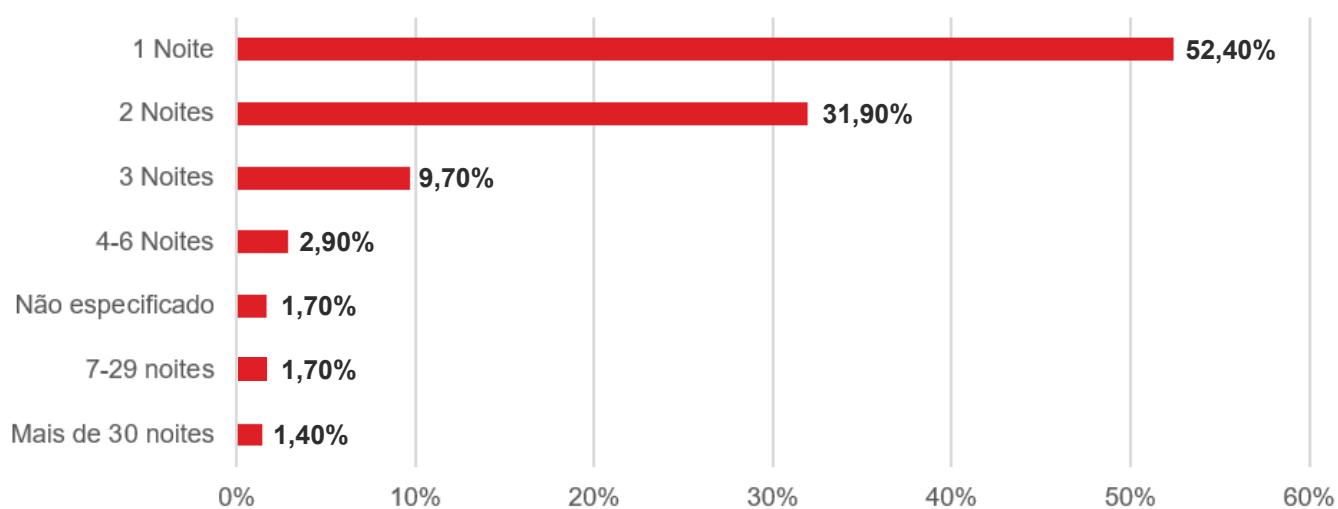
Estadia Mínima	%
Mais de 30 noites	1,40%
7-29 noites	1,70%
Não especificado	1,70%
4-6 Noites	2,90%
3 Noites	9,70%

Estadia Mínima	%
2 Noites	31,90%
1 Noite	52,40%

Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 64: Estadia mínima considerando anúncios ativos em Goiânia no Airbnb e na Vrbo



Fonte: AirDNA

Elaboração: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência



Foto: Coreto da Praça Cívica de Goiânia / por Jackson Rodrigues.

Bloco X

ANÁLISE Comparativa

O Bloco X apresenta uma análise comparativa dos Censos Hoteleiros de Goiânia realizados entre 2008 e 2025. O estudo detalha a evolução da oferta hoteleira, abrangendo número de leitos e Unidades Habitacionais (UHs), incluindo as adaptadas para PCD — e o crescimento acumulado no período. Além disso, são analisados indicadores de desempenho e infraestrutura, como o valor médio da diária, o tempo de permanência média e a disponibilidade de áreas de lazer nos estabelecimentos.

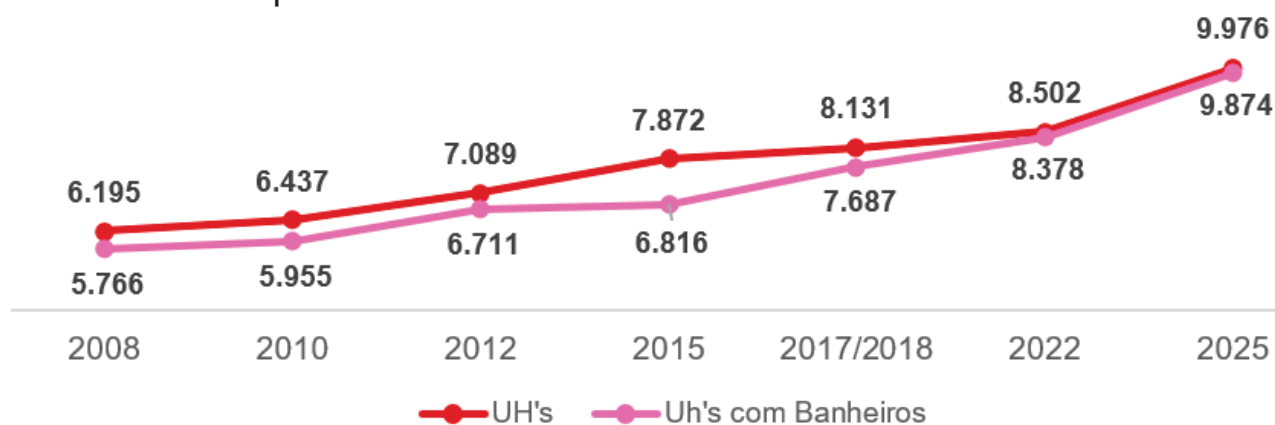
Tabela 104: Comparativo do total de Leitos/UH's/UH's com Banheiro.

Ano ▶	2008	2010	2012	2015	2017 2018	2022	2025
Leitos	13.215	15.626	16.181	16.961	17.994	18.696	19.862
UH's	6.195	6.437	7.089	7.872	8.131	8.502	9.976
Uh's com Banheiros	5.766	5.955	6.711	6.816	7.687	8.378	9.874
Crescimento acumulado (%)			Saldo (2008-2025)		Taxa de Crescimento Anual		
	50,3%		6.647		2,43%		
	61,0%		3.781		2,84%		
	71,2%		4.108		3,21%		

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

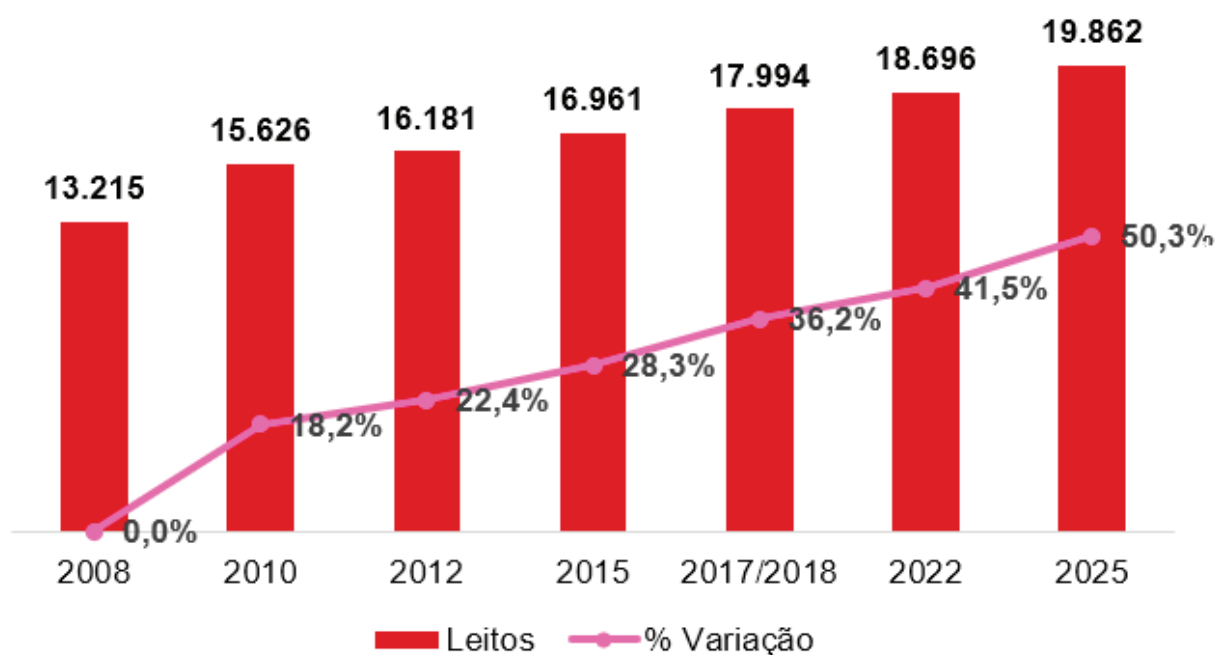
Nota: Saldo diferença entre dois períodos

Gráfico 65: Comparativo do número de UH's e UH's com Banheiro.



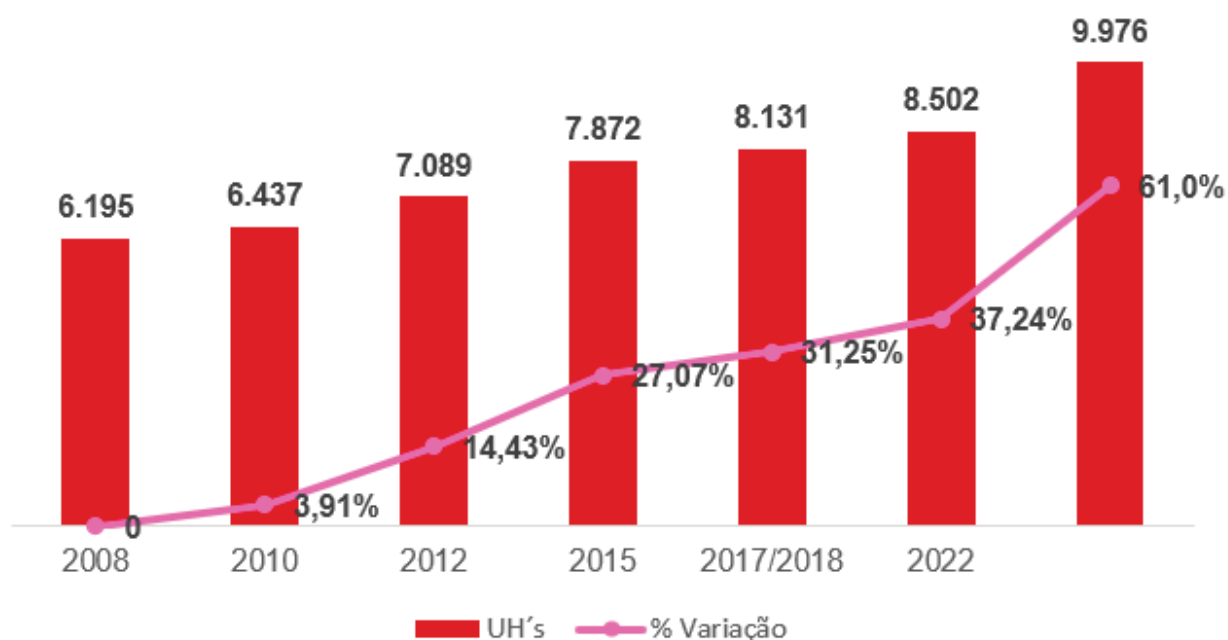
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 66: Comparativo do número de leitos e crescimento acumulado



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 67: Comparativo do número de UH's e crescimento acumulado



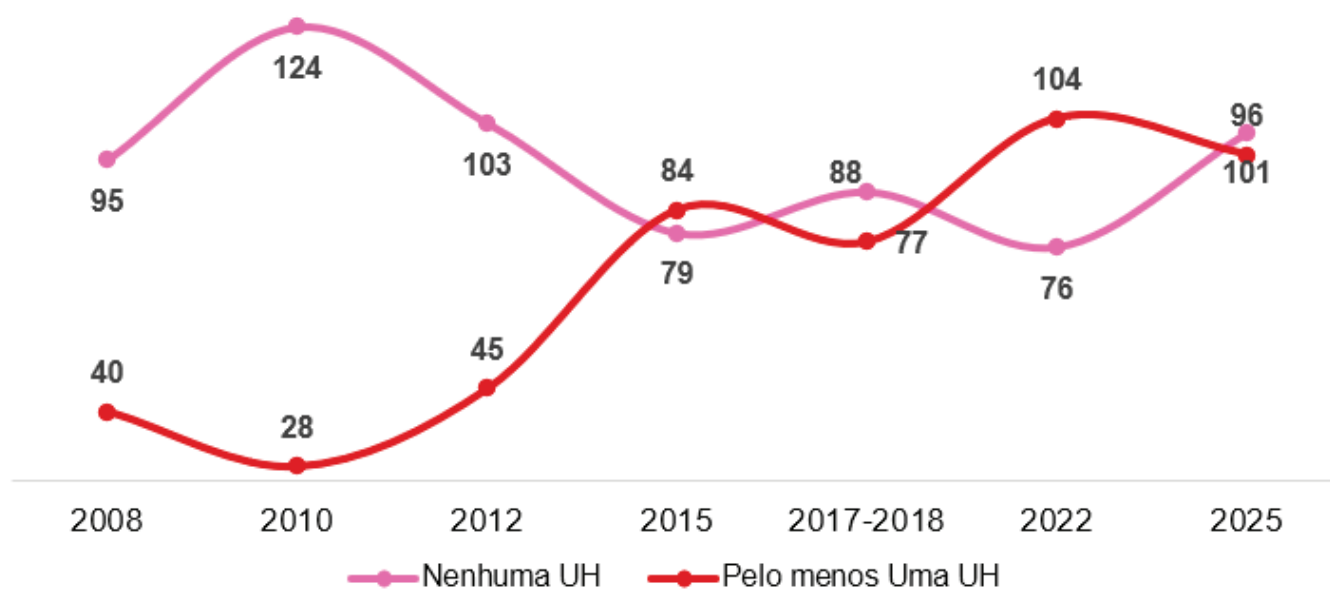
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 105: Comparativo entre hotéis que possuem ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para Pessoa com Deficiência – PCD.

Ano ▶	2008	2010	2012	2015	2017 2018	2022	2025
Nenhuma UH	95	124	103	79	88	76	101
Pelo menos Uma UH	40	28	45	84	77	104	96
Crescimento acumulado (%)			Saldo (2008-2025)		Taxa de Crescimento Anual		
	6,3%		6		0,4%		
	140,0%		56		5,3%		

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 68: Comparativo entre hotéis que possuem ou não alguma Unidade Habitacional adaptada para Pessoa com Deficiência – PCD.



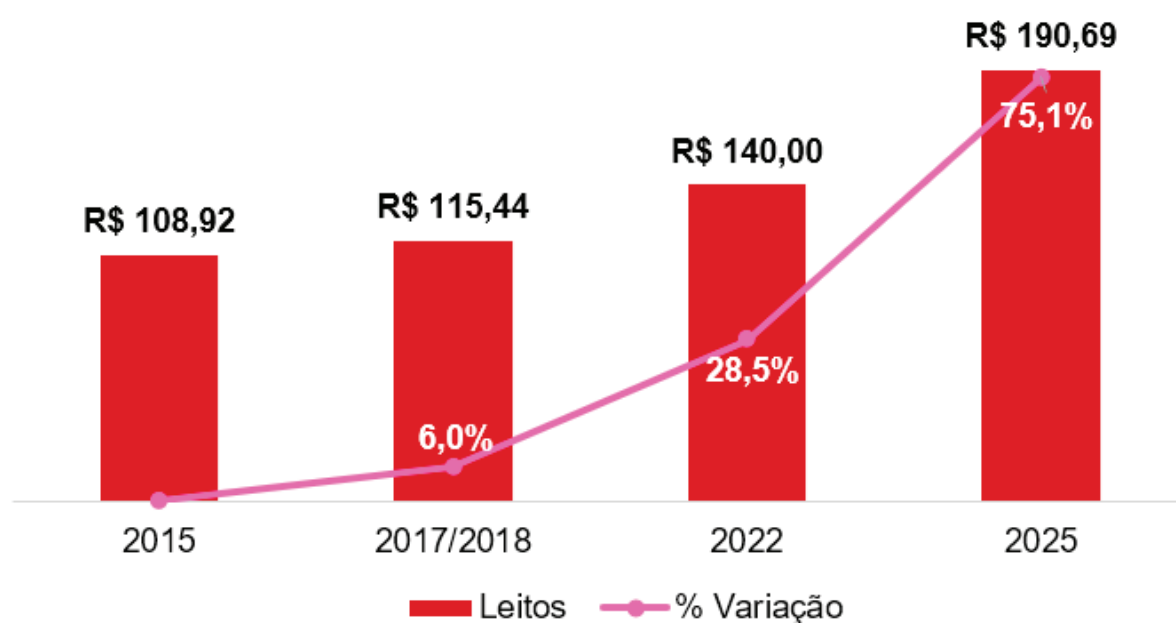
Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 106: Valor médio da diária e crescimento acumulado

Ano ►	2015	2017 2018	2022	2025
Diária Média	R\$108,92	R\$115,44	R\$140,00	R\$190,69
Crescimento acumulado de 2015 a 2025 (%)			Taxa de Crescimento Anual	
75,1%			5,8%	

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 69: Valor médio da diária e crescimento acumulado



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 107: Permanência média

Ano ►	2010	2012	2015	2017 2018	2022	2025
Alta Temporada	2,7	3,6	3,7	2,9	3,0	3,1
Baixa Temporada	-	-	1,7	1,6	1,4	1,6
Taxa de ocupação média (2010-2025)						
Alta Temporada					3,2	
Baixa Temporada					1,6	

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 70: Permanência média em dias



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Tabela 108: Possui ou não área de lazer

Ano ▶	2008	2010	2012	2015	2017 2018	2022	2025
Sim	40	46	28	45	47	52	57
Não	95	106	121	113	113	118	140
Crescimento acumulado (%)				Taxa de Crescimento Anual			
42,5%				2,11%			
47,4%				2,31%			

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência



Museu de Arte de Goiânia

Foto: Museu de Arte de Goiânia / por Jackson Rodrigues.

Bloco XI

Apresentação dos dados de valores de
hospedagem dos Associados da ABIH
EM Goiânia

Esta seção apresenta os valores de diárias de hospedagem coletados no município de Goiânia, considerando como data de referência o dia 01 de março de 2026. Os dados referem-se exclusivamente a meios de hospedagem associados à Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH Goiás, entidade representativa do setor hoteleiro, sem fins lucrativos, que atua na defesa dos interesses coletivos da hotelaria, na promoção do turismo e na articulação com o poder público.

A inclusão desta análise no Censo Hoteleiro de Goiânia é estratégica, pois permite qualificar o nível de preços praticados no destino, identificar a amplitude e a distribuição tarifária e subsidiar diagnósticos relacionados à competitividade, à diversidade da oferta e ao posicionamento do município no contexto regional e nacional.

CARACTERIZAÇÃO DA BASE ANALISADA

Foram analisados 48 empreendimentos hoteleiros associados à ABIH-GO, totalizando 81 registros tarifários. A existência de mais de um registro por empreendimento decorre da presença de diferentes categorias de acomodação, o que é característico de parte relevante da hotelaria local. Do total de empreendimentos, 39,6% apresentaram mais de uma tarifa registrada, enquanto 60,4% apresentaram apenas uma. O regime predominante no conjunto analisado é o de café da manhã incluído (CB).

Tabela 109: Indicadores-síntese de valores (R\$)

Indicador	Valor (R\$)
Tarifa mínima	R\$ 58,00
Tarifa máxima	R\$ 1.830,00
Média por registro	R\$ 344,22
Mediana	R\$ 274,00
Média por empreendimento	R\$ 313,10

Fonte: Dados de campo (2026).

A análise dos indicadores-síntese evidencia que a tarifa mínima registrada foi de R\$ 58,00, enquanto a tarifa máxima atingiu R\$ 1.830,00, resultando em uma amplitude total de R\$ 1.772,00. Esse intervalo expressivo revela a heterogeneidade do mercado hoteleiro associado à ABIH-GO em Goiânia, com a coexistência de empreendimentos voltados a diferentes segmentos de demanda.

A média geral calculada a partir de todos os registros tarifários foi de R\$ 344,22. Entretanto, quando considerada a média por empreendimento, o valor reduz-se para R\$ 313,10, indicando que hotéis com maior número de categorias e tarifas mais elevadas influenciam a média simples por registro. A mediana observada foi de R\$ 274,00, valor que representa de forma mais fiel o centro do mercado, uma vez que metade das tarifas situa-se abaixo desse patamar.

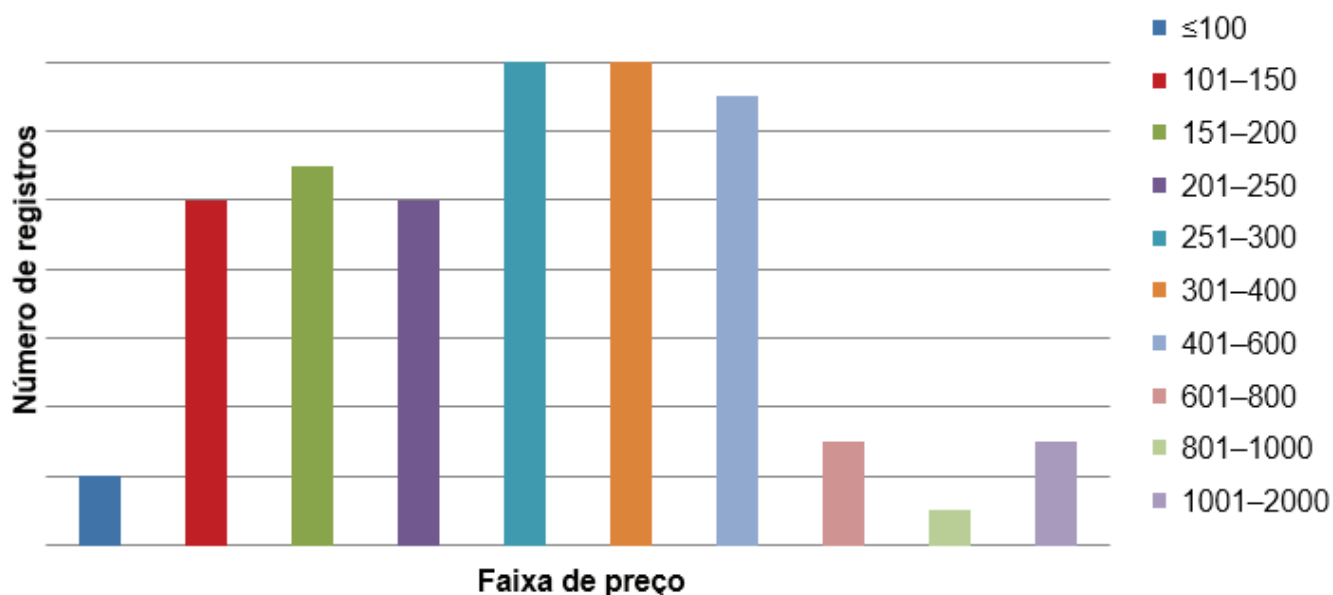
A dispersão dos preços é reforçada pelo desvio-padrão de R\$ 273,97. O intervalo interquartil, compreendido entre R\$ 181,00 (1º quartil) e R\$ 367,00 (3º quartil), indica que 50% das tarifas concentram-se nessa faixa, configurando o núcleo competitivo da hotelaria associada em Goiânia.

Tabela 110: Distribuição das tarifas por faixa de preço

Faixa de preço	Registros
≤100	2
101–150	10
151–200	11
201–250	10
251–300	14
301–400	14
401–600	13
601–800	3
801–1000	1
1001–2000	3

Fonte: Dados de campo (2026).

Gráfico 71: Distribuição das tarifas por faixa de preço



Fonte: Dados de campo (2026).

A distribuição das tarifas por faixas de preço demonstra que a maior concentração dos registros ocorre entre R\$ 251,00 e R\$ 400,00, intervalo que reúne 34,6% do total analisado. Considerando-se o conjunto de faixas entre R\$ 151,00 e R\$ 400,00, observa-se que aproximadamente 67,9% das tarifas se situam nesse intervalo, evidenciando o predomínio de um patamar intermediário de preços na hotelaria associada da capital.

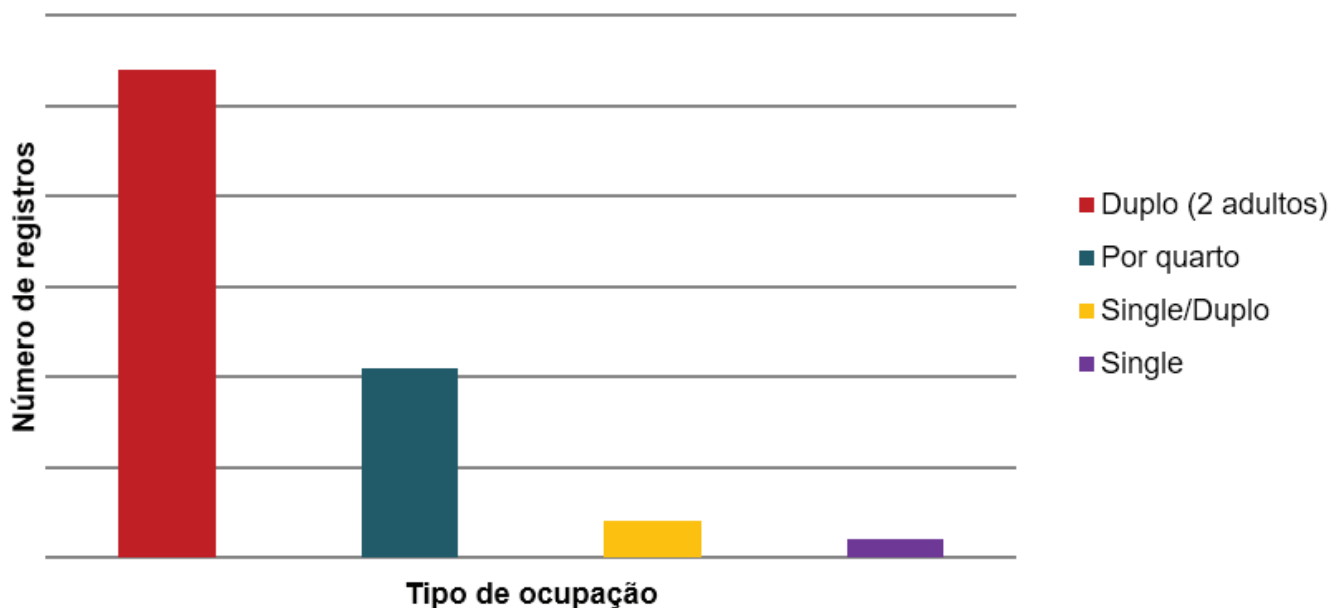
As tarifas mais baixas, inferiores a R\$ 100,00, representam parcela reduzida do total, enquanto as tarifas superiores a R\$ 600,00 correspondem a 8,6% dos registros. Apesar de minoritárias, essas tarifas elevadas são relevantes por sinalizarem a presença de produtos de padrão superior e maior valor agregado no destino.

Tabela 111: Perfil dos registros por tipo de ocupação

Tipo de ocupação	Registros
Duplo (2 adultos)	54
Por quarto	21
Single/Duplo	4
Single	2

Fonte: Dados de campo (2026).

Gráfico 71: Distribuição das tarifas por faixa de preço



Fonte: Dados de campo (2026).

Quanto ao tipo de ocupação ou categoria informada, observa-se o predomínio de tarifas para acomodação dupla (2 adultos), que correspondem a 66,7% dos registros. Esse padrão favorece a comparabilidade entre empreendimentos e contribui para uma leitura mais consistente do mercado.

Os registros classificados como tarifa por quarto, sem especificação de ocupação, representam 25,9% do total e refletem uma prática comum de divulgação pública de preços no mercado. As categorias single, single/duplo e similares apresentam participação residual, mas complementam a caracterização da diversidade da oferta hoteleira local.

A análise dos valores de hospedagem apresentada neste bloco evidencia a diversidade e a complexidade da oferta hoteleira existente no município de Goiânia, a partir de dados coletados junto a meios de hospedagem associados à ABIH Goiás. A amplitude tarifária observada, aliada à concentração de preços em uma faixa intermediária, demonstra a capacidade do destino de atender a diferentes perfis de demanda, desde segmentos mais sensíveis a preço até produtos de padrão superior e maior valor agregado.

Os indicadores apresentados contribuem para a compreensão do posicionamento competitivo da hotelaria local, ao mesmo tempo em que qualificam o debate sobre estrutura de oferta, perfil de mercado e dinâmica de preços. Ao integrar esta leitura ao Censo Hoteleiro de Goiânia, amplia-se a base técnica disponível para análises setoriais, planejamento e formulação de políticas públicas voltadas ao turismo e à hotelaria.

Destaca-se que a utilização de dados provenientes de empreendimentos associados à ABIH-GO reforça a representatividade e a confiabilidade das informações, evidenciando o papel da entidade na organização do setor, na defesa dos interesses coletivos da indústria hoteleira e na construção de subsídios técnicos que fortalecem o desenvolvimento do turismo no município.



CENSO HOTELEIRO DO ENTORNO DE GOIÂNIA



1. INTRODUÇÃO — *Parte 2: Censo Hoteleiro do Entorno de Goiânia 2025*

A oferta de hospedagem é um componente estruturante do turismo local, pois viabiliza a permanência do visitante com condições adequadas de conforto e segurança. Além de apoiar o fluxo turístico, a hospedagem influencia diretamente a atratividade do destino e os efeitos econômicos associados ao turismo, como geração de receita, empregos e dinamização do comércio e serviços.

Nos últimos anos, a oferta se tornou mais heterogênea com o avanço de plataformas digitais de intermediação, como Airbnb e Booking, que ampliaram a visibilidade e o acesso a diferentes modalidades de acomodação. Esse cenário aumenta a diversidade do mercado, mas também impõe desafios para a gestão pública e para a organização setorial, sobretudo no que se refere ao ordenamento do cadastro, ao acompanhamento da capacidade instalada e à produção de informação confiável para planejamento e tomada de decisão. Nessa perspectiva, o censo se apresenta como uma estratégia de coleta e sistematização de dados orientada à cobertura do universo identificado, diferindo de levantamentos por amostragem. Aplicado ao setor de hospedagem, o censo permite consolidar uma base descritiva ampla sobre os empreendimentos existentes no território, apoiando diagnósticos, comparações e a definição de ações de qualificação e desenvolvimento.

Com esse entendimento, o presente levantamento foi realizado para complementar o diagnóstico do entorno de Goiânia quanto à oferta de meios de hospedagem, considerando o papel da capital como polo regional e as dinâmicas de apoio, transbordamento e conexão com municípios vizinhos. O censo identificou 150 empreendimentos distribuídos em 18 municípios, com forte concentração em Trindade (52; 34,7%), seguida por Aparecida de Goiânia (12; 8,0%) e Nova Veneza (10; 6,7%). Do total mapeado, predomina a categoria Hotel (79; 52,7%) e Pousada (46; 30,7%), além de modalidades como hotel fazenda/rural (7; 4,7%), temporada (7; 4,7%) e ocorrências pontuais de motel (2; 1,3%) e resort (1; 0,7%).

A base construída também evidencia aspectos relevantes de formalização e visibilidade: 104 empreendimentos (69,3%) apresentaram CNPJ identificável, enquanto 46 (30,7%) permaneceram sem CNPJ informado/identificável. Em relação à presença digital, apenas 18 (12,0%) informaram site próprio, e em 71 casos (47,3%) não foi possível obter essa informação. A situação de registro no Cadastur mostrou-se dividida: 79 (52,7%) estavam cadastrados e 71 (47,3%) não constavam como cadastrados.

Destaca-se, ainda, o papel institucional da ABIH-GO (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – Goiás) como entidade representativa do setor, importante para articulação, qualificação e competitividade da hotelaria. No universo total identificado, apenas 3 empreendimentos (2,0%) estavam associados; entretanto, em 124 casos (82,7%) não foi possível acessar informação sobre associação, o que indica limitação de dados disponíveis para caracterizar plenamente o vínculo institucional no conjunto do território.

Por fim, é importante registrar que parte das variáveis operacionais e de serviços foi aprofundada por meio de formulário aplicado a 26 respondentes, permitindo detalhar características como facilidades no quarto, refeições oferecidas, formatos de diária, lazer, meios de pagamento e práticas de gestão. Assim, o estudo combina uma base censitária de identificação (n=150) com um subconjunto de respostas diretas (n=26), compondo um panorama que qualifica a leitura do mercado e subsidia decisões mais assertivas para o planejamento e fortalecimento da hospedagem no entorno de Goiânia.

2. METODOLOGIA

2.1 Tipo de pesquisa e delineamento

Trata-se de uma pesquisa descritiva, de natureza censitária cadastral, orientada a identificar, registrar e caracterizar a oferta de meios de hospedagem no entorno de Goiânia. O levantamento descreve atributos estruturais (porte e capacidade), serviços ofertados, presença digital, formas de comercialização e aspectos de formalização e conformidade (ex.: Cadastur e representação setorial).

Considerando o objetivo de complementar o entendimento regional sobre a oferta de hospedagens em municípios vizinhos à capital, adotou-se um modelo de coleta padronizado, com registro sistemático em instrumento estruturado, permitindo comparabilidade entre localidades e organização das variáveis em blocos temáticos.

A coleta e atualização cadastral ocorreram entre 01 e 30 de novembro de 2025, com escopo de busca nos municípios do entorno e área de influência regional. Na consolidação final, foram identificados e registrados 150 empreendimentos, distribuídos em 18 municípios (conforme Tabela 7). Municípios inicialmente mapeados no escopo que não apresentaram registros válidos/confirmados no período não compuseram a base final.

2.2 Instrumento de pesquisa

O instrumento de coleta consistiu em um formulário estruturado, organizado em 5 blocos temáticos, elaborado para assegurar a padronização do registro e a comparabilidade das informações entre os municípios. O formulário reuniu dados de identificação do empreendimento e presença digital (cidade, razão social, CNPJ, nome fantasia, endereço e contatos), além de informações sobre

tempo de atividade e tipologia do meio de hospedagem. Também incorporou itens de representação e conformidade, incluindo Cadastur, vínculo com ABIH e filiação a sindicatos/associações, bem como rotinas operacionais selecionadas.

Na sequência, contemplou variáveis sobre estrutura, capacidade e acessibilidade, com foco em UHs, leitos e adaptação para PcD, e um bloco específico para facilidades disponíveis nos quartos. Os blocos finais abrangeram A&B e eventos, lazer, aspectos comerciais e tarifas, gestão e categoria, além de um espaço destinado a observações gerais, permitindo registrar particularidades não captadas pelas alternativas fechadas. De modo geral, o instrumento foi construído com predominância de perguntas fechadas (múltipla escolha), complementadas por campos abertos para detalhamentos quando necessário.

2.3 Fontes de dados e estratégia de coleta

A coleta foi realizada majoritariamente de forma remota/virtual, considerando a abrangência territorial e o volume de municípios incluídos, de modo a garantir viabilidade operacional e consistência do levantamento no período estabelecido. Para a consolidação das informações, foram consultadas fontes oficiais do Ministério do Turismo (MTur/Cadastur), com verificação de cadastro e registro de dados disponíveis para os empreendimentos identificados, além de bases públicas e identificadores cadastrais, utilizados para confirmar CNPJ e razão social quando a informação estava disponível e identificável.

Também foi realizada consulta à presença digital dos empreendimentos, incluindo sites, perfis em redes sociais — com ênfase no Instagram — e outros canais públicos de divulgação. Sempre que possível, houve contato direto por telefone e WhatsApp, buscando validar e complementar campos do formulário mediante retorno do responsável. Adicionalmente, foram consultados canais de comercialização online, com acesso a páginas públicas de divulgação e reserva para confirmar a existência e características do meio de hospedagem, quando aplicável.

Além das variáveis de identificação e caracterização, o instrumento incorporou itens de representação setorial, com destaque para a ABIH-GO, registrando tanto a associação atual quanto o interesse potencial de associação entre os empreendimentos não associados, como indicador de aproximação institucional e oportunidade de articulação do setor.

2.4 Universo, cobertura e critérios de inclusão

O universo do levantamento foi composto por empreendimentos identificados como meios de hospedagem nos municípios delimitados, contemplando tanto estabelecimentos formalizados quanto iniciativas com menor grau de formalização, desde que se apresentassem publicamente como oferta de estadia. A cobertura considerou empreendimentos com identificação pública mínima, isto é, com nome e ao menos um elemento que permitisse sua localização ou contato (endereço, telefone, perfil digital ou referência territorial).

Foram incluídos empreendimentos com ou sem CNPJ e/ou Cadastur, desde que atuassem na oferta de hospedagem, abrangendo meios tradicionais (como hotéis e pousadas) e modalidades alternativas (como hospedagens de temporada), quando vinculadas à dinâmica local do setor. Nos casos em que não foi possível obter informações suficientes para o preenchimento mínimo do cadastro, o registro foi mantido com a devida indicação de incompletude/ausência de informação, a fim de preservar a rastreabilidade e a transparência do levantamento.

2.5 Tratamento e análise dos dados

Após a etapa de coleta, os registros foram consolidados em uma base única e submetidos a procedimentos de tratamento voltados à qualidade e consistência das informações. Esse processo incluiu a padronização de nomenclaturas (município, tipologia do meio de hospedagem e contatos), a identificação e remoção

de duplicidades, a correção de inconsistências e a consolidação de campos considerados essenciais para o perfilamento do setor (identificação, presença digital e variáveis de conformidade/regulação).

A análise foi conduzida por estatística descritiva, com elaboração de tabulações e frequências por município e por variáveis do formulário, tais como: tipologia do empreendimento, situação no Cadastur, presença de CNPJ, associação à ABIH-GO, características estruturais (UHs, leitos e acessibilidade), facilidades nos quartos, formas de pagamento e informações tarifárias quando disponíveis. Sempre que pertinente, os resultados foram organizados em sínteses por bloco, com o objetivo de apoiar o entendimento regional e facilitar a leitura analítica do conjunto de informações.

2.6 Considerações éticas

O levantamento foi realizado com base em informações públicas e/ou em dados fornecidos diretamente pelos responsáveis pelos empreendimentos, com finalidade exclusiva de diagnóstico e planejamento. Os resultados foram apresentados de forma agregada sempre que necessário, evitando exposição indevida de informações sensíveis ou identificáveis. Também foram observadas boas práticas no uso de dados provenientes de páginas e plataformas públicas, limitando-se ao conteúdo efetivamente acessível e permitido.

2.7 Limitações do estudo

Algumas limitações devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Por se tratar de um levantamento predominantemente remoto, parte dos empreendimentos não retornou contatos telefônicos/WhatsApp ou não disponibilizou informações completas, o que restringiu a granularidade de variáveis como tarifas, estrutura detalhada e serviços. Também foram identificados empreendimentos sem

cadastro oficial e/ou sem CNPJ, o que dificulta validações cadastrais e comparações diretas com bases oficiais. Adicionalmente, informações disponíveis na internet podem estar desatualizadas ou inconsistentes entre diferentes canais (site, redes sociais, anúncios e contatos). Por fim, em alguns casos, detalhes operacionais e de localização são disponibilizados apenas após interação mais aprofundada (ou durante o processo de reserva), o que limitou o preenchimento de determinados campos.

2.8 Principais resultados alcançados (síntese)

O levantamento consolidado identificou 150 empreendimentos de hospedagem (n=150), registrados uma única vez por estabelecimento. Do total mapeado, 79 empreendimentos constam como cadastrados no Cadastur (52,67%), enquanto 71 (47,33%) não constam no sistema.

Observa-se concentração relevante em Trindade, com 52 empreendimentos (34,67%). Na sequência, destacam-se Aparecida de Goiânia (12; 8,00%), Nova Veneza (10; 6,67%) e São Luís de Montes Belos (9; 6,00%). Bela Vista de Goiás (8; 5,33%) e Inhumas (8; 5,33%) aparecem no mesmo patamar, reforçando a concentração territorial da oferta no recorte analisado.

A distribuição completa por município foi: Abadia de Goiás (3); Aparecida de Goiânia (12); Aragoiânia (1); Bela Vista de Goiás (8); Bonfinópolis (4); Goianira (3); Guapó (7); Hidrolândia (7); Inhumas (8); Leopoldo de Bulhões (2); Nerópolis (6); Nova Veneza (10); Santo Antônio de Goiás (4); São Luís de Montes Belos (9); Senador Canedo (3); Terezópolis de Goiás (4); Trindade (52); Vianópolis (7).

3. ANÁLISE DOS DADOS

BLOCO I – IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO

A caracterização inicial dos meios de hospedagem identificados na base analisada (n=150) evidencia uma forte concentração de empreendimentos classificados como Hotel, que representam 52,67% do total (79 estabelecimentos). Em seguida, destacam-se as Pousadas, com 30,67% (46 empreendimentos), reforçando a presença significativa de meios de hospedagem de menor porte e, em geral, mais vinculados à hospitalidade local.

Conforme apresentado na Tabela 1, as demais categorias aparecem com participação proporcionalmente menor: Hotel Fazenda/Rural e Temporada correspondem, cada uma, a 4,67% (7 empreendimentos), indicando a existência de uma oferta complementar relacionada ao turismo rural e às modalidades de hospedagem não tradicionais. Já Outros representa 3,33% (5 empreendimentos), enquanto Motel e Hospedaria/Studio aparecem com 1,33% (2 empreendimentos cada), e Resort com 0,67% (1 empreendimento). A categoria Indefinido também registra 0,67% (1 caso), refletindo ausência de informação suficiente para classificação.

De forma geral, a distribuição reforça um perfil de oferta predominantemente composto por hotéis e pousadas, sugerindo que a rede de hospedagem regional é majoritariamente estruturada em formatos mais consolidados e recorrentes no mercado, com menor participação de empreendimentos especializados (como resorts) e de tipologias alternativas, ainda que estas existam como segmentos complementares.

Tabela 1. Tipos de Empreendimentos de Hospedagem

Categoria padronizada	Nº de empreendimentos	% do total (n=150)
Hotel	79	52,67%
Pousada	46	30,67%
Motel	2	1,33%
Hotel Fazenda / Rural	7	4,67%
Temporada	7	4,67%
Hospedaria/Studio	2	1,33%
Resort	1	0,67%
Outros	5	3,33%
Indefinido	1	0,67%
Total	150	100,00%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

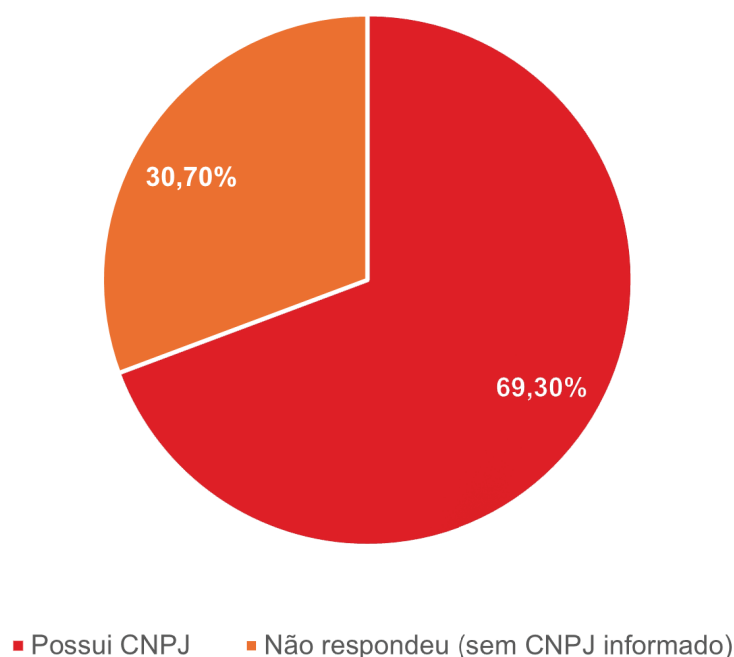
Em relação à formalização jurídica, observa-se que 69,3% dos empreendimentos (104; n=150) possuem CNPJ informado/identificável, enquanto 30,7% (46) foram classificados como “Não respondeu” por ausência de CNPJ informado ou impossibilidade de identificação nas fontes consultadas. Esse resultado sugere um nível relevante de formalização no conjunto analisado, embora a proporção de casos sem evidência documental (quase um terço) aponte para limites de acesso à informação e/ou baixa padronização do registro de dados em algumas fontes (tabela 2 e gráfico 1).

Tabela 2. Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não CNPJ.

Situação	Nº de empreendimentos	%
Possui CNPJ	104	69,3%
Não respondeu (sem CNPJ informado)	46	30,7%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 1. Empreendimentos de Hospedagem que possuem ou não CNPJ.



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

A distribuição por município indica forte concentração em Trindade, que reúne 34,7% dos empreendimentos (52; n=150). Em seguida, aparecem Aparecida de Goiânia (12; 8,0%) e Nova Veneza (10; 6,7%), além de São Luís de Montes Belos (9; 6,0%). Municípios como Bela Vista de Goiás e Inhumas (8 cada; 5,3%) também apresentam participação relevante. Essa configuração evidencia que a oferta de hospedagem se distribui regionalmente, mas com peso marcante de Trindade, indicando um polo de concentração que pode estar associado a dinâmicas específicas de demanda, eventos, fluxos regionais e características de mercado local (tabela 3).

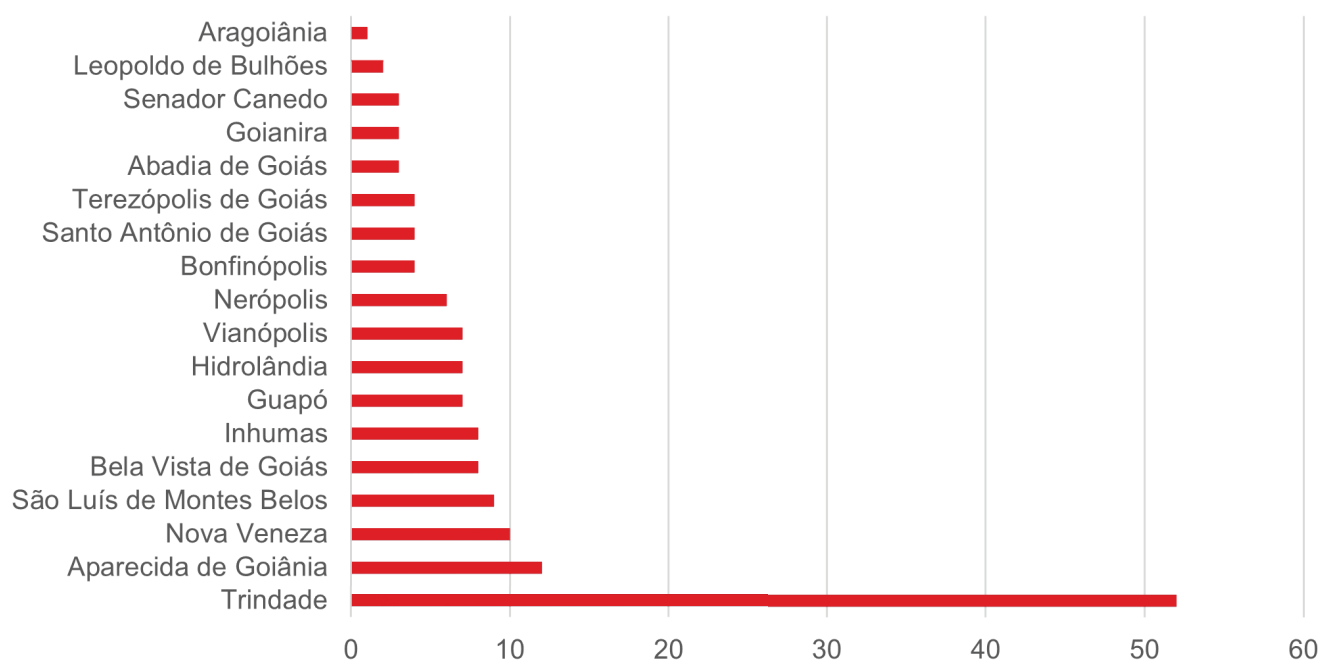
Tabela 3: Cidades onde estão instalados os meios Hospedagem.

Cidade	Nº de empreendimentos	%
Trindade	52	34,7%
Aparecida de Goiânia	12	8,0%
Nova Veneza	10	6,7%
São Luís de Montes Belos	9	6,0%

Cidade	Nº de empreendimentos	%
Bela Vista de Goiás	8	5,3%
Inhumas	8	5,3%
Guapó	7	4,7%
Hidrolândia	7	4,7%
Vianópolis	7	4,7%
Nerópolis	6	4,0%
Bonfinópolis	4	2,7%
Santo Antônio de Goiás	4	2,7%
Terezópolis de Goiás	4	2,7%
Abadia de Goiás	3	2,0%
Goianira	3	2,0%
Senador Canedo	3	2,0%
Leopoldo de Bulhões	2	1,3%
Aragoiânia	1	0,7%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 2. Cidades onde estão instalados os meios Hospedagem.



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

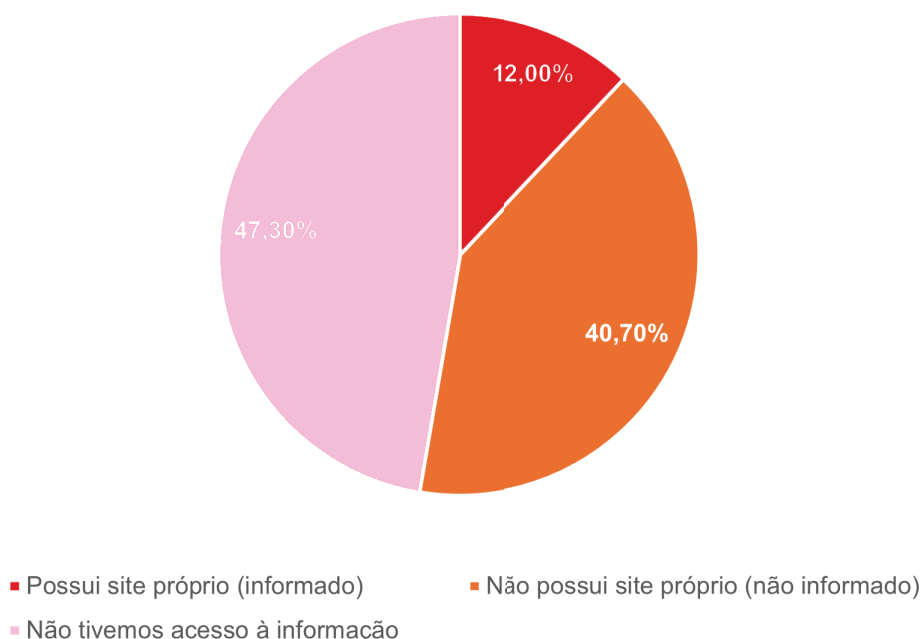
Quanto à presença digital via site próprio, apenas 12,0% (18; n=150) informaram possuir site. Por outro lado, 40,7% (61) foram classificados como não possuindo site próprio (não informado) e 47,3% (71) constam como “Não tivemos acesso à informação”, o que limita a leitura conclusiva do indicador. Ainda assim, o resultado sugere que, quando há evidência, a presença de site próprio é minoritária, podendo indicar baixa maturidade digital em parte do setor ou priorização de canais intermediados (ex.: redes sociais, OTAs, mapas e plataformas), o que deve ser aprofundado em análises complementares (ver Tabela 4).

Tabela 4. Meios de hospedagem: presença de site próprio

Site próprio	Nº de empreendimentos	%
Possui site próprio (informado)	18	12,0%
Não possui site próprio (não informado)	61	40,7%
Não tivemos acesso à informação	71	47,3%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 3. Meios de hospedagem: presença de site próprio



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

No indicador “tempo de atividade”, observa-se que 47,3% (71; n=150) aparecem como “Não tivemos acesso à informação”, o que reduz a capacidade de inferência sobre maturidade do mercado com base no universo total. Entre os casos com informação disponível, destaca-se maior concentração em faixas mais maduras: 11 a 20 anos (36; 24,0%) e 6 a 10 anos (20; 13,3%). Há menor presença relativa de empreendimentos com 1 a 2 anos (4; 2,7%) e 3 a 5 anos (7; 4,7%), e não foram registrados empreendimentos com “até 12 meses” na base analisada. Esses dados sugerem que parte expressiva da oferta identificada possui trajetória consolidada, embora a grande lacuna de informação indique necessidade de qualificar esse indicador em coletas futuras (ver Tabela 5).

Tabela 5. Tempo de atividade dos empreendimentos de hospedagem

Tempo de atividade	Nº de empreendimentos	%
Até 12 meses	0	0,0%
1 a 2 anos	4	2,7%
3 a 5 anos	7	4,7%
6 a 10 anos	20	13,3%
11 a 20 anos	36	24,0%
Acima de 20 anos	12	8,0%
Não tivemos acesso à informação	71	47,3%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

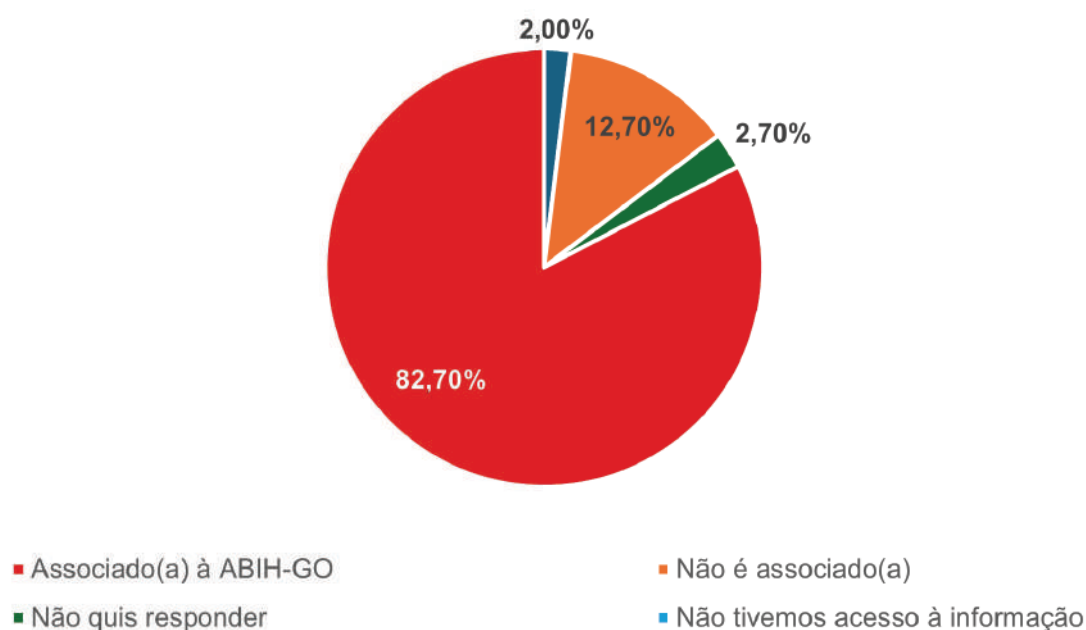
A verificação de vínculo com a ABIH-GO apresentou elevada ausência de informação: 82,7% (124; n=150) constam como “Não tivemos acesso à informação”. Entre os casos com resposta/registo, apenas 3 empreendimentos (2,0%) indicaram associação, enquanto 19 (12,7%) informaram não ser associados e 4 (2,7%) não quiseram responder. A baixa proporção de associados identificados e a grande indisponibilidade de informação apontam para dois desafios: (i) possível baixa adesão associativa em parte do setor e (ii) limitação de rastreabilidade pública desse tipo de vínculo, o que merece atenção metodológica (Tabela 6).

Tabela 6. Empreendimentos associados à ABIH-GO

Associação ABIH-GO	Nº de empreendimentos	%
Associado(a) à ABIH-GO	3	2,0%
Não é associado(a)	19	12,7%
Não quis responder	4	2,7%
Não tivemos acesso à informação	124	82,7%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 4. Empreendimentos associados à ABIH-GO



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Ao analisar o interesse em se associar (somente entre os que não são associados, n=19), observa-se predomínio de respostas negativas: 78,9% (15) marcaram “Não”, enquanto 15,8% (3) indicaram “Talvez” e 5,3% (1) não responderam (ver Tabela 7).

Na questão aberta “Se não tem interesse, por quê?”, houve baixa produção de justificativas: 13 dos 15 que responderam “Não” não preencheram motivo, e as 2 respostas registradas foram apenas “não/Não”, sem justificativa objetiva. Assim, não há evidência suficiente para categorização de motivos, recomendando-se reformulação do item em próximas aplicações (por exemplo, com alternativas fechadas de motivos mais comuns, além do campo aberto).

Tabela 7. Interesse em se associar à ABIH-GO

Interesse em se associar à ABIH-GO	Nº de empreendimentos	%
Não	15	78,9%
Talvez	3	15,8%
Não respondeu	1	5,3%
Total	19	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

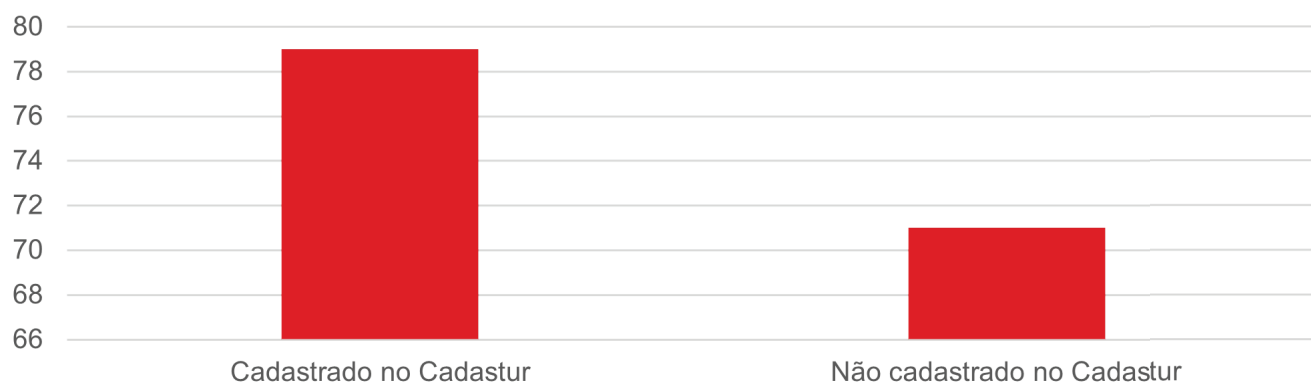
Quanto ao cadastro no Cadastur, 52,7% (79; n=150) constam como cadastrados, enquanto 47,3% (71) aparecem como não cadastrados (ver Tabela 8). A proximidade entre os percentuais indica que, mesmo em um universo com predominância de hotéis e pousadas, há um contingente expressivo fora do cadastro, o que pode refletir desafios de adesão, regularização, atualização cadastral e/ou desconhecimento dos benefícios e exigências do sistema.

Tabela 8. Situação dos empreendimentos cadastrados no Cadastur

Situação	Nº de empreendimentos	%
Cadastrado no Cadastur	79	52,7%
Não cadastrado no Cadastur	71	47,3%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 5. Situação dos empreendimentos cadastrados no Cadastur (n=150)



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

BLOCO II – CAPACIDADE INSTALADA E ACESSIBILIDADE

A distribuição do número total de UH's mostra concentração nas faixas intermediárias e superiores, com destaque para empreendimentos com mais de 20 UH's, que representam 31,3% (47; n=150). Em seguida, aparecem as faixas 11 a 15 UH's (20; 13,3%) e 16 a 20 UH's (18; 12,0%). As menores faixas, 1 a 5 UH's (5; 3,3%) e 6 a 10 UH's (6; 4,0%), têm participação reduzida no conjunto.

Entretanto, chama atenção o percentual de não resposta para esse indicador (36,0%, 54 empreendimentos), o que limita inferências mais robustas sobre o porte médio do universo analisado. Ainda assim, entre os casos com informação disponível, observa-se presença relevante de empreendimentos com maior capacidade instalada (ver Tabela 9).

Tabela 9. Número total de UH's (quartos/apartamentos) por empreendimento

Faixa de UH's	Nº de empreendimentos	%
1 a 5 UH's	5	3,3%
6 a 10 UH's	6	4,0%
11 a 15 UH's	20	13,3%
16 a 20 UH's	18	12,0%
Mais de 20 UH's	47	31,3%
Não respondeu	54	36,0%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Quanto à infraestrutura sanitária, os dados indicam padrão plenamente adequado: 100% dos empreendimentos (150; n=150) apresentam todas as UH's com banheiro, sem registro de unidades com 1 a 2 UH's sem banheiro ou 3 a 4 UH's sem banheiro. Esse resultado aponta uniformidade mínima de estrutura em todo o universo analisado (Tabela 10).

Tabela 10. Total de UH's sem banheiro

Situação	Nº de empreendimentos	%
Todas as UH's possuem banheiro	150	100,0%
1 a 2 UH's sem banheiro	0	0,0%
3 a 4 UH's sem banheiro	0	0,0%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

No indicador “número de leitos”, verifica-se forte limitação de acesso à informação: 84,0% (126; n=150) aparecem como “Não respondeu/Não tivemos acesso à informação”. Entre os casos com registro, a maior concentração ocorre em “Mais de 50 leitos” (16; 10,7%), enquanto as demais faixas apresentam percentuais baixos: 31 a 40 leitos (4; 2,7%), 41 a 50 leitos (2; 1,3%), e apenas 1 empreendimento em 1 a 10 leitos (0,7%) e 21 a 30 leitos (0,7%). Não houve registro na faixa 11 a 20 leitos.

O padrão sugere que, quando há evidência, predominam empreendimentos de maior capacidade (acima de 50 leitos), mas a elevada ausência de informação impede generalizações para o universo total (ver Tabela 11).

Tabela 11. Número de leitos por empreendimento.

Número de leitos	Nº de empreendimentos	%
1 a 10 Leitos	1	0,7%
11 a 20 Leitos	0	0,0%
21 a 30 Leitos	1	0,7%
31 a 40 Leitos	4	2,7%
41 a 50 Leitos	2	1,3%
Mais de 50 Leitos	16	10,7%
Não respondeu / Não tivemos acesso à informação	126	84,0%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Em relação à acessibilidade, 47,3% (71; n=150) aparecem como “Não respondeu (sem informação fora do Cadastur)”, evidenciando que a disponibilidade desse dado é fortemente dependente das fontes consultadas.

Entre os empreendimentos com informação, observa-se que 6,7% (10) registram 0 UH adaptada, enquanto as faixas com alguma adaptação se distribuem da seguinte forma: 1 a 2 UH's adaptadas (27; 18,0%), 3 a 4 UH's (9; 6,0%), 5 a 10 UH's (17; 11,3%), 11 a 20 UH's (9; 6,0%) e mais de 20 UH's adaptadas (7; 4,7%). O conjunto aponta presença significativa de empreendimentos com algum nível de adaptação, com destaque para a faixa 1 a 2 UH's, porém com alta lacuna informacional que deve ser considerada na leitura dos resultados (ver Tabela 12).

Tabela 12. Número de UH's adaptadas para PcD por empreendimento.

Faixa de UH's adaptadas (PcD)	Nº de empreendimentos	%
0 UH's adaptadas	10	6,7%
1 a 2 UH's	27	18,0%
3 a 4 UH's	9	6,0%
5 a 10 UH's	17	11,3%
11 a 20 UH's	9	6,0%
Mais de 20 UH's	7	4,7%
Não respondeu (sem informação fora do Cadastur)	71	47,3%
Total	150	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Considerando exclusivamente os empreendimentos do Entorno com registro no Cadastur (n=79) e respostas dos empreendimentos, consolidou-se um total de 2.127 unidades habitacionais (UHs) e 5.220 leitos, dos quais 606 UHs e 1.489 leitos são informados como acessíveis. Esses valores devem ser interpretados como capacidade mínima observável, uma vez que, no universo total de 150 empreendimentos identificados, 71 não constam no Cadastur, limitando a consolidação completa da capacidade instalada para todo o conjunto analisado.

Tabela 13. Número de UH's adaptadas para PcD por empreendimento.

Município	Empreend.	UHs	Leitos	Leitos acessíveis
Trindade	48	1.256	3.714	1.153
Aparecida de Goiânia	7	338	489	61
Vianópolis	5	117	264	52
Senador Canedo	3	71	195	9
Inhumas	3	76	119	38
Bela Vista de Goiás	3	84	115	54
Terezópolis de Goiás	2	36	76	36
Santo Antônio de Goiás	2	40	75	16
Hidrolândia	1	30	45	16
Nova Veneza	1	24	40	40
Leopoldo de Bulhões	1	16	32	4
Nerópolis	1	20	20	0
Abadia de Goiás	1	6	18	4
Bonfinópolis	1	13	18	6
Total	79	2.127	5.220	1.489

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Os resultados indicam um padrão alto de itens essenciais nos empreendimentos respondentes. Todas as 26 respostas (100,0%) informaram disponibilidade de Wi-Fi, ar-condicionado, chuveiro frio e chuveiro quente, sugerindo homogeneidade mínima de infraestrutura para conforto e conectividade no grupo respondente.

Entre os itens muito frequentes, destacam-se TV (25; 96,2%), roupa de cama (24; 92,3%) e toalhas (24; 92,3%), reforçando a presença de um “pacote básico” consistente. O frigobar abastecido aparece como item relevante (20; 76,9%), enquanto canais a cabo têm presença moderada (15; 57,7%).

Já os itens ligados a perfil corporativo/produktividade aparecem com menor incidência: workstation/mesa de trabalho é citada por 9 empreendimentos (34,6%). Itens associados a padronização de hotelaria e/ou diferenciação de serviço surgem

com baixa ocorrência, como amenities (6; 23,1%), cofre (3; 11,5%) e serviço de streaming (3; 11,5%). Recursos de maior valor agregado, como banheira (2; 7,7%), são pouco representativos.

Por outro lado, observa-se ausência total (0,0%) de diversos equipamentos frequentemente associados a unidades com estrutura de cozinha/longo período de estada (ex.: fogão, geladeira, micro-ondas, utensílios), bem como itens como secador de cabelo, ferro de passar, sofá-cama, varanda, guarda-roupa e jacuzzi. Esses resultados sugerem que, na base respondente, a configuração predominante é orientada a hospedagem tradicional de curta permanência, com foco nos itens essenciais, e menor presença de comodidades típicas de “apart-hotel/temporada”.

Tabela 14. Facilidades/equipamentos disponíveis nos quartos

Facilidades nos quartos (múltipla escolha)	Nº de empreendimentos	% (base: 26)
Wi Fi	26	100,0%
Ar condicionado	26	100,0%
Chuveiro frio	26	100,0%
Chuveiro quente	26	100,0%
TV	25	96,2%
Roupa de cama	24	92,3%
Toalhas	24	92,3%
Frigobar (abastecido)	20	76,9%
Canais a cabo	15	57,7%
Workstation / mesa de trabalho	9	34,6%
Amenities (produtos de higiene pessoal)	6	23,1%
Cofre	3	11,5%
Serviço de streaming	3	11,5%
Banheira	2	7,7%
Ventilador	1	3,8%
Frigobar (desabastecido)	0	0,0%
Berço	0	0,0%
Rádio	0	0,0%
Secador de cabelo	0	0,0%
Ferro de passar roupa	0	0,0%

Facilidades nos quartos (múltipla escolha)	Nº de empreendimentos	% (base: 26)
Sofá cama	0	0,0%
Varanda	0	0,0%
Cozinha	0	0,0%
Fogão	0	0,0%
Geladeira	0	0,0%
Forno	0	0,0%
Micro ondas	0	0,0%
Liquidificador	0	0,0%
Cafeteira	0	0,0%
Sanduicheira	0	0,0%
Utensílios de cozinha	0	0,0%
Sofá	0	0,0%
Arara de roupa	0	0,0%
Guarda roupa	0	0,0%
Jacuzzi	0	0,0%
Detector de monóxido de carbono	0	0,0%
Outros (especificar)	0	0,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

BLOCO III – A&B, EVENTOS E LAZER

Entre os empreendimentos respondentes, 100,0% (26 respondentes) informaram oferecer café da manhã. Não houve registro de oferta de almoço, jantar ou a opção “nenhuma”, indicando que, para este grupo, o A&B está concentrado no serviço matinal, com baixa evidência de estrutura de refeições principais associadas à hospedagem.

Tabela 15. Refeições atendidas pelos meios de hospedagem

Refeições atendidas	Nº de empreendimentos	%
Café da manhã	26	100,0%
Almoço	0	0,0%
Jantar	0	0,0%
Nenhuma	0	0,0%
Não respondeu	0	0,0%
Total	26	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Quanto ao formato de diária, predomina a diária “com café”: 23 empreendimentos (88,5%). Apenas 2 (7,7%) indicaram pensão completa, e 1 (3,8%) não respondeu. Não houve marcação para “sem café” e “meia pensão”, reforçando que o modelo praticado é, majoritariamente, hospedagem com café da manhã incluído, e com baixa adoção de modelos mais robustos de alimentação integrada.

Tabela 16. Tipo de diária oferecida

Tipo de diária oferecida	Nº de empreendimentos	%
Com café	23	88,5%
Sem café	0	0,0%
Meia pensão	0	0,0%
Pensão completa	2	7,7%

Tipo de diária oferecida	Nº de empreendimentos	%
Não respondeu	1	3,8%
Total	26	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Na dimensão de eventos, 5 empreendimentos compõem a base “apenas quem possui sala”, com a seguinte distribuição: 3 (60,0%) possuem 1 sala, 1 (20,0%) possui 2 salas, e 1 (20,0%) não respondeu. Esse resultado sugere baixa presença de infraestrutura para eventos dentro do grupo respondente, com oferta concentrada em empreendimentos com estrutura pequena (1 sala).

Tabela 17. Quantidade de salas de eventos

Quantidade de salas de eventos	Nº de empreendimentos	%
1 sala(s)	3	60,0%
2 sala(s)	1	20,0%
Não respondeu	1	20,0%
Total (apenas quem possui sala)	5	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Quanto à capacidade, observa-se que nem todos informaram os dados, mas, entre os que responderam:

- ◆ **Formato auditório:** 4 informaram (80,0%); capacidade mínima 15, mediana 50, máxima 150.
- ◆ **Formato U:** 3 informaram (60,0%); capacidade mínima 10, mediana 15, máxima 20.

De modo geral, as capacidades registradas indicam perfil de eventos de pequeno a médio porte, com amplitude maior no formato auditório (até 150 pessoas), e mais restrito no formato U (até 20 pessoas).

Tabela 18. Capacidade das salas de eventos

Capacidade das salas (apenas quem possui sala)	Auditório	Formato U
Informaram capacidade	4	3
Capacidade mínima (pessoas)	15	10
Mediana (pessoas)	50	15
Capacidade máxima (pessoas)	150	20
Não informou/Não se aplica	1	2

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

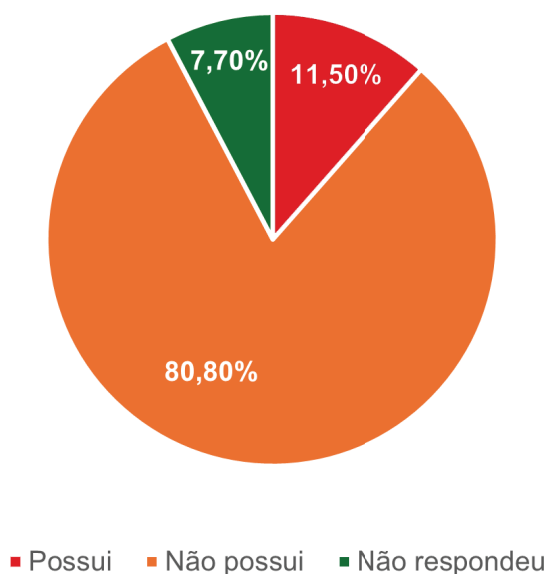
A maior parte dos respondentes informou não possuir área de lazer (21; 80,8%). Apenas 3 (11,5%) afirmaram possuir, e 2 (7,7%) não responderam. O dado aponta que, no grupo respondente, o lazer não é um componente estruturante do produto de hospedagem.

Tabela 19. Existência de área de lazer

Situação	Nº de empreendimentos	%
Possui	3	11,5%
Não possui	21	80,8%
Não respondeu	2	7,7%
Total	26	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Gráfico 6. Existência de área de lazer



Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Nos itens especificados (múltipla escolha), o equipamento mais citado foi piscina aquecida (3; 11,5%), seguido por academia/ginástica (1; 3,8%) e outros (ex.: ofurô/spa/jardim) (2; 7,7%). Não houve registro de piscina fria, sala de jogos, recriador, sala de TV, sauna. Considerando que é múltipla escolha, as porcentagens não somam 100%.

Tabela 20. Equipamentos de lazer informados

Equipamento	Nº de empreendimentos	%
Piscina (fria)	0	0,0%
Piscina aquecida	3	11,5%
Academia/ginástica	1	3,8%
Sala de jogos	0	0,0%
Recriador	0	0,0%
Sala de TV	0	0,0%
Sauna	0	0,0%
Outros (ex.: ofurô / spa / jardim)	2	7,7%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

BLOCO IV – COMERCIAL E TARIFAS

Os resultados indicam ampla aceitação de meios eletrônicos, com destaque para cartão de débito (92,3%), cartão de crédito (92,3%) e PIX (88,5%). A aceitação de moeda brasileira (BRL) aparece em 76,9%, o que pode refletir que parte dos respondentes interpretou a questão como “meios formalizados” e não marcou BRL por já ser implícito. Meios menos frequentes incluem boleto (7,7%) e transferência (7,7%). Não houve registros de moeda estrangeira, cheque, faturamento ou outros. Apenas 1 empreendimento (3,8%) não respondeu.

Tabela 21. Formas de pagamento aceitas

Formas de pagamento aceitas	Nº	% (sobre 26)
Moeda brasileira (BRL)	20	76,9%
Moeda estrangeira	0	0,0%
Cheque	0	0,0%
PIX	23	88,5%
Boleto	2	7,7%
Cartão de débito	24	92,3%
Cartão de crédito	24	92,3%
Transferência	2	7,7%
Faturamento	0	0,0%
Outros	0	0,0%
Não respondeu	1	3,8%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

A maioria dos empreendimentos informou valor de diária padrão: 23 (88,5%); enquanto 3 (11,5%) não informaram. Na leitura descritiva dos valores declarados, observa-se variação de R\$ 80 a R\$ 700, com concentração de preços mais acessíveis: 21 dos 23 valores informados estão até R\$ 250. Também se registra que parte das respostas foi preenchida em faixas (alta/baixa temporada), portanto os números devem ser interpretados como indicativos, não como tarifário padronizado.

Tabela 22. Informação de diária padrão com café

Informa valor de diária padrão (com café)?	Nº	%
Sim (informou valor)	23	88,5%
Não (sem valor informado)	3	11,5%
Total	26	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Predomina a oferta não opcional: 22 empreendimentos (84,6%) informaram que o café da manhã não é opcional, enquanto 3 (11,5%) afirmaram que é opcional e 1 (3,8%) não respondeu. Esse achado é coerente com o padrão observado no bloco A&B, onde o café da manhã aparece como serviço universal entre respondentes, sugerindo que, na prática, ele está incorporado ao produto em grande parte dos casos.

Tabela 23. Café da manhã opcional

Café da manhã opcional	Nº	%
Sim	3	11,5%
Não	22	84,6%
Não respondeu	1	3,8%
Total	26	100,0%

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

BLOCO V – GESTÃO E CATEGORIA

A governança declarada é majoritariamente familiar: 25 empreendimentos (96,2%), frente a 1 (3,8%) que se declarou não familiar. Não houve marcação de rede nacional ou rede internacional, e todos responderam este item (0% “não respondeu”). O resultado aponta um perfil de gestão fortemente concentrado em estruturas familiares, o que pode influenciar decisões sobre precificação, padronização e investimento em serviços (como eventos e lazer).

Tabela 24. Tipo de administração

Tipo de administração	Nº de empreendimentos	%
Familiar	25	96,2
Não familiar	1	3,8
Rede nacional	0	0,0
Rede internacional	0	0,0
Não respondeu	0	0,0
Total	26	100,0

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Quanto à categoria informada, predomina Simples (53,8%), seguida por Econômico (30,8%) e Turístico (11,5%). Não houve registros para Superior ou Luxo, e 1 empreendimento (3,8%) não respondeu. Em conjunto, os dados reforçam um posicionamento predominante de mercado de entrada/intermediário, coerente com a concentração de diárias declaradas até R\$ 250 para a maioria dos respondentes que informaram valores.

Tabela 25. Categoria (MinTur) informada pelos empreendimentos.

Categoria MinTur	Nº de empreendimentos	%
Simples	14	53,8

Categoria MinTur	Nº de empreendimentos	%
Econômico	8	30,8
Turístico	3	11,5
Superior	0	0,0
Luxo	0	0,0
Não respondeu	1	3,8
Total	26	100,0

Fonte: Observatório do Turismo / PDCA Pesquisa e Inteligência

Apesar de o formulário prever a indicação do nome da rede quando aplicável, nenhum empreendimento marcou “rede nacional” ou “rede internacional”. No campo destinado a especificar a rede, os registros aparecem como respostas negativas (ex.: “não”), sem indicação de marca, o que sugere ausência de vinculação formal a redes entre os respondentes do formulário.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Censo da Oferta de Hospedagens no Entorno de Goiânia consolidou uma base ampla e inédita de caracterização do setor, reunindo 150 empreendimentos (n=150) distribuídos em 18 municípios. Os resultados evidenciam uma oferta heterogênea, com predomínio de hotéis (52,67%) e pousadas (30,67%), além de presença residual de motéis, hospedarias/studios, meios rurais e modalidades de temporada, indicando diversidade tipológica, mas também diferentes níveis de estrutura, formalização e posicionamento de mercado.

Do ponto de vista territorial, observa-se uma concentração expressiva em Trindade, que reúne 34,7% dos empreendimentos identificados, seguida por um conjunto de municípios com participação intermediária (Aparecida de Goiânia, Nova Veneza, São Luís de Montes Belos, Bela Vista de Goiás e Inhumas), configurando um padrão de distribuição que sugere centralidades específicas e dinâmicas locais de demanda e apoio aos fluxos turísticos e de eventos. Esse desenho territorial reforça a necessidade de leituras municipalizadas e de estratégias diferenciadas de qualificação e governança, considerando o peso relativo de cada localidade na oferta regional.

Em relação à formalização, os dados indicam que 69,3% dos empreendimentos possuem CNPJ identificável, enquanto 30,7% não apresentaram informação suficiente para identificação cadastral. Na dimensão regulatória, pouco mais da metade da oferta está cadastrada no Cadastur (52,7%), com uma parcela ainda expressiva não cadastrada (47,3%), o que aponta para oportunidades de ações de orientação, incentivo e apoio à regularização, especialmente para reduzir assimetrias de informação e ampliar a visibilidade institucional do setor. Esse achado é particularmente relevante para políticas públicas e para a integração do destino em estratégias oficiais de promoção e qualificação.

No que se refere à presença digital, foi possível identificar site próprio informado em apenas 12,0% dos empreendimentos, enquanto 40,7% não apresentaram site e 47,3% permaneceram sem informação acessível nesse campo. Esse resultado sugere limites na rastreabilidade online e indica que, embora muitos empreendimentos possam operar por redes sociais ou intermediários, ainda há espaço para ações de fortalecimento de canais oficiais de comunicação e comercialização, com impactos potenciais sobre competitividade e capacidade de captação de demanda.

Quanto ao perfil de maturidade, os dados disponíveis apontam predominância de empreendimentos com 11 a 20 anos de atividade (24,0%), mas com uma parcela elevada sem informação acessível (47,3%), o que evidencia um desafio recorrente do levantamento remoto: a dificuldade de obtenção de variáveis históricas quando não disponibilizadas publicamente ou quando não há retorno dos responsáveis. Ainda assim, a presença de empreendimentos mais antigos sugere a existência de uma base instalada consolidada em parte do território, coexistindo com ofertas de diferentes estágios de desenvolvimento.

A análise dos blocos estruturais e de serviços indica que a base respondente do formulário (n=26) apresenta padrões importantes, mas que devem ser lidos como indicativos por representarem apenas os empreendimentos que responderam diretamente. Nessa base, destacam-se: predominância de administração familiar (96,2%); adesão elevada a meios de pagamento digitais e eletrônicos (PIX e cartões); e oferta centrada em café da manhã, com baixa presença de serviços de alimentação ampliados e de infraestrutura de eventos. O mesmo cuidado se aplica às facilidades nos quartos e aos equipamentos de lazer, que refletem a realidade do conjunto respondente, e não necessariamente do universo completo do censo.

No campo da representação setorial, a adesão à ABIH-GO mostrou-se muito baixa entre os empreendimentos com informação disponível: apenas 3 associados (2,0%), com grande volume sem acesso à informação (82,7%). Entre os não associados que responderam (n=19), prevalece a ausência de interesse (78,9%),

mas quase não houve justificativas registradas, o que impede categorizações explicativas e sugere que essa dimensão demanda aprofundamento qualitativo em etapas futuras. Soma-se a isso a baixa filiação a sindicatos/associações entre os respondentes do formulário, indicando fragilidade de articulação institucional em parte do setor, ou ao menos baixa visibilidade desse vínculo.

De forma geral, o censo cumpre a função de organizar evidências para o planejamento e para a tomada de decisão, ao mapear a oferta regional com foco em estrutura, formalização, presença digital, serviços e representação institucional. Como encaminhamentos, recomenda-se: (i) ampliar estratégias de contato e validação para elevar a taxa de resposta direta do formulário; (ii) estruturar ações de sensibilização e apoio ao Cadastur e à formalização; (iii) fortalecer iniciativas de presença digital e qualificação comercial; e (iv) aprofundar, por meio de entrevistas ou oficinas, os fatores associados à baixa adesão a entidades representativas e mecanismos coletivos de governança.

Destaca-se que a base construída constitui um insumo estratégico para monitoramento contínuo da capacidade instalada e para atualização periódica, permitindo que o entorno de Goiânia seja analisado com maior precisão, comparabilidade e suporte técnico para políticas e ações integradas de desenvolvimento do turismo e da hospedagem regional.

AirDNA (2022). Data science report Airbnb in Goiânia: listing attributes and annual performance (Relatório técnico, 2022). New York: AirDNA. Acesso em 19 de dezembro de 2025. Disponível em: <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/br/goias/goiania/overview>

Lobo, Y. S. (2020). Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: análise da distribuição espacial da airbnb em Curitiba. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 14 (3), p. 37-54, set./dez. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1841>

Lobo, Y. S. (2020). Economia colaborativa e Airbnb: reflexões urbano-turísticas a partir de São Paulo e Rio de Janeiro. Acesso em 19 de dezembro de 2025. Disponível: https://www.researchgate.net/publication/320910962_Economia_colaborativa_e_Airbnb_reflexoes_urbano-turisticas_a_partir_de_Sao_Paulo_e_Rio_de_Janeiro_Sharing_economy_and_Airbnb_urban_and_touristic_reflections_as_from_Sao_Paulo_and_Rio_de_Janeiro

Vrbo (2022). Conheça o Vrbo. Acesso em 19 de dezembro, 2025 Disponível em: <https://www.vrbo.com/pt-br//ola-vrbo/>

MACIEL, Rui. “Número de imóveis ativos do Airbnb supera as maiores redes de hotéis combinadas”; canal tech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/mercado/numero-de-imoveis-ativos-do-airbnb-supera-as-maiores-redes-de-hoteis-combinadas-181472/> . Acesso em 19 de dezembro de 2025

**Relação de meios de hospedagem identificados no
Censo Hoteleiro de Goiânia 2025**

Norte Ferroviário

Aju Trade Hotelaria E Turismo Ltd

Rua 44, nº679 - Setor Norte Ferroviário

Dormitório Creuza

Rua 302, nº 185 - Setor Norte Ferroviário

Hostel 44

Rua 69, nº51, - Setor Norte Ferroviário

Hotel 44

Rua 301, nº95 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Adonai Hotel Alves

Rua 05 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Alves

Rua 05m nº1032, Lt.25 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Belugi

Av. Goiás, nº 3594 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Buriti

Rua 69 A, nº252, Qd. 169, Lt. 01 - Setor Norte Ferroviário

Hotel California

Rua SNF 6 Qd. 06 Lr. 16 - Em Frente a Subestação da Enel Encontro da Av Goiás - Norte com a Marg., Av. Marginal Botafogo - Setor Norte Ferroviário

Hotel CCO

Av. Contorno com a Rua 300, nº1478 - - Setor Norte Ferroviário

Hotel Center Polo

Rua 300, nº264 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Cerrado

Rua 313, nº117, Qd. 164, Lt. 90 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Contigo

Av. Oeste, 1897 - Setor Norte Ferroviário, Goiânia - GO, 74063-350

Hotel Contorno

Av Contorno, Nº 1840 - Setor Norte Ferroviário

Hotel da Edna

Rua 135, nº 197 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Estrela

Av. Oeste, Qd. B - Setor Norte Ferroviário

Hotel Estrela de Davi

Rua 301, Qd. 161 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Evaldo Oliveira

Rua 304, nº 104 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Globo

Rua 300, nº263 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Goiás Norte

Rua Y, nº75 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Ipê

Av. Oeste - Setor Norte Ferroviário

Hotel Itabira

Av. Contorno, nº 1876, Qd. 164A - Setor Norte Ferroviário

Hotel Itacaiúnas

Av. Oeste, nº 1885 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Jerusalém 02

Rua 69 A, nº350 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Maria Bonita

Av. Contorno, nº 1459, Qd. 16B - Setor Norte Ferroviário

Hotel Mendes Azevedo

Av. Oeste, nº 1561, Qd. E1, Lt. 08 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Nacional

Av Contorno - Setor Norte Ferroviário

Hotel Nova Jerusalém

Rua 69 A, nº 243, Qd.168, Lt.10 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Oliveira

Rua 302, nº 151 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Real

Av. Oeste, Nº 95 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Realeza

Rua 67 A, nº 46, Qd.148 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Rodo Shop

Rua 300, nº 220-292 - Setor Norte Ferroviário

Hotel San Diego

Rua 300, Qd.16 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Santa Fé

Rua 303, nº 164 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Santo Antonino

Av. Goiás, nº1710 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Serra das Águas

Av. Contorno, 2036 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Terra de Cedro

Av Contorno, nº 1808 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Universo

Rua 303 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Veneza

Rua 03, Qd. 01, Lt.17 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Vitrine

Rua 44, nº677 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Vizza

Rua 69 A - Setor Norte Ferroviário

Hotel Via Lateral

Rua 69 A, nº28, Qd.140, LT.55 - Setor Norte Ferroviário

Hotel Visa

Av. Oeste, 1941 - Setor Norte Ferroviário

Hotel WGG

Av. Contorno - Setor Norte Ferroviário

Ibis Styles Hotel

Av. Goiás, nº 2151, Shopping Estação Goiânia - Setor Norte Ferroviário

JB Dormitórios

Rua 05, Nº 702 - Setor Norte Ferroviário

Lider Hotel Ltda-me

Av. Oeste, nº 1839, Qd. B, Lt. 3 - Setor Norte Ferroviário

Luz Hotel

Av Oeste, nº 1721, Qd. A, Lt. 06 - Setor Norte Ferroviário

Mangabeiras

Av. Contorno, nº 1952 - Setor Norte Ferroviário

Mega Moda Hotel

Av. Contorno, nº 1407 - Setor Norte Ferroviário

Pousada Cantinho da Paz Inova Simples

Rua 44, nº679 - Setor Norte Ferroviário

Pousada do Sol

Rua 302 - Setor Norte Ferroviário

Pousada Valentina Conceição Viagens e Turismo

R. 303, nº91 - Setor Norte Ferroviário

Rota 44 hotel

Av. Oeste, nº 121 - Setor Norte Ferroviário

Via Goiânia

Av. Contorno, nº 1346 - Setor Norte Ferroviário

Centro

Aton Hotel

Av. Anhanguera, nº 5308 - Setor Central

Flor do Cerrado

Rua 03, nº 860 - Setor Central

Goiânia Palace Hotel

Av. Anhanguera, nº 5195 - Setor Central

Hotel 68

Rua 68 - Setor Central

Hotel Alvorada

Rua 04, nº776 - Setor Central

Hotel Americana

Rua 74, nº262, Qd. 122 - Setor Central

Hotel Araguaia

Av. Araguaia, nº 664 - Setor Central

Hotel Itajubá

Rua 04, nº93 - Setor Central

Hotel Petrópolis

Rua 51 - Setor Central

Hotel Rio Vermelho

Rua 04 - nº 26 -Setor Central

Hotel Santo Antoninho

Rua 68, nº47 - Setor Central

Hotel Sol

Rua 51, Lt. 35 - Setor Central

Hotel Stival Centro

Rua 06 - Setor Central

Itajubá Classic Hotel

Rua 04, Qd. 58, Lt. 128 - Setor Central

Ms Administração

Rua 03, nº 652 - Setor Central

Nasser Residence

Av. Araguaia, nº 640 - Setor Central

Oft Garden

Av. Goiás, 1291 - Setor Central

Oft Place

Av. Anhaguera, nº 4999 - Setor Central

Oft San Conrado

Rua 03 - Setor Central

Pissin Plaza Hotel

Rua 20, nº 782 - Setor Central

Plaza Im Augustos Hotel

Av Anhaguera, nº 702 - Setor Central

Rede Andrade Hotéis

Av. Paranaíba, nº 1445 - Setor Central

Residencial Paineiras

Rua 20 - Setor Central

Roge Piazza Hotel

Rua 53, Qd 116, Lt. 12 - Setor Central

Umuarama Plaza Hotel

Rua 04 - Setor Central

Zampolo

Rua 79, nº 556 - Setor Central

Setor Oeste

Castros Park Hotel

Av. República do Líbano - Setor Oeste

Cedro Acessória e Administração de Hotéis Ltda

Rua 05, nº 389 - Setor Oeste

Golden Tulip Goiânia

Av. República do Líbano, nº 2526 - Setor Oeste

Holiday Inn Goiânia by IHG

Rua 22 Esq. com Rua 23 - Setor Oeste

Hotel La Residence

Rua 02, nº 170 - Setor Oeste

Ibis Goiânia

Rua 21 - Setor Oeste

Like U Hotel / Pávilon Hotel

Av. República do Líbano, nº 1824 - Setor Oeste

Oft Alfred Hotels

Av. República do Líbano, nº 1613 - Setor Oeste

Oft Plaza Oeste

R. 2, nº389 - Setor Oeste

Plaza Inn Executivo

AV D - Setor Oeste

San Marino Suite Hotel

Rua 05, nº 1090 - Setor Oeste

SJ PREMIUM HOTELS BY ATLANTICA

Rua Vinte e Dois, nº 122 - Setor Oeste

Sun Square Suites Hotel By Gp Hotels

Rua 09, Qd. F 08, Lt. 10 - Setor Oeste

Aeroporto

Boulevard Place Hotel

Av. Independência, nº 6240, Q70 C, Lt 19-20 - Setor Aeroporto

Comfort Hotel Goiânia

Av. Dr. Ismerino Soares de Carvalho, nº 52 - Setor Aeroporto

Goiás Hotel

Rua 29 A, - Setor Aeroporto

H One Hotel

Rua 25 A - Setor Aeroporto

Hotel Independência

Av. Independência, Nº6240, Q70, Lt. 06 - Setor Aeroporto

Hotel Itaipu

Rua 29A, nº 178 - Setor Aeroporto

Hotel La Rocca

Rua 8A, nº 27 - Setor Aeroporto

Hotel Rio Verde

Rua 29 A, nº 44 - Setor Aeroporto

Mundial Hotel

Rua 10-A, nº 69, Qd. 14A, Lt. 17 - Setor Aeroporto

NEW CONCEPT HOTEL

Rua 1 A, Lt. 19, - Setor Aeroporto

Oft Neves Hotel

Av. L, nº 193 - Setor Aeroporto

Pinheiro Hotel Ltda

Rua 6A, nº 21, Qd. 18-A, - Setor Aeroporto

Marista

Crystal Plaza Hotel Marista

Rua 23 A, Lt. 04 - Setor Marista

Hotel Aldeia Cerrado Pousada

Rua 1122, nº220 - Setor Marista

IBIS Styles Goiânia

Rua 15 - Qd. 424, Lt 07 ao 09 - Setor Marista

Pousada Aldeia das Flores

Rua Amélia Artiaga Jardim, nº 169 - Setor Marista

Pousada Marista Hotel

Rua 1124, Qd. 169 - Setor Marista

Qs Marista Hotel By Atlas/Atlas Hotel

Rua 145, nº120 - Setor Marista

Transamerica Collection Goiânia

Rua T-51, nº 03 - Setor Marista

Urba Home Stay

Av. D, Qd. 12 - Setor Marista

WTC Hotel

Rua 143 A, nº 1200 - Setor Marista

Leste Universitário

Biss Inn

Av. Anhanguera, nº2913 - Setor Leste universitário

Cacau Hostel Café

Rua 230, Nº117 - Setor Leste universitário

Darc Hotel

Av. Anhanguera com a Rua 06, nº 2069 - Setor Leste universitário

Hotel do Trânsito da Associação dos Cabos

Rua 227 A, nº267 - Setor Leste universitário

Hotel Esplanada

Av . Anhanguera, nº2626 - Setor Leste universitário

Hotel Goiânia

Av. Anhanguera, nº 1865 - Setor Leste universitário

Hotel Metrópole

Av. Anhanguera, nº4095 - Setor Leste universitário

Xantara Hotel

Av Anhanguera, nº 1849 - Setor Leste universitário

Aeroviário

Bonanza

Rua 13, nº317 - Setor Aeroviário

Hotel 24 de Outubro

Av. 24 outubro - Setor Aeroviário

Hotel centro oeste

Rua 14, nº 319 - Setor Aeroviário

Hotel Rio Negro

Rua 13, nº75 - Setor Aeroviário

Pousada Ana Poipa

Rua 14, nº 291 - Setor Aeroviário

Pousada Eldorado

Rua 09 - Setor Aeroviário

Pousada Real

Rua 09, Qq. 19, Lt. 06 - Setor Aeroviário

Pedro Ludovico

Acalantos Hotel

Av. Circular, nº 880, Qd. 49, Lt. 10 - Setor Pedro Ludovico

Gyn Suites

Rua 1012, Qd.28 A - Setor Pedro Ludovico

Hotel Flor D'Liz

Rua 1025, Qd. 67, Lt. 04 - Setor Pedro Ludovico

Hotel Hareião

Rua 1024, Qd. 64, Lt. 27 - Setor Pedro Ludovico

Hotel Maione

Av. 1 Radial nº 643 - Setor Pedro Ludovico

Infinity Hotel

Rua 1032, Qd. 75, Lt. 02 - Setor Pedro Ludovico

Setor Bueno

CR Hotel Bueno

Av. T-3, nº 2240 - Setor Bueno

Hotel App

Praça T-16, nº 12, Lt. 18 - Setor Bueno

Hotel Pousada Bueno Vista

Rua T-38, nº 259 - Setor Bueno

OniX Bueno Residence

Rua T-37, nº300, Qd 26, Lt. 10 - Setor Bueno

Pousada Zé do Alamin

Rua T-35, nº 1922 - Qd. 98, Lt. 20 - Setor Bueno

Santa Genoveva

Golden Lis Hotel Boutique

Av. Das Industriais 78 - Setor Santa Genoveva

Hotel de trânsito Subtenentes e sargentos

Avenida Guatapará: Qd. D, Casa I e II - Setor Santa Genoveva

Hotel Pousada Aeroporto

Av. dos Índios, 562 - Qd. 125 Lt. 62 - Setor Santa Genoveva

Hotel Santos Dumont

Av. Santos Dumont, nº 1001 - Santa Genoveva

Jardim Guanabara

Plaza Inn Brezer Aeroporto

Av. Vera Cruz, nº 2295 - Jardim Guanabara

Pousada do Guigui

Av. Vera Cruz, 2254 - Qd.136 Lt.08 - Jardim Guanabara

Pousada Executive express

Av. Vera Cruz, nº 720, Qd. 32 A, Lt. 04, Jardim Guanabara

Pousada Santa Luzia

Av. Vera Cruz, nº 2266 - Jardim Guanabara

Jardim Goiás

Confort Suíte Flamboyant

Av. Dep. Jamel Cecílio, nº 3549 - Jardim Goiás

Pousada Cerrado

Av. E, nº Jardim Goiás

Quality Flamboyant

Rua 14, nº46 - Jardim Goiás

k. Hotel

Av. Dep. Jamel Cecílio, nº 2550 - Jardim Goiás

Rodoviário

Casa Grande Hotel

Av. Dom Vital, nº 04, Lt.11 - Setor Rodoviário

Hotel Maraja

Leoneo França nº 179 - Setor Rodoviário

Hotel Parati

Rua Damiana da cunha, nº 84 - Setor Rodoviário

Setor Sul

Criystal Plaza Hotel Ltda

Rua 85, nº 30 - Setor Sul

Pareto Hotel

Rua 104,325 - Setor Sul

Pousada Goiânia Crehnsa

Rua 95, nº 84 - Setor Sul

Campinas

CIG Hostel

Viela 131-B - Campinas

Hotel Paulino

Rua Benjamin Constant, nº 375 - Campinas

Sol Empreendimentos

Rua Dr. Gil Lino, nº 402 - Qd. 77, Lt. 54 - Campinas

Setor Coimbra

Castelo Inn

Av. Castelo Branco, nº 1713 - Setor Coimbra

Hotel Sol

Rua Dr. Gil Lino, nº 380 - Setor Coimbra

Leste Vila Nova

Allegro Hotel

Rua Eugênio Jardim, nº111 -Setor Leste Vila Nova

Novares Hotel

Rua 201, nº139, Qd. C, Lt. 34 - Setor Leste Vila Nova

Setor dos Funcionários

Hotel Paraná

Av. 24 de Outubro, nº 406 - Setor dos funcionários

Hotel Santa Cruz

Av. 24 de Outubro, nº 324 - Setor dos funcionários

Vila Adélia

Aero Hotel E Eventos T-63

Ciro Prudente de Moraes, nº 15-91, Qd. 01 - Vila Adélia

Hotel e Cia

Rua Alberto Nepomuceno - Vila Adélia

Jardim América

Fiori Suites

Av C 145, Qd.302, Lt. 09 - Jardim América

Pousada Estrela de Belém

Av. T-63, nº2509, Qd. 361 - Lt.03 - Jardim América

Vila Teofilo Neto

Pousada Marques

Rua Campinas, Qd. C, Lt.07 - Vila Teofilo Neto

Pousada Santa Casa

Rua Campinas, nº 123, Qd. D, Lt. 09 - Vila Teofilo Neto

Nova Vila

Galeria Hotel Varandas

Av Contorno, nº 1858, Qd. 164A, Lt. 05

Hotel dos Viajantes

Av. 01 Esq com a Rua 03 - Setor Nova Vila

Alto da Glória

Hotel Black INN Flamboyant

Rua Vitória, nº 292 - Alto da Glória, Goiânia - GO, 74815-745

Oitis Hotel

Rua Terezina, nº 260 - Alto da Glória, Goiânia - GO, 74815-715

Jaó

Hotel Pousada Jaó

Alameda Maracanã, s/n, Qd. 91, Lt. 02, Casa 02 - Setor. Jaó

Center Ville

Hotel Apê (Motel e Hotel)

Av. Ville, Via Anel Viário, 2030 - Res. Center Ville, Goiânia - GO, 74369-023

Jardim Primavera

Clube de Pesca Lago Verde

Setor Jardim Primavera, Estrada do Lago Verde Km 08

Negrão de Lima

Hotel Canarinho

Rua Armando de Godoy, nº 23 - Setor Negrão de Lima

Sudoeste

Hotel Sudoeste

Rua C 08, Qd. 89, Lt. 17 - Setor Sudoeste

Jardim Aritana

Gran Hotel Galeão

Rua Jaime José dos Santos, nº51, Qd. 01, Lt. 105 e 104 - Jardim Aritana

Marechal Rondon

Alojamento e Serviços Reis

Rua 7, nº229 Qd. H, LT. 07 - Setor Marechal Rondon

Jardim Colorado

JBR PARK hotel

R. SC-41, QD 2 - LT 8 - Jardim Colorado, Goiânia - GO, 74474-680

Jardim São Judas Tadeu

Euro Plaza Hotel

GO-080, Qd. 67 - Vila Jardim São Judas Tadeu

Jardim da Luz

Pousada Jardim da Luz

Av. Couto de Magalhães, 20 - Qd. 23, Lt.15 - Jardim da Luz

Alphaville Flamboyant

Alphapark Hotel

Av. Alphaville Flamboyant, nº 3609 - Res. Alphaville Flamboyant

Crimeia Oeste

Recanto do Galo

Av. João Luís de Almeida, 344 - St. Crimeia Oeste

Três Marias

Flat Três Marias

Rua Maria Gonçalves de Araujo, Qd. 48, Lt. 06 - Setor Três Marias

Ipiranga

Americam Hotel

Rua São Loureço, nº 30 - Setor Ipiranga

Vila Jaraguá

Hotel do CB de Goiânia (Polícia Militar)

Av. Engenheiro Fuad Rassi, nº 697 - Vila Jaraguá

Santos Dumont

Hotel Seven

Rua 07, Qd.14, Lt. 35 - Setor Santos Dumont

Centro Oeste

Pousada Lopes

Rua Armogaste José da Silveira, 239 - qd 02 Lt 22 - St. Centro Oeste

Jardim Planalto

Pousada do Atleta

Av. São Carlos, Qd. 35, Lt. 12 - Jardim Planalto

**Relação de meios de hospedagem identificados no
Censo Hoteleiro do Entorno de Goiânia 2025**

Abadia de Goiás

Chácara Teixeira's

Rua Q-21, Qd QR-54 – chácara 5 – Quinta dos Sonhos, Abadia de Goiás – GO, 75345-000.

(62) 99321-0553.

Estância Rally

R. Campinas, 5 – Parque Izabel, Abadia de Goiás – GO, 75345-000.

(62) 98412-3762.

Hotel Vitória

Rua Paulino I. Rosa, 32 – Conj. Arco Íris, Abadia de Goiás – GO, 75345-000.

(62) 3503-1981.

Aparecida de Goiânia

Hotel Real Executive

Av. Independência, 1000 – Setor Serra Dourada, Aparecida de Goiânia – GO.

(62) 3983-1010.

Strassen Hotel (Hotel 10)

BR-153, Km 511, s/n – Jardim Cristal, Aparecida de Goiânia – GO, 74982-015.

(62) 3983-5656.

Hotel Casablanca

Rua Recife, Qd. 42, Lt. 14/15, s/n – Jardim Belo Horizonte, Aparecida de Goiânia – GO, 74976-105.

(62) 3040-9646 / (62) 98587-8487.

Arahra Hotel

Av. Chile, Qd 43, Lt 9/11, s/n – Jardim Belo Horizonte, Aparecida de Goiânia – GO,
(62) 3094-1222.

Pousada Village

Rua Nice Qd 61 Lt 06 Residencial Village Garavello 2, Aparecida de Goiânia -
GO, 74968-482

(62) 99399-3801

Josefa Maria Almeida (Pousada – cadastro por responsável)

Nice, Qd. 61, Lt. 06 – Residencial Village Garavelo (2ª Etapa), Aparecida de Goiânia – GO, 74968-482.

(62) 3283-2325.

Sol Hotéis e Motéis

Campos Belos, Qd. 96, Lt. 05E – Jardim Luz, Aparecida de Goiânia – GO, 74915-013.

(62) 3223-9824.

Hotel Sol

Campos Belos, Qd. 96, Lotes 05 e 06 – Setor dos Afonsos, Aparecida de Goiânia – GO, 74915-400.

(62) 3280-4044.

Hotel Real Executive

Av. Dona Maria Cardoso, qd. 98, It. 1, Aparecida de Goiânia, GO, 74915-520.

(62) 3983-1010.

Hotel Real Center

Av. Independência, 1200 – Aparecida de Goiânia – GO.

Hotel Real Garden

Av. Rio Verde, 3000 – Aparecida de Goiânia – GO.

Aragoiânia

Hotel Sol

R. Joaquim André, 2, Aragoiânia – GO, 75360-000.

(62) 99274-9429.

Bela Vista de Goiás

Hotel do Lago

R. Pedro Viêira Januário, 521 – Qd 01 Lt 04 – Centro, Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000.

(62) 3551-1914 / (62) 8518-1575.

Victoria Palace Hotel

R. Domingos Arantes, 965, Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000.

(62) 3551-1173.

Hotel Pousada Bela Vista

Rua 05, Qd 27, Chácara 01 – Setor São Jorge, Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000. (62) 99632-2951.

Hotel Brasil

R. Domingos Arantes, 462, Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000.

(62) 99906-4878.

Hotel Rota 020

GO-020, Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000.

(62) 99679-8534.

Camargo Participações

Rodovia GO-020, à direita 5 km, Bela Vista de Goiás – GO.

(62) 99949-4445.

Imobiliária Soares Carvalho (hotel)

“Casa em frente ao campo”, Bela Vista de Goiás – GO.

(62) 9991-1779.

Hotel Canaveral

Posto Tabocão. Bela Vista de Goiás – GO, 75240-000.

Bonfinópolis

Helena Palace Hotel

GO-010 – Setor Alto da Boa Vista, Bonfinópolis – GO, 75195-000.

(62) 99370-7578.

Hotel Central

Rua Goiás, Centro, Bonfinópolis – GO, 75195-000.

(62) 3334-1964 / (62) 99577-8287 / (62) 3311-3551.

Pousada Alta Floresta

Rodovia GO-010 (saída para Leopoldo de Bulhões), Bonfinópolis – GO.

Pousada da Mari

Bairro São Sebastião, Bonfinópolis – GO.

(62) 99194-7978.

Goianira

Hotel dos Viajantes

Avenida Goiás, 55 – Centro, Goianira – GO, 75370-000.

(62) 99365-7885 / (62) 3511-1527.

Estância Ventura

Zona Rural, Goianira – GO.

(62) 98535-3805.

Pousada Chácara Casa de Davi

Chácara Casa de Davi, Goianira – GO.

Guapó

Hotel BR-060

BR-060, Guapó – GO.

Hotel Central Guapó

Rua 5, 45 – Centro, Guapó – GO.

Hotel Guapó

Rua Goiás, 120 – Centro, Guapó – GO, 75350-000.

100spin Hotel

GO-219, s/n, Guapó – GO, 75354-970.

(62) 98133-9705.

Hotel Fazenda Águas Claras (Itapira)

GO-219, s/n – Zona Rural, Guapó – GO, 75354-970.

(62) 98133-9705.

Hotel e Lanchonete Paraíso

Centro, Guapó – GO, 75350-000.

(62) 99905-1955.

Pesque Pague do Gilmar e Pousada

Fazenda Cerrinha, GO-219, Guapó – GO, 75350-000.

(62) 98498-8332.

Hidrolândia

Hotel Vanbeek

BR-153, Km 20, Hidrolândia – GO, 75340-000.

(62) 99117-4202 / (62) 3553-2688.

Ranchos 30 Hotel Fazenda & Spa

Zona Rural, Hidrolândia – GO, 75340-000.

(62) 4009-8130.

Hotel BR 153

BR-153, Hidrolândia – GO.

(62) 98107-9747.

Hotel Fazenda Lago Ideia Molhada

Zona Rural, Hidrolândia – GO.

(62) 3283-1154.

Resort Minas

Rua Óleo, Qd 16-A, Lt 5/7 – Condomínio Águas da Serra, Hidrolândia – GO, 75340-000.

Hotel Martins

Av. Transbrasiliana (esq. com Alameda dos Eucaliptos), s/n – Qd 016, Lt 05 – Jardim Primavera, Hidrolândia – GO, 75340-000.

(62) 3553-2431.

Pousada Lajeado

Rodovia municipal de Nova Fátima, Zona Rural, Hidrolândia – GO, 75340-000.

(62) 99694-0445.

Inhumas

Hotel Vegas

Rua José de Lima, Qd. 9, Lt. 14, Inhumas – GO.

(62) 3514-7063.

Premium Hotel

Rua Guarujá, s/n, Qd. 484, Lt. 04, Inhumas – GO.

(62) 9689-7275.

Hotel Tocantins

Rua Goiás, 245 – Centro, Inhumas – GO, 75400-000.

(62) 98505-3981.

Hotel Inhumas

Rua 7 de Setembro, 120 – Centro, Inhumas – GO, 75400-000.

(62) 3511-1430.

Hotel Tarumã

Av. Antônio Moreira, 118, Inhumas – GO.

(62) 3514-2703.

Hotel Monte Líbano

Rua Goiás, 310 – Centro, Inhumas – GO.

(62) 99112-0354.

Executivo Inhumas Hotel Ltda.

Avenida Antonio Moreira, 118 - Vila Floresta, Inhumas - GO, 75.402-041.

(62) 3511-1348.

Inhumas Palace Hotel

Rua Minas Gerais Q1, L 7 - Setor Bueno, Inhumas - GO, 75407-009.

(62) 3511-1430

Leopoldo de Bulhões

Hotel União

R. Zéca Louza, 382, Leopoldo de Bulhões - GO, 75190-000.

(62) 99918-2905.

Pousada Alta Floresta

Zona Rural, Leopoldo de Bulhões – GO, 75190-000.

(62) 98472-3665.

Nerópolis

Alfa Hotel

Av. Domingos Vaz, 300 – Centro, Nerópolis – GO.

(62) 99651-1099 / (62) 98505-3981.

Hotel Tubarão

R. Ângelo Roncato, 566–674 – Parque das Américas, Nerópolis – GO, 75460-000.

(62) 3513-5008.

Pousada Monjolo

Rodovia GO-080, Km 20 – Zona Rural, Nerópolis – GO.

(62) 99852-4782 / (62) 99664-5622.

Pousada Recanto do Cerrado

Chácara Recanto do Cerrado, Nerópolis – GO.

(62) 3513-2428.

Tradicional Plaza Hotel

Av. Domingos Vaz, 100 – Centro, Nerópolis – GO, 75460-000.

(62) 3513-2250 / (62) 9918-8294.

Pousada Flor do Cerrado

Rodovia GO-080, Km 18, Nerópolis – GO.

Nova Veneza

Hotel e Restaurante Amaral

Rua 5, 200 – Centro, Nova Veneza – GO, 75430-000.

(62) 99656-0785 / (62) 3356-1231.

Hotel e Restaurante Amaral

Av. Ver. José Francisco da Silva, 119, Nova Veneza - GO, 75470-000

(62) 3356-1077.

Santo Antônio de Goiás

Living Hotéis e Serviços

Rua Henrique Silva, Quadra 18, Lote 02, Santo Antônio de Goiás – GO.

(21) 99598-4924.

Skills Eventos

Rua Navegantes, SN, Quadra 23, Lote 17, Santo Antônio de Goiás – GO.

(62) 4005-0897.

São Luís de Montes Belos

Hotel Paraíso

R. Bom Jardim, 896 - St. Central, São Luís de Montes Belos - GO, 76100-000.

62) 99905-1955 / (64) 98447-5355.

Hotel Central

Rua Jabaquara, 665, Setor Central, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 3601-2030.

Hotel Farol

Rodovia GO-060, Quadra Área s/n, Km 117, Lote 117, São Luís de Montes Belos – GO

(64) 3601-1918.

Plaza Hotel

Rua Bom Jardim, 2-164, Setor Central, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 3601-1109.

Hotel Vitória

Rua Marajó, Quadra 02, Lote 06, nº 225, Setor São José, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 99604-3602.

Hotel Água Azul

Rua do Cedro, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 99293-7243.

Hotel e Pousada Castelo Forte

Rua Nilson Gomes Caetano / Rua São Caetano, 01, Qd 01 (Lt não informado), São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 98449-9080.

Hotel Pousada Arara Azul

Rua 2, Quadra 2, Lote 8A, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 99950-9084.

Pousada Água Azul

GO-060, s/n, QD 13, LT 13, Parque Industrial, São Luís de Montes Belos – GO, 76100-000.

(64) 99272-7589.

Senador Canedo

Central Palace Hotel

Rua Itacolomi, Conjunto Sabiá, Senador Canedo – GO, 75250-000

(62) 3532-5573.

Senador Plaza Hotel

Av. Dom Manoel, Quadra 78, Lote 01, Residencial/Conjunto Morada do Morro, Senador Canedo – GO, CEP 75259-770.

(62) 3532-5573.

Chácara Santa Edwirges

Central, Chácara 15, Casa 2, Sítios Mansões Retiro, Senador Canedo – GO, CEP 75255-516.

(62) 9635-8477.

Terezópolis de Goiás

Ponto Verde

Zona Rural, Terezópolis de Goiás – GO.

(62) 3348-1114.

Pousada Nelci Tagana (24h)

Rua Alonso Félix, Terezópolis de Goiás – GO, 75175-000.

(62) 99299-4653.

Pousada Santa Branca

Centro, Terezópolis de Goiás – GO, 75175-000.

(62) 98273-2178.

Pousada da Mari (cama e café)

Rua Zéquinha Louza, Terezópolis de Goiás – GO, 75175-000.

(62) 99194-7978.

Trindade

Hotel Bom Jesus

Rua das Perdizes, Quadra D, Lote 05, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3506-1876.

Hotel Pousada Via Sacra

Constantino Xavier, Quadra 57, Lote 13, Setor Ana Rosa, Trindade/GO, CEP 75389-015.

(62) 3506-3662.

Hotel Terra Santa

Rua das Perdizes, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-1188.

Hotel Terra Santa II

Rua 3, Quadra H, Lote 01, Vila Santo Onofre, Trindade/GO, CEP 75388-848.

(62) 3505-3571.

Pousada Romeiros do Pai Eterno & Nossa Senhora (UNIDADOS)

Rua da Constituição, Quadra 06, Lote 17/19, Trindade/GO, CEP 75388-436.

(62) 99982-6377.

Hotel e Restaurante Komilão

Rua Dr. Irany Ferreira, Quadra Única, Lote 23 e 04, Vila William, Trindade/GO

(62) 3505-2122.

Hotel Pousada Recanto do Pai

Rua das Perdizes, Quadra 02, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-1333.

Trindade Plaza Hotel

Rua das Perdizes, Quadra 12, Lote 15/16, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001

(62) 3110-0101.

Pousada Pai Eterno

Rua das Perdizes, Quadra 57, Lote 22, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-0606.

Pousada/Hotel Marina Torrano

Rua Dr. Irani Ferreira, 702 – Vila Santo Onofre, Trindade/GO, 75388-872.

(62) 3505-6527 / (62) 99628-3292.

Pousada Marina Torrano II

Rua das Perdizes, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-6527.

Pousada Recanto do Carreiro

Rua das Perdizes, Quadra 22, Lote 14, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 98582-7366.

Pousada Basílica

Rua das Perdizes, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3506-1570.

Pousada São Geraldo Magela

Rua das Perdizes, Quadra 37, Lote 11B, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-6602.

Hotel Pousada Perpétuo Socorro

Rua das Perdizes, Quadra 67, Lote 12, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3506-4139.

Pousada Trindade Santa

Rua das Perdizes, Quadra 19, Lote 13, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-2074.

Pousada Ágape

Rua das Perdizes, Quadra 62, Lote 09, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-2413.

Pousada Santana

Rua Dr. Irany Ferreira, Quadra 14, Lote 08 (Fundos), Centro, Trindade/GO, CEP 75388-716.

(62) 3110-1773.

Hotel Pousada Santa Fé

Rua das Perdizes, Quadra 02, Lote 11, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 9677-3445.

Pousada Menino Jesus

Dom Pedro II, Quadra 07, Lote 04, Vila Jardim Salvador, Trindade/GO, CEP 75388-451.

(62) 3505-0257.

Pousada Jesus de Nazaré

Rua 125, Quadra 61, Lote 03, Setor Ana Rosa, Trindade/GO, CEP 75389-022.

(62) 3505-4798 / (62) 99297-8204 / (62) 99900-0611.

Hotel Modelo

Rua da Constituição, Quadra 02, Lote 05, Vila Jardim Salvador, Trindade/GO, CEP 75388-436.

(62) 3505-4594.

Hotel Modelo II

Padre Pelágio, Quadra B, Lote 17, Vila Santo Onofre, Trindade/GO, CEP 75388-852.

(62) 3505-0103.

Pousada Queiroz

Rua das Perdizes, Quadra 07, Lote 05, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-4073.

Pousada Emanuel

Rua das Perdizes, Quadra 15, Lote 7A, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3110-0931

Hotel Coração de Jesus

Quinta Avenida, Quadra D, Lote 06, Vila Santo Onofre, Trindade/GO, CEP 75388-876.

(62) 9640-2764.

Pousada São Lourenço

Rua 106, Quadra 49, Lote 15, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3506-3466.

Hospedaria São Lourenço

Rua 106, Quadra 49, Lote 15, Setor Ana Rosa, Trindade/GO, CEP 75389-024.

Tel.: (62) 99125-3096.

Pousada São José

Rua das Perdizes, Quadra 24, Lote 31, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-3230.

Pousada Yamaguchi

Rua das Perdizes, Quadra 56, Lote 8, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3110-1398.

Pousada Cantinho da Vovó

Rua das Perdizes, Quadra 65, Lote 24, Jardim Floresta, Trindade/GO, CEP 75380-001.

(62) 3505-1051.

Hotel Portal da Fé

Constantino Xavier, Quadra 67, Lote 07 (Fundos/Avenida), Setor Ana Rosa, Trindade/GO, CEP 75389-015.

(62) 99829-3457.

Pousada Jerusalem

Padre Pelágio, Vila Santo Onofre, Trindade/GO, CEP 75388-852.

(62) 8468-8139.

Pousada Recanto Goiano

Padre Pelágio, Quadra A, Lote 21, Vila Santo Onofre, Trindade/GO, CEP 75388-852.

Tel.: (62) 8592-1198.

Trindade Hotel

Raimundo de Aquino, Quadra 01, Lote 06, Vila João Braz, Trindade/GO, CEP 75388-412.

(62) 9236-5520.

Pousada Três Marias

Rua 109, Quadra 04, Lote 43, Setor Jardim Imperial, Trindade/GO, CEP 75391-780.

Tel.: (62) 3110-0935.

Pousada Nascimento

Constantino Xavier, Quadra 57, Lote 06, Setor Ana Rosa, Trindade/GO, CEP 75389-015.

Tel.: (62) 8433-8752.

Hotel Liguori

Av. Raimundo de Aquino, 1000 – Vila João Brás, Trindade/GO, 75388-412.

(62) 3506-9898.

Pousada H B

Trindade, Quadra 15, Lote 02, Setor Santuário, Trindade/GO, CEP 75388-563.

(62) 3505-1073.

Hotel Santuário

Rua Dr. Irany Ferreira, Quadra 01, Lote 24A, Vila William, Trindade/GO, CEP 75388-888.
(62) 3505-8523.

Hotel Turismo

Boa Vista, Quadra 02, Lote 07, Vila Jardim Salvador, Trindade/GO, CEP 75388-445.
(62) 3505-0312.

Hotel dos Reis

Rua 211, Quadra 15, Lote 06, Casa 01, Setor Sol Dourado, Trindade/GO, CEP 75390-549.
(62) 9902-0400.

Vila Barro Branco (Hotel Fazenda)

GO-060, Km 30 “à esquerda”, Área Rural de Trindade, Trindade/GO, CEP 75393-899.
Tel.: (62) 4006-0067.

Container Du Lago

Condomínio Monte, Quadra 04, Lote 02, Térreo, R. Nevada, Residencial Solar São Francisco II, Trindade/GO, CEP 75381-476.
(62) 98331-0004.

Hotel VIP

Rua 32, Quadra 110, Lote 10, Setor Pai Eterno, Trindade/GO, CEP 75387-082.
(62) 9120-5074.

Pousada Carvalho

(2 min Vila São Cottolengo) — Rua 2, Quadra 20, Lote 05, Setor Santuário, Trindade/GO, CEP 75388-584.
(62) 9125-1303.

Pousada Três Poderes

R. Tobias de Melo, 246 – St. Cristina, Trindade/GO, 75389-137.
(62) 99973-7859.

Hotel Pousada Mãe Rainha

R. 03, Quadra D, Lote 12, nº 75 – Vila Santo Onofre, Trindade/GO, 75388-848.
(62) 98624-8471.

Pousada Hobby Ludy

R. Padre Redentorista, 127 - St. Central, Trindade - GO, 75380-000.

(62) 3505-0763.

Pousada Carneiro

Av. Bahia, 57 - Jardim Salvador, Trindade - GO, 75380-000.

(62) 3505-8021.

Pousada Divino Pai Eterno

R. 12, 33 – Centro, Trindade/GO.

(62) 99297-8204.

Pousada Flor dos Ipês

Rua 9 de Dezembro, Quadra 20, Lote 11, Setor Cristina II, Trindade/GO.

(62) 3010-2750.

Vianópolis

Via Palace Hotel

R. Eng. Calil Elias Neto - Vianópolis, GO, 75265-000.

(62) 3335-2443.

Hotel Capela Menina

GO-139, 2000 - Vianópolis, GO, 75265-000.

(62) 98117-8674.

Regente Hotel

Rua Goiás, 120, Centro, Vianópolis/GO.

(62) 99976-0649.

Hotel Garden

GO-139, Km 65, Vianópolis/GO.

(62) 3335-2959.

Hotel Las Vegas

Rua 19 de Agosto, Qd. 6, Lt. 13, pavimentos 2 e 3, Vianópolis/GO.

(62) 99988-7643.

Hotel Garotim

Rua Eugênio Jardim, 747, Centro, Vianópolis/GO, CEP 75265-000.

(62) 99657-8679.

VPS Hotel Pousada Parque do Lago

R. 11, quadra 06 - lote 13 - Residencial Parque do Lago, Vianópolis - GO, 75265-000.

(62) 99437-8816.

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

Presidente:

Charleston Calasans Pimentel

Vice-Presidente:

Nicolle Vallin B. da Fonseca

Diretores Financeiros:

Nonato Rodrigues

Luciano de Castro Carneiro

Diretora Social e Marketing:

Elisa Vicente Pinto Teixeira

Conselho Fiscal:

Fernando Carlos Pereira

Joedson de Miranda Castro

Nelson Moreira

Lucas Motta Oliveira

Marcio Grei Macedo dos Santos

João Carlos Silva

Diretora Executiva:

Ana Claudia de Moura

Diretor Jurídico:

Dr. Carlos Alberto de Rezende (OAB – GO 11.380)

Vice-Presidente Regional - Caldas Novas

Rosângela Marçal

Vice-Presidente Regional – Catalão

Nicolle Vallin

Vice-Presidente Regional – Goiânia

Tatiana Sussuarana

Vice-Presidente Regional – Pirenópolis

Daniilo Costa Matos

PDCA - PESQUISA E INTELIGÊNCIA

Coordenação do Projeto de Pesquisa Censitária de Goiânia e Entorno

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Relatório, Coordenação de Campo e Pesquisa

Victória de Melo Leão

Design Gráfico

Lucas Souza de Oliveira

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS

Coordenadoras do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Giovanna Adriana Tavares Gomes *(até 03 de agosto de 2025)*

Amanda Alves Borges *(a partir de 04 de agosto de 2025)*

Equipe de Apoio Técnico por Área

Amanda Alves Borges – Turismo / Analista de Dados / Pesquisadora

Blenda Domingues Bittencourt – Turismo / Pesquisadora

Carlos Henrique Pereira de Freitas – Economia / Analista de dados/Pesquisador

Diego Carneiro Oliveira – Turismo / Analista de Dados / Pesquisador

Giovanna Adriana Tavares Gomes - Turismo / Pesquisadora Voluntária

José Carlos Paim Pamplona – Estágio / Ciência da Computação

José Ricardo Borrás – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisador

Lindalva Maria Costa – Apoio / Tradutora

Lucas Souza de Oliveira - Design Gráfico

Maria Aparecida Alves do Carmo – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisadora

Mikaelle Lima Souza – Geografia / Pesquisadora Voluntária

Polliana Alves da Silva - Turismo/Pesquisadora Voluntária

Rafael de Araújo Rosa - Estatístico Voluntário

Reginaldo Soares de Azevedo (Museólogo/Tabulação de Dados/Pesquisador

Valquíria Vital Machado – Turismo / Pesquisadora Voluntária

Waldedy Maria de Paula – Jornalismo / Pesquisadora

Wanessa Silva Ramos - Turismo/Pesquisadora Voluntária

GOVERNO ESTADUAL

Ronaldo Ramos Caiado

Governador do Estado de Goiás

Daniel Elias Carvalho Vilela

Vice-Governador

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Roberto Naves

Presidente

Andreia de Araújo I. Adourian

Procuradoria Setorial

Aline de Sousa Lobo

Gerência da Secretaria-geral

Valquíria Faria da Silva

Diretoria de Gestão Integrada

Manoel Eloy de Melo Oliveira dos Santos

Gerência de Gestão Institucional e Finanças

Marcio da Silva Cardoso

Gerência de Contabilidade

Marilianne Glauce Mendes Almeida

Gerência de Compras e Apoio Administrativo

Daniella Pereira Barbosa

Diretoria de Fomento ao Turismo

Thales Queiroz de Oliveira

Gerência de Projetos de Fomento ao Empreendedorismo e Atração de Investimentos

Bruna Ariadne Figueiredo Vieira

Gerência de Estudos, Pesquisa e Qualificação

Delvanira Bernardo Silva

Gerência de Estruturação e Produtos Turísticos

Karla Castanheiro Rady

Gerência de Marketing e Promoção do Turismo

Giovanna Adriana Tavares Gomes

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

Carlos Henrique Pereira de Freitas

Coordenação de Campo, Pesquisa, Análises e Relatório
(Censo de Goiânia)

Victória de Melo Leão

Coordenação de Campo, Pesquisa, Análises e Relatório
(Censo do Entorno de Goiânia)

Lucas Souza de Oliveira

Projeto Gráfico e Design

GOIÂNIA e ENTORNO