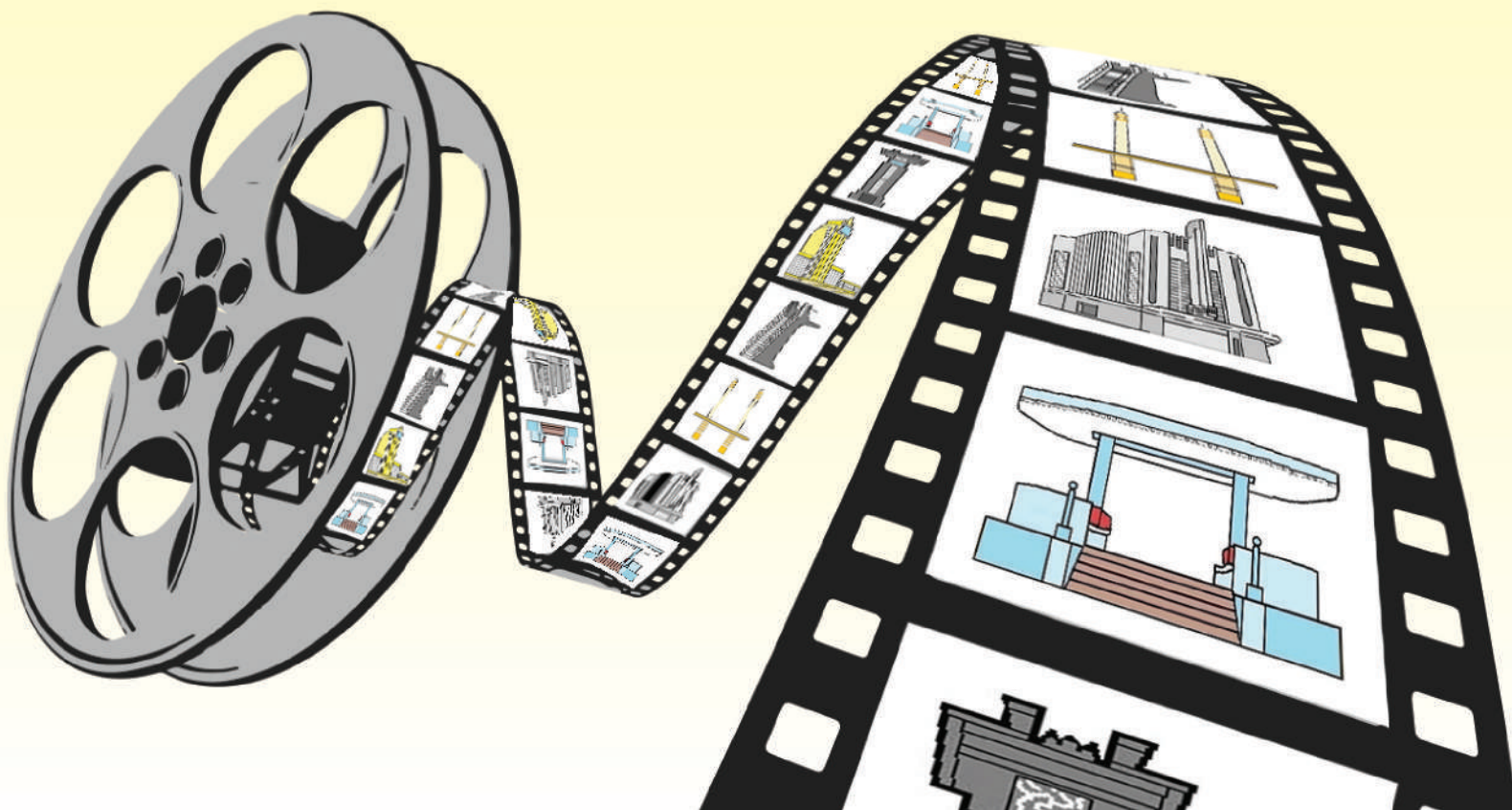


# OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS

BOLETIM DE DADOS DO TURISMO EM GOIÁS 2017





# O 7º Boletim de Dados nesta edição homenageia Goiânia e suas belezas arquitetônicas

---

Ilustração 1: Grande Hotel - obra da artista Ana Maria Diniz

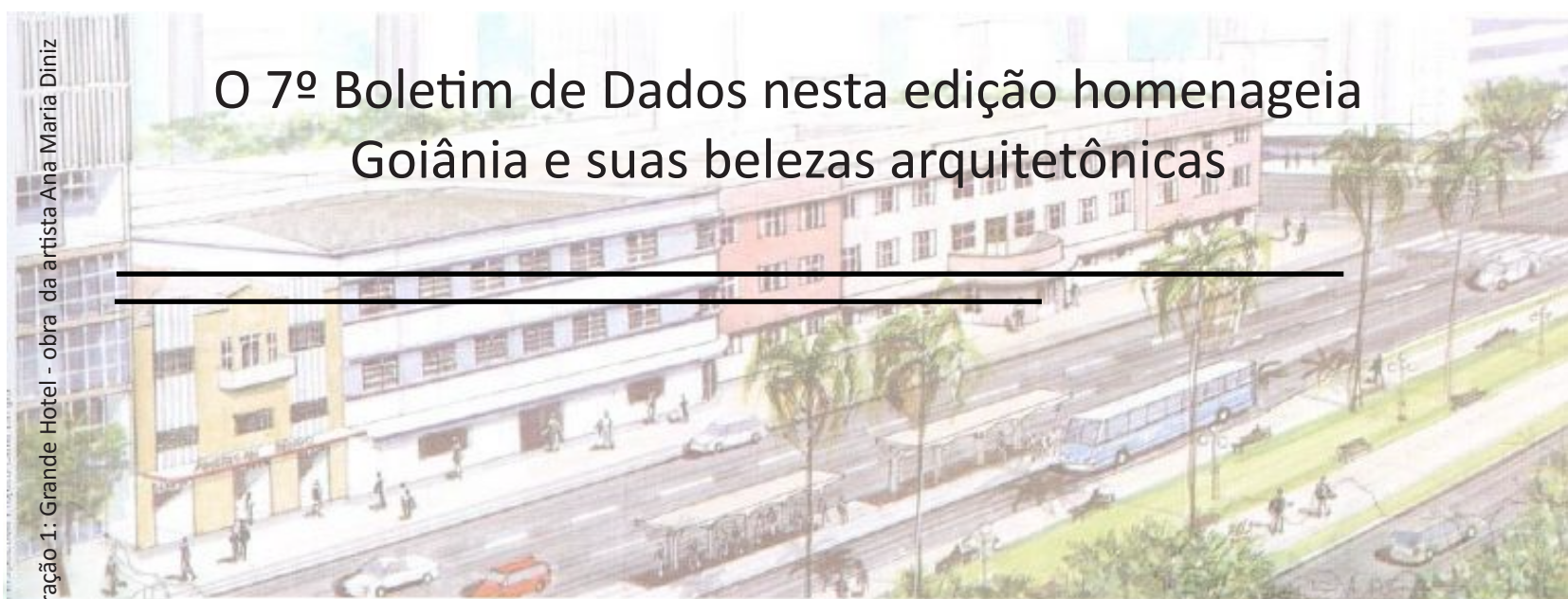


Ilustração 2: Lyceu de Goiânia - obra da artista Jéssica Siqueira



Ilustração 3: Coreto da Praça Joaquim Lúcio de Campinas - obra do  
artista Fernando de Moura





# Editorial



**Leandro Garcia**  
Presidente

É com sentimento de dever cumprido que entregamos à sociedade goiana a 7ª edição do Boletim de Dados do Turismo em Goiás. Trata-se do compilado de todas as pesquisas turísticas realizadas pela equipe do Observatório do Turismo em 2017. A proposta foi dimensionar dados estatísticos tanto nos eventos de responsabilidade do Estado, como em diversos eventos municipais e particulares. Essas informações têm contribuído significativamente no processo de tomada de decisão, no sentido de reduzir custos e estabelecer um retrato da realidade socioeconômica do Turismo no Estado, permitindo assim maior eficiência na aplicação dos recursos públicos, voltados para o bem-estar e melhoria das condições de vida das comunidades.



**Maria Cristina Alves Pereira**  
Chefe de Gabinete

É com orgulho que apresentamos o 7º Boletim de Dados realizado pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Os dados e fatos demonstrados nessa publicação têm enorme responsabilidade na consolidação, divulgação e discussão das potencialidades turísticas dos atrativos do Estado de Goiás. Além disso, a forma sistematizada, interativa e abrangente dos dados coletados e analisados pela equipe são destaques deste trabalho, visto que a linguagem simples e direta, representada por meio de gráficos, tabelas e infográficos nos convida a aprofundar na leitura de todo o Boletim.



**Adriano Donzelli**  
Diretor de Gestão,  
Planejamento e  
Finanças

O 7º Boletim de Dados concebido pela nossa equipe do Observatório do Turismo do Estado de Goiás é, sem dúvida, uma proposta desafiadora e inovadora, que tem como objetivo apresentar a importância econômica da atividade turística para o Estado. Em nossos relatórios, apresentamos dados estatísticos das transformações dos impactos econômicos por meio do Multiplicador Econômico do Turismo, sobretudo estimativas de impacto desses gastos na economia dos destinos turísticos e eventos pesquisados.



**João Bittencourt Lino**  
Diretor de Projetos,  
Pesquisas e Produtos  
Turísticos

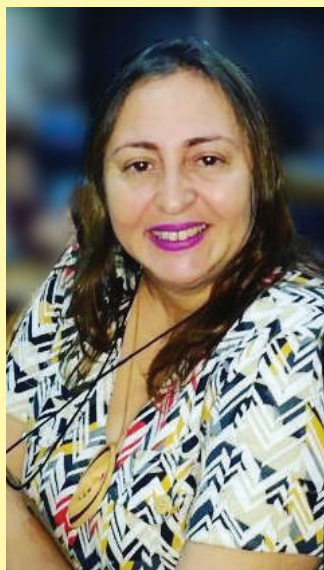
O ano de 2017 foi de muita produtividade para os profissionais do Observatório do Turismo, pois além das pesquisas recorrentes de demanda e perfil de turistas em eventos, estabelecemos a meta de percorrer novos caminhos, e alcançamos com muita dedicação e esforço nossos objetivos. Deste modo, tivemos a oportunidade de iniciar outras modalidades de pesquisa como inventariação turística e censos hoteleiros. Nesse sentido, essa diretoria tem estimulado diversos tipos de pesquisa no universo turístico, pois compreende que a influência de variáveis como: situações socioeconômicas, culturais, ambientais, políticas e mercadológicas, podem contribuir com projeções estatísticas que são de suma importância no sentido da orientação e gestão dos mercados turísticos goianos e sua evolução.





**Pedro Almeida Nunes Júnior**  
Gerente de  
Desenvolvimento,  
Pesquisa Turística e  
Eventos

O 7º Boletim de Dados é fruto do esforço da equipe do Observatório do Turismo que compõe a gerência de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos da Goiás Turismo. A publicação apresenta os resultados em forma de infográficos das pesquisas realizadas no campo em diversos municípios do Estado. O objetivo da publicação foi reunir informações quanto às necessidades dos turistas e comunidade local e assim preparar melhor nossos destinos para desenvolvimento e crescimento futuro.



**Giovanna Tavares**  
Coordenadora do  
Observatório do Turismo  
do Estado de Goiás

O ano de 2017 foi de muitos desafios para o Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Um ano ímpar, em que realizamos diversas modalidades de pesquisa, como: perfil e satisfação de público participante (turista, excursionista e turista cidadão) em diversos tipos de eventos, pesquisas em comunidades de municípios turísticos, inventários turísticos, censos hoteleiros, Manual do Boletim de Ocupação Hoteleira, Manual de Inventariação Turística e pesquisas de análises documentais e de dados, reforçando assim a nossa missão, que é atuar em pesquisa com foco em turismo, planejamento, métodos, metodologias, técnicas, censos, BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira, Boletim de Visitação de Museus, inventários, análises estatísticas/eco-

nômicas e pesquisas interdisciplinares em Turismo. Nossas pesquisas foram realizadas por meio do preenchimento de formulários impressos ou via web com perguntas abertas e fechadas. Para a tabulação quantitativa, utilizamos o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados com o intuito de gerar um relatório técnico. A avaliação qualitativa das respostas abertas foi feita via ferramenta web “Wordle” – trata-se de “nuvens de palavras” construídas a partir do texto com as respostas dos entrevistados. As nuvens dão maior destaque às palavras que aparecem com mais frequência no discurso dos respondentes.

Destacamos, nesse Boletim, a pesquisa Destinos Turísticos Inteligentes realizada via web com os 83 secretários de turismo que representam os municípios turísticos que compõem o Mapa Oficial do Turismo do Estado de Goiás. Em nossas pesquisas, obtivemos apoio e reconhecimento de diversos órgãos do Governo. Destaque para OVG/Bolsa Universitária, entidades de classe como Goiânia Convention & Visitors Bureau, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH - GO, Sindicato da Indústria de Hotéis de Goiânia - SIHGO e Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Goiás - ABRASEL/GO, e as prefeituras e secretarias (evidência para Cidade de Goiás, Pirenópolis, Três Ranchos,

Padre Bernardo, Terezópolis, Alexânia, entre outras) e empresas particulares (Construtora Música e Cultura, Monstro Produções Ltda e Cerrado Mix, entre outras) que nos permitiram realizar inúmeras pesquisas de campo nesse ano. Mas o nosso principal patrimônio são os profissionais e pesquisadores que nos acompanharam nesse 2017 de tantos desafios. Além da equipe oficial e multidisciplinar do Observatório do Turismo (Turismóloga, Estatístico e estagiárias de Design, Economia e Turismo), tivemos inúmeros pesquisadores que atuaram de forma voluntária. Ressalto um agradecimento especial aos dirigentes da Goiás Turismo pelo respeito, reconhecimento e autonomia a essa Coordenação. Em suma, consideramos muito importante nossa contribuição por intermédio do 7º Boletim de Dados para a inteligência turística do Estado. Sendo assim, temos nos esmerado de modo a interpretar esse conjunto de informações sobre o Turismo em Goiás e contribuir assertivamente com a tomada de decisão nas esferas pública e privada.







# Índice

7	Observatório do Turismo do Estado de Goiás	51	B.V.M. - Boletim de Visitação Museal de Goiânia
9	Empregos e Estabelecimentos	52	B.V.M. - Boletim de Visitação Museal da Cidade de Goiás
24	Análise da Pesquisa de Serviços Mensais IBGE/2014	54	B.V.M. - Boletim de Visitação Museal de Pirenópolis
29	Arrecadação de Tributos Estaduais nas Atividades Características do Turismo	55	Cadastur
34	Pesquisa: CNC Empregabilidade no Turismo 2017	59	Categorização dos Municípios
36	B.O.H. - Boletim de Ocupação Hoteleira	65	Pesquisa: Desenvolvimento do Turismo de Pirenópolis na Visão da Comunidade Local
40	Movimento Operacional do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia	67	Pesquisa: Destinos Turísticos Inteligentes
43	Movimento Operacional do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas	73	Dados Relevantes do Turismo em Goiás
45	Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia	75	Infográficos - Pesquisas 2017
49	B.V.P. - Boletim de Visitação de Parques	109	Lista de Fórmulas e Mini Glossário



# Observatório do Turismo do Estado de Goiás

O Observatório do Turismo nasceu na Faculdade Senac em 2008, por meio da visão de futuro e oportunidade do professor e pesquisador Marcos Martins Borges, que, juntamente com um grupo de professores pesquisadores desenvolveu o projeto com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás - Fapeg. Em 2010, foi incorporado à Goiás Turismo sob o comando da professora, pesquisadora e gestora Flávia Rabelo, com o nome de Instituto de Pesquisa Turística - Iptur. A esses excepcionais e dedicados profissionais nossos agradecimentos pela criatividade, trabalho e serviços prestados ao estado de Goiás na consolidação, mensuração e propagação dos dados do turismo. Atualmente, esse núcleo de pesquisa compõe a Diretoria de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos e denomina-se Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Em 2017, realizou 59 pesquisas e 8.577 entrevistas, contando com o apoio irrestrito de nossos funcionários (efetivo e comissionado, respectivamente profissionais das áreas de Turismo e Estatística) e estagiárias (profissionais em processo de formação das áreas multidisciplinares: Economia, Turismo e Design Gráfico), além da participação especial de pesquisadores voluntários do Instituto Federal de Goiás - IFG, Universidade Federal de Goiás - UFG, Faculdade Cambury, Faculdade Senac, Centro Universitário Alves Faria - UNIALFA, Faculdade Lions - Fac Lions, Universidade Estadual de Goiás - UEG e Pontifícia Universidade Católica de Goiás - PUC Goiás, entre outras. Este trabalho consolida nossa missão de produzir pesquisa como: estudos de campo, levantamento de dados, pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisas de demanda, perfil e satisfação, pesquisa de mercado, censos hoteleiros, inventários da oferta turística, entre outras modalidades. Atualmente, fazemos parte da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo, que tem por objetivo unificar as discussões e esforços em torno do desenvolvimento da produção de informações e estatísticas do turismo no Brasil. A seguir, descrevemos nosso sistema de trabalho de modo a nortear os leitores sobre os projetos de pesquisa:

## O QUE É UM PROJETO DE PESQUISA?

### ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Após a análise do perfil da pesquisa, é elaborado o instrumento adequado para atender o objetivo da pesquisa.



### TABULAÇÃO DOS DADOS

Após a realização da pesquisa, as respostas são tabuladas, utilizando o sistema de formulários do Google Drive.

### ANÁLISE DOS DADOS

Exportados os dados, estes são analisados com o intuito de gerar o relatório técnico.

### TEXTOS E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A avaliação qualitativa das respostas abertas através de uma ferramenta de nuvem de palavras, construída a partir do texto com as respostas.



### REVISÃO E CORREÇÃO

O relatório passa por uma revisão e correção e após isso é dado como finalizado.



### PERFIL DO OBJETO DE PESQUISA

É feita a análise de perfil, para que assim o instrumento de pesquisa seja feito de acordo.



### COLETA DOS DADOS

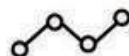
Durante a pesquisa, precedemos a aplicação dos questionários, coordenado e realizado pela equipe do Observatório do Turismo do Estado de Goiás.

### BANCO DE DADOS

Depois de tabulados, os dados são exportados para o Excel.

### GRÁFICOS E TABELAS

Durante a análise quantitativa, são construídos os gráficos e as tabelas com os dados.



### CONSTRUÇÃO DO RELATÓRIO TÉCNICO

Utilizando técnicas analíticas de pesquisa são feitas análises quantitativa e qualitativa, gerando o relatório com todas as informações.

### PUBLICAÇÃO DO RELATÓRIO

Finalizado o relatório, o mesmo se torna disponível no nosso site: [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br) no site da Goiás Turismo [www.goiasturismo.go.gov.br](http://www.goiasturismo.go.gov.br), e quando solicitado, é enviado via e-mail.

# Turismo Goiano em Dados



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

Obs.: 10 regiões e 83 destinos



# Empregos e Estabelecimentos

Com o objetivo de gerar uma estatística que seja comparável entre os diversos países do mundo, a Organização Mundial do Turismo (OMT) desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas - CIUAT) que é compatível com a International Standard Industrial Classification (ISIC), elaborada pelas Nações Unidas. Do conjunto de atividades econômicas contidas na CIUAT, destacam-se as Atividades Características do Turismo, responsáveis pela produção de bens e serviços definidos como características do turismo.

No Brasil, a Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) é responsável pelo estabelecimento e monitoramento de normas e padronização do Sistema de Classificação das Estatísticas Nacionais. É a CONCLA que determina a classificação de todas as atividades econômicas oficialmente adotadas pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos cadastros e registros da Administração Pública por meio da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). A CNAE utilizada hoje é a 2.0 e permite a produção de estatísticas por tipo de atividade econômica e pela Administração Pública, por meio da identificação das atividades econômica em cadastros e registros de pessoa jurídica. Baseando-se nas orientações da OMT e da CONCLA, o Departamento de Estudos e Pesquisas (DEPES) do Ministério do Turismo (MTur) selecionou na CNAE 2.0 um grupo de atividades e serviços responsáveis pela produção de bens e serviços característicos do turismo, as Atividades Características do Turismo (ACTs). Com base nessas premissas o Observatório do Turismo apresenta os dados secundários relativos ao emprego, estabelecimentos e arrecadação de impostos pelo Governo Estadual.

A primeira parte dos dados apresentados no 7º Boletim relativa ao Trabalho e Estabelecimentos no setor do Turismo foram obtidos a partir da seleção das ACTs com base de dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE / RAIS – Relação anual de informações sociais) e da Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás (SEFAZ), seguindo critérios, orientações e metodologias utilizadas pelo Ministério do Turismo - MTur e Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas – DEPES.

A proposta do Observatório do Turismo foi apresentar de forma clara e respaldada os dados para a sociedade, sendo estes referentes aos 83 municípios que compõem o mapa turístico oficial, presentes nas tabelas 1 e 2. Nos gráficos 1 e 2 apresentamos os dados dos 246 municípios do Estado de Goiás e para isso nos pautamos pelas premissas, diretrizes e orientações do Ministério do Turismo, Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas e IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Para melhor entendimento, segundo o IPEA, se faz necessário esclarecer que o Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo - SIMT foi um projeto desenvolvido pelo IPEA em parceria com o Ministério do Turismo - MTur e a Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan/DF, que tem como objetivo oferecer para o governo e a sociedade informações que subsidiem a formulação e avaliação das políticas públicas de turismo e orientem os dirigentes do setor, trabalhadores, pesquisadores e instituições de fomento ao desenvolvimento.

Essas informações possibilitam avaliar a importância socioeconômica do turismo no conjunto da economia, acompanhar a geração de postos de trabalho formais e informais além de mostrar o perfil da mão de obra, contribuindo com diagnósticos sobre o desempenho das chamadas Atividades Características do Turismo (ACTs), um conjunto de atividades no qual se concentra a maior parte dos gastos dos turistas.

Afim de reforçar as nossas intencionalidades e critérios, no que diz respeito ao uso da metodologia, esclarecemos que a forma de quantificação dos dados foi realizada em sua essência bruta, de forma geral, sem nenhum fator de correção ou alteração de atualizações monetárias ou métodos estatísticos mais sofisticados. A seguir o quadro das Cnaes e suas subclasses utilizadas oficialmente pelo Ministério do Turismo - MTur, Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas, IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e Observatório do Turismo do Estado de Goiás.

**Quadro 1: CNAE 2.0 - Atividades Econômicas Características do Turismo**

Seção	Divisão	Grupo		Classe		Subclasse	
<b>H</b> <b>Transporte, armazenagem e correio</b>	49 Transporte terrestre	491	Transporte ferroviário e metroferroviário	49124	Transporte metroferroviário de passageiros	4912401	Transporte ferroviário de passageiros intermunicipal e interestadual
		492	Transporte rodoviário de passageiros	49221	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	4922101	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, exceto em região metropolitana
						4922102	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, interestadual
						4922103	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, internacional
				49299	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente	4929902	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, intermunicipal, interestadual e internacional
						4929904	Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, intermunicipal, interestadual e internacional
		495	Trens turísticos, teleféricos e similares	49507	Trens turísticos, teleféricos e similares	4950700	Trens turísticos, teleféricos e similares
		502	Transporte por navegação interior	50220	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares	5022002	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares, intermunicipal, interestadual e internacional, exceto travessia



Seção	Divisão	Grupo		Classe		Subclasse	
	50 Transporte Aquaviário	509	Outros transportes aquaviários	50912	Transporte por navegação de travessia	5091202	Transporte por navegação de travessia, intermunicipal
				50998	Transportes aquaviários não especificados anteriormente	5099801	Transporte aquaviário para passeios turísticos
	51 Transporte aéreo	511	Transporte aéreo de passageiros	51111	Transporte aéreo de passageiros regular	5111100	Transporte aéreo de passageiros regular
				51129	Transporte aéreo de passageiros não-regular	5112999	Outros serviços de transporte aéreo de passageiros não-regular
<b>I- Alojamento e Alimentação</b>	55 Alojamento	551	Hotéis e similares	55108	Hotéis e similares	5510801	Hotéis
						5510802	Apart-hotéis
		559	Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente	55906	Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente	5590601	Albergues, exceto assistenciais
						5590602	Campings
						5590603	Pensões (alojamento)
						5590699	Outros alojamentos não especificados anteriormente
	56 Alimentação	561	Restaurantes e outros serviços de alimentação e bebidas	56112	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	5611201	Restaurantes e similares
						5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas
						5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
				56121	Serviços ambulantes de alimentação	5612100	Serviços ambulantes de alimentação

Seção	Divisão	Grupo		Classe		Subclasse	
<b>N – Atividades Administrativas e Serviços Complementares</b>	77 Aluguéis não- imobiliários e gestão de ativos intangíveis não- financeiros	771	Locação de meios de transporte sem condutor	77110	Locação de automóveis sem condutor	7711000	Locação de automóveis sem condutor
		772	Aluguel de objetos pessoais e domésticos	77217	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos	7721700	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos
	79 Agências de viagens, operadores turísticos e serviços de reservas	791	Agências de viagens e operadores turísticos	79112	Agências de viagens	7911200	Agências de viagens
				79121	Operadores turísticos	7912100	Operadores turísticos
		799	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	79902	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	7990200	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
	90 Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	900	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	90019	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	9001901	Produção teatral
						9001902	Produção musical
						9001903	Produção de espetáculos de dança
						9001904	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
						9001905	Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares
						9001999	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente
				90027	Criação artística	9002701	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores



Seção	Divisão	Grupo		Classe		Subclasse	
	91 Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental	910	Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental	91023	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	9102301	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares
				91031	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	9103100	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
	92 Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	920	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	92003	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	9200301	Casas de bingo
						9200302	Exploração de apostas em corridas de cavalos
						9200399	Exploração de jogos de azar e apostas não especificados anteriormente
	93 Atividades esportivas e de recreação e lazer	932	Atividades de recreação e lazer	93212	Parques de diversão e parques temáticos	9321200	Parques de diversão e parques temáticos
				93298	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	9329801	Discotecas, danceterias, salões de dança e similares
						9329802	Exploração de boliches
						9329803	Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares
						9329804	Exploração de jogos eletrônicos e recreativos
						9329899	Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente
		931	Atividades esportivas	93191	Atividades esportivas não especificadas anteriormente	9319199	Outras atividades esportivas não especificadas anteriormente

A tabela 1 trata da quantidade de estabelecimentos entre os anos de 2013 a 2016, com destaque para o intervalo entre 2013 e 2015, quando o crescimento esteve aquecido, totalizando 847 novas empresas. Já entre os anos de 2015 e 2016, observou-se um déficit de 69 empresas.

**Tabela 1: Estabelecimentos e empresas formais nas atividades características dos municípios participantes do Mapa Oficial do Turismo do Estado de Goiás (2013 - 2016)**

<b>Regiões/ Municípios</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Número de estabelecimentos gerados entre 2013 a 2016</b>	<b>Crescimento (2013 - 2016)</b>
<b>Região da Chapada dos Veadeiros</b>						
<b>Alto Paraíso de Goiás</b>	71	78	88	91	20	28,2%
<b>Cavalcante</b>	7	9	9	10	3	42,9%
<b>Colinas do Sul</b>	4	3	4	2	-2	-50,0%
<b>São João d'Aliança</b>	14	14	14	13	-1	-7,1%
<b>Teresina de Goiás</b>	3	3	4	4	1	33,3%
<b>Região da Estrada de Ferro</b>						
<b>Bonfinópolis</b>	4	2	5	5	1	25,0%
<b>Catalão</b>	181	201	214	214	33	18,2%
<b>Goiandira</b>	0	0	0	0	0	-
<b>Ipameri</b>	40	41	40	30	-10	-25,0%
<b>Leopoldo de Bulhões</b>	1	0	1	2	1	100,0%
<b>Orizona</b>	11	12	14	12	1	9,1%
<b>Pires do Rio</b>	56	53	55	54	-2	-3,6%
<b>Santa Cruz de Goiás</b>	1	1	2	1	0	0,0%
<b>Silvânia</b>	16	19	19	22	6	37,5%
<b>Urutaí</b>	2	3	1	2	0	0,0%
<b>Vianópolis</b>	21	22	23	21	0	0,0%
<b>Região das Águas e Cavernas do Cerrado</b>						
<b>Damianópolis</b>	0	0	1	1	1	100,0%
<b>Formosa</b>	122	129	156	144	22	18,0%

Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	Número de estabelecimentos gerados entre 2013 a 2016	Crescimento (2013 - 2016)
Mambaí	6	6	11	10	4	66,7%
São Domingos	2	4	4	4	2	100,0%
Simolândia	6	7	8	9	3	50,0%
Região das Águas Quentes						
Caldas Novas	300	314	327	369	69	23,0%
Morrinhos	39	49	52	60	21	53,8%
Rio Quente	24	23	23	28	4	16,7%
Região do Ouro e Cristais						
Abadiânia	42	53	65	68	26	61,9%
Alexânia	37	41	47	48	11	29,7%
Campos Verdes	1	1	1	1	0	0,0%
Cidade de Goiás	44	44	54	54	10	22,7%
Cidade Ocidental	30	33	41	46	16	53,3%
Corumbá de Goiás	13	16	13	13	0	0,0%
Cocalzinho de Goiás	7	13	14	11	4	57,1%
Córrego do Ouro	1	1	0	0	-1	-100,0%
Cristalina	54	57	77	73	19	35,2%
Jaraguá	30	32	33	32	2	6,7%
Mossâmedes	1	0	1	1	0	0,0%
Luziânia	150	170	172	161	11	7,3%
Pilar de Goiás	3	2	0	0	-3	-100,0%
Pirenópolis	122	123	141	145	23	18,9%
São Francisco de Goiás	2	2	3	4	2	100,0%
Valparaíso de Goiás	129	139	145	134	5	3,9%
Região dos Negócios e Tradições						
Anápolis	476	498	538	543	67	14,1%



Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	Número de estabelecimentos gerados entre 2013 a 2016	Crescimento (2013 - 2016)
<b>Aparecida de Goiânia</b>	352	417	442	408	56	15,9%
<b>Bela Vista de Goiás</b>	12	18	17	18	6	50,0%
<b>Goiânia</b>	3.226	3.398	3.502	3.509	283	8,8%
<b>Hidrolândia</b>	23	28	23	24	1	4,3%
<b>Nerópolis</b>	23	31	27	29	6	26,1%
<b>Nova Veneza</b>	7	9	8	9	2	28,6%
<b>Terezópolis de Goiás</b>	5	8	11	11	6	120,0%
<b>Trindade</b>	94	110	116	120	26	27,7%
<b>Região Lagos do Paranaíba</b>						
<b>Buriti Alegre</b>	3	6	6	8	5	166,7%
<b>Cachoeira Dourada</b>	9	6	6	6	-3	-33,3%
<b>Caçu</b>	17	18	18	12	-5	-29,4%
<b>Itarumã</b>	3	4	4	4	1	33,3%
<b>Itumbiara</b>	188	198	195	194	6	3,2%
<b>Lagoa Santa</b>	7	6	8	5	-2	-28,6%
<b>Quirinópolis</b>	46	49	53	53	7	15,2%
<b>São Simão</b>	41	46	39	38	-3	-7,3%
<b>Três Ranchos</b>	6	8	6	8	2	33,3%
<b>Região Pegadas no Cerrado</b>						
<b>Bom Jardim de Goiás</b>	1	3	3	3	2	200,0%
<b>Caiapônia</b>	10	12	13	13	3	30,0%
<b>Chapadão do Céu</b>	17	18	13	16	-1	-5,9%
<b>Jataí</b>	160	165	157	149	-11	-6,9%
<b>Maurilândia</b>	5	5	6	4	-1	-20,0%

<b>Regiões/ Municípios</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Número de estabelecimentos gerados entre 2013 a 2016</b>	<b>Crescimento (2013 - 2016)</b>
<b>Mineiros</b>	99	110	106	101	2	2,0%
<b>Paraúna</b>	15	14	15	16	1	6,7%
<b>Piranhas</b>	6	8	7	8	2	33,3%
<b>Rio Verde</b>	248	283	327	316	68	27,4%
<b>Santa Rita do Araguaia</b>	8	10	8	7	-1	12,5%
<b>São Luís de Montes Belos</b>	27	44	47	44	17	63,0%
<b>Serranópolis</b>	10	8	10	10	0	0,0%
<b>Turvelândia</b>	2	2	2	1	-1	-50,0%
<b>Região Vale da Serra da Mesa</b>						
<b>Minaçu</b>	30	30	33	28	-2	-6,7%
<b>Niquelândia</b>	45	47	51	38	-7	-15,6%
<b>Padre Bernardo</b>	26	30	32	26	0	0,0%
<b>Porangatu</b>	42	37	45	44	2	4,8%
<b>Uruaçu</b>	57	64	65	48	-9	-15,8%
<b>Região Vale do Araguaia</b>						
<b>Aragarças</b>	31	30	27	30	-1	-3,2%
<b>Aruanã</b>	4	8	8	7	3	75,0%
<b>Baliza</b>	1	1	1	1	0	0,0%
<b>Britânia</b>	3	4	6	6	3	100,0%
<b>Mundo Novo</b>	2	2	3	3	1	50,0%
<b>Nova Crixás</b>	4	5	6	10	6	150,0%
<b>São Miguel do Araguaia</b>	27	35	39	35	8	29,6%
<b>Total</b>	<b>7.015</b>	<b>7.553</b>	<b>7.931</b>	<b>7.862</b>	<b>847</b>	<b>12,10%</b>
<b>Variações (2013 - 2016)</b>	<b>-</b>	<b>538</b>	<b>378</b>	<b>-69</b>	<b>12,10%</b>	<b>-</b>

Fonte: MTE - RAIS (2016)

A tabela 2 apresenta dados referentes aos empregos formais gerados pelas Atividades Características do Turismo (ACTs) nos municípios que fazem parte do Mapa Oficial do Turismo do Estado de Goiás. No que se refere ao número de empregos gerados de 2013 a 2016, destacamos por região turística os seguintes municípios: Região da Chapada dos Veadeiros - 117 empregos gerados em Alto Paraíso de Goiás, Região da Estrada de Ferro - 10 empregos gerados em Orizona, Região das Águas e Cavernas do Cerrado - 63 empregos em Formosa, Região das Águas Quentes - 591 empregos em Caldas Novas, Região do Ouro e Cristais - 158 empregos em Abadiânia, Região dos Negócios e Tradições - 357 empregos em Anápolis, Região Lagos do Paranaíba - 14 empregos em Buriti Alegre, Região Pegadas no Cerrado - 219 empregos em Rio Verde, Região Vale da Serra da Mesa - 60 empregos em Padre Bernardo e Região Vale do Araguaia - 16 empregos em Nova Crixás.

**Tabela 2: Empregos formais no setor turístico referente aos municípios que compõem o Mapa Oficial do Turismo do estado de Goiás (2013 - 2016)**

Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	Número de empregos gerados entre 2013 a 2016	Crescimento (2013 - 2016)
<b>Região da Chapada dos Veadeiros</b>						
Alto Paraíso de Goiás	244	261	317	361	117	47,95%
Cavalcante	24	24	26	33	9	37,50%
Colinas do Sul	5	5	4	2	-3	-60,00%
São João d'Aliança	56	59	65	57	1	1,79%
Teresina de Goiás	10	9	18	19	9	90,00%
<b>Região da Estrada de Ferro</b>						
Bonfinópolis	3	6	6	6	3	100,00%
Catalão	1.111	1.223	1.288	1.029	-82	-7,38%
Goiandira	0	0	0	0	0	-
Ipameri	167	236	127	99	-68	-40,72%
Leopoldo de Bulhões	1	0	1	4	3	300,00%
Orizona	38	41	45	48	10	26,32%
Pires do Rio	178	198	168	143	-35	-19,66%
Santa Cruz de Goiás	0	0	1	1	1	100,00%
Silvânia	34	46	49	47	13	38,24%
Urutaí	5	4	2	4	-1	-20,00%
Vianópolis	64	72	81	74	10	15,63%



Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	Número de empregos gerados entre 2013 a 2016	Crescimento (2013 - 2016)
<b>Região das Águas e Cavernas do Cerrado</b>						
Damianópolis	0	0	2	3	3	300,00%
Formosa	751	820	871	814	63	8,39%
Mambaí	10	11	23	14	4	40,00%
São Domingos	7	7	10	6	-1	-14,29%
Simolândia	48	45	60	65	17	35,42%
<b>Região das Águas Quentes</b>						
Caldas Novas	4.507	4.886	5.026	5.098	591	13,11%
Morrinhos	161	184	194	229	68	42,24%
Rio Quente	1.880	1.985	2.118	2.019	139	7,39%
<b>Região do Ouro e Cristais</b>						
Abadiânia	373	496	532	531	158	42,36%
Alexânia	308	333	333	316	8	2,60%
Campos Verdes	1	1	1	1	0	0,00%
Cidade de Goiás	189	201	231	236	47	24,87%
Cidade Ocidental	419	148	261	526	107	25,54%
Corumbá de Goiás	45	47	40	48	3	6,67%
Cocalzinho de Goiás	41	49	44	41	0	0,00%
Córrego do Ouro	1	0	0	0	-1	-100,00%
Cristalina	261	284	379	358	97	37,16%
Jaraguá	178	189	200	175	-3	-1,69%
Mossâmedes	0	0	0	1	1	100,00%
Luziânia	1.340	841	753	625	-715	-53,36%
Pilar de Goiás	2	0	0	0	-2	-100,00%
Pirenópolis	616	666	743	747	131	21,27%

Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	Número de empregos gerados entre 2013 a 2016	Crescimento (2013 - 2016)
São Francisco de Goiás	20	25	36	62	42	210,00%
Valparaíso de Goiás	970	741	637	1.016	46	4,74%
<b>Região dos Negócios e Tradições</b>						
Anápolis	2.999	3.295	3.817	3.356	357	11,90%
Aparecida de Goiânia	2.513	2.666	2.570	2.219	-294	-11,70%
Bela Vista de Goiás	73	88	88	88	15	20,55%
Goiânia	25.680	26.731	26.641	25.160	-520	-2,02%
Hidrolândia	334	118	110	142	-192	-57,49%
Nerópolis	86	93	84	121	35	40,70%
Nova Veneza	6	8	13	10	4	66,67%
Terezópolis de Goiás	58	68	77	91	33	56,90%
Trindade	348	517	398	362	14	4,02%
<b>Região Lagos do Paranaíba</b>						
Buriti Alegre	23	33	7	37	14	60,87%
Cachoeira Dourada	20	11	11	12	-8	-40,00%
Caçu	23	30	21	24	1	4,35%
Itarumã	7	8	6	3	-4	-57,14%
Itumbiara	1.158	1.248	1.145	1.029	-129	-11,14%
Lagoa Santa	53	57	48	48	-5	-9,43%
Quirinópolis	317	345	243	259	-58	-18,30%
São Simão	238	184	160	142	-96	-40,34%
Três Ranchos	10	13	12	18	8	80,00%
<b>Região Pegadas no Cerrado</b>						
Bom Jardim de Goiás	2	3	4	3	1	50,00%
Caiapônia	30	26	44	29	-1	-3,33%
Chapadão do Céu	105	58	39	82	-23	-21,90%

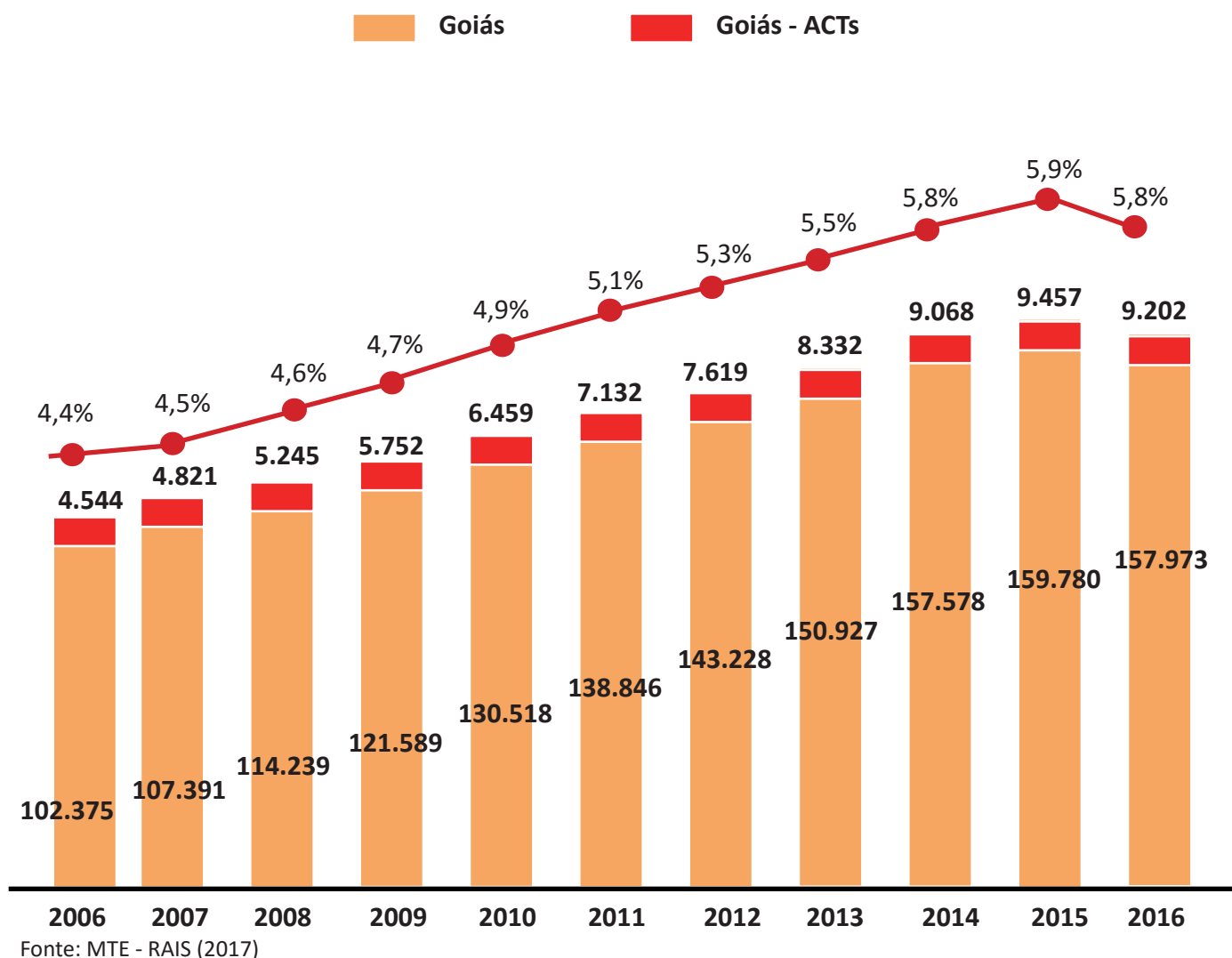
<b>Regiões/ Municípios</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Número de empregos gerados entre 2013 a 2016</b>	<b>Crescimento (2013 - 2016)</b>
<b>Jataí</b>	941	1.025	957	929	-12	-1,28%
<b>Mineiros</b>	577	576	532	445	-132	-22,88%
<b>Paraúna</b>	60	50	41	41	-19	-31,67%
<b>Piranhas</b>	20	27	28	25	5	25,00%
<b>Rio Verde</b>	1.880	1.887	1.914	2.099	219	11,65%
<b>Santa Rita do Araguaia</b>	48	30	33	31	-17	-35,42%
<b>São Luís de Montes Belos</b>	151	181	220	230	79	52,32%
<b>Serranópolis</b>	40	39	48	28	-12	-30,00%
<b>Turvelândia</b>	10	9	8	8	-2	-20,00%
<b>Região Vale da Serra da Mesa</b>						
<b>Minaçu</b>	93	115	115	87	-6	6,45%
<b>Niquelândia</b>	253	286	341	253	0	0,00%
<b>Padre Bernardo</b>	130	73	154	190	60	46,15%
<b>Porangatu</b>	308	276	294	245	-63	-20,45%
<b>Uruaçu</b>	348	351	301	279	-69	-19,83%
<b>Região Vale do Araguaia</b>						
<b>Aragarças</b>	107	117	122	119	12	11,21%
<b>Aruanã</b>	10	20	19	19	9	90,00%
<b>Baliza</b>	3	1	2	3	0	0,00%
<b>Britânia</b>	8	12	20	19	11	137,50%
<b>Mundo Novo</b>	6	7	7	8	2	33,33%
<b>Nova Crixás</b>	11	32	27	27	16	145,45%
<b>São Miguel do Araguaia</b>	67	98	85	77	10	14,93%
<b>Total</b>	<b>53.165</b>	<b>54.899</b>	<b>55.424</b>	<b>53.126</b>	<b>-39</b>	<b>-0,07%</b>
<b>Variações (2013 - 2016)</b>	<b>-</b>	<b>1.733</b>	<b>543</b>	<b>-2.243</b>	<b>-0,07%</b>	<b>-</b>

Fonte: MTE - RAIS (2016)



O gráfico 1 apresenta o crescimento relativo do número de empreendimentos ao longo dos últimos 11 anos e o total acumulado no período de 2006 a 2016. Em 2016, percebeu-se um declínio de 2,7%, representando um déficit de 255 empresas no setor do turismo, considerando todos os 246 municípios goianos.

**Gráfico 1: Participantes dos estabelecimentos formais das ACTs em Goiás (2006 – 2016)**



A tabela 3 apresenta o crescimento relativo do número de empresas ao longo de 11 anos e o total acumulado no período de 2006 a 2016, que corresponde a 73,9% do número de empresas vinculadas ao turismo.

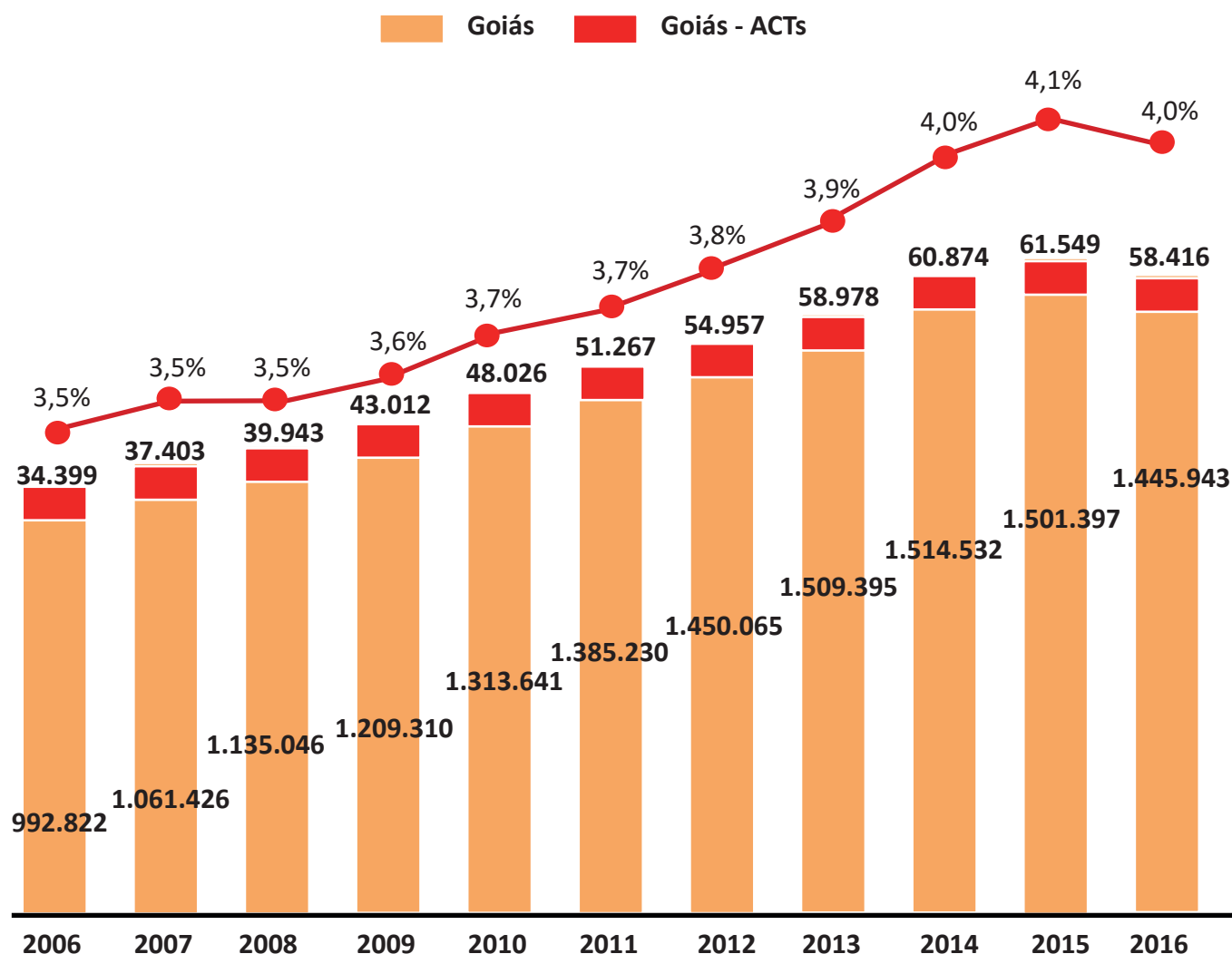
**Tabela 3: Crescimento relativo do número de empresas vinculadas ao turismo (em relação ao ano anterior)**

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total Acumulado
-	6,1%	8,8%	9,7%	12,3%	10,4%	6,8%	9,4%	8,8%	4,3%	-2,7%	73,9%

Fonte: MTE - RAIS (2017)

O gráfico 2 apresenta, no período de 2006 a 2016, a participação das ACTs na geração de empregos formais nos 246 municípios do Estado de Goiás. No período de 2010 a 2015, obtivemos um crescimento médio anual de 4,7% no número de empregos. Já no período de 2015 a 2016, percebeu-se que o número de empregos no setor do turismo foi de 61.549 (2015) para 58.416 (2016), totalizando um decréscimo de 3.133 empregos.

**Gráfico 2: Participação das ACTs na geração de empregos formais (2006 - 2016)**



Fonte: MTE - RAIS (2017)

A tabela 4 apresenta o crescimento relativo do número de empregados ao longo de 11 anos e o total acumulado no período de 2006 a 2016, que corresponde a 56,4%.

**Tabela 4: Crescimento relativo do número de empregos formais na atividade do turismo (em relação ao ano anterior)**

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total Acumulado
-	8,7%	6,8%	7,7%	11,7%	6,7%	7,2%	7,3%	3,2%	1,1%	-4,0%	56,4%

Fonte: MTE - RAIS (2017)

A tabela 5 apresenta diminuição na participação do número de empregos do setor do turismo no Estado, que é resultante do déficit do número de empresas com atividades voltadas para o turismo, segundo dados de 2016 do Ministério do Trabalho. No período de 2010 a 2015, obtivemos um crescimento médio anual de 1,5% no número de empregos. Já no período de 2015 a 2016, percebeu-se que o número de empregos no setor do turismo, foi de 61.549 (2015) para 58.416 (2016), totalizando um decréscimo de 3.133 empregos.

Conclui-se que essa queda de 2015 a 2016 não influenciou no número de empregos do setor do turismo, que teve crescimento de 21,6% no período 2010 a 2016. Considerando-se todas as atividades econômicas, percebeu-se um crescimento de 10,1% de empregos formais no Estado de Goiás.

**Tabela 5: Crescimento dos empregos e estabelecimentos formais (2010 - 2016)**

	<b>Estabelecimentos</b>	<b>Empregos</b>
Estado de Goiás: Total	21,0%	10,1%
Estado de Goiás: ACTs	42,5%	21,6%

Fonte: MTE - RAIS (2017)

## Análise da Pesquisa de Serviços Mensais IBGE/2017

Entretanto o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas, que é composto por um corpo de funcionários em maior quantidade, faz as correções e ponderações, levando em conta a sazonalidade (Termo utilizado em Séries Temporais para identificar os pontos de flutuação e padrão) e o IPCA – Índice de Preço ao Consumidor, além de uma padronização, na qual toma-se por base um determinado ano chamado de Ano Base (2014), para a composição do índice de variação, composto da análise da PMS – Pesquisa Mensal de Serviços. O IBGE levou em consideração somente empresas com mais de 20 empregados, que compõem uma amostra de 9.300 empresas nas 27 Unidades Federativas, utilizando-se apenas 22 dos 46 CNAES vinculadas ao setor do turismo utilizados pelo Ministério do Turismo. Esta amostragem reduz de forma significativa o universo de empresas do setor de turismo avaliadas pela pesquisa, o que gera diferentes resultados entre o IBGE e a metodologia do MTur.

O IBGE realiza mensalmente a Pesquisa Mensal de Serviços - PMS. Dentro da pesquisa geral de serviços, a unidade de investigação é definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMS, a variável investigada é a receita bruta de serviços, total e por Unidade da Federação, definida como a receita proveniente das atividades de prestação de serviços, sem dedução de impostos e contribuições incidentes, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais. A amostra é feita com base na Pesquisa Anual de Serviços – PAS, de 2014 e, dentro do âmbito previamente definido, foram selecionadas 12.225 empresas, distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

Dentro da PMS (Pesquisa Mensal de Serviços), foi calculado o Índice de Atividade Turística para as 12 Unidades da Federação relacionadas a seguir: **Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal.**



A seguir, no quadro 2 estão listados cinco tipos de índices calculados.

## Quadro 2: Tipos de Índices

**Índice de base fixa:** Compara os níveis nominais e de volume da receita bruta de serviços do mês com a média mensal obtida no ano de 2014.

**Índice mês/igual mês do ano anterior:** Compara os índices nominais e de volume da receita bruta de serviços do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior.

**Índice mês/mês anterior:** Compara os índices nominais e de volume da receita bruta de serviços do mês com os obtidos no mês anterior, ajustados sazonalmente.

**Índice acumulado no ano:** Compara os índices acumulados nominais da receita bruta de serviços de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

**Índice acumulado de 12 meses:** Compara os índices acumulados nominais da receita bruta de serviços dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

Fonte: IBGE (2017)

A seguir, o quadro das CNAEs 2.0 extraído da PMS (Pesquisa Mensal de Serviços) divulgada pelo IBGE.

## Quadro 3: Índice de Atividades Turísticas - IATUR

Descrição	CNAE
Alojamento e alimentação	5510.8 + 5590.6 + 5611.2 + 5612.1 + 5620.1
Atividades culturais e de recreação e lazer	9001.9 + 9002.7 + 9003.5 + 9200.3 + 9321.2 + 9329.8
Trens turísticos, teleféricos e similares	4950.7
Transporte por navegação interior de passageiros	5022.0
Transporte aéreo de passageiros	5111.1 + 5112.9
Transporte por navegação de travessia	5091.2
Transportes aquaviários não especificados	5099.8
Locação de automóveis sem condutor	7711.0
Agências de viagens e operadoras turísticas	7911.2 + 7912.1 + 7990.2
Transporte rodoviário de passageiros intermunicipal interestadual e internacional	4922.1

Fonte: [ftp://ftp.ibge.gov.br/Comercio\\_e\\_Servicos/Pesquisa\\_Mensal\\_de\\_Servicos/Fasciculo\\_Indicadores\\_IBGE/pms\\_201706caderno](ftp://ftp.ibge.gov.br/Comercio_e_Servicos/Pesquisa_Mensal_de_Servicos/Fasciculo_Indicadores_IBGE/pms_201706caderno)

Destacamos também que para a composição do índice do IBGE o fator de correção utilizado foi via séries temporais. Essa correção é feita devido a composição do tempo de análise, corrigindo a possibilidade de medidas muito fora do padrão. Segundo o IBGE (2016) as séries da PMS ajustadas sazonalmente consideram como fatores sazonais, o efeito calendário, os feriados de Carnaval, Páscoa e Corpus Christi além da identificação de outliers (pontos discrepantes, ou seja, pontos que não satisfazem a densidade de probabilidade das variáveis ou pontos que estão fora da região de confiança dos critérios pesquisa).

Os cálculos são feitos utilizando-se o software X-13 ARIMA (lembrando que ARIMA é modelo auto regressivo com médias móveis), do United States Census Bureau. A modelagem foi inicialmente definida com a série de 4 anos da pesquisa (janeiro de 2012 a dezembro de 2015). Para os feriados de Carnaval e Corpus Christi utilizou-se o programa “genhol.exe”, disponibilizado pelo United States Census Bureau, de modo a gerar a matriz de coeficientes de regressão. Os modelos adotados nas séries divulgadas são apresentados

na pesquisa de Análise de Serviços Mensais apresentada pelo IBGE em 2017. No quadro 4 apresentamos um exemplo retirado da publicação oficial que refere-se a composição do modelo de séries temporais adotadas pelo IBGE.

#### Quadro 4: Volume de serviços por atividade

Atividades	Decomposição	Modelo Arima	Regressão(Regarima)
Brasil	Multiplicativo	(011)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1], efeito calendário, (TD)
Serviços prestados as famílias	Multiplicativo	(000)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, TC 2014,Jun , LS 2015,Mar
Serviços de alojamento e alimentação	Multiplicativo	(000)(011)	Constante, LS 2014,Jun , LS 2015,Mar
Outros serviços prestados as famílias	Multiplicativo	(011)(011)	
Serviços de informação e comunicação	Aditivo	(011)(010)	Constante
Serviços TIC	Aditivo	(011)(010)	Constante Páscoa,[1]
Telecomunicações	Multiplicativo	(011)(010)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1]
Serviços de tecnologia da informação	Aditivo	(011)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1] LPYEAR,Efeito calendário, (TD)
Serviços audiovisuais, de edição e agência de noticiais	Multiplicativo	(011)(011)	AO2014.Jun
Serviços profissionais ,administrativos e complementares	Multiplicativo	(011)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1], TC 2014, Set
Serviços técnicos -profissionais	Multiplicativo	(000)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1], LS 2015,Jan
Serviços administrativos e complementares	Multiplicativo	(210)(011)	Páscoa,[8]
Transporte, serviços auxiliares dos transportes e correio	Multiplicativo	(000)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1], efeito calendário, (TD), LS 2012,Ago, LS 2013,Ago, AO2014,Jun, LS 2015,Jan
Transporte terrestre	Multiplicativo	(210)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Páscoa,[1], efeito calendário, (TD), TC2014,Fev, TC2014,Nov
Transporte aquaviário	Multiplicativo	(100)(011)	Constante Páscoa,[15]
Transporte aéreo	Multiplicativo	(000)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante
Armazenamento serviços auxiliares dos transportes e correio	Multiplicativo	(011)(011)	Carnaval, Corpus christi, Constante, Efeito calendário, (TD)
Outros serviços	Multiplicativo	(011)(011)	Carnaval, Corpus christi

Fonte: IBGE (Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio)

A seguir, tabela extraída da PMS (Pesquisa Mensal de Serviços) divulgada pelo IBGE.

**Tabela 6: Índice e variação percentual do volume das atividades turísticas, segundo as Unidades da Federação - junho/2017.**

Atividades	Índice de Volume (1)	Variação (%)				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/17	mai/17	jun/17	No ano	Em 12 meses
<b>Goiás</b>	110,8	12,5	7,8	15,0	12,7	7,5
<b>Pernambuco</b>	99,1	4,1	10,3	7,9	7,1	5,8
<b>São Paulo</b>	93,7	-3,9	1,0	-2,7	-6,8	-1,8
<b>Paraná</b>	89,9	2,3	2,8	3,9	0,3	-2,0
<b>Ceará</b>	85,1	-3,4	-0,3	-1,5	-0,5	-4,1
<b>Brasil</b>	<b>84,9</b>	<b>-6,2</b>	<b>-4,7</b>	<b>-5,2</b>	<b>-6,4</b>	<b>-4,6</b>
<b>Minas Gerais</b>	84,4	-3,7	-4,4	1,7	0,5	-5,2
<b>Santa Catarina</b>	81,6	9,4	5,0	5,6	7,2	1,4
<b>Rio Grande do Sul</b>	79,0	-4,4	-10,0	-7,8	-8,0	-4,1
<b>Distrito Federal</b>	77,6	-20,1	-17,4	-22,3	-20,7	-17,1
<b>Bahia</b>	75,4	-1,1	0,1	3,8	2,2	-3,3
<b>Espírito Santo</b>	75,1	-14,9	-10,0	-7,8	-11,7	-11,3
<b>Rio de Janeiro</b>	70,7	-19,1	-22,0	-19,8	-17,4	-12,1

Fonte: IBGE (Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio)

(1) Base: 2014 = 100

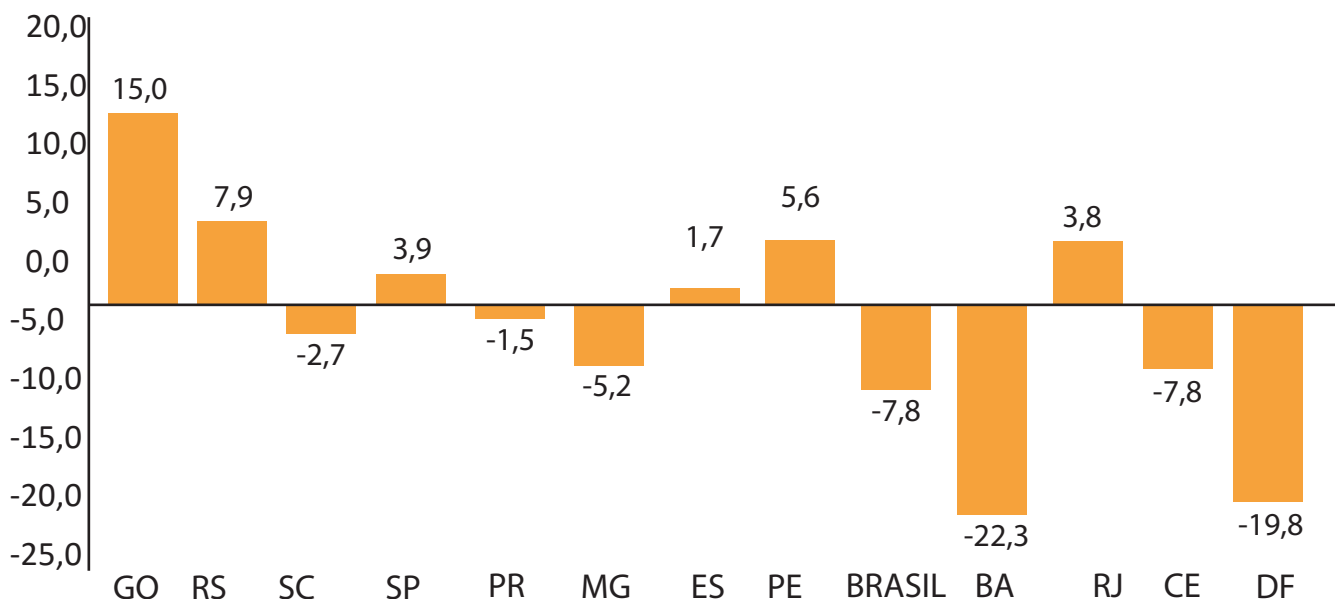
(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base no ano: Igual período do ano anterior = 100

Análises: Segundo o IBGE, na tabela acima no mês de abril a variação foi de 12,5%, maio 7,8% e junho 15%, de 2017 em relação aos mesmos meses de 2016 no que diz respeito a variação do volume de atividades turísticas. Sendo assim, o Estado ocupa a primeira posição no ranking dos 12 estados brasileiros pesquisados nos meses de abril e junho de 2017.

Já a variação acumulada dos últimos 12 meses, junho de 2016 a junho de 2017, o Estado de Goiás cresceu 7,5%, levando em consideração somente os períodos de janeiro a junho de 2017, o Estado cresceu 12,7% no índice do volume das atividades turísticas, sendo que nos dois períodos o Estado de Goiás ocupa no ranking geral o primeiro lugar.

**Gráfico 3: Variação percentual do volume das atividades turísticas, segundo as Unidades da Federação - junho/2017.**



Fonte: IBGE (Observatório do Turismo do Estado de Goiás, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio)

O gráfico 7 refere-se a comparação entre junho de 2016 e junho de 2017 da variação do volume das atividades turísticas dos 12 estados participantes da pesquisa.

**Tabela 7: Índice e variação da receita nominal das atividades turísticas, com ajuste sazonal (junho/2017)**

Estado	Índice de Volume (1)	Variação (%)				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/17	mai/17	jun/17	No ano	Em 12 meses
Goiás	123,0	17,9%	14,6%	23,6%	6,9%	21,9%

Fonte: IBGE (Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio)

(1) Base: 2014 = 100

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base no ano: Igual período do ano anterior = 100

Segundo o IBGE, na tabela acima, no mês de abril a variação foi de 17,9%, maio 14,6% e junho 23,6% de 2017 em relação aos mesmos meses de 2016, no que diz respeito a variação da receita nominal das atividades turísticas.

Já a variação acumulada dos últimos 12 meses, junho de 2016 a junho de 2017, o Estado de Goiás cresceu 21,9%, levando em consideração somente o período de janeiro a junho de 2017, o estado cresceu 6,9% no índice da receita nominal das atividades turísticas.

Obs.: Receita nominal - corresponde ao resultado nominal das contas do setor público, ou seja, está incluso o efeito da inflação e do pagamento de juros sobre o fluxo de receitas e despesas do governo (Fonte: <http://www.fgv.br/professor/fholanda/Arquivo/Macroeconomia.pdf>).



## Arrecadação de tributos estaduais nas Atividades Características do Turismo referentes aos municípios que compõem o Mapa Oficial do Turismo do estado de Goiás

Na tabela 8 destaca-se dados dos seguintes segmentos profissionais do turismo: transporte rodoviário, transporte aéreo, serviços de hospedagem, alimentação, cultura e lazer, agências e operadoras de viagens. De acordo com os dados apresentados constata-se uma taxa de crescimento médio dos valores de arrecadação de tributos de 6,03% em relação ao período de 2013 a 2017.

**Tabela 8: Arrecadação de tributos estaduais nas Atividades Características do Turismo no Estado de Goiás (2013 - 2017)**

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Transporte Rodoviário</b>	24.877.735	22.442.853,16	21.180.260,92	24.119.732,82	23.951.961,57
<b>Transporte Aéreo</b>	5.746.663	2.181.073,83	1.710.993,16	2.021.560,24	1.159.967,30
<b>Serviços de Hospedagem</b>	10.019.878	10.414.651,63	11.054.776,8	12.008.672,69	13.589.196,30
<b>Alimentação</b>	44.068.706	51.776.274,65	56.574.774,23	58.933.910,14	69.802.789,00
<b>Cultura e Lazer</b>	2.287.456	2.135.934,08	1.778.554,86	1.835.812,31	1.849.720,91
<b>Agências e Operadoras de Viagens</b>	559.910	827.798,27	725.405,37	433.453,04	333.484,85
<b>Total</b>	<b>87.560.348,00</b>	<b>89.778.585,62</b>	<b>93.024.765,343,5</b>	<b>99.353.141,24</b>	<b>110.687.119,93</b>
<b>Variação %</b>	-	<b>2,5%</b>	<b>3,65%</b>	<b>6,8%</b>	<b>11,4%</b>

Fonte: SEFAZ (2018)

A arrecadação de tributos do setor do turismo nos municípios que fazem parte do Mapa Oficial do Turismo do Estado de Goiás (tabela 9) apresentou um crescimento acumulado de 24,4% no período de 2013 a 2017. Em cada região destacam-se os seguintes municípios: na Região da Chapada dos Veadeiros, Alto Paraíso de Goiás teve um crescimento acumulado de R\$221.020,07 e 205,2%, na Região da Estrada de Ferro, a cidade de Catalão teve um crescimento acumulado R\$1.104.321,95 e 176,4%, a Região das Águas e Cavernas do Cerrado, a principal cidade foi Formosa, com crescimento acumulado R\$596.476,95 e 124,2%, Região das Águas Quentes destaca-se o município de Caldas Novas, com crescimento acumulado de R\$3.208.904,75 com 63,9%, Região do Ouro e Cristais destaca-se o município de Valparaíso, R\$1.620.371,22 com 140,2%, na Região dos Negócios e Tradições destaca-se a cidade de Goiânia, com crescimento acumulado de R\$22.025.352,10 com 24,4%, Região Lagos do Paranaíba destaca-se Quirinópolis, com arrecadação acumulada de R\$167.191,14 com 121,2%, Região Pegadas no Cerrado destaca-se o município de Rio Verde, com o crescimento acumulado de R\$1.886.707,54 com 125,5%, Região Vale da Serra da Mesa destaca-se o município de Uruaçu, com R\$71.319,84 com 35,9%, na Região Vale do Araguaia destaca-se o município de Aragarças, com valor acumulado de R\$19.180,33 com 48,7%.

**Tabela 9: Arrecadação de tributos estaduais nas Atividades Características do Turismo - valores em moeda corrente (2013 - 2017)**

<b>Regiões/ Municípios</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>% 2013 a 2017</b>
<b>Região da Chapada dos Veadeiros</b>						
<b>Alto Paraíso de Goiás</b>	84.498,37	101.812,21	265.986,61	213.051,71	305.518,44	205,2%
<b>Cavalcante</b>	1.571,27	5.554,96	7.557,75	11.864,14	13.678,04	361,9%
<b>Colinas do Sul</b>	2.996,15	3.232,17	3.769,78	384,11	1.727,13	284,3%
<b>São João d'Aliança</b>	19.495,05	45.250,33	37.512,05	39.094,83	41.526,35	125,4%
<b>Teresina de Goiás</b>	3.661,60	3.661,60	4.735,90	4.226,64	3.770,81	7,8%
<b>Região da Estrada de Ferro</b>						
<b>Bonfinópolis</b>	16,34	40,93	1.605,66	2.025,09	3.707,05	4.082,6%
<b>Catalão</b>	886.076,09	1.399.102,61	2.924.959,37	1.588.118,82	2.464.614,05	176,4%
<b>Goiandira</b>	375,81	239,95	381,83	146,44	1.522,14	900,8%
<b>Ipameri</b>	87.241,03	268.149,43	73.646,02	121.138,60	95.261,87	178,0%
<b>Leopoldo de Bulhões</b>	3.247,27	2.149,15	1.783,70	1.257,82	4.760,91	198,2%
<b>Orizona</b>	90.668,67	138.608,71	103.607,74	116.646,75	76.269,90	5,6%
<b>Pires do Rio</b>	81.940,24	91.375,45	163.685,54	84.690,36	89.587,72	48,2%
<b>Santa Cruz de Goiás</b>	347,94	541,77	2.558,96	271,82	4.721,07	1.975,5%
<b>Silvânia</b>	19.574,97	17.131,90	19.598,14	24.086,33	42.119,26	99,7%
<b>Urutaí</b>	2.352,76	2.660,07	7.585,09	3.972,63	9.867,18	299,0%
<b>Vianópolis</b>	44.678,49	58.309,84	125.056,33	61.825,96	87.049,47	135,2%
<b>Região das Águas e Cavernas do Cerrado</b>						
<b>Damianópolis</b>	130,83	12,37	25,80	17,71	22,31	12,6%
<b>Formosa</b>	412.778,01	710.891,68	995.185,58	1.123.604,83	1.113.439,90	124,2%
<b>Mambai</b>	3.683,37	4.055,77	2.959,91	12.500,65	4.278,35	239,6%
<b>São Domingos</b>	6.215,70	2.849,34	4.461,80	3.159,06	2.058,14	-61,6%

Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	2017	% 2013 a 2017
Simolândia	21.347,25	19.832,02	67.458,95	60.656,74	30.689,24	173,6%
Região das Águas Quentes						
Caldas Novas	3.797.573,45	4.766.151,29	6.226.869,01	6.119.883,88	6.697.634,47	63,9%
Morrinhos	106.392,40	140.020,70	302.674,41	145.524,75	178.234,04	118,3%
Rio Quente	5.708.127,44	5.273.874,70	5.362.817,10	6.863.766,49	7.683.474,45	34,0%
Região do Ouro e Cristais						
Abadiânia	643.982,93	1.420.463,53	1.793.881,42	1.762.294,80	1.770.699,19	145,6%
Alexânia	377.838,98	524.031,34	655.825,58	843.390,54	866.018,52	95,1%
Campos Verdes	4.760,44	1.415,94	2.977,54	2.223,72	2.749,47	38,4%
Cidade de Goiás	67.060,68	65.923,28	75.380,10	81.802,53	99.981,81	43,4%
Cidade Ocidental	119.949,84	144.826,51	289.355,32	142.343,35	172.871,44	91,2%
Corumbá de Goiás	8.807,30	11.636,58	14.140,75	13.463,46	30.734,42	177,1%
Cocalzinho de Goiás	21.153,54	24.609,36	23.863,15	42.794,25	53.145,96	116,8%
Córrego do Ouro	4,24	15,00	31,01	69,07	544,86	1.172,1%
Cristalina	218.051,31	285.300,61	415.822,75	531.348,41	707.726,47	137,6%
Jaraguá	162.198,06	192.333,56	164.496,75	207.480,31	200.627,25	26,9%
Mossâmedes	1.105,50	2.970,34	2.959,91	3.970,13	7.145,48	282,4%
Luziânia	567.754,66	554.635,29	1.295.216,40	519.757,09	607.224,73	88,2%
Pilar de Goiás	11.573,82	7.122,07	17.279,23	1.292,65	522,54	-47,9%
Pirenópolis	336.928,78	336.928,78	441.012,74	477.018,18	551.615,88	71,9%
São Francisco de Goiás	20.491,09	20.491,09	59.569,41	32.332,85	45.672,07	1.178,5%
Valparaíso de Goiás	1.127.713,15	1.127.713,15	1.973.351,46	1.951.986,92	2.637.017,04	140,2%
Região dos Negócios e Tradições						
Anápolis	3.579.214,20	3.579.214,20	3.436.575,75	4.078.927,92	4.534.194,50	27,9%
Aparecida de Goiânia	2.395.288,96	2.395.288,96	2.610.725,08	2.892.349,17	3.309.559,22	47,1%

<b>Regiões/ Municípios</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>% 2013 a 2017</b>
<b>Bela Vista de Goiás</b>	110.723,05	142.766,35	331.120,66	180.829,57	204.347,09	128,5%
<b>Goiânia</b>	56.745.626	56.883.817,51	56.599.709,13	62.258.191,05	71.407.520,86	24,4%
<b>Hidrolândia</b>	132.012,50	113.940,03	244.766,13	45.347,70	66.931,71	67,3%
<b>Nerópolis</b>	51.986,86	59.679,94	127.632,69	113.506,88	94.959,85	101,3%
<b>Nova Veneza</b>	4.028,50	4.403,11	11.305,73	7.323,38	5.258,41	102,6%
<b>Terezópolis de Goiás</b>	31.247,37	84.648,00	168.671,80	110.075,24	84.912,54	212,6%
<b>Trindade</b>	146.093,06	185.463,36	210.894,42	202.550,91	238.088,49	54,2%
<b>Região Lagos do Paranaíba</b>						
<b>Buriti Alegre</b>	6.951,38	7.635,58	22.236,14	18.179,86	8.571,76	130,0%
<b>Cachoeira Dourada</b>	32.207,59	17.705,79	35.077,19	9.662,74	7.081,35	-46,1%
<b>Caçu</b>	64.051,00	67.461,19	139.757,92	65.697,50	79.063,28	79,8%
<b>Itarumã</b>	10.146,01	7.684,84	16.086,24	3.143,09	13.402,01	331,0%
<b>Itumbiara</b>	1.196.995,33	1.317.798,44	1.087.493,23	1.262.314,24	975.419,59	-14,0%
<b>Lagoa Santa</b>	19.628,86	28.295,02	38.881,93	33.640,15	29.028,28	54,4%
<b>Quirinópolis</b>	284.870,14	162.711,83	330.422,79	225.761,32	435.075,02	121,2%
<b>São Simão</b>	113.961,53	145.829,66	140.587,79	150.305,82	140.423,25	24,7%
<b>Três Ranchos</b>	5.504,57	27.589,42	2.254,28	3.631,97	4.855,63	404,2%
<b>Região Pegadas no Cerrado</b>						
<b>Bom Jardim de Goiás</b>	888,30	3.482,08	3.926,81	768,39	664,89	210,9%
<b>Caiapônia</b>	10.724,01	18.685,50	22.753,50	23.602,14	27.560,94	116,5%
<b>Chapadão do Céu</b>	53.586,53	55.955,38	85.740,65	93.015,79	88.308,52	61,1%
<b>Maurilândia</b>	34.332,57	32.074,68	80.131,46	36.748,71	34.763,14	83,7%
<b>Mineiros</b>	544.905,18	453.449,14	1.082.139,90	686.296,62	705.451,06	88,1%
<b>Jataí</b>	596.295,15	724.743,65	823.466,09	975.627,68	1.520.830,26	109,5%
<b>Paraúna</b>	6.837,42	7.194,46	10.959,48	6.290,77	15.160,55	156,0%
<b>Piranhas</b>	6.632,20	5.655,33	25.891,72	21.325,14	31.253,66	372,0%
<b>Rio Verde</b>	1.522.215,87	1.866.490,05	4.749.780,38	3.074.868,66	2.573.432,30	125,5%



Regiões/ Municípios	2013	2014	2015	2016	2017	% 2013 a 2017
<b>Santa Rita do Araguaia</b>	67.309,97	104.955,95	124.209,72	34.549,17	15.160,55	93,7%
<b>São Luís de Montes Belos</b>	116.540,76	133.960,63	290.963,61	235.119,66	34.698,15	155,3%
<b>Serranópolis</b>	11.567,48	10.515,73	7.972,50	13.773,90	21.401,37	94,9%
<b>Turvelândia</b>	279,07	46,21	112,95	614,09	278,23	450,0%
<b>Região Vale da Serra da Mesa</b>						
<b>Minaçu</b>	72.956,27	112.162,23	80.620,04	62.482,63	57.287,04	-5,2%
<b>Niquelândia</b>	317.314,31	231.023,15	249.177,83	205.329,53	388.857,25	52,4%
<b>Padre Bernardo</b>	194.867,96	46.016,73	88.236,64	22.712,71	26.142,83	-43,8%
<b>Porangatu</b>	265.885,79	192.253,63	377.003,46	224.119,36	221.293,63	26,9%
<b>Uruaçu</b>	223.198,40	219.047,79	345.961,84	215.474,40	253.289,71	35,9%
<b>Região Vale do Araguaia</b>						
<b>Aragarças</b>	21.439,11	27.199,74	32.378,14	33.629,47	33.260,14	48,7%
<b>Aruanã</b>	8.291,00	11.222,86	11.463,30	16.745,78	20.052,32	103,3%
<b>Baliza</b>	12,01	11,01	24,15	14,06	10,28	42,4%
<b>Britânia</b>	5.061,29	8.498,01	3.250,01	16.560,78	10.069,06	376,5%
<b>Mundo Novo</b>	8.278,58	2.322,47	5.190,03	3.976,58	4.356,80	37,7%
<b>Nova Crixás</b>	12.894,33	15.424,22	22.630,55	7.672,63	19.067,34	148,8%
<b>São Miguel do Araguaia</b>	35.600,17	47.723,57	43.339,86	51.773,65	66.634,12	73,0%
<b>Total</b>	<b>83.460.597,61</b>	<b>87.337.972,81</b>	<b>98.053.170,07</b>	<b>100.940.015,23</b>	<b>114.868.849,72</b>	<b>-</b>
<b>Variação %</b>	<b>-</b>	<b>4,6%</b>	<b>12,3%</b>	<b>2,9%</b>	<b>13,8%</b>	<b>33,7%</b>

Fonte: SEFAZ (2018)



Ilustração 5 obra do: André Torres- pântico de acessos ao Palácio das Esmeraldas

# Pesquisa: CNC Empregabilidade no Turismo 2017

Segundo a Confederação Nacional do Comércio - CNC, em 2017, apesar da recuperação econômica deflagrada no momento por algumas atividades do setor produtivo, o turismo brasileiro ainda sofre consequências da perda da capacidade de consumo da população, principalmente por conta da redução de gastos com serviços de lazer e da queda da receita do turismo internacional. Percebe-se um reflexo disso na geração de empregos diretos que, no ano de 2017, apresentou uma variação negativa de 14.580 empregos no Brasil. Apesar desse resultado, o Estado de Goiás no ranking nacional se encontra na segunda posição, perdendo somente para o Estado de São Paulo, com uma variação positiva de geração de 1.864 empregos diretos.

**Tabela 10: Pesquisa Empregabilidade no Turismo da Confederação Nacional do Comércio - CNC (2017)**

Unidades da Federação	Dez. 2016/Dez. 2017
São Paulo	7.481
Goiás	1.864
Paraná	1.301
Santa Catarina	1.092
Ceará	773
Piauí	498
Mato Grosso	221
Minas Gerais	204
Maranhão	186
Amapá	179
Amazonas	89
Roraima	73
Espírito Santo	32
Alagoas	31
Paraíba	-146
Rio Grande do Norte	-149
Tocantins	-169
Acre	-170
Distrito Federal	-315
Mato Grosso do Sul	-505
Pernambuco	-509

Rio Grande do Sul	-1.541
Bahia	-1.644
Rondônia	-1.912
Pará	-1.916
Rio de Janeiro	-19.628
Brasil	-14.580

Fonte: Confederação Nacional do Comércio - CNC 2017 (CAGED)



Ilustração 6: Monumento Latif Sebbá - obra do artista Vinícius Yano

# B.O.H.

## Boletim de Ocupação Hoteleira

Os dados apresentados sobre a taxa de Ocupação Hoteleira são obtidos a partir do monitoramento do Boletim de Ocupação Hoteleira. Os envios destes dados são feitos via e-mail para o Observatório do Turismo pelos empreendimentos de forma mensal. Apesar de recebermos o monitoramento de diversos municípios goianos, a geração de uma estatística confiável demanda um número considerável de BOHs, portanto necessitamos de maior adesão dos meios de hospedagem para que essa medição se torne mais eficiente como ferramenta de gestão.

A tabela 11 apresenta dados da Ocupação Hoteleira monitorado via BOH, enviado pelos meios de hospedagem de diversos municípios goianos, em que no ano de 2015, a menor taxa de ocupação foi no município de São Miguel do Araguaia, com 17,9% e a maior taxa de ocupação foi no município de Caldas Novas com 55%. No ano de 2017, São Miguel do Araguaia continuou a apresentar a menor taxa de ocupação hoteleira com 23,8% e Caldas Novas manteve a liderança no que se refere a sua Ocupação Hoteleira com 57,1%.

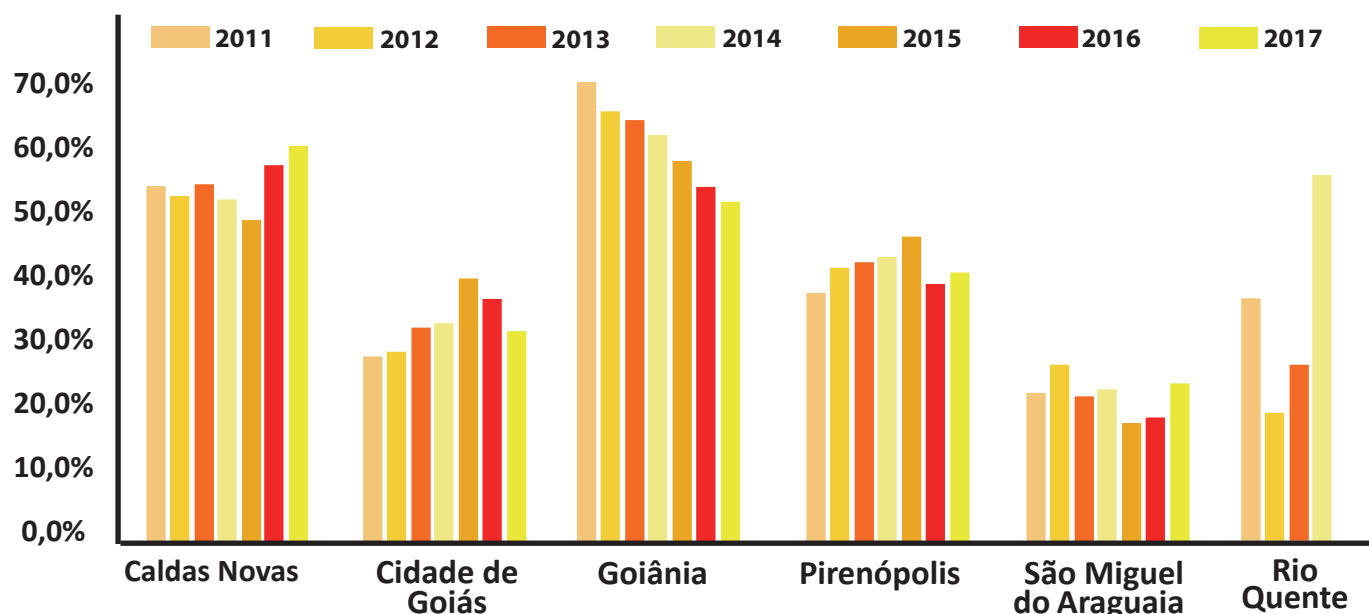
**Tabela 11: Taxa de Ocupação Hoteleira (2011-2017)**

	Caldas Novas	Cidade de Goiás	Goiânia	Pirenópolis	São Miguel do Araguaia	Rio Quente
<b>2011</b>	52,7%	24,9%	67,5%	38,0%	22,4%	32,0%
<b>2012</b>	50,3%	25,8%	64,7%	42,8%	26,7%	20,3%
<b>2013</b>	53,3%	29,9%	63,6%	43,1%	21,9%	26,5%
<b>2014</b>	52,3%	31,5%	61,1%	43,8%	22,5%	54,6%
<b>2015</b>	52,1%	38,2%	56,1%	45,5%	17,9%	43,3%
<b>2016</b>	55,8%	34,7%	52,3%	38,4%	20,6%	Não enviado
<b>2017</b>	57,1%	30,5%	48,9%	40,9%	23,8%	57,2%

Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas na tabela (2017)

O gráfico 4 apresenta comparativo da taxa de Ocupação Hoteleira dos municípios que enviaram o BOH. Percebe-se que as cidades de Caldas Novas e São Miguel do Araguaia apresentam crescimento nos últimos anos, enquanto que a capital Goiânia apresentou queda significativa no mesmo período.

**Gráfico 4: Comparativo da Taxa de Ocupação Hoteleira (2011-2017)**



Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas no gráfico (2017)

As tabelas 12, 13 e 14 apresentam um recorte anual da taxa de Ocupação Hoteleira de diversos municípios do estado de janeiro a dezembro de 2015, 2016 e 2017, respectivamente. No ano de 2015, Caldas Novas e Rio Quente apresentaram as maiores taxas, 75% em julho (Caldas Novas) e 70% em janeiro (Rio Quente).

**Tabela 12: Taxa de Ocupação Hoteleira (2015)**

	Caldas Novas	Cidade de Goiás	Goiânia	Pirenópolis	São Miguel do Araguaia	Rio Quente
<b>Janeiro</b>	60,4%	33,6%	49,2%	65,6%	Não enviado	70,9%
<b>Fevereiro</b>	36,0%	45,7%	50,3%	41,9%	Não enviado	37,9%
<b>Março</b>	34,4%	51,1%	57,1%	29,2%	8,1%	29,8%
<b>Abril</b>	46,5%	47,5%	56,2%	36,7%	16,7%	36,8%
<b>Maio</b>	55,8%	43,0%	57,9%	41,9%	28,5%	40,1%
<b>Junho</b>	58,7%	34,1%	58,2%	41,2%	31,6%	45,0%
<b>Julho</b>	75,1%	54,2%	61,0%	50,1%	20,2%	Não enviado
<b>Agosto</b>	64,2%	37,3%	60,1%	49,8%	11,8%	Não enviado
<b>Setembro</b>	52,3%	25,7%	64,8%	48,1%	16,3%	Não enviado
<b>Outubro</b>	54,0%	24,3%	55,8%	50,2%	10,1%	Não enviado
<b>Novembro</b>	44,3%	36,5%	58,3%	44,3%	Não enviado	Não enviado
<b>Dezembro</b>	45,3%	25,1%	43,9%	47,7%	Não enviado	Não enviado
<b>Média</b>	<b>52,1%</b>	<b>38,2%</b>	<b>56,1%</b>	<b>45,5%</b>	<b>17,9%</b>	<b>43,3%</b>

Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas na tabela (2015)

No ano de 2016, a cidade de Caldas Novas e Rio Quente apresentaram as maiores taxas, 78% em julho (Caldas Novas) e 71% em outubro (Rio Quente).

**Tabela 13: Taxa de Ocupação Hoteleira (2016)**

	Caldas Novas	Cidade de Goiás	Goiânia	Pirenópolis	São Miguel do Araguaia	Rio Quente
<b>Janeiro</b>	66,0%	31,5%	43,9%	48,5%	Não enviado	Não enviado
<b>Fevereiro</b>	41,1%	44,1%	45,1%	36,2%	Não enviado	Não enviado
<b>Março</b>	37,7%	31,0%	50,9%	31,0%	3,8%	Não enviado
<b>Abril</b>	55,9%	31,1%	54,3%	38,3%	10,7%	Não enviado
<b>Maio</b>	58,3%	37,2%	55,9%	38,8%	28,2%	Não enviado
<b>Junho</b>	67,4%	35,6%	62,7%	44,1%	26,3%	Não enviado
<b>Julho</b>	78,7%	52,2%	58,0%	59,1%	29,1%	Não enviado
<b>Agosto</b>	76,4%	42,0%	57,0%	3,4%	18,5%	Não enviado
<b>Setembro</b>	53,8%	27,0%	61,3%	27,7%	24,2%	66,9%
<b>Outubro</b>	33,2%	28,1%	43,8%	41,2%	23,8%	71,3%
<b>Novembro</b>	48,0%	30,2%	52,1%	23,6%	Não enviado	33,5%
<b>Dezembro</b>	53,5%	25,8%	43,0%	29,2%	Não enviado	Não enviado
<b>Média</b>	<b>55,8%</b>	<b>34,7%</b>	<b>52,3%</b>	<b>38,4%</b>	<b>20,6%</b>	<b>57,2%</b>

Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas na tabela (2016)



No ano de 2017, as cidades de Caldas Novas e Pirenópolis apresentaram as maiores taxas de ocupação 78,8% em agosto (Caldas Novas) e 64,5% em janeiro (Pirenópolis).

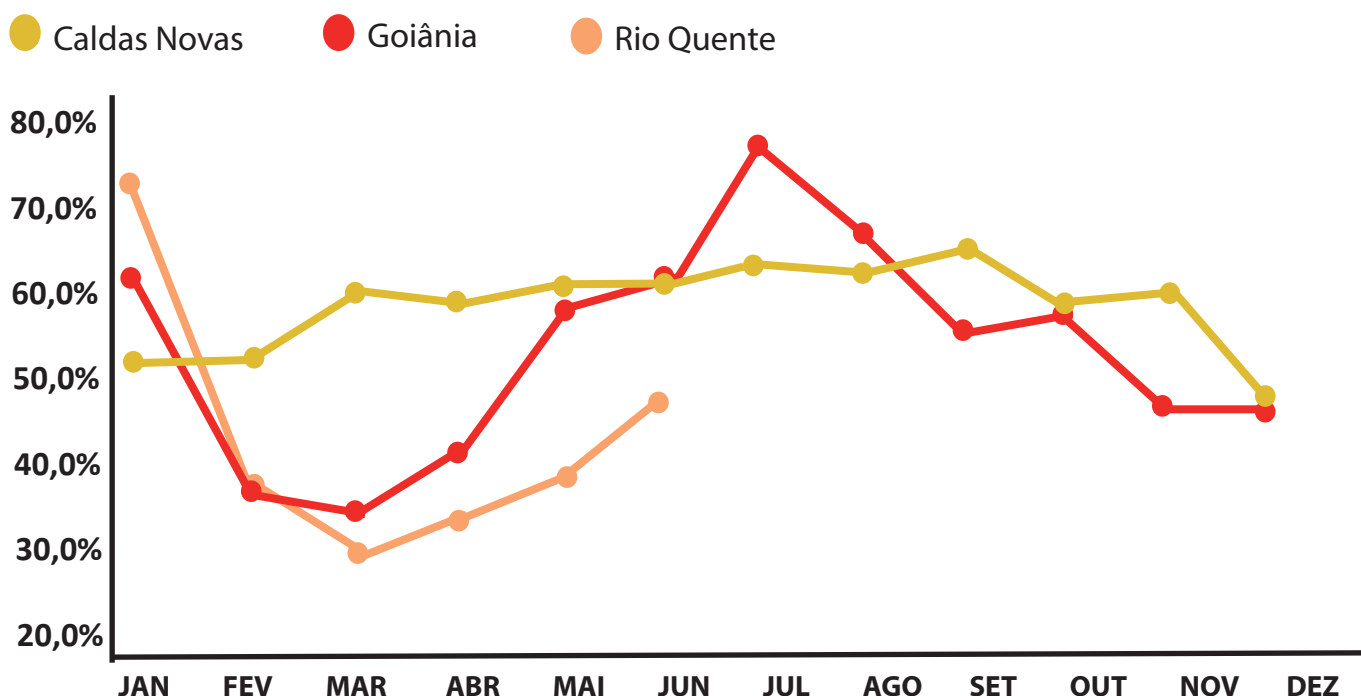
**Tabela 14: Taxa de Ocupação Hoteleira (2017)**

	Caldas Novas	Cidade de Goiás	Goiânia	Pirenópolis	São Miguel do Araguaia
<b>Janeiro</b>	48,8%	31,3%	37,3%	64,5%	Não enviado
<b>Fevereiro</b>	40,7%	20,5%	45,6%	44,7%	Não enviado
<b>Março</b>	39,6%	16,7%	48,1%	36,1%	19,0%
<b>Abril</b>	50,7%	28,5%	45,8%	48,6%	21,0%
<b>Mai</b>	53,7%	34,1%	47,6%	39,4%	34,2%
<b>Junho</b>	68,4%	37,8%	53,6%	34,0%	31,5%
<b>Julho</b>	78,6%	44,2%	50,4%	47,2%	31,0%
<b>Agosto</b>	78,8%	29,3%	45,3%	37,5%	24,1%
<b>Setembro</b>	64,6%	33,6%	48,1%	45,3%	14,6%
<b>Outubro</b>	61,1%	30,6%	61,3%	41,8%	15,3%
<b>Novembro</b>	47,1%	24,0%	56,4%	26,3%	Não enviado
<b>Dezembro</b>	52,7%	28,8%	46,7%	25,0%	Não enviado
<b>Média</b>	<b>57,1%</b>	<b>29,9%</b>	<b>48,9%</b>	<b>40,9%</b>	<b>23,8%</b>

Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas na tabela (2017)

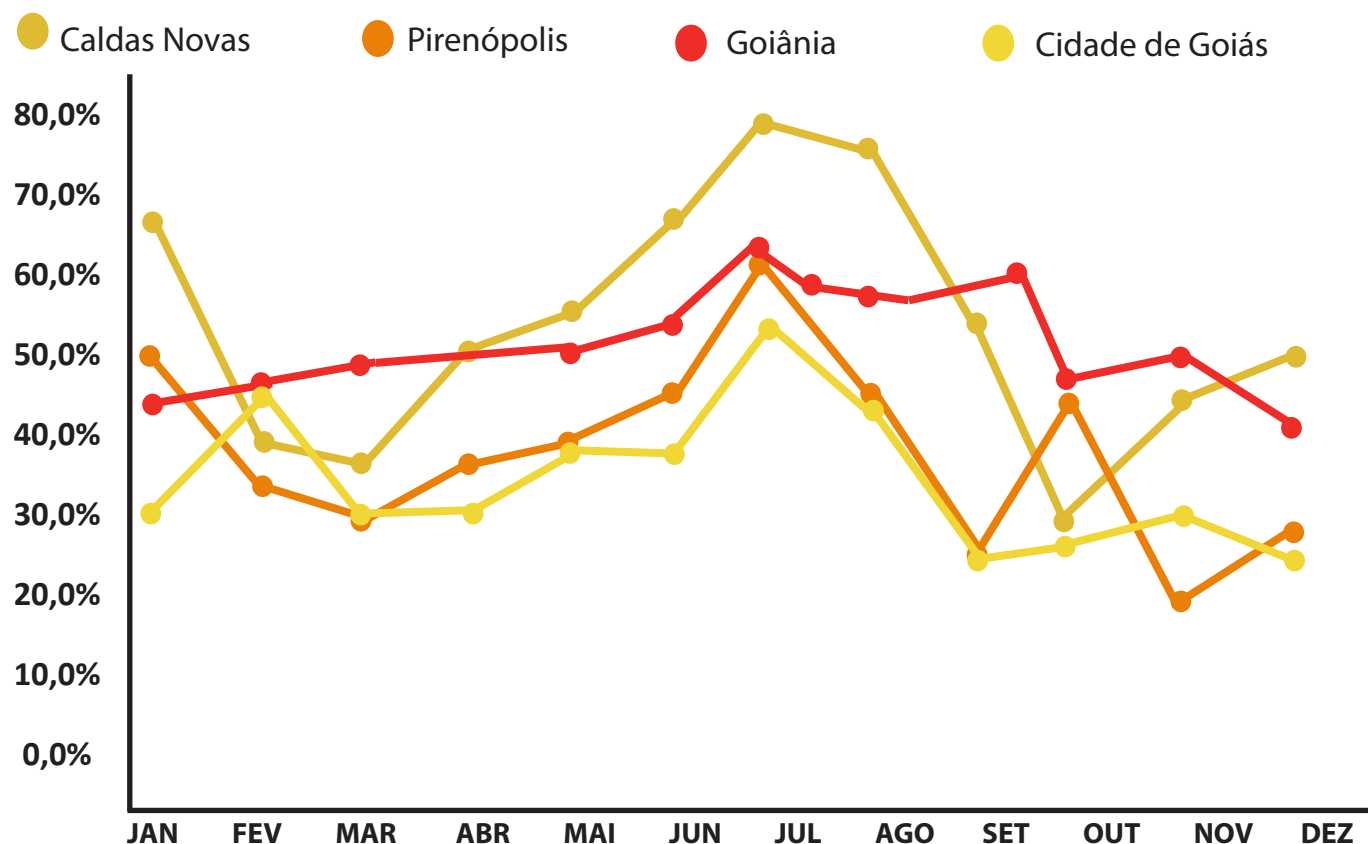
Os gráficos 5, 6 e 7 apresentam o comparativo das taxas de Ocupação Hoteleira entre municípios com diversidade no que se refere a vocação turística: lazer, eventos, negócios, cultura, artesanato, religião e ecoturismo. Percebe-se que a cidade de Goiânia mantém uma média de 52,7%, referente a taxa de ocupação ao longo dos anos de 2015, 2016 e 2017, enquanto Caldas Novas, Pirenópolis e Cidade de Goiás apresentam ocupação mais significativa em alguns meses do ano por se tratarem de destinos turísticos com vocações mais voltadas para lazer, cultura e ecoturismo.

**Gráfico 5: Comparativo entre cidades (2015)**



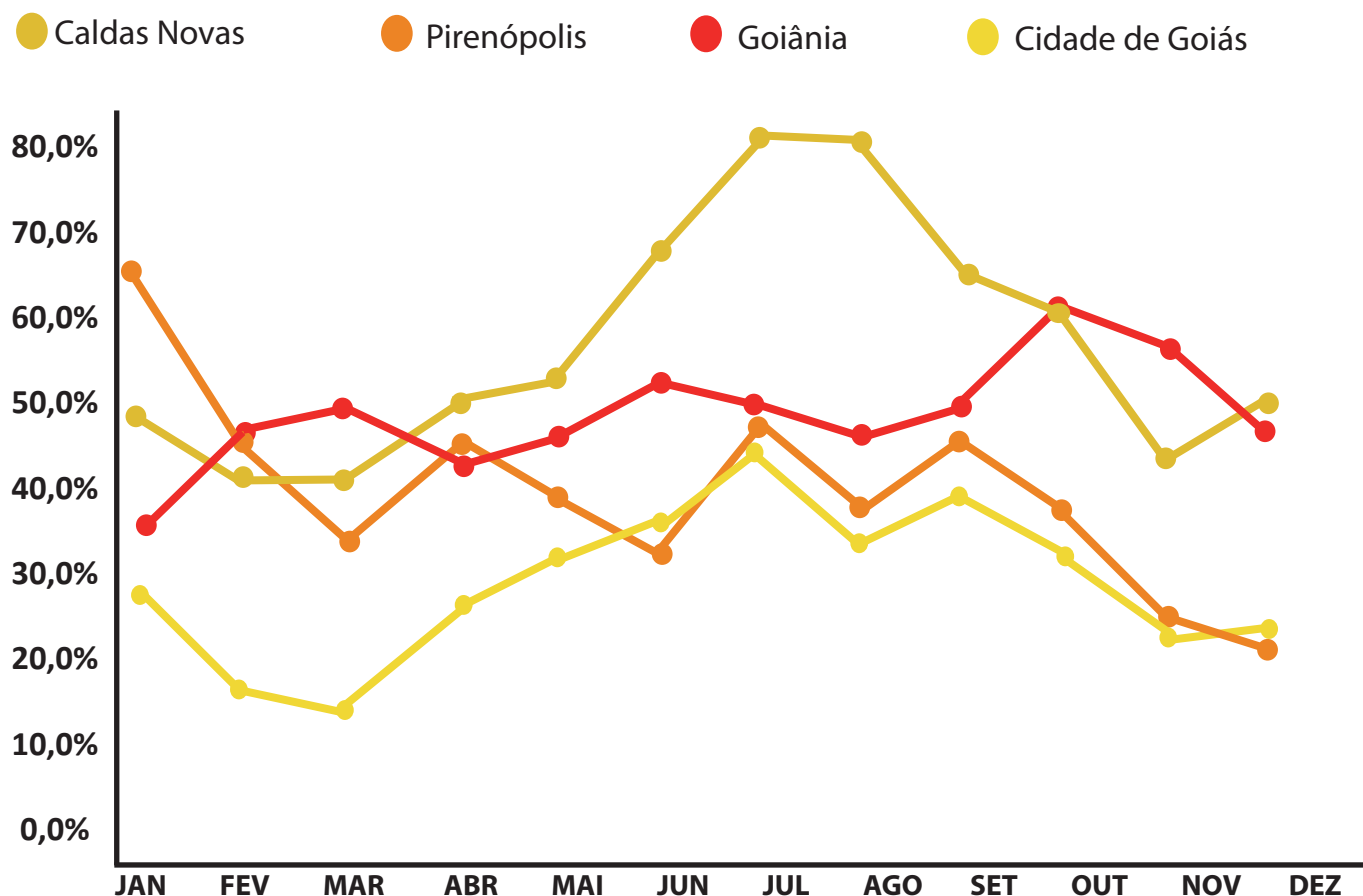
Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas no gráfico (2015)

**Gráfico 6: Comparativo entre cidades (2016)**



Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas no gráfico (2016)

**Gráfico 7: Comparativo entre cidades (2017)**



Fonte: Meios de hospedagem das cidades relacionadas no gráfico (2017)

# Movimento Operacional do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia

A tabela 15 apresenta dados dos anos de 2002 a 2017 no que se refere a movimentação operacional geral (embarque e desembarque) do Aeroporto Santa Genoveva.

Obs: Dos dados extraídos da INFRAERO o Observatório do Turismo, conforme orientação do MTUR, apresenta nesta tabela os números relativos aos voos regulares e não regulares.

**Tabela 15: Movimentação Operacional do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia (2002 - 2017)**

	Aeronaves(un)	Carga Aérea	Passageiros	Crescimento (passageiros)
<b>2002</b>	44.050	7.213.838	937.901	-
<b>2003</b>	35.601	5.798.337	861.522	-8%
<b>2004</b>	39.236	6.419.594	991.607	15%
<b>2005</b>	37.729	5.668.624	1.236.466	25%
<b>2006</b>	42.610	5.360.694	1.376.383	11%
<b>2007</b>	43.136	5.484.132	1.546.476	12%
<b>2008</b>	46.564	6.160.844	1.554.000	0%
<b>2009</b>	52.584	6.381.157	1.772.424	14%
<b>2010</b>	64.678	5.779.057	2.346.648	32%
<b>2011</b>	70.128	6.278.933	2.801.002	19%
<b>2012</b>	71.013	6.469.429	3.078.833	10%
<b>2013</b>	61.848	7.697.217	3.001.460	-3%
<b>2014</b>	65.681	6.025.816	3.362.730	12%
<b>2015</b>	59.904	6.517.620	3.283.544	-2%
<b>2016</b>	59.145	4.790.665	3.002.378	-9%
<b>2017</b>	59.881	6.013.605	3.068.523	2%

Fonte: INFRAERO (2017)

A tabela 16 apresenta um recorte de dados da movimentação operacional anual (embarque e desembarque) entre os anos 2014 e 2017. Constatou-se uma variação entre os anos de 2014 e 2015 com queda de 2,4%, entre os anos de 2015 e 2016 queda de 8,6%, e entre os anos 2016 e 2017 houve aumento de 2,2%.

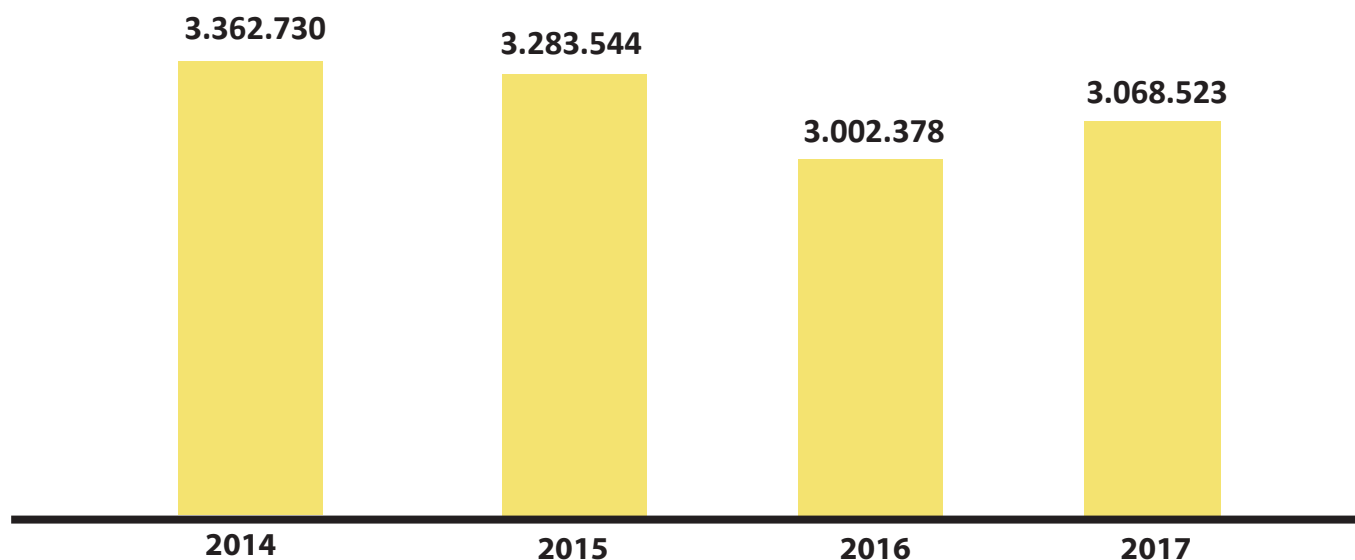
**Tabela 16: Movimentação Operacional (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia (2014 - 2017)**

	2014	2015	2016	2017
<b>Embarque + Desembarque</b>	3.362.730	3.283.544	3.002.378	3.068.523
<b>Variação %</b>	-	-2,4%	-8,6%	2,2%

Fonte: INFRAERO (2017)

Graficamente consegue-se notar melhor como se dá a mudança no fluxo de passageiros do Aeroporto Santa Genoveva.

**Gráfico 8: Movimentação Operacional (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia (2014 - 2017)**



Fonte: INFRAERO (2017)

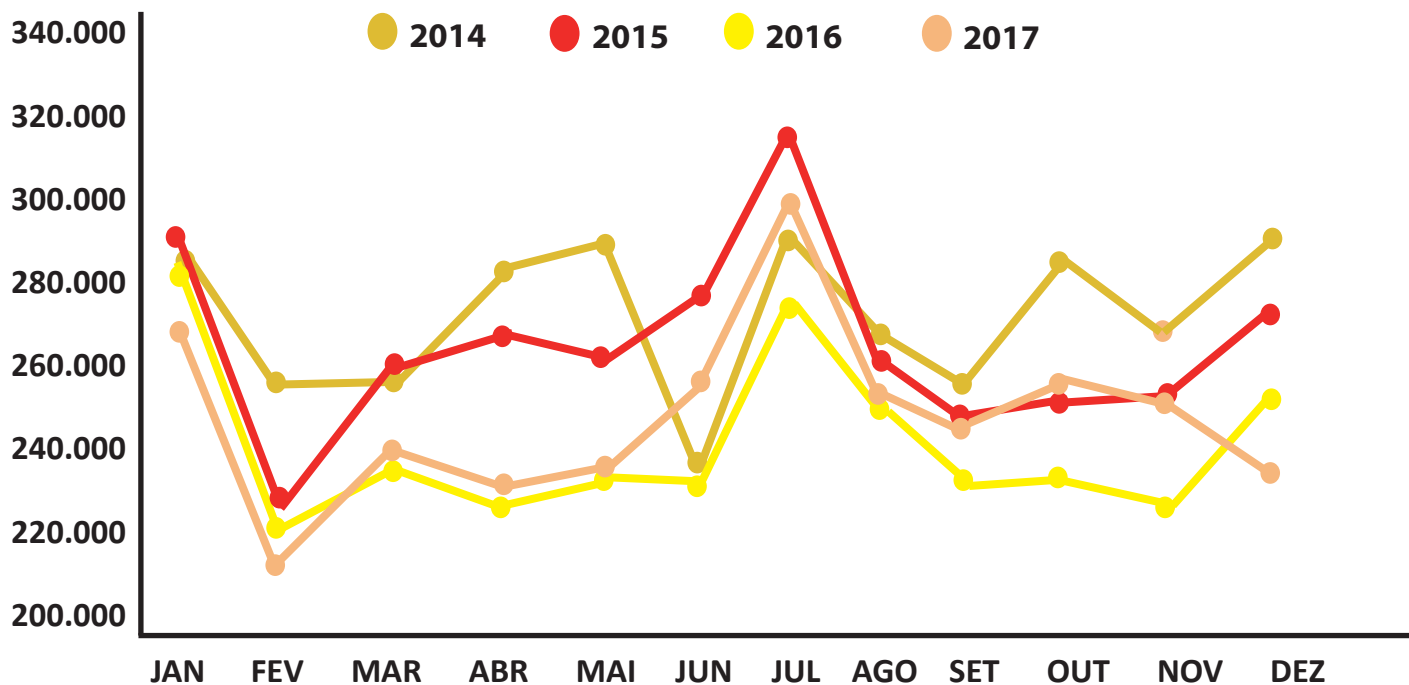
A tabela 17 apresenta a movimentação operacional mensal (embarque e desembarque) entre os anos de 2014 e 2017 do Aeroporto Santa Genoveva. Destaque para os meses de janeiro e julho pelo elevado fluxo de passageiros, e fevereiro e novembro pelo baixo fluxo de passageiros.

**Tabela 17: Movimentação Operacional Mensal do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia (2014 - 2017)**

	2014	2015	2016	2017
<b>Janeiro</b>	293.632	299.938	290.363	271.183
<b>Fevereiro</b>	251.416	229.722	222.595	213.089
<b>Março</b>	263.507	264.777	247.419	250.708
<b>Abril</b>	286.402	270.509	240.129	243.562
<b>Mai</b>	289.525	266.366	244.943	246.613
<b>Junho</b>	235.208	275.610	238.010	256.734
<b>Julho</b>	295.622	315.747	274.695	297.909
<b>Agosto</b>	286.197	280.108	251.553	261.997
<b>Setembro</b>	277.232	267.151	240.411	257.364
<b>Outubro</b>	295.113	263.649	243.910	268.614
<b>Novembro</b>	287.636	262.281	239.864	261.528
<b>Dezembro</b>	301.240	287.686	268.486	239.222
<b>Total</b>	<b>3.362.730</b>	<b>3.283.544</b>	<b>3.002.378</b>	<b>3.068.523</b>

Fonte: INFRAERO (2017)

**Gráfico 9: Movimentação Operacional Mensal do Aeroporto Santa Genoveva - Goiânia (2014 - 2017)**



Fonte: INFRAERO (2017)

Ilustração 7: Coreto da Praça Cívica - obra do artista Vinicius Yano





# Movimento Operacional do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas

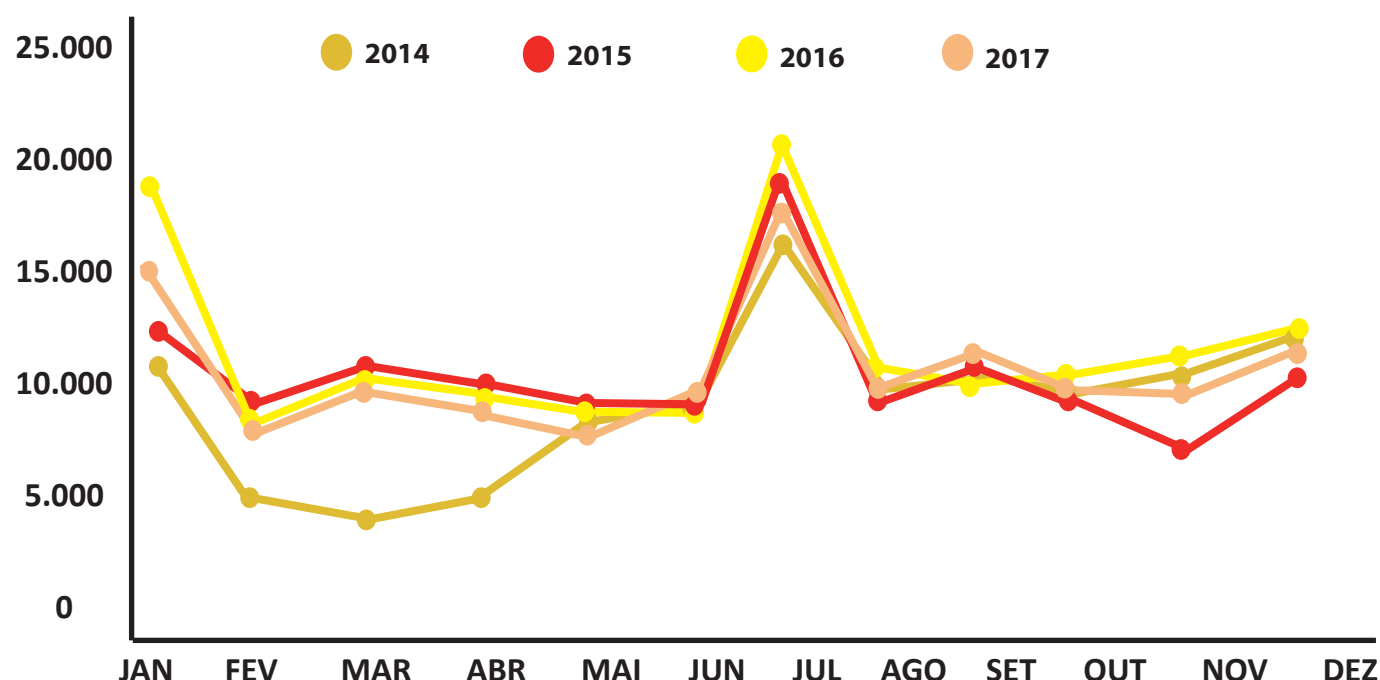
A movimentação do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães vem crescendo desde 2011, com destaque para o período entre 2014 e 2015, onde percebeu-se um aumento de 20% nos embarques e desembarques. Já em 2016 e 2017, observou-se um declínio de 0,9% entre 2015 e 2016 e de 5,3% entre 2016 e 2017.

**Tabela 18: Movimentação Operacional Mensal (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas (2014 - 2017)**

	2014	2015	2016	2017
Janeiro	11.468	13.116	18.178	16.028
Fevereiro	5.823	9.413	10.671	8.237
Março	5.263	11.612	12.163	10.665
Abril	6.194	10.633	11.017	10.218
Mai	9.656	10.431	10.340	8.624
Junho	11.093	10.156	10.095	11.145
Julho	15.957	21.608	19.741	17.796
Agosto	12.555	13.969	11.060	12.305
Setembro	10.704	10.860	11.746	10.647
Outubro	11.283	11.454	11.499	11.319
Novembro	12.202	11.722	9.088	10.731
Dezembro	11.219	13.699	11.686	11.741
<b>Total</b>	<b>123.417</b>	<b>148.673</b>	<b>147.284</b>	<b>139.466</b>

Fonte: Administração do Aeroporto de Caldas Novas (2017)

**Gráfico 10: Movimentação Operacional Mensal (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas (2014 - 2017)**



Fonte: Administração do Aeroporto de Caldas Novas (2017)

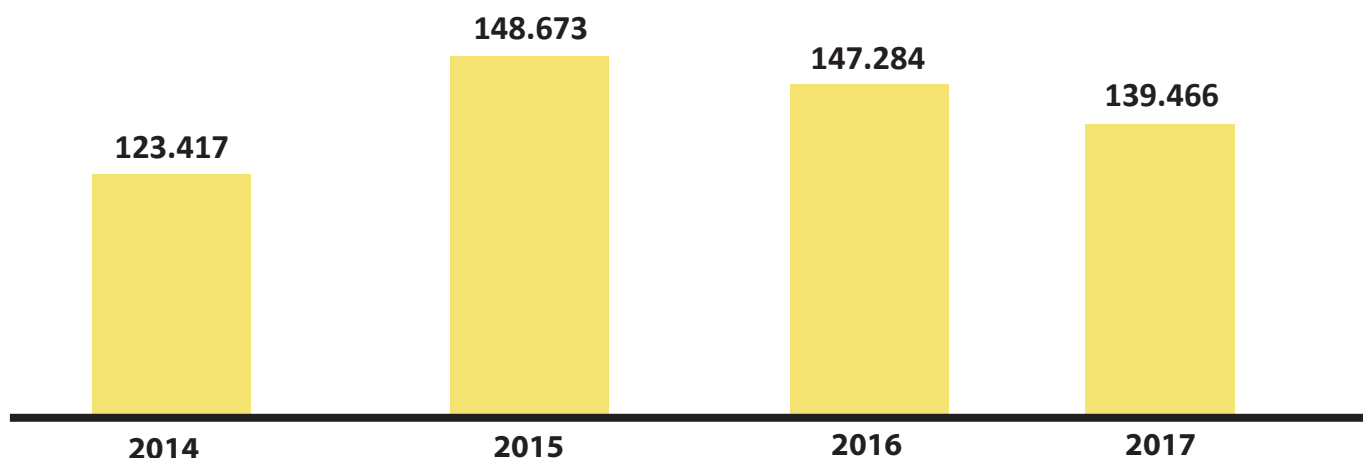
A tabela 19 apresenta a movimentação do embarque mais o desembarque do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães. Percebe-se que mesmo com o declínio no fluxo de passageiros, a média dos últimos anos pode ser considerada estável, considerando as aeronaves (pouso mais decolagem, sem contar os passageiros militares), embarque mais desembarque e conexões (sem contar os passageiros militares).

**Tabela 19: Movimentação Operacional (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas (2014 - 2017)**

	2014	2015	2016	2017
<b>Embarque + Desembarque</b>	123.417	148.673	147.284	139.466
<b>Variação %</b>	-	20,5%	-0,9%	-5,3%

Fonte: Administração do Aeroporto de Caldas Novas (2017)

**Gráfico 11: Movimentação Operacional (Embarque + Desembarque) do Aeroporto Nelson Ribeiro Guimarães - Caldas Novas (2014 - 2017)**



Fonte: Administração do Aeroporto de Caldas Novas (2017)



# Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia

A movimentação na Rodoviária de Goiânia tem aspectos particulares. Para todos os resultados a seguir são considerados os quantitativos de ida somado com a volta. Em 2013, os meses com maiores ofertas de assentos são janeiro com 278.050 e dezembro com 285.356. Em contrapartida, os meses com maior número de passageiros foram maio e dezembro com 157.206 e 156.951, respectivamente, conforme tabela 20.

**Tabela 20: Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2013)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação
Janeiro	278.050	6.335	143.076	51,5%
Fevereiro	233.454	5.328	106.050	45,6%
Março	258.994	5.921	104.752	40,4%
Abril	196.280	5.186	100.681	51,3%
Maió	272.572	6.207	157.206	57,7%
Junho	256.128	5.830	114.756	44,8%
Julho	251.692	5.747	110.438	43,9%
Agosto	248.598	5.688	112.936	45,4%
Setembro	173.132	3.876	93.835	54,2%
Outubro	256.448	5.690	122.657	47,8%
Novembro	255.230	5.663	131.262	51,4%
Dezembro	285.356	6.320	156.951	55,0%

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

Em 2014, o mês de setembro apresentou a maior taxa de ocupação no que se refere ao número de assentos ofertados e ao número de assentos ocupados. Dezembro se mostrou um caso atípico devido a baixa oferta e ao baixo número de passageiros.

**Tabela 21: Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2014)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação
Janeiro	266.528	6.065	137.786	51,7%
Fevereiro	234.150	5.335	109.106	46,6%
Março	262.040	5.982	116.367	44,4%
Abril	257.866	5.901	113.361	44,0%
Maió	311.410	6.979	134.322	43,1%
Junho	262.616	6.057	104.489	39,8%
Julho	251.788	5.742	109.678	43,6%
Agosto	258.284	5.905	137.705	53,3%
Setembro	299.978	6.766	274.036	91,6%
Outubro	215.978	4.937	97.471	45,1%
Novembro	206.130	4.726	90.720	44,0%
Dezembro	149.760	10.823	74.430	49,7%

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

Em 2015, o mês de dezembro volta a ser um dos meses com a maior taxa de assentos ocupados (83,8%), porém é o mês com o menor número de viagens realizadas (3.476). Maio é o mês com o maior número de assentos ofertados, sendo 314.094.

**Tabela 22: Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2015)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação
<b>Janeiro</b>	262.068	13.377	115.111	<b>43,9%</b>
<b>Fevereiro</b>	203.664	11.328	78.882	<b>38,7%</b>
<b>Março</b>	271.912	6.038	96.873	<b>35,6%</b>
<b>Abril</b>	258.592	8.036	93.773	<b>36,3%</b>
<b>Maio</b>	314.094	14.377	130.195	<b>41,5%</b>
<b>Junho</b>	245.486	12.794	87.486	<b>35,6%</b>
<b>Julho</b>	148.390	10.707	39.141	<b>26,4%</b>
<b>Agosto</b>	240.522	12.649	98.534	<b>41,0%</b>
<b>Setembro</b>	173.016	11.001	92.857	<b>53,7%</b>
<b>Outubro</b>	233.215	10.005	104.956	<b>45,0%</b>
<b>Novembro</b>	217.941	4.883	99.131	<b>45,5%</b>
<b>Dezembro</b>	155.122	3.476	130.025	<b>83,8%</b>

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

Já no ano de 2016, o mês de dezembro se tornou destaque no número de passageiros com 371.707. Isso se deve ao número de passageiros desembarcados em Goiânia nesse período.

**Tabela 23: Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2016)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação
<b>Janeiro</b>	176.436	16.167	119.386	<b>67,7%</b>
<b>Fevereiro</b>	156.770	14.999	92.973	<b>59,3%</b>
<b>Março</b>	168.138	15.737	85.629	<b>50,9%</b>
<b>Abril</b>	181.260	16.054	103.124	<b>56,9%</b>
<b>Maio</b>	190.884	16.667	86.911	<b>45,5%</b>
<b>Junho</b>	199.862	16.517	76.814	<b>38,4%</b>
<b>Julho</b>	213.118	17.392	110.695	<b>51,9%</b>
<b>Agosto</b>	247.256	18.148	156.491	<b>63,3%</b>
<b>Setembro</b>	171.674	16.015	102.173	<b>59,5%</b>
<b>Outubro</b>	201.696	17.523	140.495	<b>69,7%</b>
<b>Novembro</b>	196.310	11.732	108.782	<b>55,4%</b>
<b>Dezembro</b>	192.794	17.039	371.707	<b>192,8%</b>

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

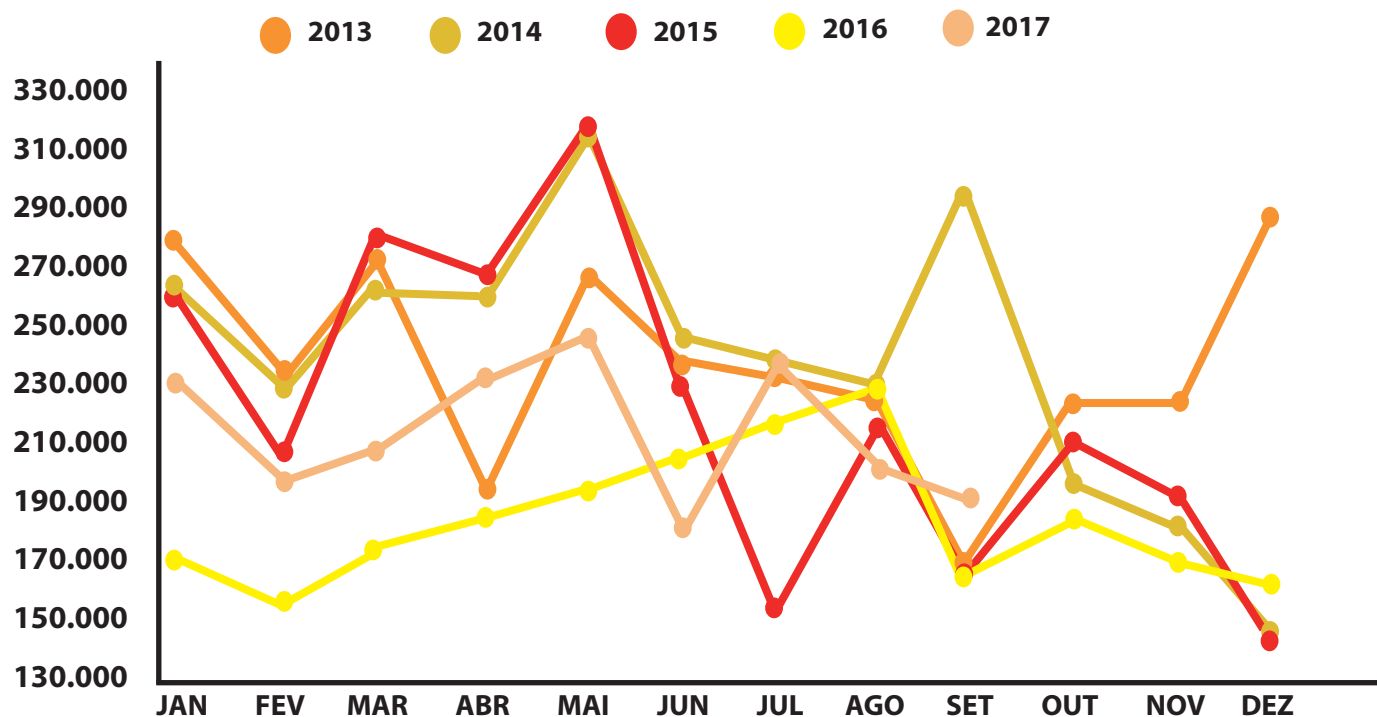
A tabela 24 apresenta dados de janeiro a setembro de 2017, com destaque para o mês de julho que apresentou o maior número de assentos ofertados (249.927), e o maior registro de passageiros considerando embarque e desembarque (159.900).

**Tabela 24: Movimento Operacional da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2017)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação
<b>Janeiro</b>	226.878	17.891	157.681	<b>69,5%</b>
<b>Fevereiro</b>	193.546	13.428	110.390	<b>57,0%</b>
<b>Março</b>	217.509	13.888	112.566	<b>51,8%</b>
<b>Abril</b>	243.516	20.109	111.922	<b>46,0%</b>
<b>Maio</b>	238.615	22.986	119.915	<b>50,3%</b>
<b>Junho</b>	179.612	13.632	86.767	<b>48,3%</b>
<b>Julho</b>	249.927	13.461	159.900	<b>64,0%</b>
<b>Agosto</b>	213.826	4.951	119.368	<b>55,8%</b>
<b>Setembro</b>	201.670	4.923	127.306	<b>63,1%</b>

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

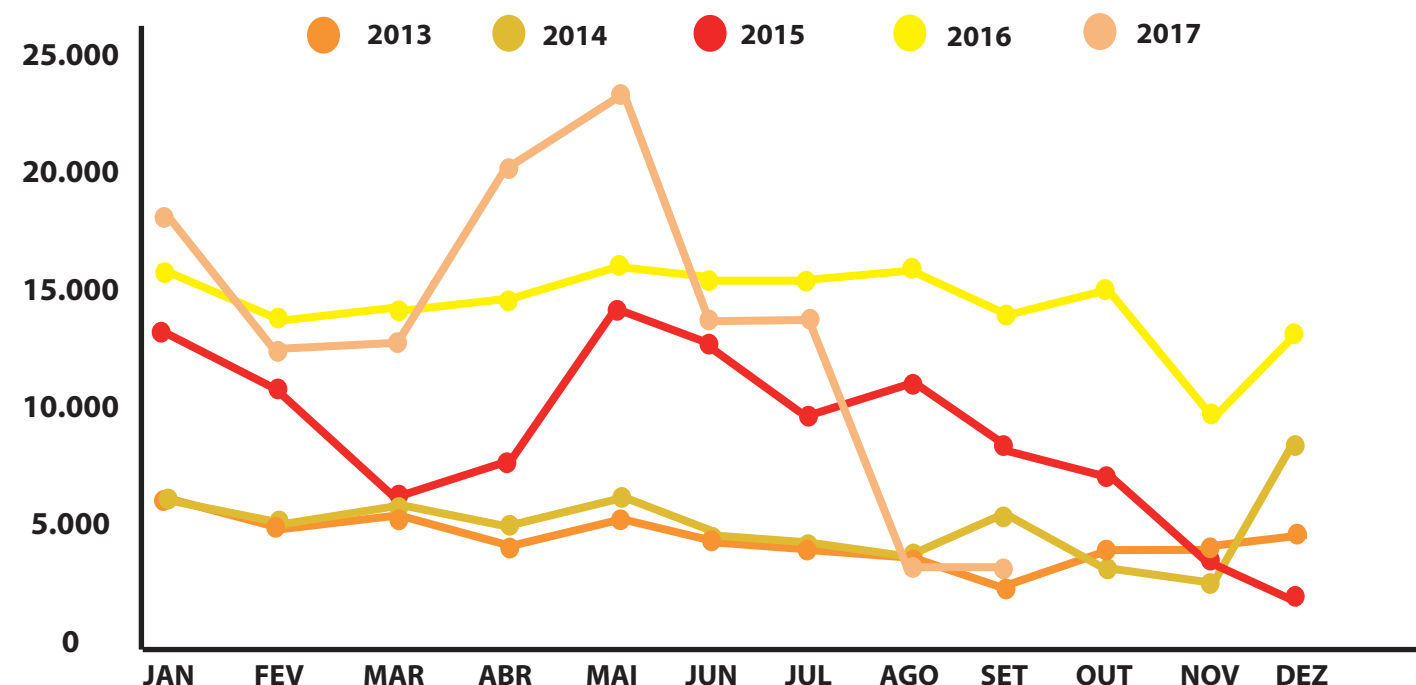
**Gráfico 12: Número mensal de assentos ofertados (2013 - 2017)**



Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

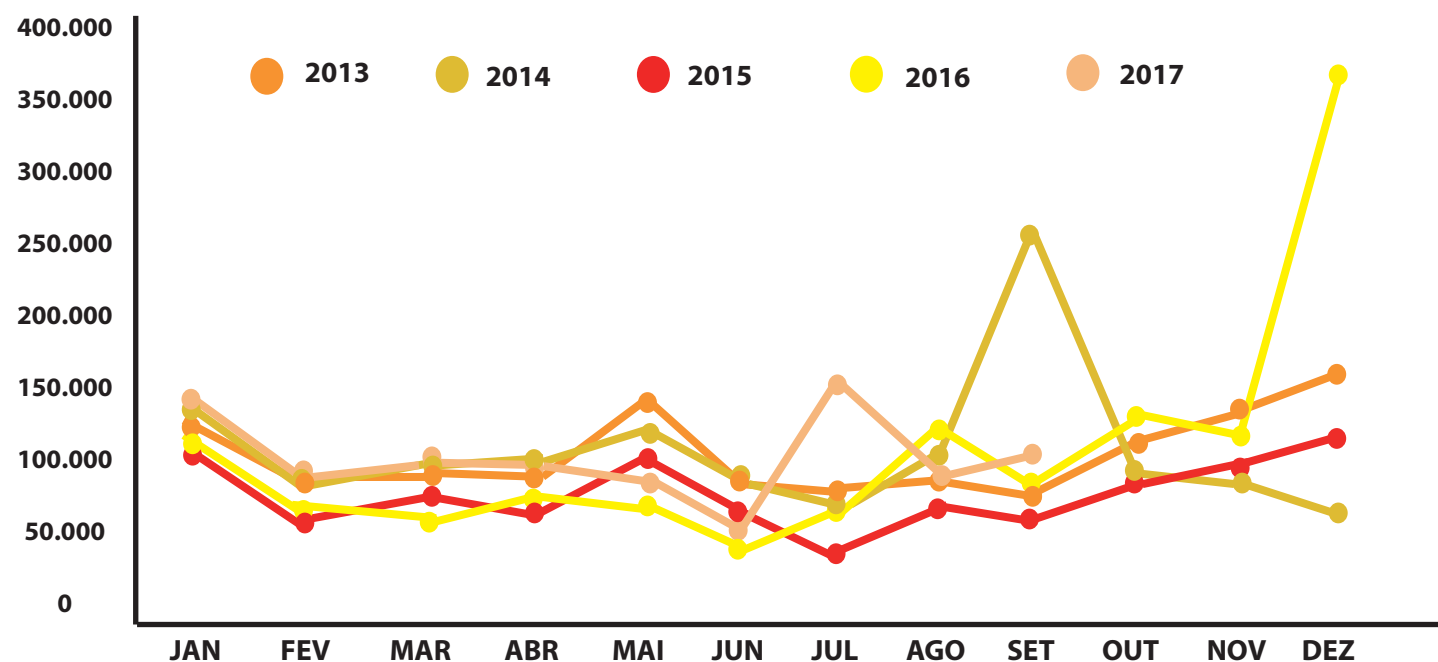


**Gráfico 13: Número mensal de viagens (2013 - 2017)**



Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

**Gráfico 14: Número mensal de passageiros (2013 - 2017)**



Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

A tabela a seguir contém as médias dos assentos ofertados, números de viagens, número de passageiros e taxa de ocupação dos assentos.

**Tabela 25: Movimentação média da Rodoviária de Goiânia - Ida e Volta (2013 - 2017)**

	Assentos Ofertados	Número de Viagens	Número de Passageiros	Taxa de Ocupação dos Assentos
<b>2013</b>	247.161	5.649	121.254	<b>49,1%</b>
<b>2014</b>	247.986	6.268	124.956	<b>49,7%</b>
<b>2015</b>	227.002	9.889	97.247	<b>43,9%</b>
<b>2016</b>	191.350	16.166	129.598	<b>67,6%</b>
<b>2017</b>	218.344	13.919	122.868	<b>56,2%</b>

Fonte: ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres (2018)

# B.V.P.

## Boletim de Visitação de Parques

**Tabela 26: Visitação dos Parques (2017)**

	Parque Nacional da Chapada Veadeiros	Parque Nacional das Emas	Floresta Nacional de Silvânia	Parque Municipal do Itiquira
<b>Janeiro</b>	7.834	74	40	14.420
<b>Fevereiro</b>	4.727	31	52	5.271
<b>Março</b>	3.144	27	46	5.825
<b>Abril</b>	6.231	25	55	10.249
<b>Mai</b>	4.046	41	102	5.294
<b>Junho</b>	5.112	23	413	5.462
<b>Julho</b>	12.163	119	66	5.408
<b>Agosto</b>	4.903	55	64	5.972
<b>Setembro</b>	6.671	126	143	8.191
<b>Outubro</b>	1.452	130	61	9.728
<b>Novembro</b>	2.336	-	191	2.674
<b>Dezembro</b>	3.858	-	138	5.209
<b>Total</b>	<b>62.477</b>	<b>651</b>	<b>1.371</b>	<b>83.757</b>

Fonte: ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (2017)

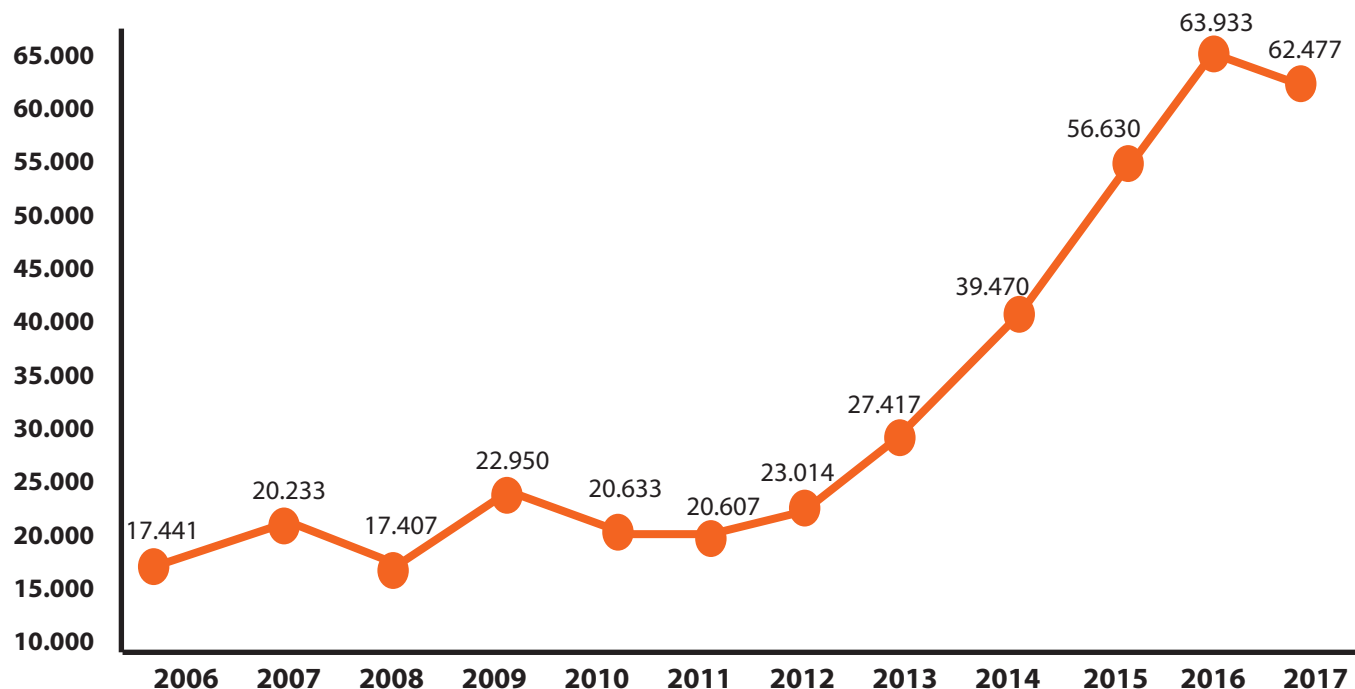
**Tabela 27: Visitação do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros (2006 a 2017)**

	Número de Visitantes	Variação %	Variação Acumulada %
<b>2006</b>	17.441	-	-
<b>2007</b>	20.233	16,0%	16,0%
<b>2008</b>	17.407	-14,0%	2,0%
<b>2009</b>	22.950	31,8%	33,9%
<b>2010</b>	20.663	-10,0%	23,9%
<b>2011</b>	20.607	-0,3%	23,6%
<b>2012</b>	23.014	11,7%	35,3%
<b>2013</b>	27.417	19,1%	54,5%
<b>2014</b>	39.470	44,0%	98,4%
<b>2015</b>	56.630	43,5%	141,9%
<b>2016</b>	63.933	12,5%	154,8%
<b>2017</b>	62.477	-2,3%	152,5%

Fonte: ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (2017)

No que se refere ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, entre 2006 e 2012 nota-se uma estabilização da quantidade de visitantes. Após 2013, o crescimento dos visitantes foi bem acentuado (19,1%). Já no período de 2014 e 2015, percebeu-se um crescimento ainda maior (43%). Em 2017, notou-se um ligeira queda na visitação de 2,3% (62.477) em relação a 2016, porém mesmo com a queda o ano de 2017, foi o segundo ano de maior visitação do parque desde 2006.

**Gráfico 15: Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros**



Fonte: ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (2017)



# B.V.M. Boletim de Visitação Museal de Goiânia

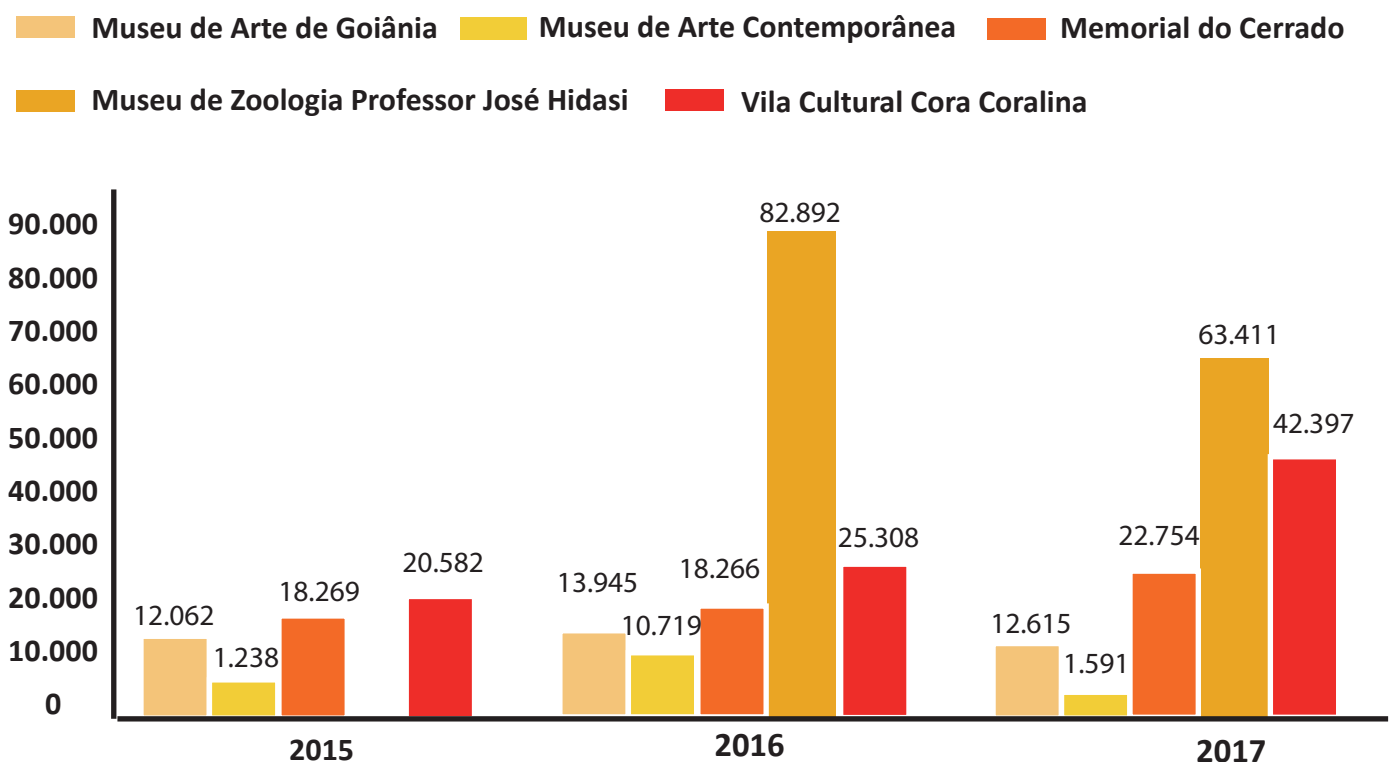
**Tabela 28: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Goiânia (2015 - 2017)**

Museus	Anos		
	2015	2016	2017
Museu de Arte de Goiânia	12.062	13.945	12.615
Museu de Arte Contemporânea de Goiás	1.238	10.719	1.591
Memorial do Cerrado	18.269	18.266	22.754
Museu de Zoologia Professor José Hidasí	-	82.892	63.411
Vila Cultural Cora Coralina	20.582	25.308	42.397
<b>Média</b>	<b>13.037</b>	<b>30.226</b>	<b>28.553</b>

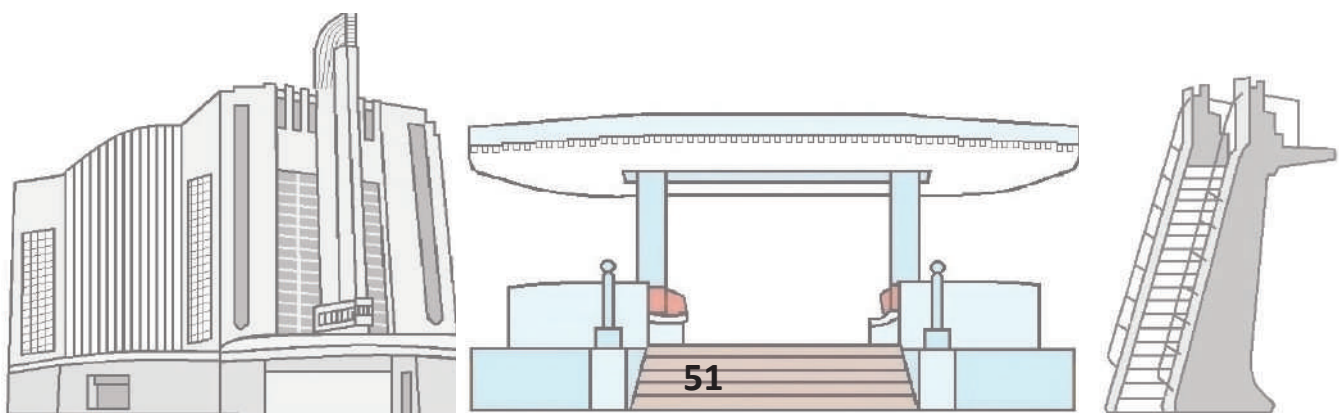
Fonte: Administração do Museu de Arte de Goiânia, Administração do Museu de Arte Contemporânea de Goiás, Administração do Memorial do Cerrado, Museu de Zoologia Professor José Hidasí e Vila Cultural Cora Coralina.

Obs.: Museu de Zoologia do Professor José Hidasí fica dentro do Zoológico de Goiânia, portanto os valores contabilizados referem-se a todos os visitantes do Zoológico.

**Gráfico 16: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Goiânia (2015 - 2017)**



Fonte: Administração do Museu de Arte de Goiânia, Administração do Museu de Arte Contemporânea de Goiás, Administração do Memorial do Cerrado, Museu de Zoologia Professor José Hidasí e Vila Cultural Cora Coralina.



# B.V.M.

## Boletim de Visitação Museal da Cidade de Goiás

Tabela 29: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Goiás (2015 - 2017)

Museus	Anos		
	2015	2016	2017
Palácio Conde dos Arcos	9.639	11.373	13.480
Museu Casa de Cora Coralina	21.839	21.631	22.215
Museu das Bandeiras	18.732	10.787	17.148
Museu Itinerante do Carnaval de Goiás	8.270	6.019	5.155
Museu Virtual do Carnaval de Goiás	-	-	5.889
Média	14.620	12.453	12.777

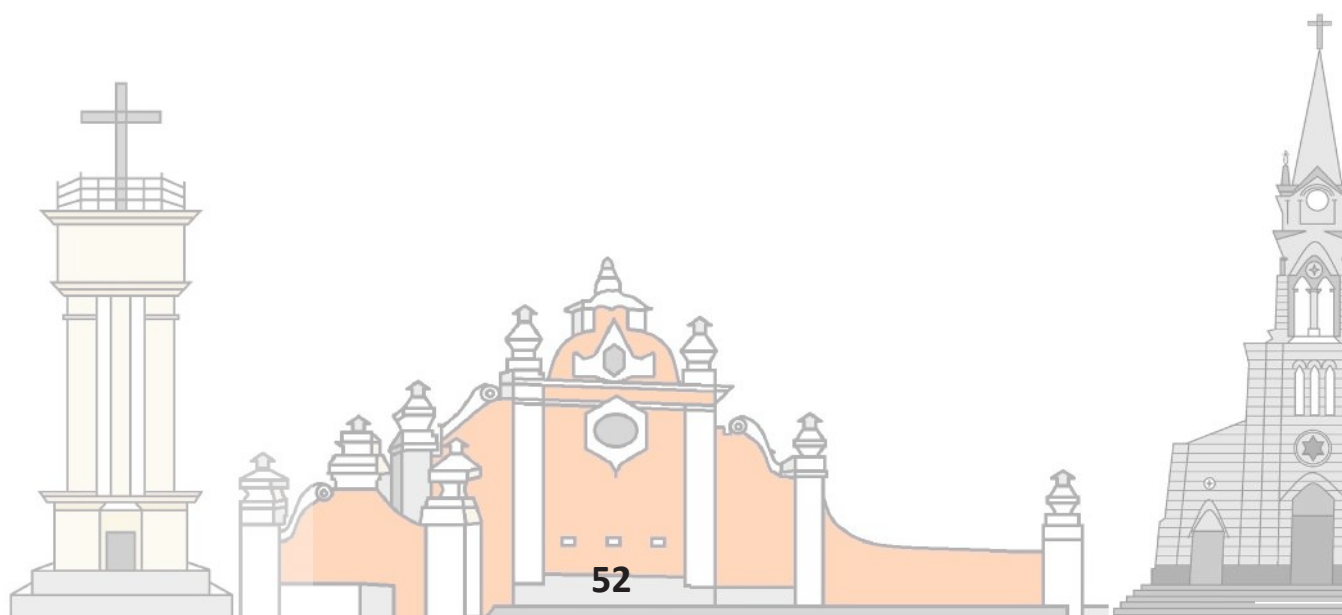
Fonte: Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico - Cidade de Goiás e direção do Museu do Carnaval

Obs.: Para melhor compreensão dos leitores, se faz necessário conceituar a modalidade de Museu Itinerante, de modo a esclarecer sobre as especificidades do Museu Itinerante e Virtual do Carnaval de Goiás.

A) Museu Itinerante é um projeto concreto de democratização cultural, constituído de uma exposição de reproduções de obras de arte e por meio de um projeto de arte-educação multidisciplinar, propõe o ensino das artes como parte do processo de educação, integrando os saberes e os tornando mais atraentes. Os dados apresentados do referido museu diz respeito a sua ocupação na ocasião de exposições de diferentes espaços.

Obs.: Vale ressaltar que as ações do Museu do Carnaval no Palácio Conde dos Arcos tiveram seus próprios públicos, mesmo no espaço onde havia integração com exposição fixa do museu.

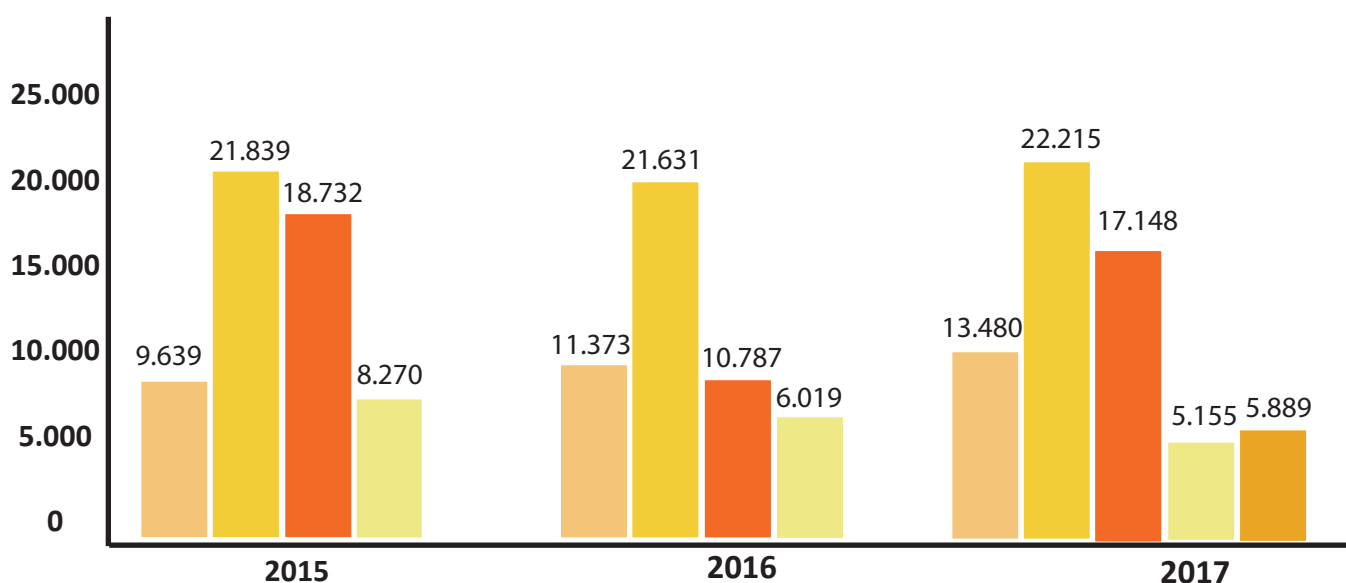
B) Museu Virtual é um espaço virtual de mediação e de relação do patrimônio com seus usuários por meio da internet. É também conhecido como museu online, museu eletrônico, hypermuseu, museu digital, cybermuseu ou museu na web.





**Gráfico 17: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Goiás (2015 - 2017)**

■ Palácio Conde dos Arcos    
 ■ Museu Casa de Cora Coralina    
 ■ Museu das Bandeiras  
■ Museu Itinerante do Carnaval de Goiás    
 ■ Museu Virtual do Carnaval de Goiás



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico - Cidade de Goiás e direção do Museu do Carnaval



Ilustração 16: Museu Casa de Cora Coralina - obra do artista Murilo S Romeiro

# B.V.M.

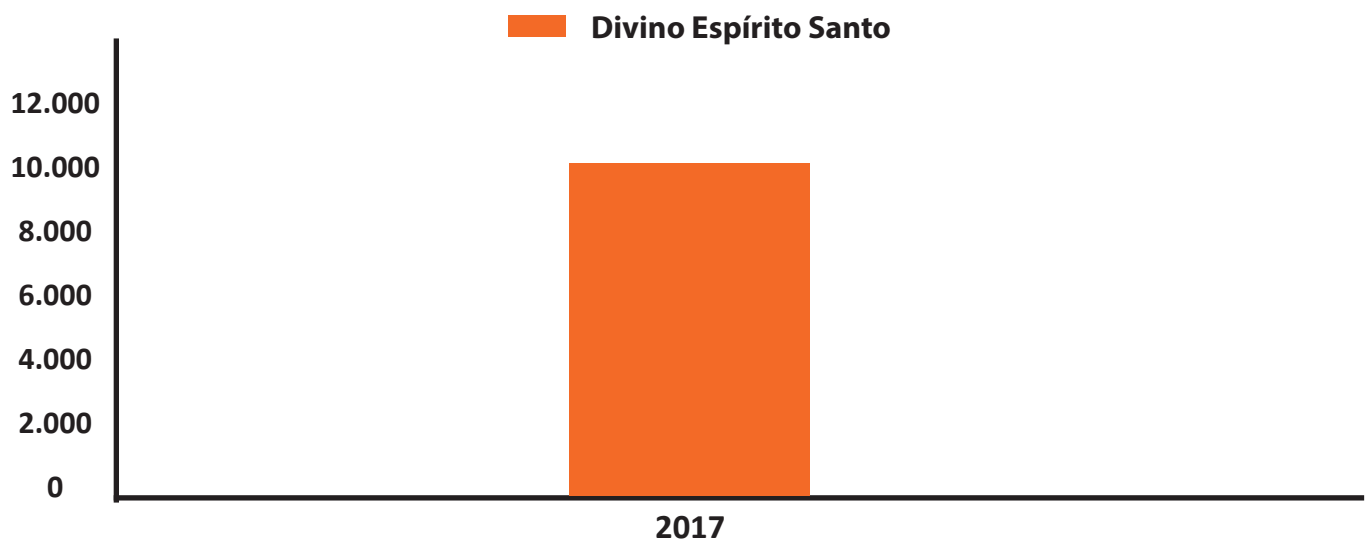
## Boletim de Visitação Museal de Pirenópolis

**Tabela 30: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Pirenópolis (2017)**

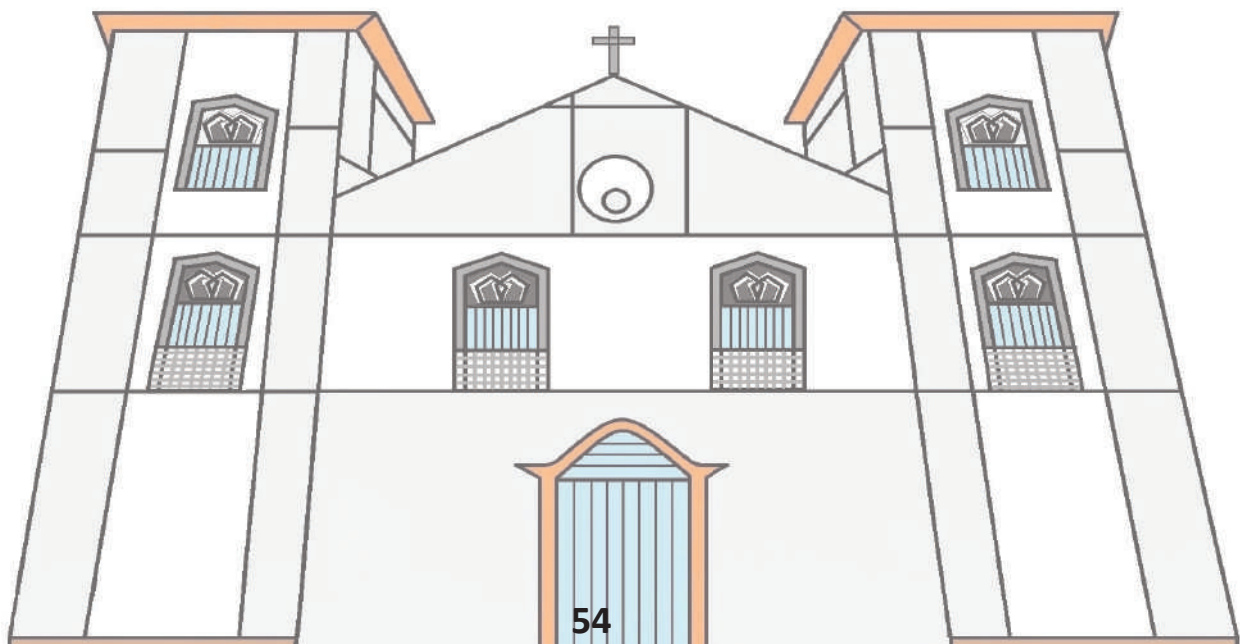
Cidade	Museu	Visitantes
Pirenópolis	Divino Espírito Santo	10.271

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Pirenópolis (2017)

**Gráfico 18: Fluxo de Visitantes nos Museus - Cidade de Pirenópolis (2017)**



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Pirenópolis (2017)



# Cadastur

O Cadastur é um sistema de cadastro utilizado pelo Ministério do Turismo, com a finalidade de dimensionar a quantidade de estabelecimentos e prestadores de serviços que tem suas atividades fins vinculadas ao setor do turismo. No ranking nacional dos empreendimentos cadastrados, o Estado de Goiás, no ano de 2017, ocupa a décima colocação, totalizando 1.669 empresas cadastradas, à frente de Rio Grande do Norte, Alagoas, Distrito Federal, Minas Gerais entre outros estados.

**Tabela 31: Ranking nacional de empreendimentos cadastrados no Sistema de Turismo do Ministério do Turismo - Cadastur (2017)**

		Nº de Cadastros
1º	Rio de Janeiro	11.436
2º	São Paulo	10.925
3º	Minas Gerais	3.773
4º	Paraná	3.225
5º	Rio Grande do Sul	3.063
6º	Bahia	2.580
7º	Pernambuco	2.122
8º	Santa Catarina	2.076
9º	Ceará	1.800
10º	Goiás	1.669
11º	Rio Grande do Norte	1.399
12º	Alagoas	1.316
13º	Distrito Federal	1.271
14º	Minas Gerais	1.156
15º	Mato Grosso	1.152
16º	Paraíba	1.117
17º	Espírito Santo	1.107
18º	Amazonas	864
19º	Pará	747
20º	Maranhão	606
21º	Sergipe	521
22º	Acre	518
23º	Rondônia	311
24º	Tocantins	271
25º	Piauí	200
26º	Amapá	172
27º	Roraima	121
	<b>Total</b>	<b>55.518</b>

Fonte: Cadastur - Mtur (2018)

A tabela 32 apresenta o número de empresas cadastradas em todo território nacional no Cadastur, entre os anos 2016 e 2017. Percebeu-se, na leitura, que o Estado de Goiás tem déficit de 379 empresas, que não renovaram os cadastros ou fecharam suas empresas, ou não efetivaram novos cadastros junto ao sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo.

**Tabela 32: Comparativo entre o número de empreendimentos cadastrados (2016 - 2017)**

	Nº de cadastros 2017	Nº de cadastros 2016	Variação em unidades	Variação em %
Rio de Janeiro	11.436	4.610	6.826	148,1%
São Paulo	10.925	9.343	1.582	16,9%
Minas Gerais	3.773	4.954	-1.181	-23,8%
Paraná	3.225	2.593	632	24,4%
Rio Grande do Sul	3.063	4.084	-1.021	-25,0%
Bahia	2.580	1.895	685	36,1%
Pernambuco	2.122	1.558	564	36,2%
Santa Catarina	2.076	1.910	166	8,7%
Ceará	1.800	1.165	635	54,5%
Goiás	1.669	2.048	-379	-18,5%
Rio Grande do Norte	1.399	628	771	122,8%
Alagoas	1.316	739	577	78,1%
Distrito Federal	1.271	1.118	83	7,0%
Mato Grosso do Sul	1.156	986	170	17,2%
Mato Grosso	1.152	1.109	43	3,9%
Paraíba	1.117	616	501	81,3%
Espírito Santo	1.107	879	228	25,9%
Amazonas	864	603	261	43,3%
Pará	747	711	36	5,1%
Maranhão	606	432	174	40,3%
Sergipe	521	461	60	13,0%
Acre	518	413	105	25,4%
Rondônia	311	245	66	26,9%
Tocantins	271	235	36	15,3%
Piauí	200	311	-111	-35,7%
Amapá	172	114	58	50,9%
Roraima	121	121	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>55.518</b>	<b>43.939</b>	<b>11.567</b>	<b>26,3%</b>

Fonte: Cadastur - Mtur (2018)

**Tabela 33: Número de empreendimentos cadastrados por cidades (2017)**

	Estabelecimentos	%
<b>Goiânia</b>	494	29,6%
<b>Caldas Novas</b>	213	12,8%
<b>Pirenópolis</b>	159	9,5%
<b>Goiás</b>	65	3,9%
<b>Anápolis</b>	52	3,1%
<b>Niquelândia</b>	48	2,9%
<b>Aparecida de Goiânia</b>	48	2,9%
<b>Formosa</b>	33	2,0%
<b>Nova Crixás</b>	30	1,8%
<b>Alto Paraíso de Goiás</b>	28	1,7%
<b>Buriti Alegre</b>	27	1,6%
<b>Morrinhos</b>	26	1,6%
<b>Chapadão do Céu</b>	26	1,6%
<b>Catalão</b>	25	1,5%
<b>Trindade</b>	23	1,4%
<b>Outras</b>	372	22,3%
<b>Total</b>	<b>1.669</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Cadastur - Mtur (2018)

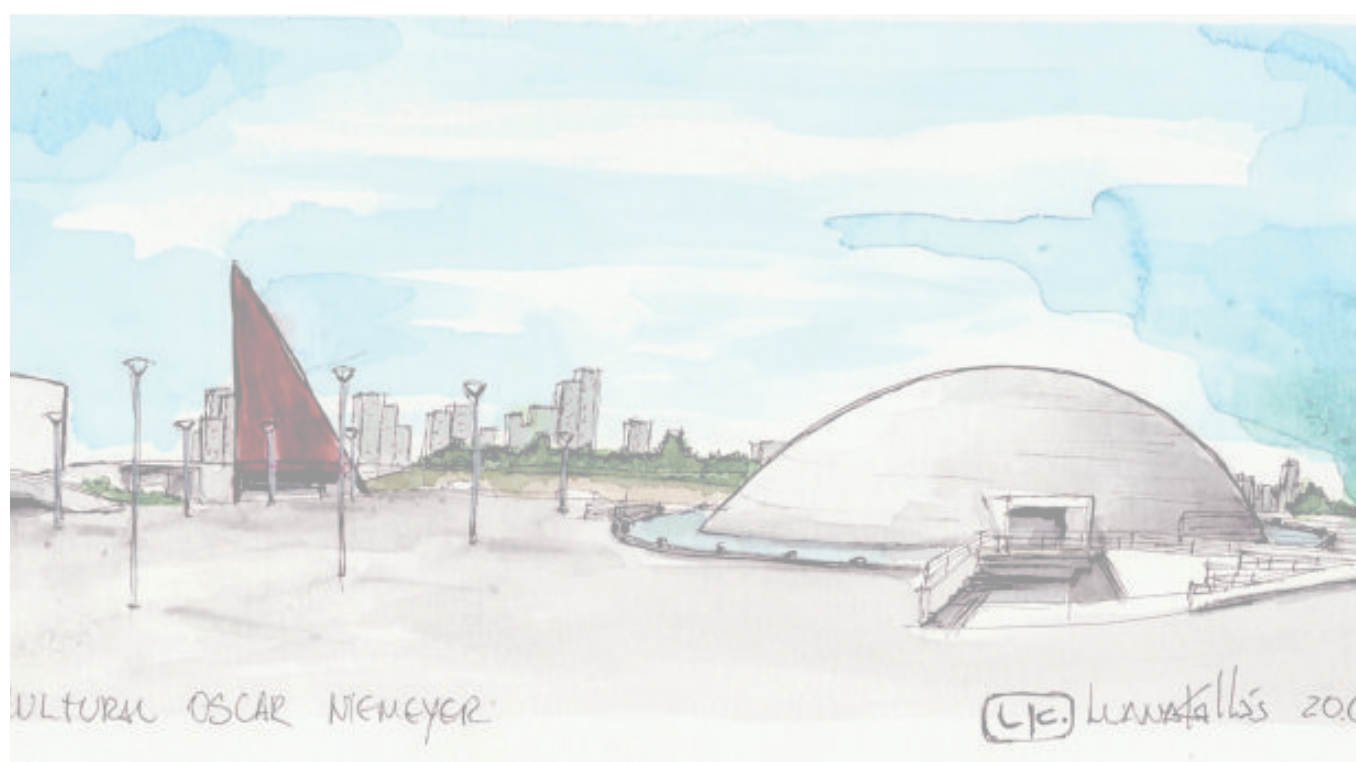


Ilustração 18: Centro Cultural Oscar Niemeyer - obra da artista Luana Kallás

**Tabela 34: Comparativo entre tipo de Atividade Vinculada (2016 - 2017)**

	2016	2017	%	Varição unidade	Varição %
Agência de Turismo	512	443	26,5%	-69	-13,5%
Meio de Hospedagem	359	368	22,0%	9	2,5%
Transportadora Turística	563	238	14,3%	-325	-57,7%
Restaurantes, Cafeterias e Bares	308	238	14,4%	-70	-22,7%
Guia de Turismo	-	190	11,4%	-	-
Organizadora de Eventos	129	110	6,6%	-19	-14,7%
Locadora de Veículos	30	26	1,6%	-4	-13,3%
Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	50	18	1,1%	-32	-64,0%
Prestador de Infraestrutura de Apoio para Eventos	68	12	0,7%	-56	-82,4%
Empreendimento de Entretenimento e Lazer & Parque Aquático	7	10	0,6%	3	42,9%
Acampamento Turístico	9	6	0,4%	-3	-33,3%
Casas de Espetáculos e Equipamentos de Animação	-	6	0,4%	-	-
Parque Temático	1	4	0,2%	3	300,0%
<b>Total</b>	<b>2.036</b>	<b>1.669</b>	<b>100,0%</b>	<b>-367</b>	<b>-18,0%</b>

Fonte: Cadastur (2018)

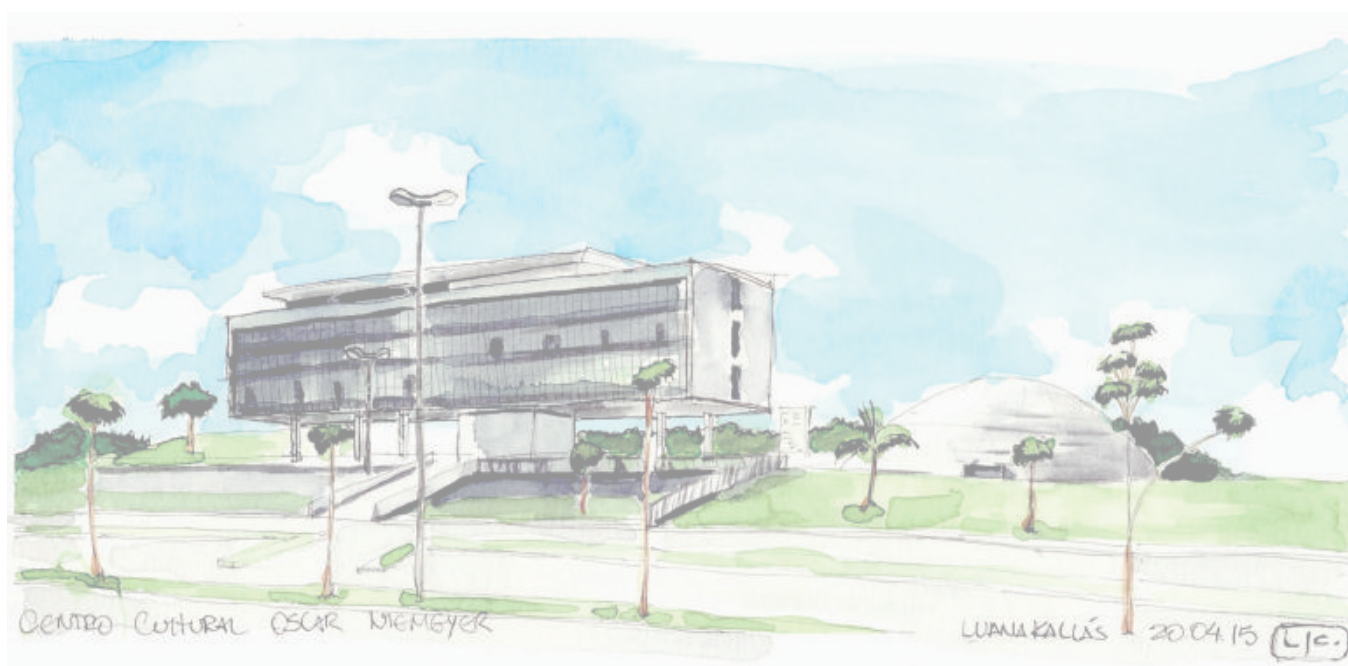


Ilustração 19: Centro Cultural Oscar Niemeyer - obra da artista Luana Kallás



# Categorização dos Municípios

Segundo o Ministério do Turismo, a construção da metodologia foi iniciada em 2013. A ideia inicial era de se aplicar uma matriz diagnóstica aos municípios brasileiros. Em 2014, essa matriz foi aperfeiçoada, chegando-se a um formulário com 77 questões binárias. Após intensas discussões, realizadas por técnicos e gestores de diversas áreas do Ministério do Turismo (estiveram envolvidos doutores, mestres, especialistas em turismo, estatísticos, cientista político, dentre outros), em especial do então Departamento de Produtos e Destinos, do Departamento de Estudos e Pesquisas e da Secretaria-Executiva, chegou-se a metodologia escolhida. Partindo da premissa de se trabalhar com dados oficiais já existentes e atualizáveis, disponíveis para os 5.570 municípios brasileiros, e que traduzissem a economia do turismo, segue o quadro de variáveis objetivas:

**Quadro 5: Variáveis objetivas**

Variável	Fonte da Coleta
Quantidade de estabelecimentos de Hospedagem	PSH (Pesquisa de Serviços de Hospedagem - IBGE)
Quantidade de empregos em Estabelecimentos de Hospedagem	RAIS/MTE
Quantidade Estimado de Visitantes Domésticos	Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE
Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais	Estudo de Demanda Internacional - MTur/FIPE

Fonte: Categorização - Mtur (2018)

Na versão da Categorização lançada em 2018, os dados sobre a Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem foram retirados da Pesquisa de Serviços de Hospedagem 2016 - PHS - do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. A PSH 2016 realizou um levantamento extensivo das empresas que prestam serviços de hospedagem em todo o território nacional.

Essas variáveis deveriam permitir a comparação entre os dados de um e de outro município. Critérios como existência de potencial turístico e patrimônios natural ou cultural não foram considerados na metodologia pela dificuldade de mensuração, e porque o objetivo da categorização não é medir atratividade, potencialidade turística dos empreendimentos ou representatividade regional de um município.

As quatro variáveis selecionadas foram cruzadas em uma análise de *cluster* (agrupamento) e deram origem a cinco categorias de municípios. Assim, os municípios que possuem médias semelhantes - nas quatro variáveis analisadas - foram reunidos em uma mesma categoria (A, B, C, D ou E). Logo, o desempenho da economia do turismo de cada município brasileiro foi medido a partir de médias de dados sobre fluxo e hospedagem por ele obtidas. Na categoria "A" estão reunidos os municípios com maior desempenho da economia do turismo e na categoria "E" os municípios com menor desempenho da economia do turismo.

# MAPA TURÍSTICO

83 destinos - 10 regiões turísticas



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



CONHEÇA O CORAÇÃO DO BRASIL!



**Tabela 35: Categorização dos Municípios (2016 - 2017)**

Regiões/Municípios	Categorização MTur	
	2016	2017
<b>Região da Chapada dos Veadeiros</b>		
Alto Paraíso de Goiás	C	B
Cavalcante	D	C
Colinas do Sul	D	D
São João d'Aliança	D	D
Teresina de Goiás	D	D
<b>Região da Estrada de Ferro</b>		
Bonfinópolis	D	D
Catalão	C	B
Goiandira	D	D
Ipameri	D	D
Leopoldo de Bulhões	D	E
Orizona	D	D
Pires do Rio	C	C
Santa Cruz de Goiás	D	E
Silvânia	D	D
Urutaí	D	D
Vianópolis	D	D
<b>Região das Águas e Cavernas do Cerrado</b>		
Damianópolis	D	E
Formosa	C	C
Mambáí	E	D
São Domingos	D	D
Simolândia	D	D
<b>Região das Águas Quentes</b>		
Caldas Novas	A	A

Regiões/Municípios		Categorização MTur	
		2016	2017
Morrinhos		C	C
Rio Quente		B	B
Região do Ouro e Cristais			
Abadiânia		C	B
Alexânia		C	C
Campos Verdes		E	D
Cidade de Goiás		C	C
Cidade Ocidental		D	D
Corumbá de Goiás		D	C
Cocalzinho de Goiás		D	D
Córrego do Ouro		D	D
Cristalina		C	C
Jaraguá		D	D
Mossâmedes		D	D
Luziânia		C	C
Pilar de Goiás		E	E
Pirenópolis		B	A
São Francisco de Goiás		E	E
Valparaíso de Goiás		C	D
Região dos Negócios e Tradições			
Anápolis		B	B
Aparecida de Goiânia		C	C
Bela Vista de Goiás		D	D
Goiânia		A	A
Hidrolândia		D	D
Nerópolis		D	D

Regiões/Municípios	Categorização MTur	
	2016	2017
Nova Veneza	D	D
Terezópolis de Goiás	D	D
Trindade	B	B
Região Lagos do Paranaíba		
Buriti Alegre	D	D
Cachoeira Dourada	D	D
Caçu	D	C
Itarumã	D	D
Itumbiara	B	B
Lagoa Santa	C	C
Quirinópolis	C	C
São Simão	C	C
Três Ranchos	D	D
Região Pegadas no Cerrado		
Bom Jardim de Goiás	D	D
Caiapônia	D	D
Chapadão do Céu	D	D
Jataí	C	C
Maurilândia	D	D
Mineiros	C	C
Paraúna	D	D
Piranhas	D	D
Rio Verde	B	B
Santa Rita do Araguaia	D	D
São Luiz de Montes Belos	D	D
Serranópolis	D	D
Turvelândia	E	D

Regiões/Municípios	Categorização MTur	
	2016	2017
<b>Região Vale da Serra da Mesa</b>		
<b>Minaçu</b>	C	C
<b>Niquelândia</b>	C	C
<b>Padre Bernardo</b>	C	C
<b>Porangatu</b>	C	C
<b>Uruaçu</b>	C	C
<b>Região Vale do Araguaia</b>		
<b>Aragarças</b>	C	C
<b>Aruanã</b>	C	C
<b>Baliza</b>	D	D
<b>Britânia</b>	D	D
<b>Mundo Novo</b>	D	D
<b>Nova Crixás</b>	D	D
<b>São Miguel do Araguaia</b>	C	C

Fonte: MTur (2018)



Ilustração 20: Antiga Estação Ferroviária de Goiânia - obra do artista Fernando Simon



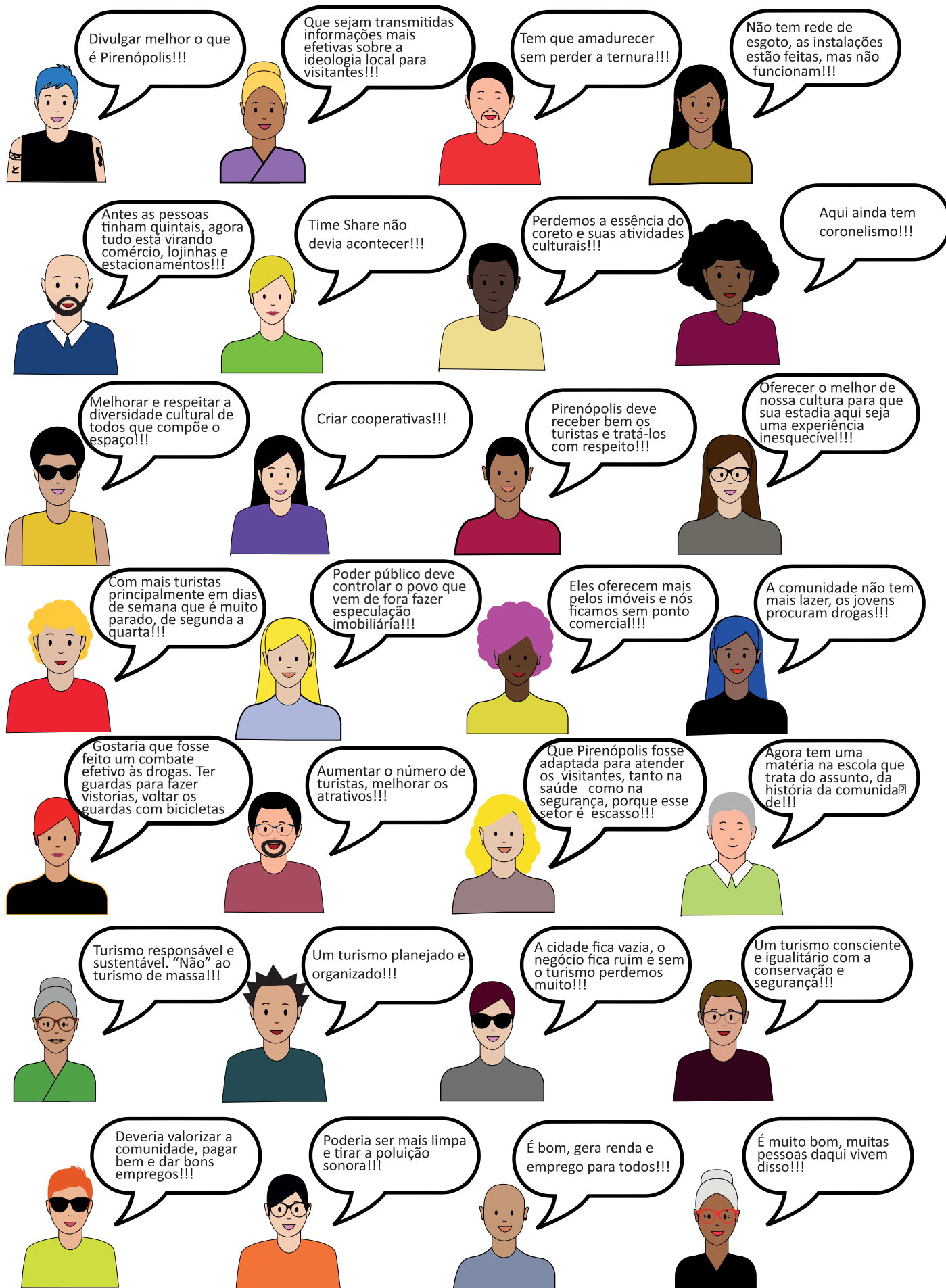
# Pesquisa: Desenvolvimento do Turismo de Pirenópolis na Visão da Comunidade Local

No período da Semana Santa em 2017, foram entrevistadas 50 pessoas da Comunidade de Pirenópolis, com o intuito de compreender a percepção delas em relação à Gestão do Turismo, meio ambiente e emprego, saúde, patrimônio, educação para o turismo entre outros temas importantes para comunidade da terra (comunidade local). O documento original contém 20 perguntas (abertas e fechadas) com diversas abordagens. Nessa ilustração, fazemos um recorte das questões mais relevantes para os autóctones. O relatório na íntegra encontra-se disponível no site do Observatório do Turismo do Estado de Goiás. ([www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)).

**Como você gostaria que Pirenópolis estivesse no que se refere ao desenvolvimento da atividade turística?**



Ilustração 21: Membros da comunidade de Pirenópolis - obra da artista Solange Pereira Silva



# PESQUISA: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES



Essa pesquisa foi uma iniciativa do Observatório do Turismo do Estado de Goiás - Goiás Turismo em parceria com o Observatório do Turismo do Paraná, seguindo a metodologia do projeto de pesquisa “Definição de Modelos Operacionais para Destinos Turísticos Inteligentes”, coordenado pela Universidade Alicante, na Espanha. O questionário esteve disponível para ser respondido entre 26 de setembro de 2017 e 21 de fevereiro de 2018. A coleta de dados foi primária, com entrevistas aplicadas via internet para os técnicos dos órgãos oficiais do turismo dos 83 municípios que compõem o Mapa Oficial do Turismo do Estado de Goiás (universo desta pesquisa). A pesquisa teve como premissa apresentar aos municípios o conceito de Destino Turístico Inteligente, identificando a situação desses municípios quanto aos parâmetros que estabelecem os DTIs, as barreiras e oportunidades para se tornar um desses destinos. A pesquisa foi dividida nos seguintes blocos: Avaliação do conceito Destino Turístico, Situação atual de cada destino em relação aos conceitos de DTI, Uso de tecnologias e novos processos de gestão e marketing, Barreiras para tornar-se um DTI e Oportunidades para tornar-se um Destino Turístico Inteligente. Utilizamos a escala de Likert (1 discordo totalmente, 2 discordo, 3 não concordo nem discordo, 4 concordo e 5 concordo totalmente), e foi feita a média aritmética da escala de pontuação indicada na ocasião da tabulação da pesquisa, o que nos permitiu medir as atitudes e conhecer o grau de conformidade dos entrevistados com qualquer afirmação proposta.

## Avaliação do conceito Destino Turístico Inteligente (DTI)

**Tabela 36: Nota média na Avaliação do conceito Destino Turístico Inteligente (DTI)**

O conceito Destino Turístico Inteligente é uma boa referência para a gestão de destinos turísticos	4,73
O conceito Destino Turístico Inteligente é importante, mas não apresenta benefícios claros para a gestão dos destinos turísticos.	3,37
O conceito Destino Turístico Inteligente é adaptável apenas para destinos com um grande volume de turistas.	2,86
A configuração de um Destino Turístico Inteligente é a chave para se adaptar as tendências da demanda.	4,52
A configuração de um Destino Turístico Inteligente é fundamental para competir no mercado de turismo atual.	4,64
A configuração de um Destino Turístico Inteligente é a chave para ser mais eficaz e reduzir os custos.	4,52

No bloco de questões “**Avaliação do conceito Destino Turístico Inteligente**” os municípios respondentes apontam como principais conceitos: O conceito destino inteligente é uma boa referência para gestão de destino turístico, a configuração de um destino inteligente é a chave para se adaptar as tendências da demanda e a configuração de um destino inteligente é fundamental para competir no mercado de turismo atual.

## Situação atual de cada destino em relação aos conceitos de DTI

**Tabela 37: Avaliação da situação atual de cada destino em relação aos conceitos de DTI**

Meu destino tem uma estratégia bem definida para se tornar um destino inteligente.	3,48
Meu destino está evoluindo satisfatoriamente para um Destino Turístico Inteligente, mas não tem uma estratégia específica ou pretende ter.	3,82
Existe um alto grau de parceria público-privado que facilita a evolução para um Destino Turístico Inteligente.	3,62
Os vários departamentos municipais colaboram com iniciativas próprias para transformar o destino em um Destino Inteligente.	3,82
A conectividade com a Internet nas principais áreas turísticas de meu município é adequada.	2,16
Meu destino pode ser considerado um destino sustentável em termos de eficiência energética (Uso de energias limpas, ex: painéis solares, energia eólica etc.).	2,85
Meu destino pode ser considerado um destino sustentável em termos de gestão e reutilização de águas residuais (Sistema de coleta e tratamento de esgoto).	3,45
Meu destino pode ser considerado um destino sustentável em termos de mobilidade urbana (Utilização dos transportes públicos, eficiência energética dos transportes públicos, sinalização nas vias, Táxis, Moto-Táxi, Uber e outros serviços de mobilidade.).	3,42
Meu destino pode ser considerado um destino sustentável em termos de paisagem e conservação dos recursos naturais.	4,45
Meu destino pode ser considerado um destino preocupado com sua paisagem, conservação dos prédios e monumentos histórico-culturais.	4,16
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) para medição de parâmetros ambientais (emissão de gases, presença de resíduos sólidos na água, monitoramento climático, medição da poluição sonora etc.).	3,09
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas tecnologias da informação e comunicação (TIC) para melhor conhecimento da demanda.	3,47
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para facilitar uma melhor informação da demanda turística (uso de redes sociais, sites institucionais, guias eletrônicos, aplicativos para smartphones etc.).	3,83
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para gerir os recursos turísticos, tais como praias, museus, praças, parques, cachoeiras e/ou entorno urbano.	3,64
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para a gestão dos edifícios e infraestrutura públicas (redes elétricas, esgoto, iluminação pública etc.).	3,53



Meu destino está utilizando as TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) como forma de medição para os níveis de segurança pública (Totens Policiais - equipamentos de autoatendimento para registro de Boletins de Ocorrência (B.O.s), câmeras de vigilância, monitoramento remoto etc.)	3,23
Meu destino está utilizando as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) como forma de conhecer a oferta de estabelecimentos de hospedagem (hotéis, hostels, pousadas etc.).	3,70
Meu destino está utilizando as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) como forma de conhecer os empreendimentos de alimentação (restaurantes, bares, lanchonetes, quiosques, food trucks, casas noturnas etc.).	3,57
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para o marketing (redes sociais, sites institucionais, aplicativos para celulares etc.).	3,77
Meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para melhorar a experiência de turistas na chegada (guias eletrônicos, aplicativos para celular, mapas digitais da cidade, nos postos de informação turística etc.).	2,96
Meu destino é um espaço inovador em relação à incorporação de novas tecnologias.	3,29
Meu destino é inovador na criação de novos espaços, produtos e captação de novos mercados ou a geração de novos modelos de negócios.	3,36
No geral, o meu destino é um espaço acessível para pessoas com deficiência (presença de rampas, guias em braile, sinalização sonora etc.).	2,97

No bloco de questões **“Situação atual de cada destino em relação aos conceitos de DTI”** os municípios, em sua visão, ressaltam sua atual situação em relação aos conceitos do DTI, destaque para: meu destino pode ser considerado um destino sustentável em termos de paisagem e conservação dos recursos naturais, o meu destino pode ser considerado preocupado com sua paisagem, conservação dos prédios e monumentos histórico-culturais e meu destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) para facilitar uma melhor informação da demanda turística (uso de redes sociais, sites institucionais, guias eletrônicos, aplicativos para smartphones etc.).



**Tabela 38: Avaliação de tecnologias e novos processos de gestão e marketing**

Áudios Guia (Áudios gravados para pessoas com deficiência visual).	1,30
Vídeos Guia (Vídeos com explicação específica para pessoas com deficiência visual).	1,27
WiFi com acesso livre nos postos de informações turísticas .	2,34
WiFi com acesso livre em espaços públicos (Praças, parques, museus, praias, cachoeiras, etc.).	2,14
Totens Touch Screen (Pontos de informação turística sensíveis ao toque).	1,28
Códigos QR (É um código de barras bidimensional que pode ser facilmente escaneado usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera.).	1,37
Pesquisas online com turistas.	1,77
Pesquisa online com empresas no destino.	1,73
Realidade Aumentada (A Realidade Aumentada existe no meio acadêmico desde os anos 1990 e define-se como um sistema que mistura elementos virtuais com o ambiente real. Dois exemplos bastante conhecidos de Realidade Aumentada são os “anúncios virtuais” veiculados em transmissões de jogos e eventos, ou os rastros coloridos que indicam a localização e a trajetória da bola nas transmissões pela televisão. O campo e os jogadores são reais, mas os traços e as logomarcas são virtuais.).	1,86
Assistente virtual no site (Chat de dúvidas).	1,85
Aplicativos móveis (Apps).	1,86
Centrais de reserva online.	2,37
Sistema de Business Intelligence no destino (O termo Business Intelligence (BI), inteligência de negócios, refere-se ao processo de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de informações que oferecem suporte a gestão de negócios.).	1,89
Sistema de Marketing Relacional.	2,31
Sistemas de GPS.	2,67
Ações de marketing em redes sociais.	3,38
Colocação de sensores em espaços turísticos.	1,65

No bloco de questões “**Avaliação de tecnologias e novos processos de gestão e marketing**” os municípios respondentes apresentam, em suas avaliações, as ferramentas DTIs utilizadas para melhoria de seus processos, destaque para: ações de marketing em redes sociais, sistema de GPS e sistema de marketing relacional.

## Barreiras para tornar-se um DTI

**Tabela 39: Avaliação das barreiras para tornar-se um DTI**

Falta de uma estratégia bem definida.	4,00
Orçamento limitado.	4,59
Pouca colaboração público-privada.	4,09
Pouca colaboração entre os departamentos municipais.	3,90
Escassez de pessoal.	4,24
Nível de qualificação insuficiente.	4,25
Falta de compreensão do conceito de Destino Turístico Inteligente.	4,21
Falta colaboração do destino com Universidades e Institutos Tecnológicos.	4,24
A estrutura predominante é a de PME (Pequenas e Médias Empresas) no setor do turismo.	4,04
Dificuldade de acesso à internet.	3,79
Problemas decorrentes das leis em vigor.	3,45
A demanda não utiliza a Internet e as TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação).	3,65

No bloco de questões “**Barreiras para tornar-se um DTI**”, os municípios respondentes apontam como principais dificuldades: orçamento limitado, nível de qualificação insuficiente, escassez de pessoal e falta de colaboração do destino como universidades e institutos tecnológicos.

## Oportunidades para tornar-se um DTI

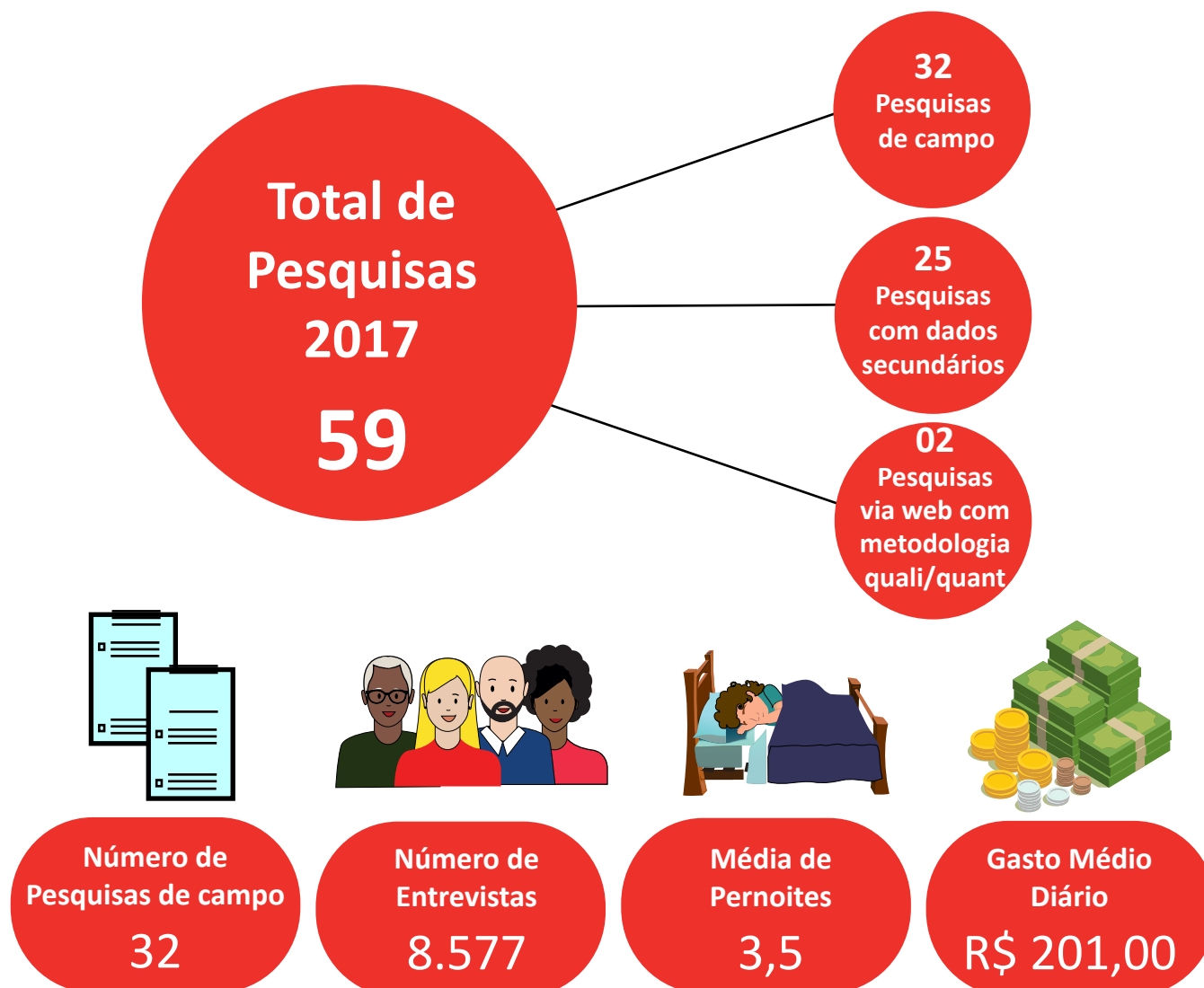
**Tabela 40: Avaliação das oportunidades para tornar-se um Destino Turístico Inteligente**

Tecnologias da Informação e Comunicação não requerem muito investimento.	4,30
Possibilidades de uma rede de municípios como plataforma de colaboração.	4,60
O elevado uso da Internet por parte das empresas turísticas.	4,48
A facilidade de acesso à Internet por parte do turista.	4,70
O crescente uso de smartphones durante as viagens/férias.	4,65
Uso crescente de redes sociais nas viagens/férias (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram etc.).	4,67

No bloco de questões “**Oportunidades para tornar-se um Destino Turístico Inteligente**”, os municípios respondentes apontam como principais possibilidades: a facilidade de acesso a Internet por parte do turista, uso crescente de redes sociais nas viagens/férias (Facebook, Twitter, Instagram etc) e possibilidade de uma rede de municípios como plataforma de colaboração.

# Dados Relevantes do Turismo em Goiás

O método utilizado para fazer a estimativa de gastos nos eventos pesquisados foi ponderar os gastos de acordo com a categoria dos respondentes nos eventos - Turistas, Excursionistas e Turista Cidadão. Consideraram-se os gastos com: hospedagem, alimentação, transporte, souvenir e consumo de outros produtos e serviços. Observação: para o item “hospedagem” avaliou-se somente a categoria dos Turistas.



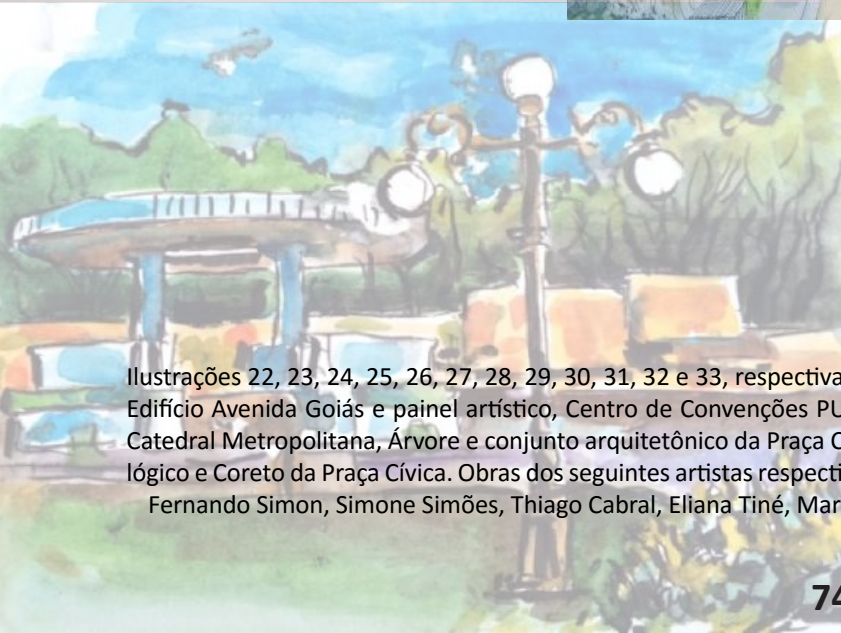
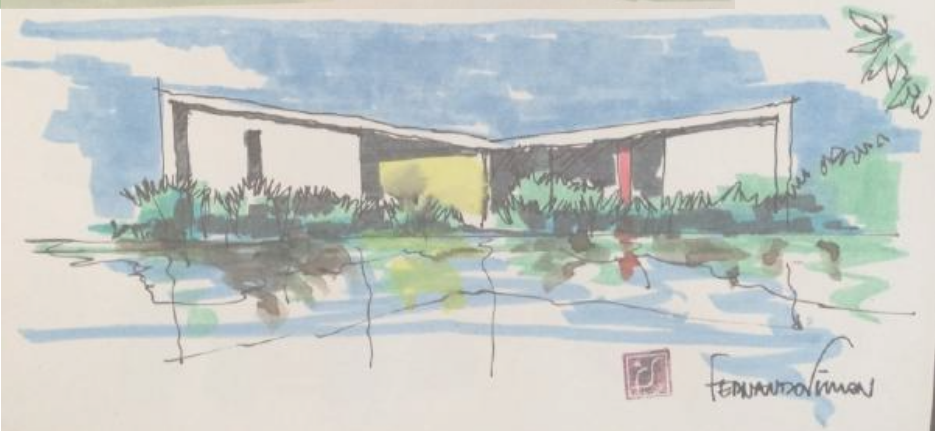
Obs.: Para efeito do cálculo dos itens média de pernoites e gasto médio diário, foram consideradas 30 pesquisas de campo.

**Gráfico 19: Principais emissores de turistas para os municípios goianos (2017)**



Fonte: Observatório do Turismo (2017)





Ilustrações 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32 e 33, respectivamente: Estádio Serra Dourada, Mercado Municipal de Campinas, Edifício Avenida Goiás e painel artístico, Centro de Convenções PUC, Teatro Goiânia, Igreja Coração de Maria e Colégio Claretiano, Catedral Metropolitana, Árvore e conjunto arquitetônico da Praça Cívica, Grande Hotel - Avenida Goiás, Lago das Rosas e Jardim Zoológico e Coreto da Praça Cívica. Obras dos seguintes artistas respectivamente: Paulo Mendes da Rocha, Debora Paula, Jesus Cheregati, Fernando Simon, Simone Simões, Thiago Cabral, Eliana Tiné, Maria Filomena, Jesus Cheregati, Juca Fernandes e Edivânia Santos.





# Infográficos

## Pesquisas 2017







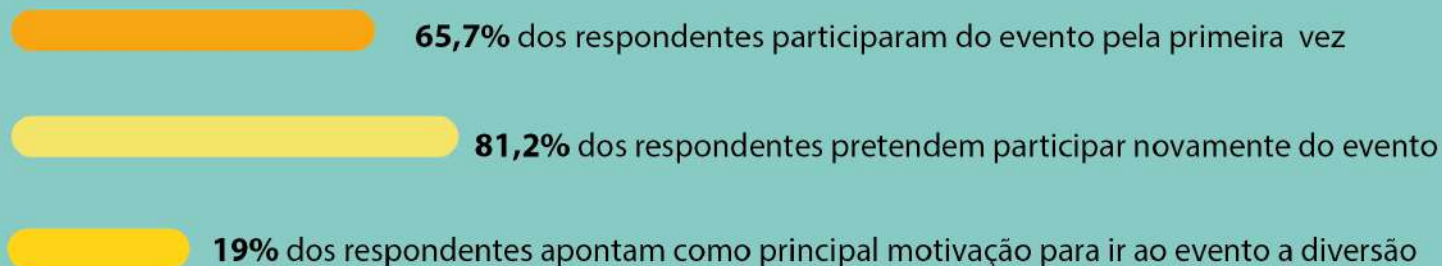
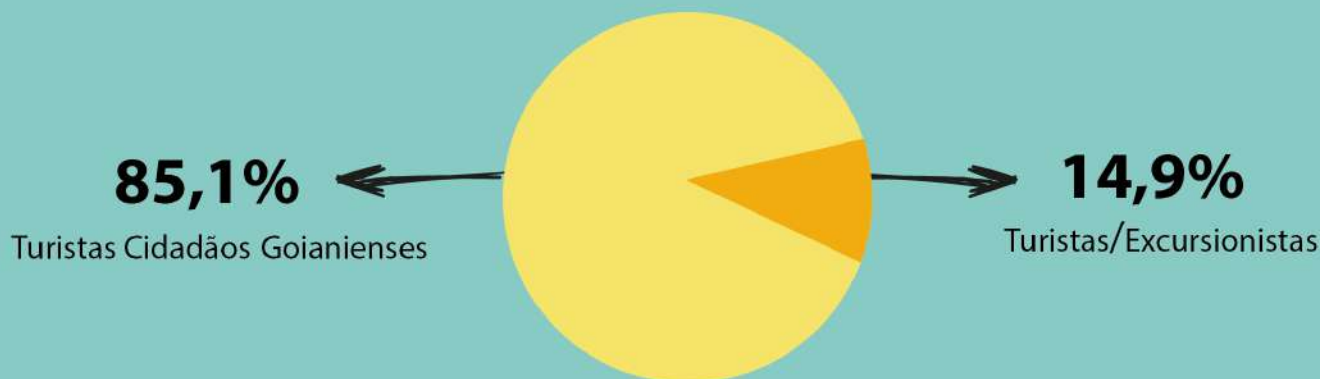
# Carnaval dos Amigos

Perfil e Satisfação do Participante

## Destques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 18 de fevereiro - Goiânia

303 Respondentes



Média de idade  
38 anos



**R\$ 7.130,45**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 286,35**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**50%**  
Dos respondentes  
utilizaram o meio de  
transporte Uber para  
chegar ao evento

**23%**  
Dos respondentes  
souberam do evento  
pelas redes sociais

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

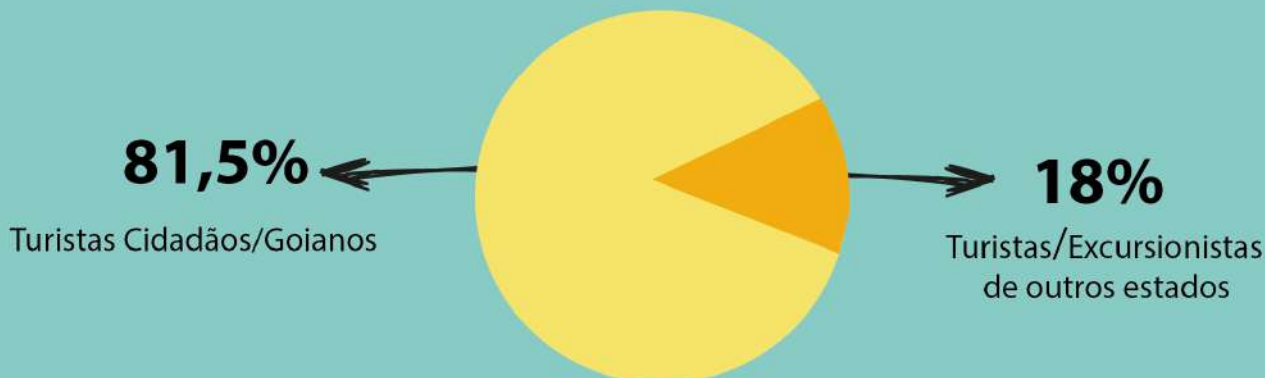
# Carnaval 2017- Destino Escolhido, Pesquisa Web

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 24 de fevereiro a 03 de março

99 Respondentes



**55%** dos respondentes moram em Goiânia

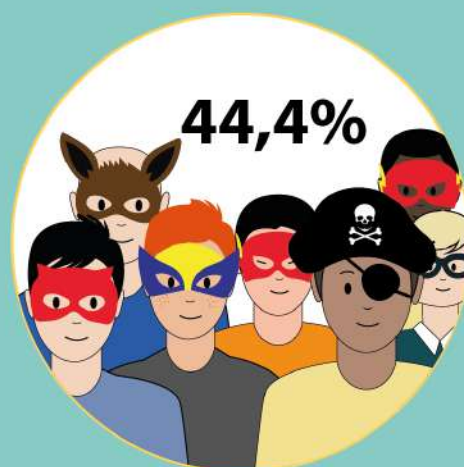
**53%** dos respondentes saíram das suas cidades para passar o Carnaval

**4,38** nota média de avaliação dos destinos goianos (avaliação de 1 a 5)



**55,6%**

**Média de idade  
34 anos**



**44,4%**

**39%**  
Dos respondentes do Estado de Goiás visitaram algum atrativo turístico

**44%**  
Dos respondentes do Estado de Goiás ficaram sabendo do evento por meio das redes sociais

**31,6%**  
Dos respondentes do Estado de Goiás se hospedaram na casa de amigos ou parentes

**85%**  
Dos respondentes passaram o Carnaval no Estado de Goiás



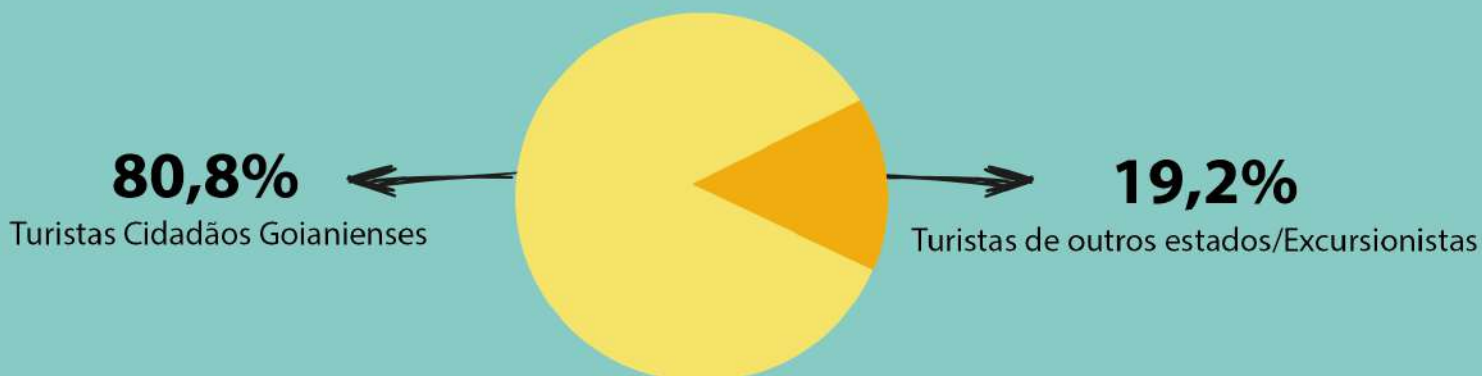
# Cerrado Mix Festival

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa : 7 a 9 de abril - Goiânia

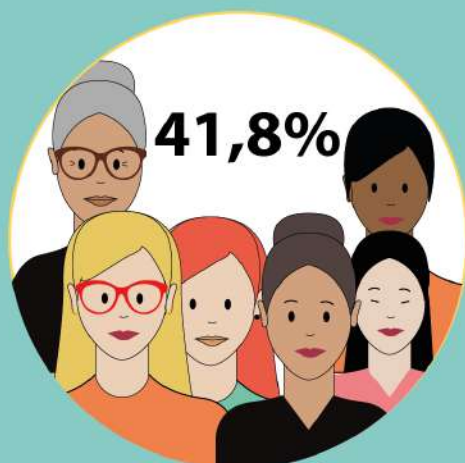
261 Respondentes



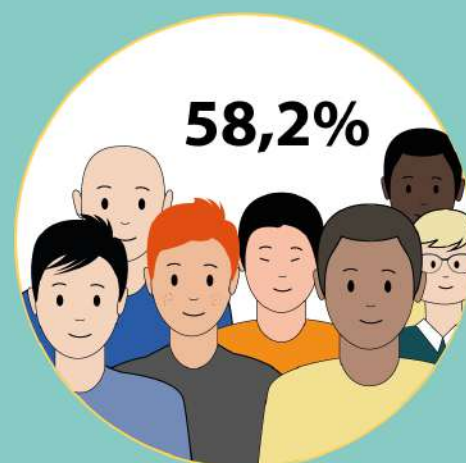
**62,8%** dos respondentes participaram pela primeira vez no evento

**89,7%** dos respondentes pretendem voltar ao evento

**41,4%** dos respondentes souberam do evento pela rede social Facebook



**Média de idade  
23 anos**



**R\$1.894,15**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 121,07**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no evento  
incluindo o ingresso

**68,2%**  
Dos respondentes  
possuem faixa etária  
de 18 a 24 anos

**3,52**  
Nota média da  
avaliação geral do evento  
(avaliação de 1 a 5)

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

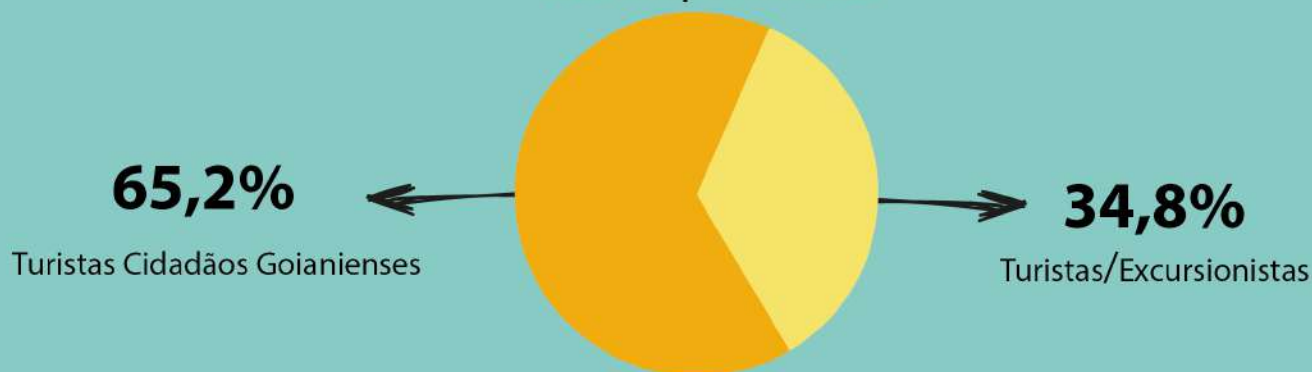
# Festa da Fantasia

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 8 de abril - Goiânia

198 Respondentes



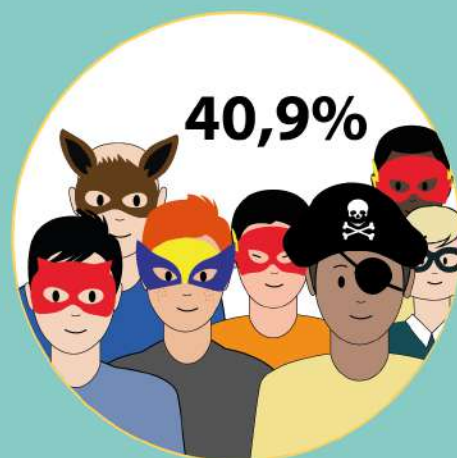
50% dos respondentes foram ao evento pela primeira vez

94,4% dos respondentes pretendem voltar ao evento

36,9% dos respondentes souberam do evento por meio de amigos ou parentes



Média de idade  
29 anos



**R\$4.794,42**  
Média salarial  
dos respondentes

**73,7%**  
Foram ao evento com  
grupo de amigos

**56%**  
Dos respondentes  
se deslocaram para  
a Festa de Uber

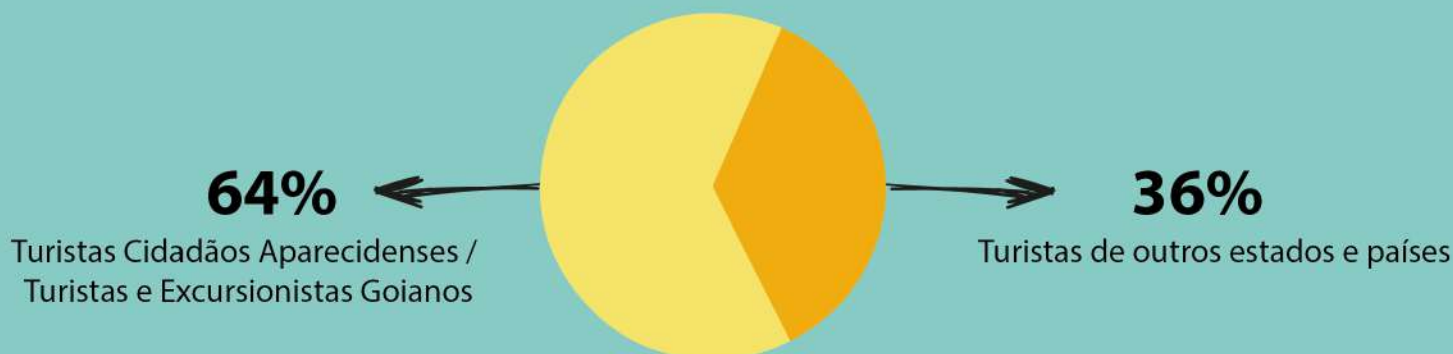
**97,5%**  
Dos respondentes  
recomendariam o  
evento aos amigos ou  
parentes



### Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 11 de abril - Aparecida de Goiânia

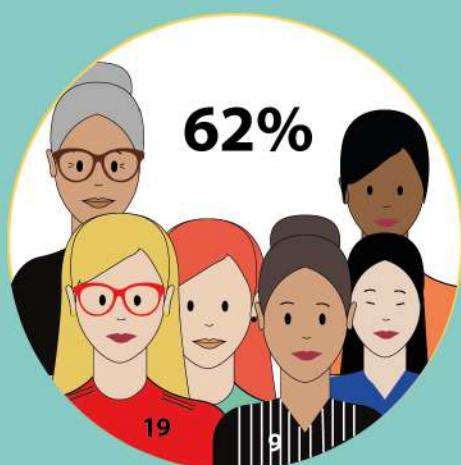
150 Respondentes



**50,7%** participaram do evento pela primeira vez

**90%** dos respondentes pretendem voltar ao evento

**88%** tinham como principal motivação acompanhar um atleta



**Média de idade  
37 anos**



**R\$ 4.524,78**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$2.411,37**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
período do evento

**32%**  
Dos respondentes  
utilizaram o avião  
como meio de  
transporte

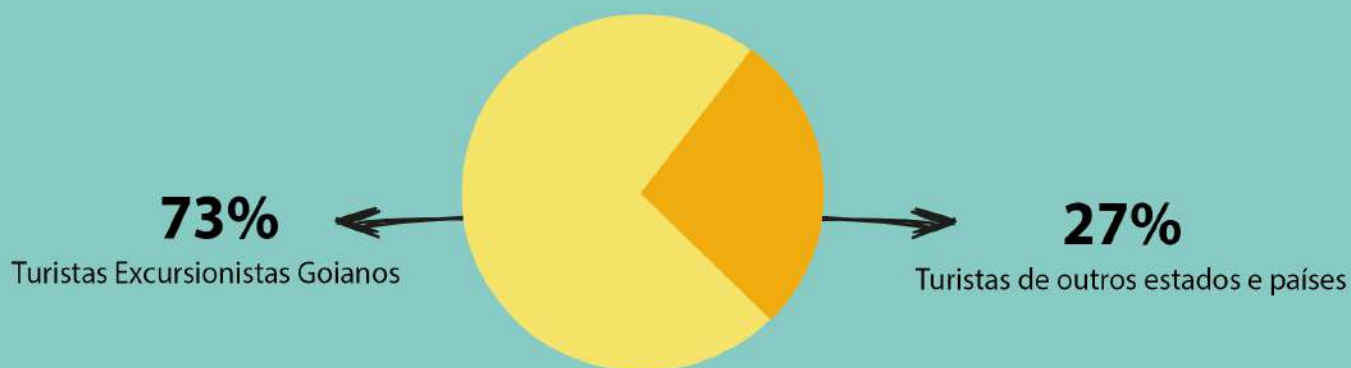
**54.7%**  
Dos respondentes  
souberam do evento  
pelas escolinhas  
de futebol

# Procissão do Fogaréu Cidade de Goiás

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 12 e 13 de abril - Cidade de Goiás

200 Respondentes



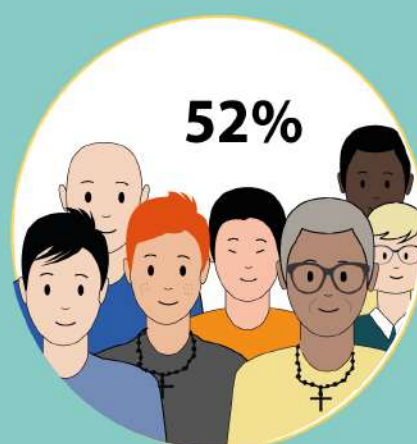
13,5% dos respondentes visitaram a cidade pela primeira vez

1,5% dos respondentes são de outros países

96,5% dos respondentes pretendem voltar à Cidade de Goiás



Média de idade  
44 anos



**R\$ 2.700,42**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 95,96**  
Gasto médio  
dos respondentes  
no evento

**62%**  
Dos respondentes  
possuem ensino  
superior completo

**34%**  
Dos respondentes  
pernoitaram em  
pousadas/hotéis

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



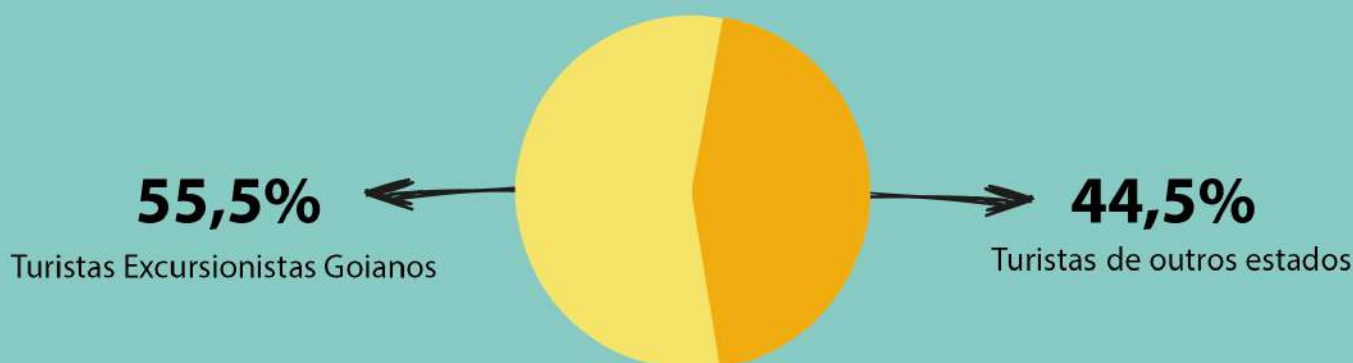
# Pirenópolis - Semana Santa

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 13 a 16 de abril - Pirenópolis

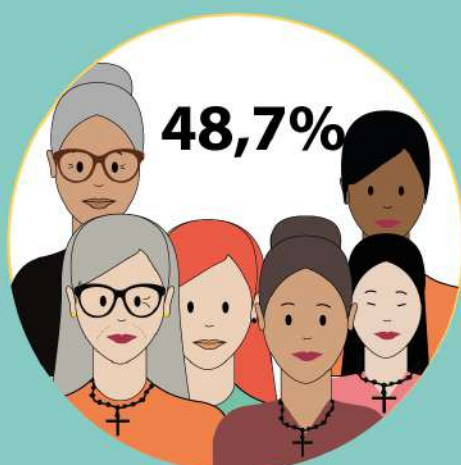
**400** Respondentes



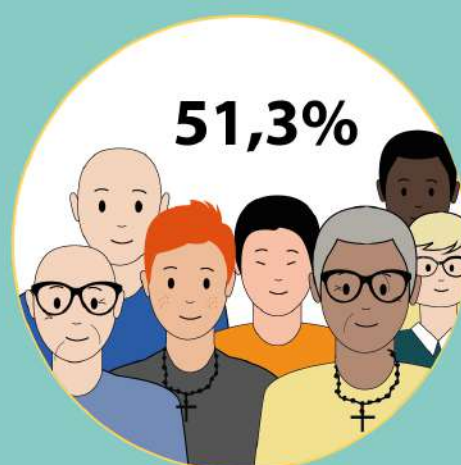
**64,8%** dos respondentes pernoveram na cidade

**29,5%** dos respondentes visitaram a cidade pela primeira vez

**97%** dos respondentes pretendem voltar ao evento



**Média de idade  
38 anos**



**R\$ 2.337,50**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 276,58**  
Gasto médio  
dos turistas

**93,8%**  
Dos respondentes  
pretendem voltar  
à cidade

**2,6 Noites**  
Média de pernoveras

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

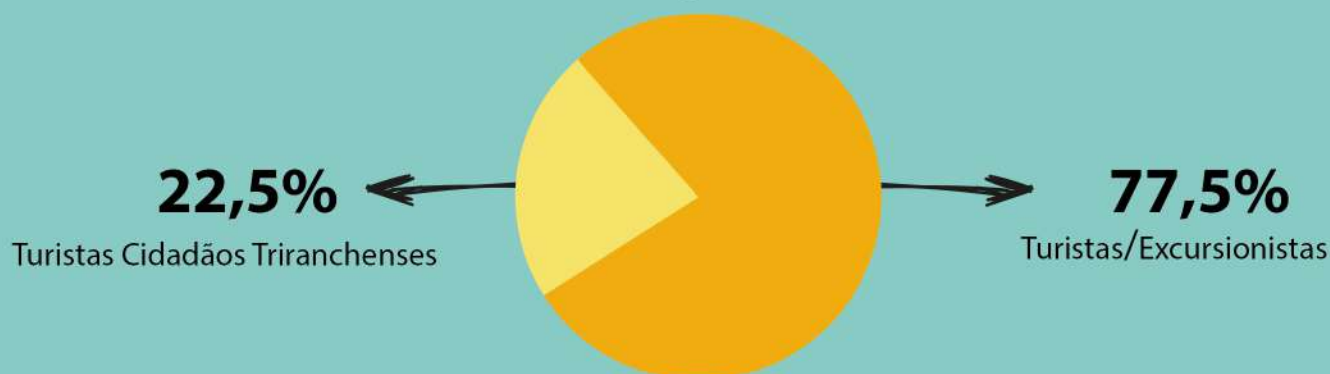
# Três Ranchos Semana Santa

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 13 a 16 de abril - Três Ranchos

200 Respondentes



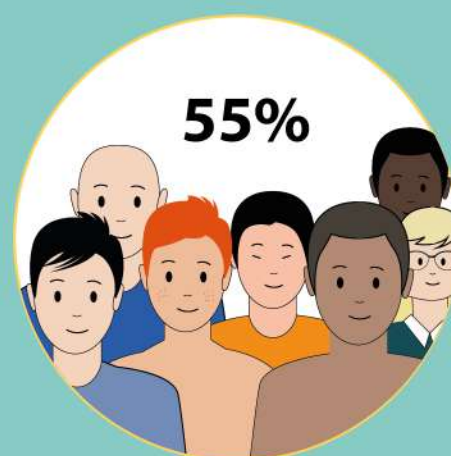
**67,5%** dos respondentes turistas já visitaram o município outras vezes

**2,72** dias é a média de pernoites

**60,5%** dos respondentes utilizaram o próprio veículo para chegar ao município



Média de idade  
30 anos



**R\$ 2.608,37**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 563,77**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
período do evento

**33,5%**  
Dos respondentes  
possuem faixa etária de  
18 a 24 anos

**92,3%**  
Dos respondentes  
pretendem voltar  
ao destino visitado



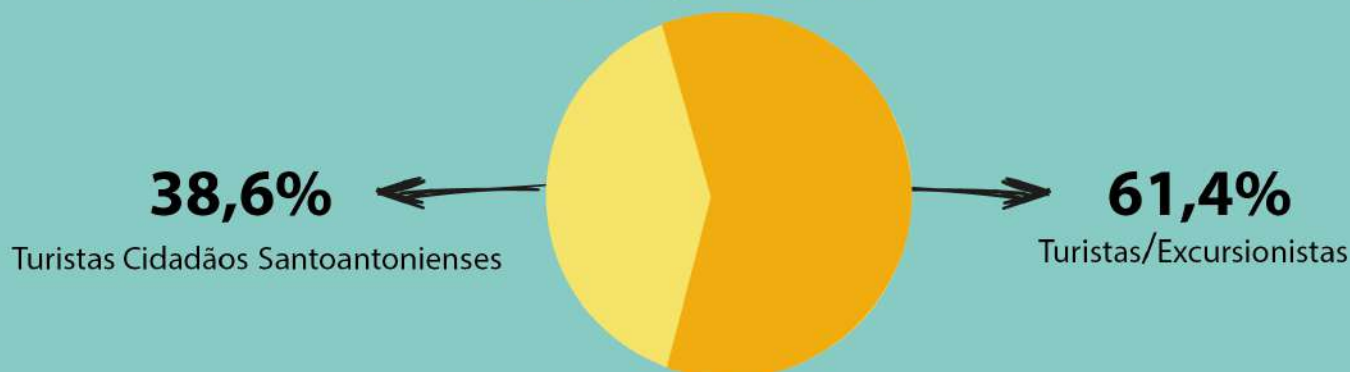
# 5º Festival Gastronômico do Cerrado 10ª Festa do Milho de Santo Antônio de Goiás

Perfil e Satisfação do Participante

## Destques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 20 a 24 de abril - Santo Antônio de Goiás

502 Respondentes



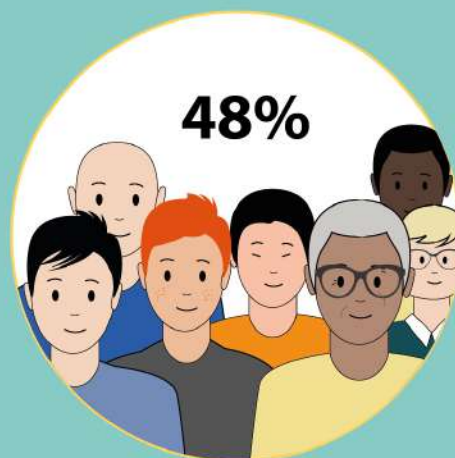
36% dos respondentes participaram do evento pela primeira vez

72% dos respondentes são da cidade de Goiânia

8,86 é a nota do evento, critério nota de 1 a 10



Média de idade  
37 anos



**R\$ 1.380,89**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 101,97**  
Gasto médio dos  
turistas no  
evento

**192 Respondentes**  
São moradores da  
comunidade de  
Santo Antônio de Goiás

**96,4%**  
Dos respondentes  
são do Estado de Goiás

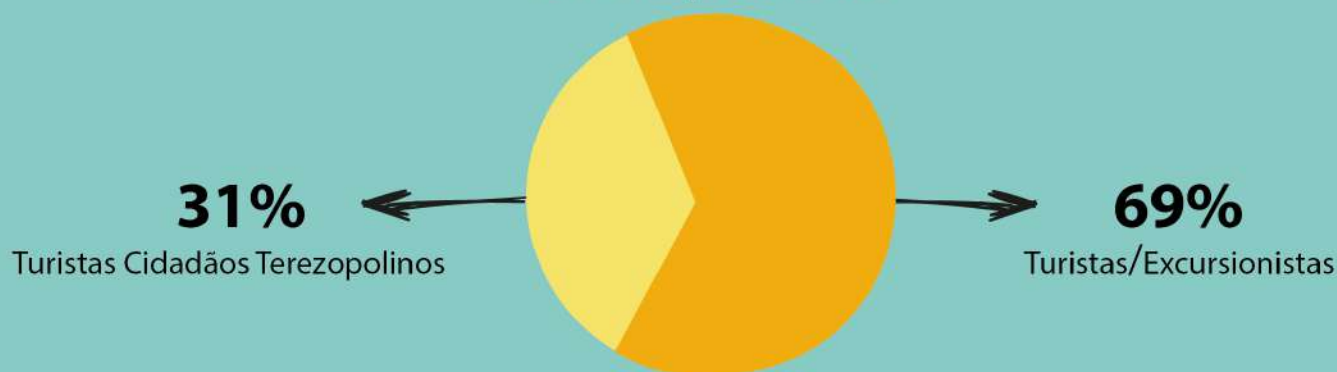
# 1º Festival Gastronômico TereÔxente

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 28 a 30 de abril - Terezópolis de Goiás

300 Respondentes



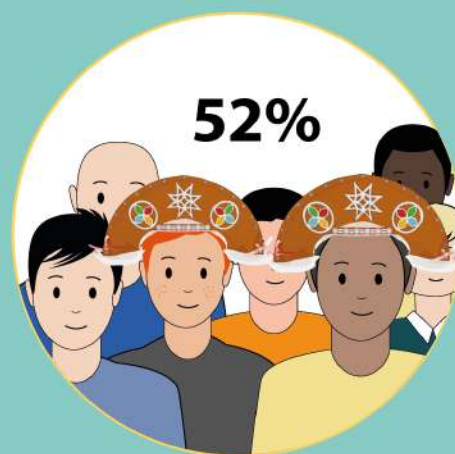
89% dos turistas não pernoveram na cidade

93% dos respondentes são do estado de Goiás

69% utilizaram o carro próprio como meio transporte para chegar ao evento



Média de idade  
40 anos



**R\$ 2.781,4**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 24,13**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no evento

**31%**  
Dos respondentes  
possuem ensino  
superior completo

**70%**  
Dos turistas  
foram ao evento  
de veículo próprio

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



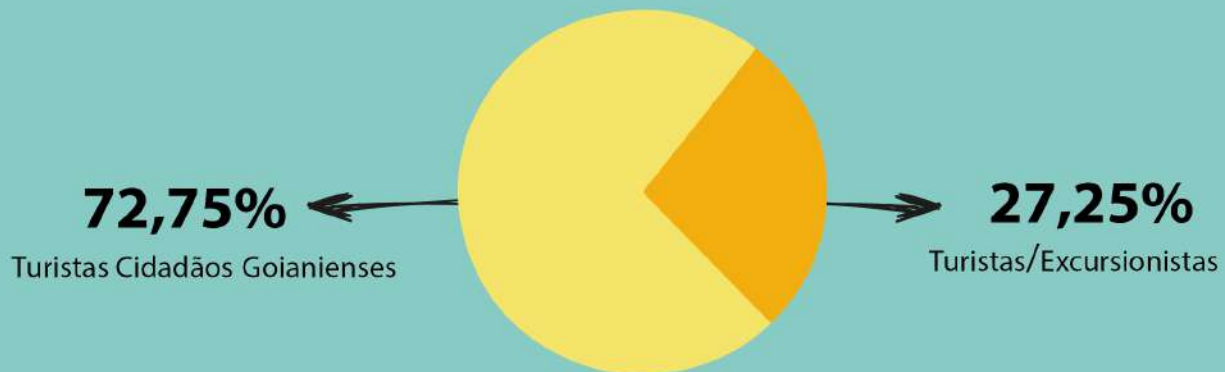
# Festival Bananada

Perfil e Satisfação do Participante

## Destques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 12 a 14 de maio - Goiânia

500 Respondentes



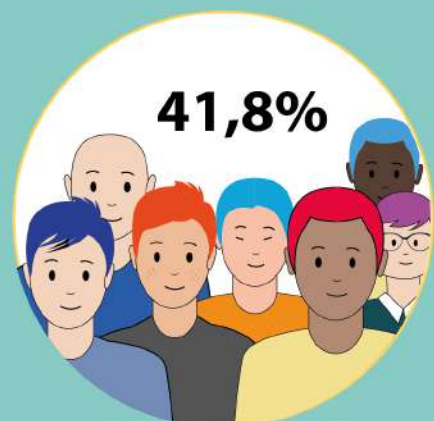
**99,2%** dos respondentes pretendem voltar ao evento

**47%** dos respondentes participaram do Bananada pela primeira vez

**41%** dos respondentes utilizaram o meio de transporte Uber para chegar ao evento



Média de idade  
27 anos



**R\$ 3.066,93**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 73,03**  
Gasto médio dos  
respondentes no evento  
(excluindo o ingresso)

**98,6%**  
Recomendam o  
evento para um  
amigo ou familiar

**81,8%**  
Tiveram suas  
expectativas atendidas  
plenamente ou  
superadas

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

# Festival Bananada

## Nas Casas Noturnas

90 Respondentes



75% Turistas cidadãos



25% Turistas e excursionistas



R\$ 2.730,31 Renda média dos respondentes



27,8% Dos respondentes visitaram as casas pela primeira vez



52,2%



47,8%

**27 anos**  
Média de idade dos respondentes

**23%**  
Dos respondentes são estudantes

## Trabalhadores

18 Respondentes



50% Dos trabalhadores respondentes são fixos nos empreendimentos



50% Dos trabalhadores respondentes freelancer atuaram no período do Bananada



77,8% Dos trabalhadores respondentes consideram sua remuneração justa



85% Dos trabalhadores respondentes consideram a alimentação fornecida satisfatória

**32 anos**  
Média de idade dos trabalhadores respondentes

**33,4%**  
Dos trabalhadores respondentes atuam como bartenders ou seguranças



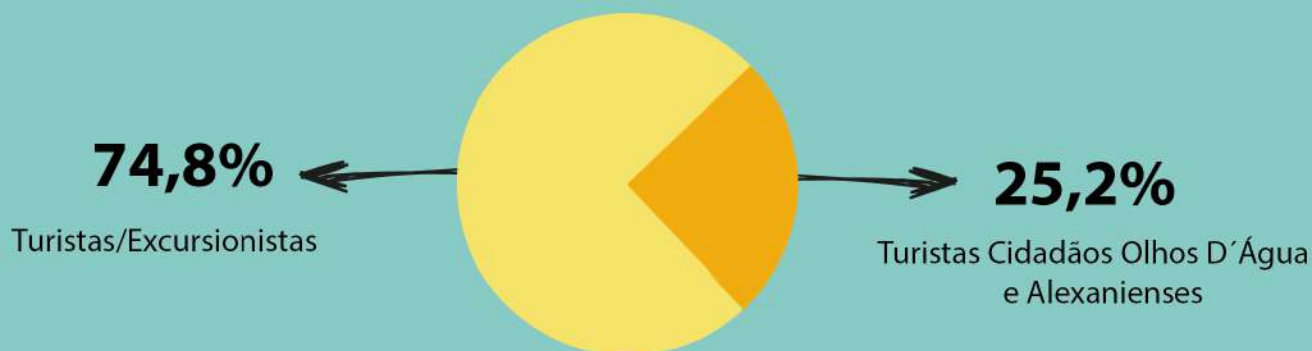
# 88ª Feira do Troca

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 2 a 4 de junho - Alexânia / Olhos D'Água

301 Respondentes



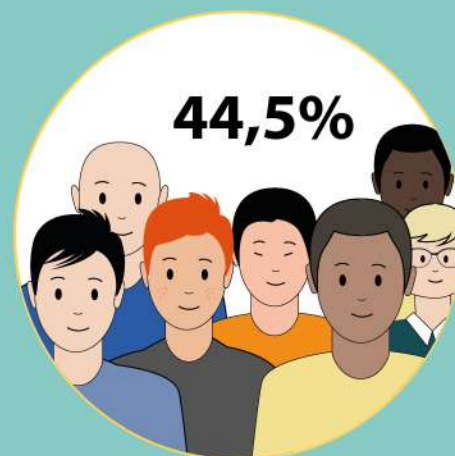
21% dos respondentes visitaram a feira pela primeira vez

94,7% dos respondentes pretendem voltar à Feira do Troca

49,5% souberam da Feira do Troca através de amigos ou parentes



Média de idade  
44 anos



**R\$ 4.433,62**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$337,68**  
Média de gastos  
dos respondentes no  
período do evento

**32%**  
Dos respondentes  
se hospedaram  
na casa de amigos  
ou parentes

**2 Noites**  
Média de pernoites

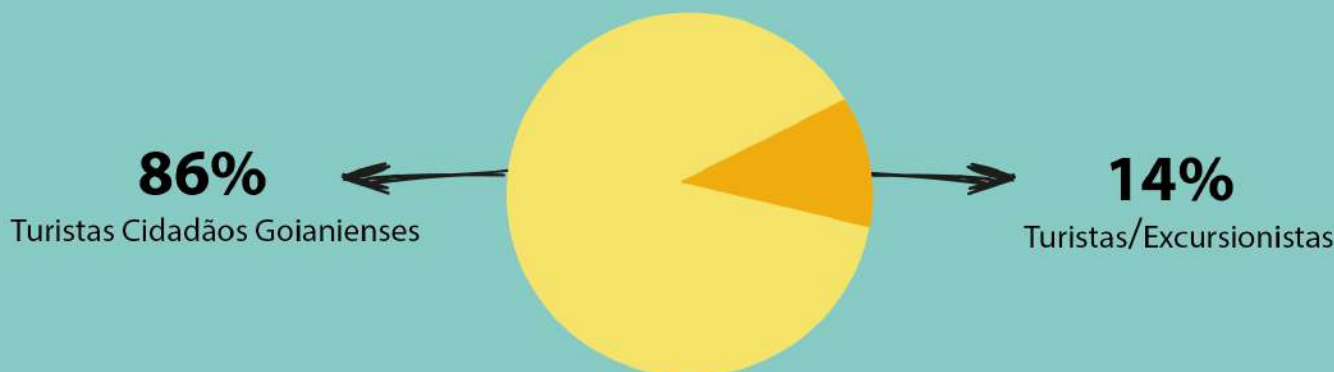
# Arraiá do Cerrado

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 27 a 30 de junho - Goiânia

**314** Respondentes



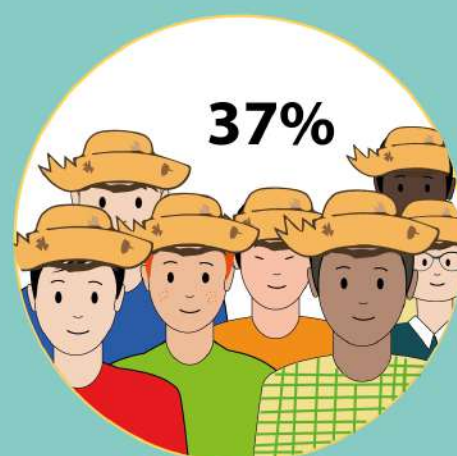
**66,9%** dos respondentes utilizaram o próprio carro como meio de transporte

**97,5%** dos respondentes são do estado de Goiás

**47,13%** dos respondentes souberam do evento via redes sociais



**Média de idade  
33 anos**



**R\$3.034,79**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$88,89**  
Gasto médio  
dos respondentes  
no evento

**34,08%**  
Dos respondentes  
tiveram como motivação  
para participar  
do evento os shows

**57.585**  
Público estimado  
para os 4 dias do evento

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



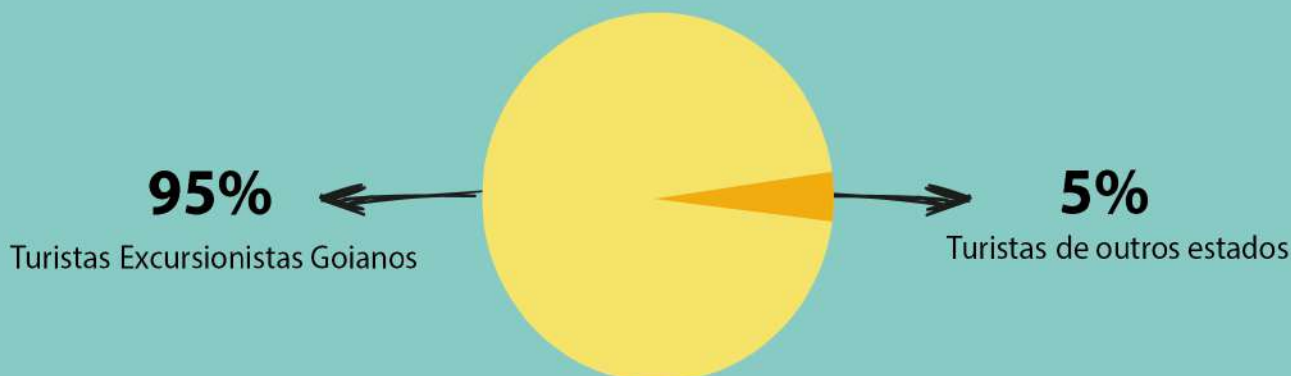
# Aruanã EmCanto e Temporada do Araguaia

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 20 a 23 de julho - Aruanã

200 Respondentes



34,5% dos respondentes se hospedaram na casa de amigos ou parentes

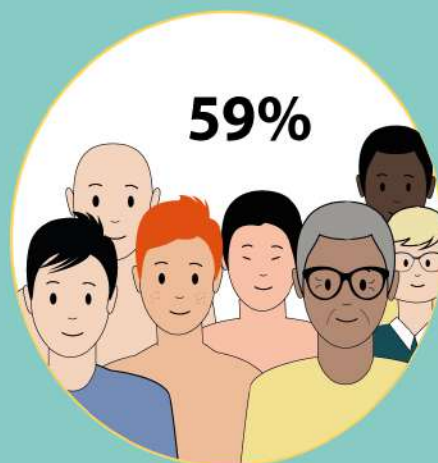
5,25 é a média de pernoites

99,5% dos respondentes pretendem visitar o destino novamente



41%

Média de idade  
37 anos



59%

**R\$ 4.757,55**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 119,83**  
Gasto médio diário  
dos turistas no  
período de pesquisa

**92%**  
Utilizaram seu próprio  
veículo para se  
deslocar até Aruanã

**31.500**  
Participantes no evento  
Aruanã EmCanto

# Romaria de Trindade Centro de Apoio ao Romeiro - OVG

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

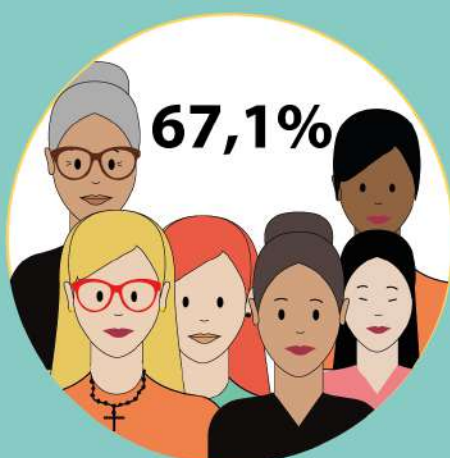
Período da Pesquisa: 23 de junho a 10 de julho - Trindade



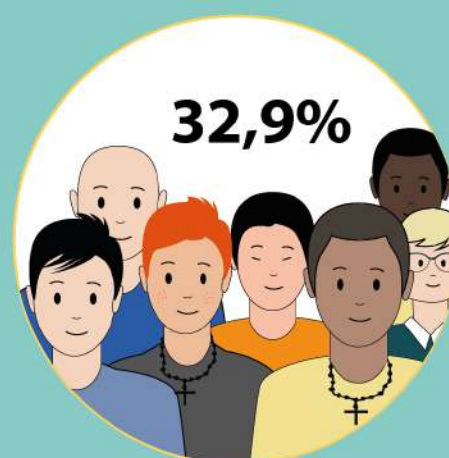
**15%** dos respondentes pernoveram em Trindade

**93,8%** dos respondentes são do estado de Goiás

**43%** dos respondentes afirmam que participar da festa já é uma tradição familiar



**Média de idade  
42 anos**



**R\$ 2.775,53**  
Média salarial  
dos respondentes

**66,7%**  
Dos respondentes  
possuem ensino médio  
completo

**99,4%**  
Consideram os serviços  
prestados pelo Centro de  
Apoio como muito  
importantes

**37,7 %**  
Dos respondentes  
afirmam que só vão  
à Trindade na ocasião  
da romaria



# Festa de Nossa Senhora d'Abadia do Muquém

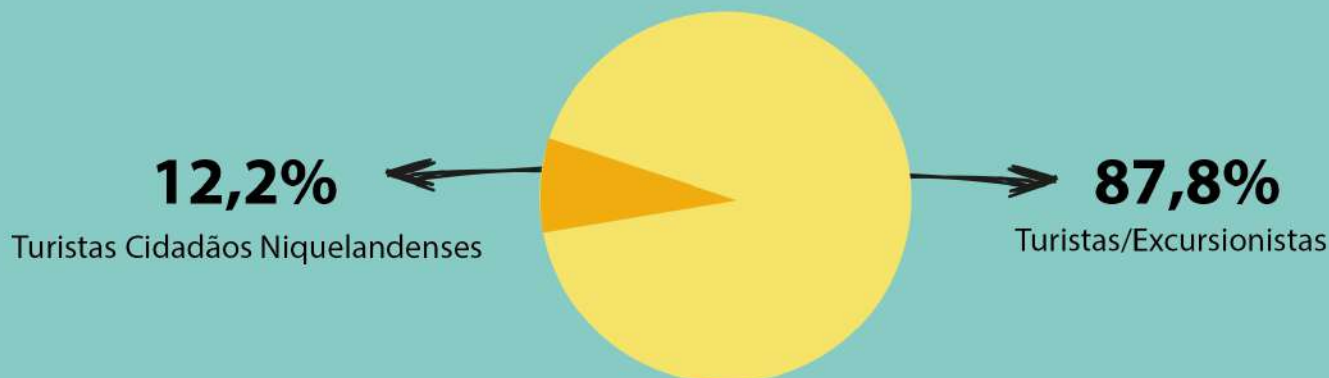
## Programa de Apoio ao Romeiro - OVG

Perfil e Satisfação do Participante

### Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 5 a 16 de agosto - Niquelândia

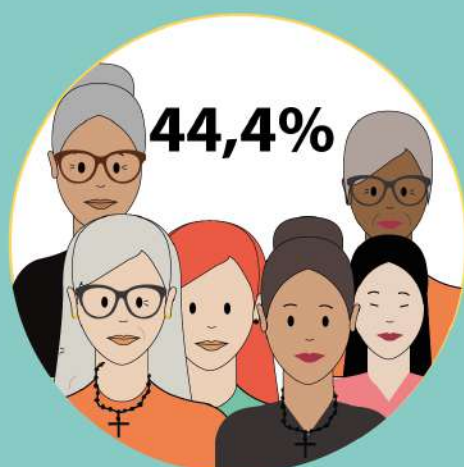
**516** Respondentes



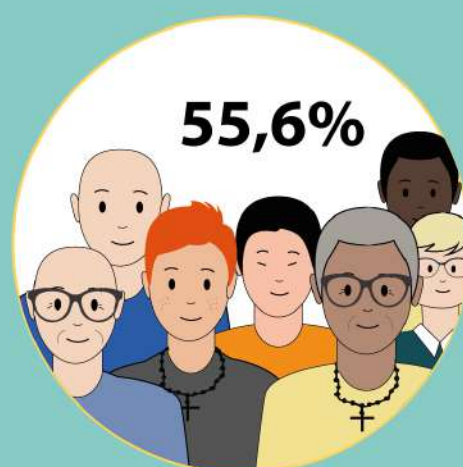
**85%** dos respondentes pernoveram na cidade

**63,8%** dos respondentes pernoveram em barracas

**4,8** é a nota do Programa de Apoio ao Romeiro OVG (avaliação de 1 a 5)



**Média de idade  
42 anos**



**R\$ 3.400,20**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 630,97**  
Média de gastos  
no período da festa

**17,8%**  
Dos respondentes são  
da cidade de Uruaçu

**5 dias**  
Média de pernoveres  
no local do evento

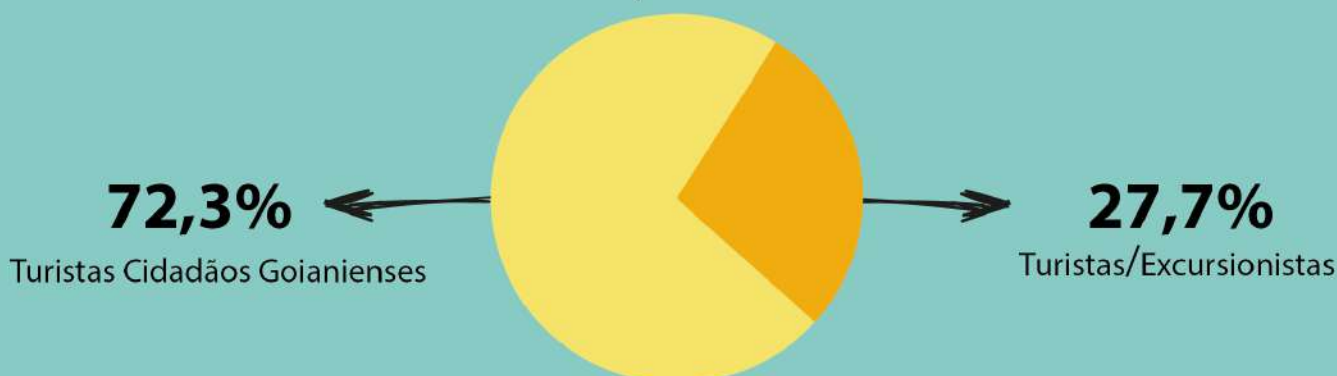
# 23º Goiânia Noise Festival

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 18 a 20 de agosto - Goiânia

300 Respondentes



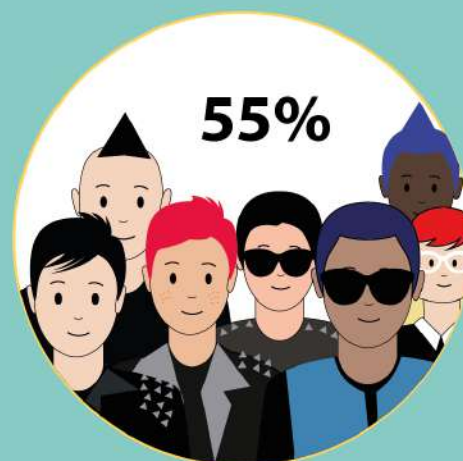
**60%** já participaram do evento pelo menos uma vez

**97%** dos respondentes pretendem voltar ao evento

**48%** dos respondentes souberam do evento pela rede social Facebook



**Média de idade  
30 anos**



**R\$ 3.633,48**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$70,67**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**97%**  
Dos respondentes  
recomendariam o evento  
a um amigo ou familiar

**71,3%**  
Tiveram suas  
expectativas superadas  
ou atendidas plenamente

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



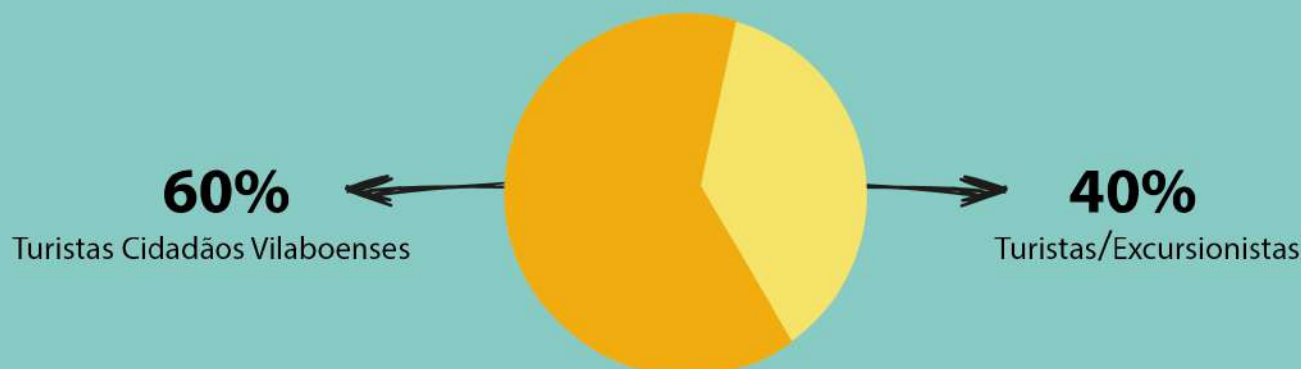
# XI Festival Gastronômico da Cidade de Goiás

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 7 a 10 de setembro - Cidade de Goiás

200 Respondentes



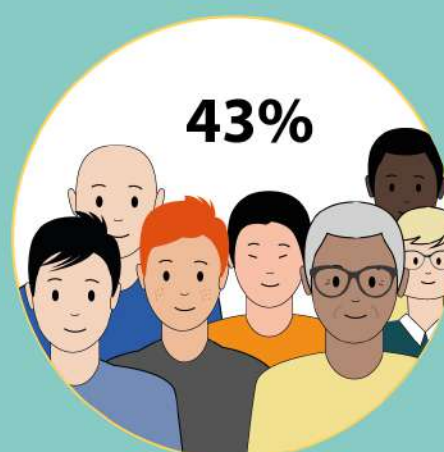
42,1% dos turistas pernoveram em pousada/hotel

96,5% dos respondentes são do estado de Goiás

3 noites é a média de pernoveres dos turistas na cidade



Média de idade  
40 anos



**R\$ 2.925,15**  
Média salarial  
dos respondentes

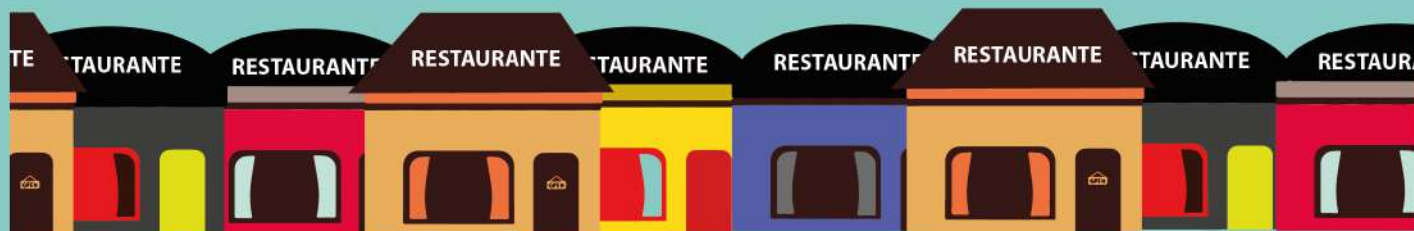
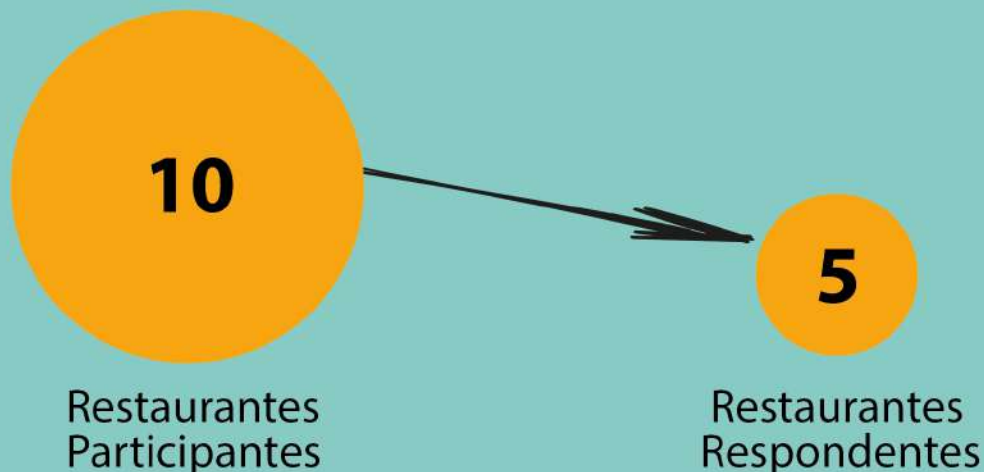
**R\$ 416,18**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no período do Festival

**88,7%**  
Dos respondentes  
pretendem voltar  
à Cidade de Goiás

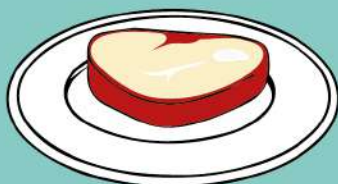
**20%**  
Dos turistas  
visitaram a cidade  
pela primeira vez

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 7 a 10 de setembro - Cidade de Goiás



**R\$ 14.057,50**  
Total de  
Receita gerada



O prato mais  
vendido foi: Picanha ao  
Molho 4 Queijos



**602 Unidades**  
Total de pratos  
vendidos



**4,41**  
Avaliação geral do evento  
(Notas de 1 a 5)



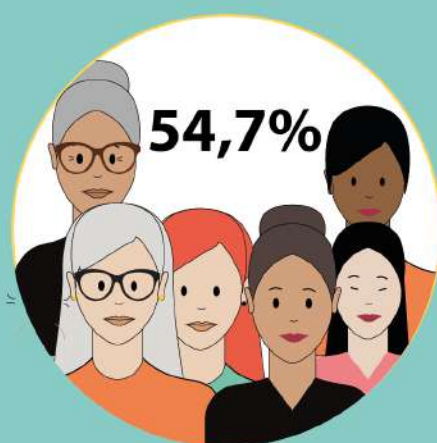
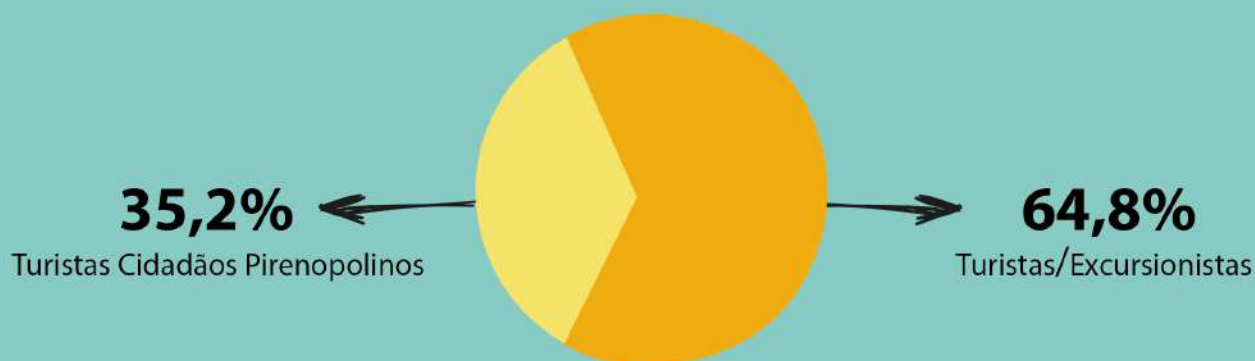
# XII Festival Gastronômico de Pirenópolis

Perfil e Satisfação do Participante

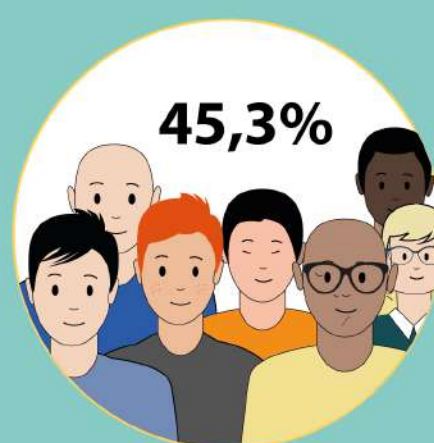
## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 14 a 17 de setembro - Pirenópolis

255 Respondentes



Média de idade  
38 anos



**R\$ 4.740,19**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 773,88**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no período do evento

**89,7%**  
Dos turistas  
pretendem voltar  
à cidade novamente

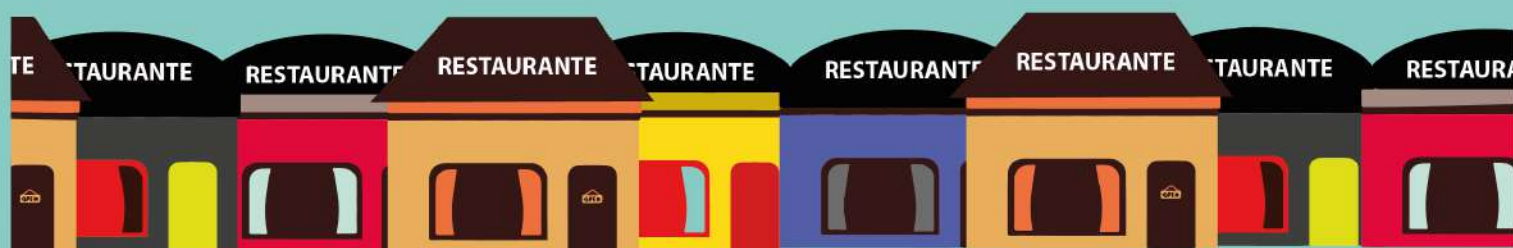
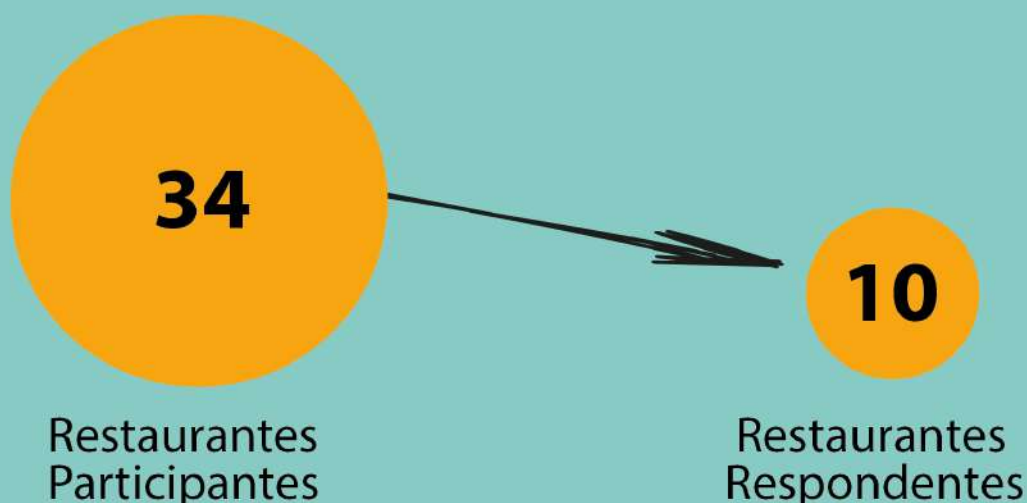
**21,9%**  
Dos turistas  
visitaram a cidade  
pela primeira vez

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

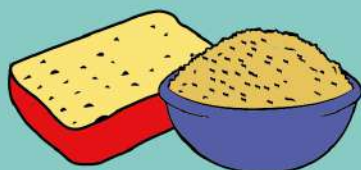
# Estabelecimentos Participantes do Festival Gastronômico da Pirenópolis

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 14 a 17 de setembro - Pirenópolis



**R\$ 27.200,00**  
Total de  
Receita gerada



O prato mais  
vendido foi: Escondidinho  
de Carne Seca com  
Farofa de Barú



**124 Unidades**  
Total de pratos  
vendidos



**2,01**  
Avaliação geral do evento  
(Notas de 1 a 5)

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



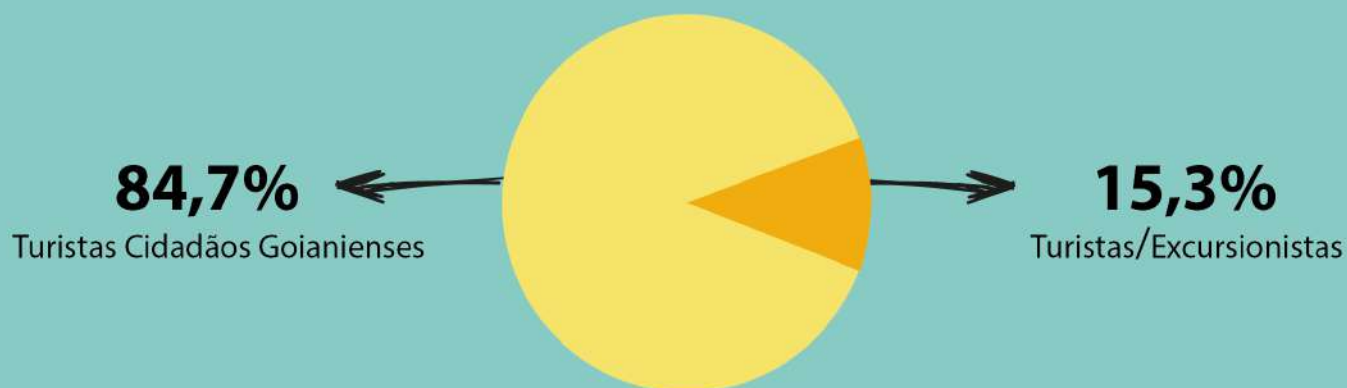
# Vaca Amarela

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 22 a 24 de setembro - Goiânia

203 Respondentes



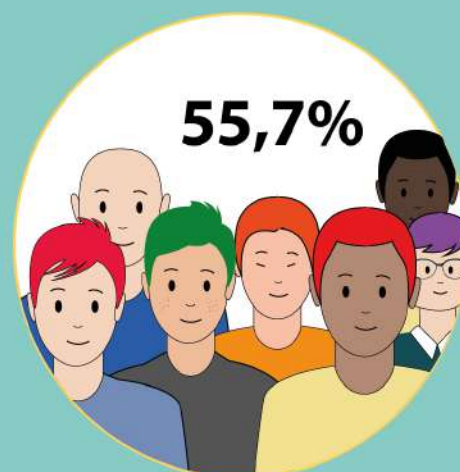
53,7% já participaram do evento

89,2% dos respondentes pretendem voltar ao evento

3,76 foi a nota média dos respondentes para o evento (avaliação de 1 a 5)



Média de idade  
24 anos



**R\$ 2.608,43**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 49,89**  
Gasto médio dos  
respondentes no evento  
(sem o valor do ingresso)

**39,4%**  
Dos respondentes  
souberam do evento  
pelo Facebook

**41,4%**  
Dos respondentes  
tiveram suas expectativas  
superadas ou atendidas  
plenamente

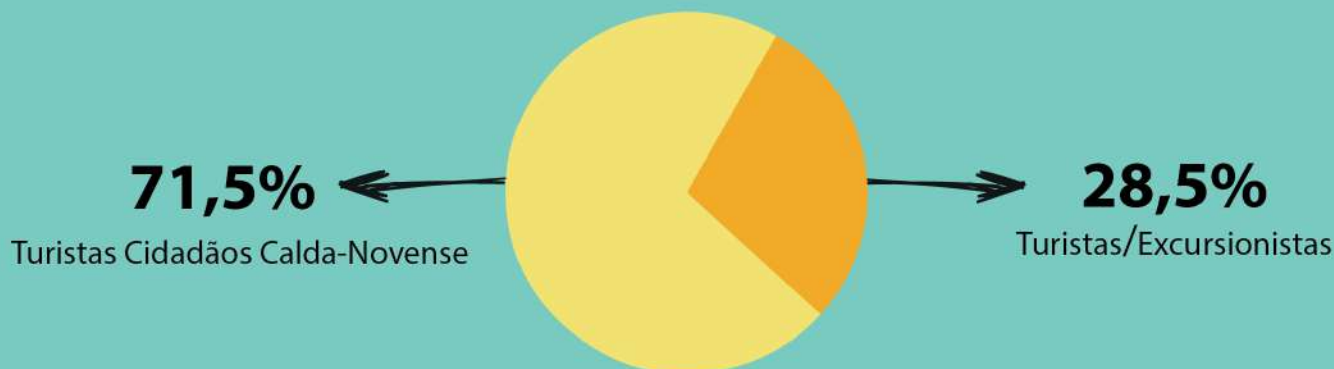
# IV Festival Gastronômico de Caldas Novas

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 12 e 15 de outubro - Caldas Novas

200 Respondentes



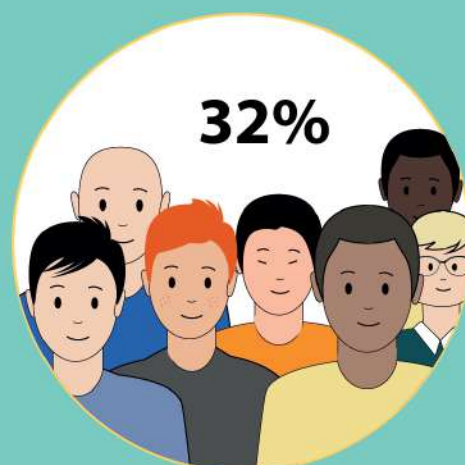
87,3% dos turistas pretendem voltar à cidade novamente

27,5% dos respondentes souberam do evento por meio de Redes Sociais

14,5% dos turistas visitaram a cidade pela primeira vez



Média de idade  
44 anos



**R\$ 3.980,32**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 865,13**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**45%**  
Dos turistas pernoveram  
em pousada/hotel

**87%**  
Dos respondentes  
são do Estado de Goiás



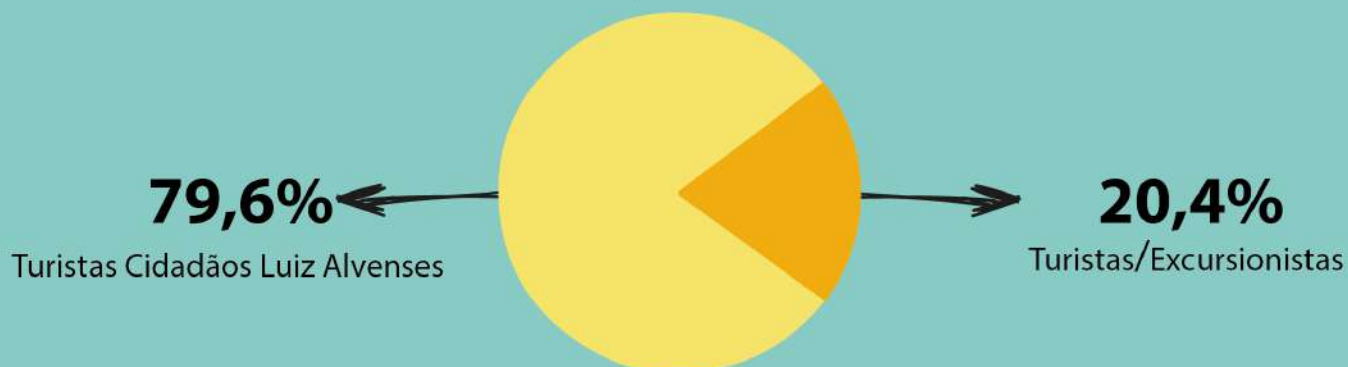
# I Festival Gastronômico de Luiz Alves

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 02 a 04 de novembro - Luiz Alves

113 Respondentes



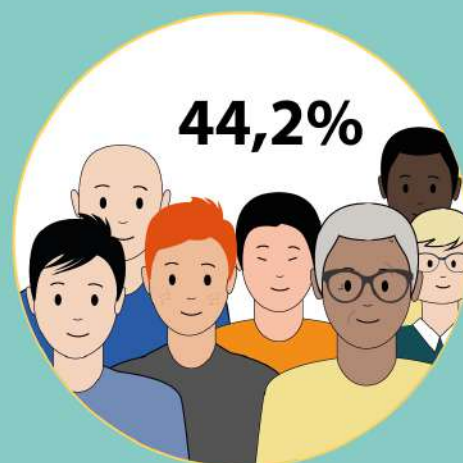
69,6% dos turistas pernoveram em pousada/hotel

92% dos respondentes são do Estado de Goiás

17,4% dos respondentes visitam o município pelo uma vez por ano



Média de idade  
40 anos



**R\$ 4.433,62**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 972,17**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no destino durante  
os dias do evento

**4 Noites**  
Média de pernoveres  
no destino

**4,54**  
Nota média do evento  
(avaliação de 1 a 5)

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)

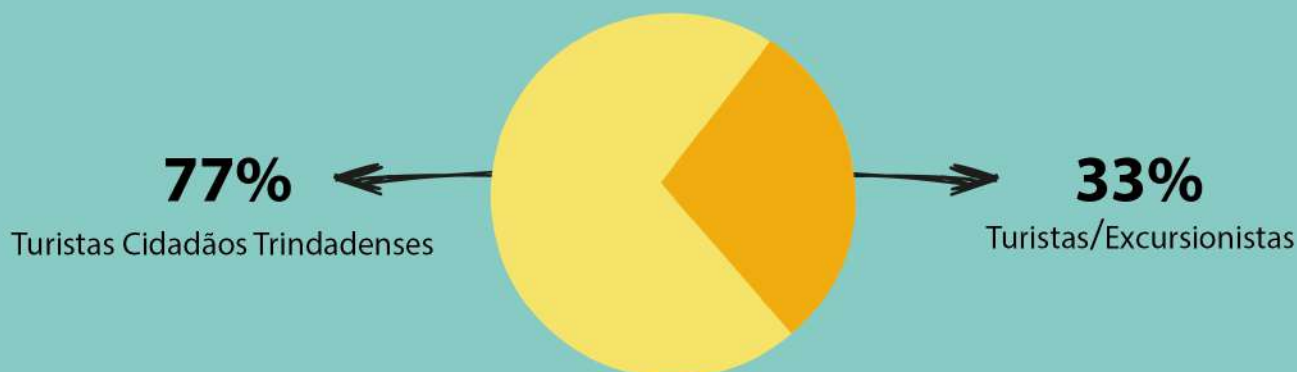
# V Festival Gastronômico de Trindade

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 30 de novembro a 2 de dezembro - Trindade

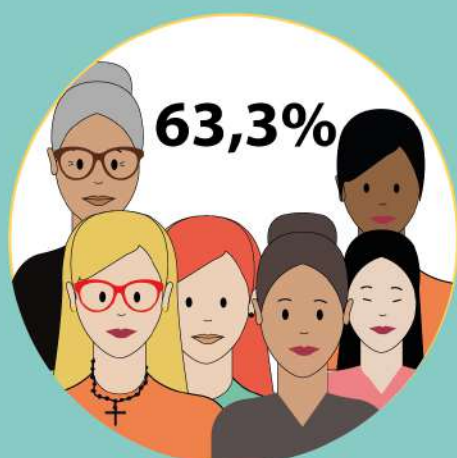
**196** Respondentes



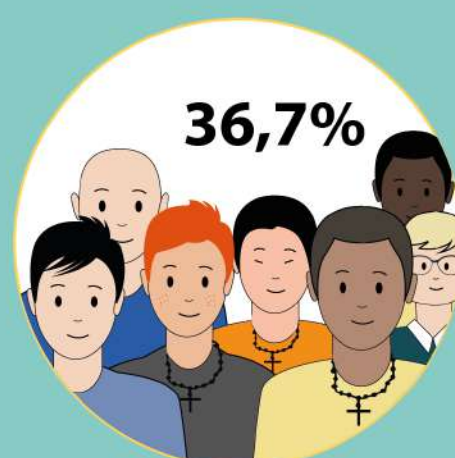
**89,4%** dos turistas já visitaram a cidade em outra ocasião

**48%** dos respondentes foram ao evento com um grupo familiar

**4,6** foi a nota média dos pratos (avaliação de 1 a 5)



**Média de idade  
38 anos**



**R\$ 3.766,32**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 71,72**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**3 Pessoas**  
A média do tamanho dos  
grupos que participaram  
do evento

**77%**  
Dos respondentes  
são de Trindade

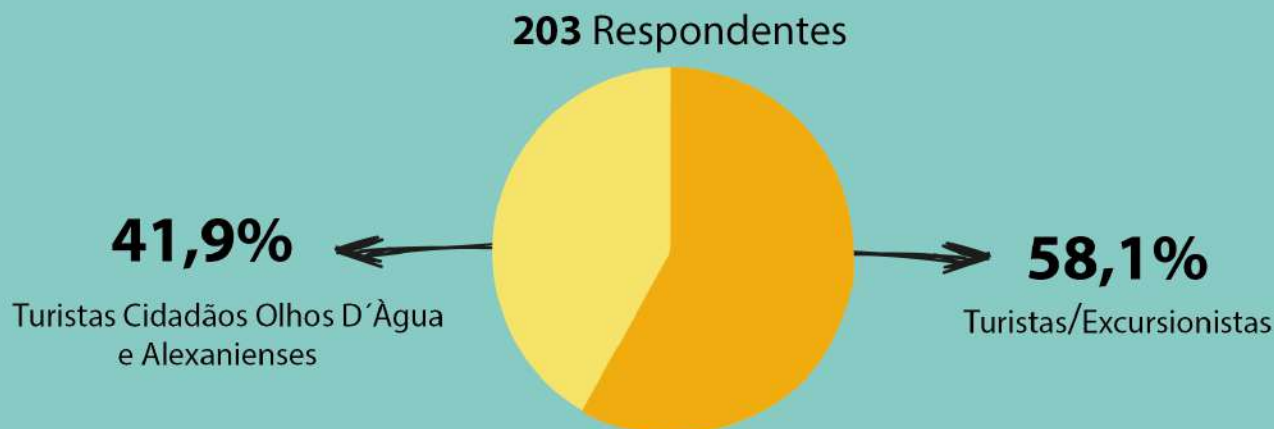


# 89ª Feira do Troca

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

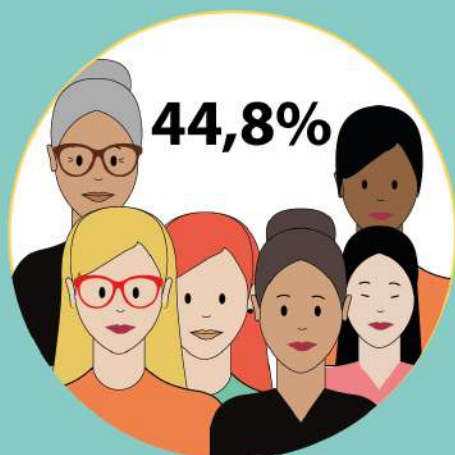
Período da Pesquisa: 1 a 3 de dezembro - Alexânia/ Olhos D' Água



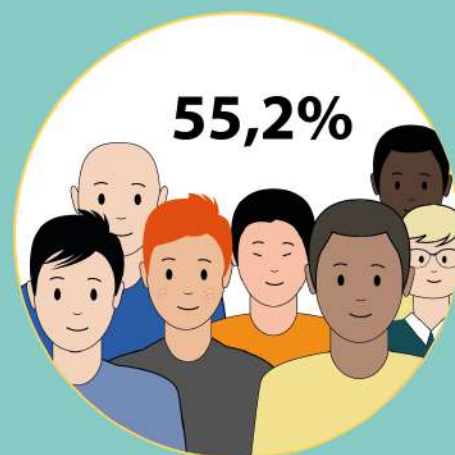
**31%** dos respondentes ficaram sabendo da Feira do Troca por meio de amigos ou parentes

**96,6%** dos respondentes pretendem voltar à Feira do Troca

**32%** dos respondentes participaram da feira por tradição



**Média de idade  
46 anos**



**R\$ 3.368,33**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$366,88**  
Média de gastos  
dos respondentes  
no período do evento

**43,2%**  
Dos respondentes  
se hospedaram  
na casa de amigos  
ou parentes

**57,6%**  
Dos turistas e  
excursionistas  
são da cidade de  
Brasília

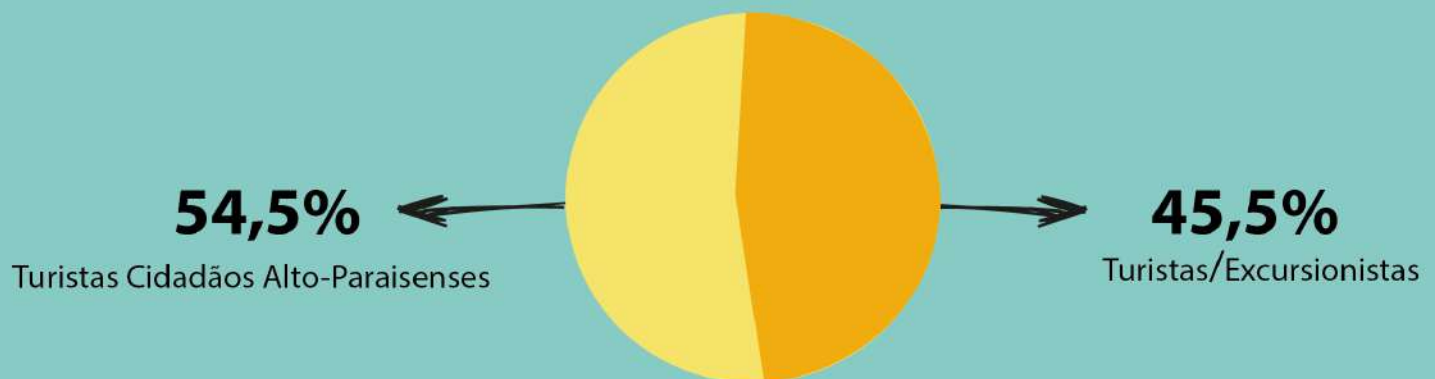
# II Festival Gastronômico de Alto Paraíso de Goiás

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 14 a 16 de dezembro - Alto Paraíso de Goiás

100 Respondentes



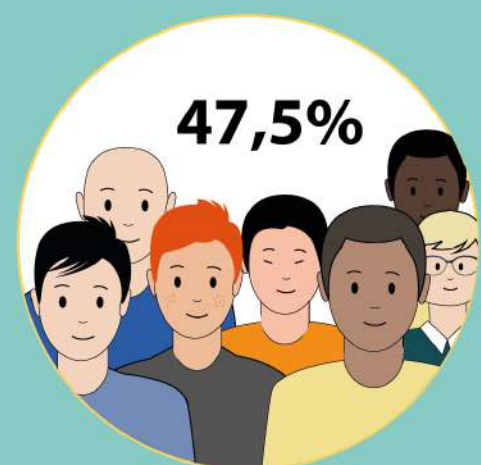
44,4% dos respondentes estão em Alto Paraíso de Goiás pela primeira vez

26,3% dos respondentes foram ao evento com um grupo familiar

4,3 foi a nota média do evento (avaliação de 1 a 5)



Média de idade  
36 anos



**R\$ 3.349,44**  
Renda média  
dos respondentes

**R\$ 373,89**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**46,7%**  
Dos repondentes tinham  
como principal interesse  
apreciar atrativos naturais

**70,7%**  
Dos respondentes  
são do estado de Goiás



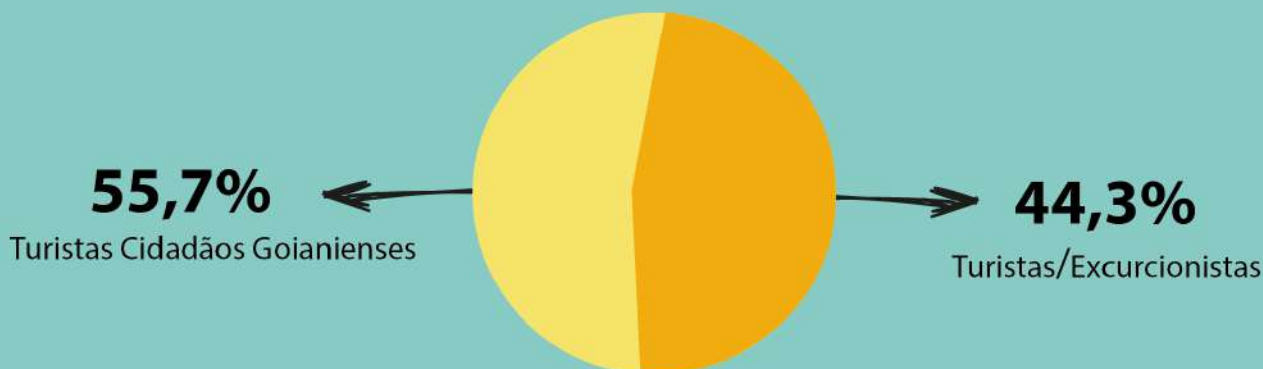
# Rua 44 e Adjacências

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 19 a 22 de dezembro - Goiânia

300 Respondentes



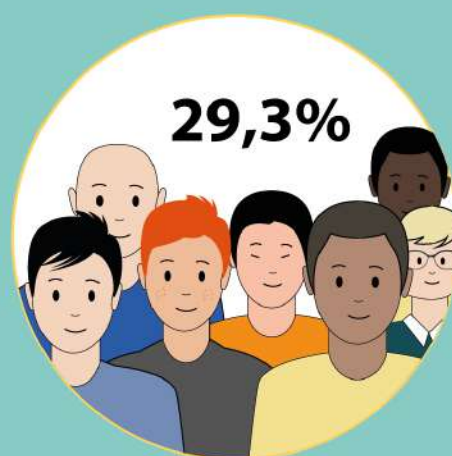
78% dos respondentes são do Estado de Goiás

95,3% dos respondentes pretendem voltar às lojas da Rua 44

55% dos respondentes tiveram suas expectativas superadas ou atendidas plenamente



Média de idade  
35 anos



**R\$ 3.086,06**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$1.584,45**  
Média de gastos  
dos respondentes  
nas lojas da Rua 44

**58,3%**  
Dos respondentes  
estavam em  
grupo familiar

**74,7%**  
Dos respondentes  
fizeram a maior parte  
das compras de final do  
ano nas lojas da rua 44

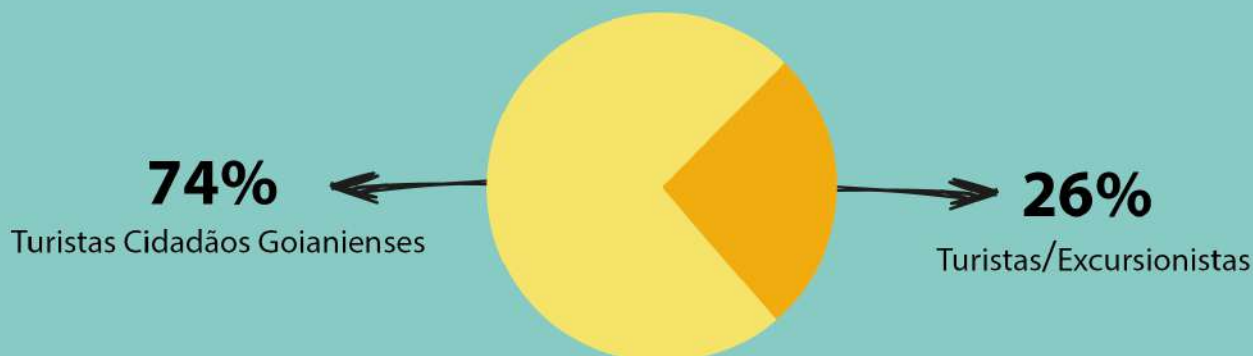
# Show de Natal na Praça Cívica - OVG

Perfil e Satisfação do Participante

## Destaques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 1 a 25 de dezembro - Goiânia

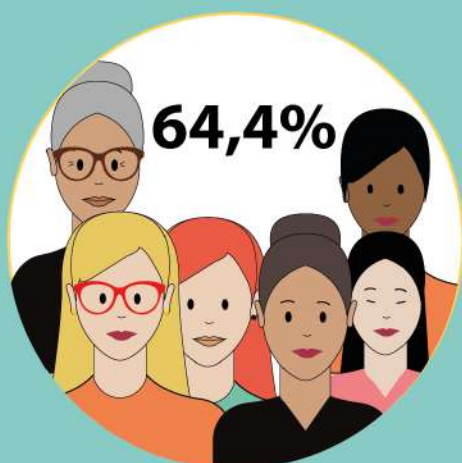
821 Respondentes



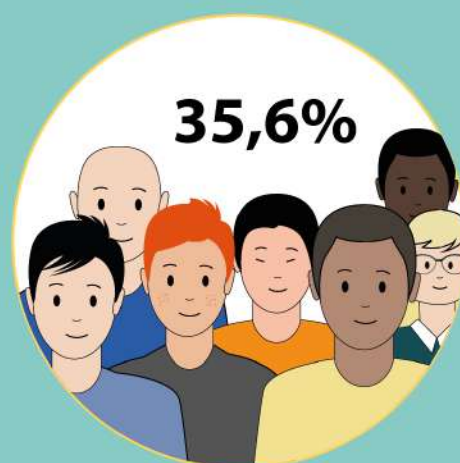
**96,5%** dos respondentes são do Estado de Goiás

**55,2%** dos turistas pernoveram na cidade

**5,7** é a média de pernoveres



**Média de idade  
36 anos**



**R\$ 2.183,00**  
Média salarial  
dos respondentes

**44,1%**  
Dos respondentes  
possuem ensino  
médio completo

**R\$ 65,80**  
Gasto médio no  
evento

**4,4**  
Nota média de  
avaliação do evento  
(avaliação de 1 a 5)

Obs: O relatório na íntegra está disponível no site [www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)



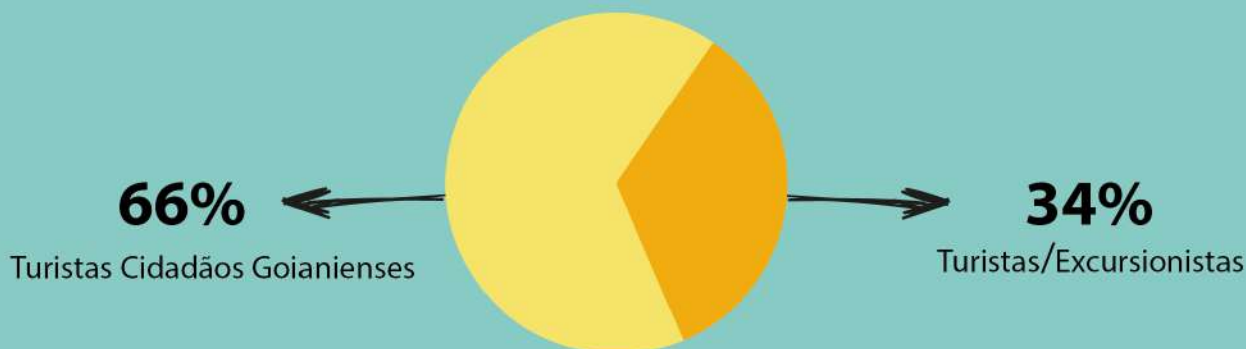
# Réveillon

Perfil e Satisfação do Participante

## Destques da Pesquisa

Período da Pesquisa: 31 de dezembro - Goiânia

150 Respondentes



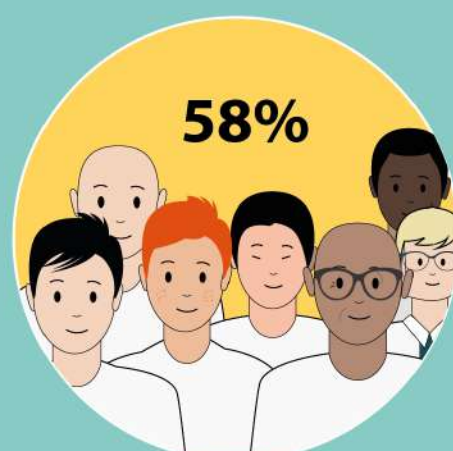
94,7% recomendariam o evento a um amigo ou familiar

58,7% estavam participando do evento pela primeira vez

44% dos respondentes estavam em grupo de amigos



Média de idade  
38 anos



**R\$ 2.176,04**  
Média salarial  
dos respondentes

**R\$ 84,98**  
Gasto médio dos  
respondentes no  
evento

**39,3%**  
Dos respondentes  
tiveram como motivação  
o show da dupla  
Chitãozinho e Xororó

**66%**  
Dos respondentes  
tiveram suas  
expectativas superadas  
ou atendidas





Ilustrações 34, 35, 36, 37, 38, respectivamente, grafites em Goiânia, obras dos seguintes artistas: Helen Fernanda, Iowa e Kbelin, Gomez, Mateus Dutra e Tiago Dequete no Beco da Codorna - Centro



# Lista de Fórmulas:

Profissional responsável: Rafael de Araújo Rosa - Técnico em Estatística

## 1 Justificativa

A seguir, fórmulas utilizadas para a construção do Boletim de Dados do Turismo em Goiás.

## 2 Fórmulas

### 2.1 Soma Total

$$\sum_{i=1}^n x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n,$$

onde  $i=1,2,3,\dots,n$ .

### 2.2 Proporção em Percentual

$$p_i = \frac{f_i}{n}$$

### 2.3 Variabilidade Relativa Percentual

$$\frac{x_{t1} - x_{t0}}{x_{t0}} * 100$$

Onde,  $t_0$ =Valor no tempo inicial e  $t_1$ =Valor tempo final.

### 2.4 Média Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}, \quad i = 1, 2, 3, \dots, n.$$

### 2.5 Variância Amostral

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}$$

# Mini Glossário

**Turista Cidadão:** Segundo (MOESCH, 2005), o turista cidadão é aquele morador da localidade que vivência práticas sociais, no seu tempo rotineiro, dentro de sua cidade, de forma não rotineira, onde é provado em relação à cidade. Turista cidadão é aquele que resgata a cultura da sua cidade fazendo uso do estranhamento da mesma. Este estranhamento inicia no momento em que o indivíduo descobre no espaço cotidiano outras culturas, outras formas étnicas e outras oportunidades de lazer e entretenimento. Quando se encontra na situação de turista cidadão, este sujeito aprende a utilizar os espaços ambientais, culturais, históricos, comerciais e de entretenimento com uma percepção diferenciada do seu cotidiano.

**Turista:** Visitantes que pernoitam no local visitado.

**Excursionista ou visitantes de um dia:** aqueles que permanecem menos de 24 horas no local visitado.

**Autóctones:** O que ou quem é natural do país ou região que habita e descende da raças que ali sempre viveram.

# Ficha Técnica

## GOVERNO ESTADUAL

José Eliton de Figuerêdo Júnior  
Governador do Estado de Goiás

## AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Leandro Marcel Garcia  
Presidente

Maria Cristina Alves Pereira  
Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli  
Diretor de Gestão, Planejamento e Finanças

## Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisas Turísticas e Eventos

João Bittencourt Lino  
Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

Pedro Almeida Nunes Júnior  
Gerente de Projetos, Pesquisas e Produtos Turísticos

Luciano Guimarães Soares  
Coordenador do Núcleo de Estruturação de Destinos Turísticos

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

Rafael de Araújo Rosa  
Técnico Estatístico responsável pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás

## Estagiárias

Giovanna Gomes Silva Germano – Turismo  
Evelyn Cristina Ribeiro Bucar – Geografia  
Iraides Moraes Reis – Turismo  
Maria Carolina Gomes Peixoto – Economia  
Rosimeire Pereira Costa - Estatística  
Solange Pereira Silva – Design Gráfico

## CRÉDITOS

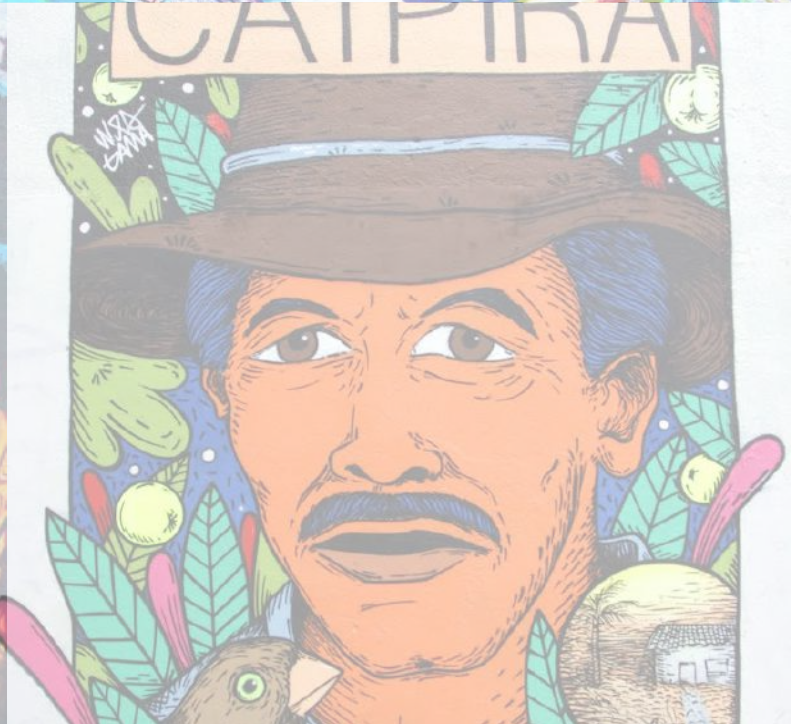
Giovanna Adriana Tavares Gomes  
Coordenadora do Projeto Boletim de Dados do Turismo, organização das informações e dados, análises estatísticas, análises econômicas e redação dos textos

Rafael de Araújo Rosa  
Análises estatísticas, econômicas e textos

Giovanna Adriana Tavares Gomes  
Solange Pereira Silva  
Projeto Gráfico e Design

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar  
João Bittencourt Lino  
Maria Carolina Gomes Peixoto  
Vibia Camargo Vieira Ferreira  
Supervisão de textos e correção ortográfica





Ilustrações 39, 40, 41, 42, 43, respectivamente, grafites em Goiânia, obras dos seguintes artistas: Luz, Gerdaz, Wes Gama, Decy, Morbeck e Decy no Bacião e beco 91, Setor Sul.





# Goiás Turismo

Rua 30, esquina com a Rua 4  
Centro de Convenções, 2º Andar  
Goiânia Goiás, Brasil. CEP 74.015-010  
[www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)  
[observatoriodoturismo.go@gmail.com](mailto:observatoriodoturismo.go@gmail.com)

Ilustrações de Gutto Lemes, Solange Silva e Rafael Filho

