

OBSERVATÓRIO  
DO TURISMO  
ESTADO DE GOIÁS

# Censo Hoteleiro Anápolis 2018









# Índice

4

Apresentação

8

Bloco I – Identificação da Empresa / Entrevistado

17

Bloco II – Capacidade de Atendimento / Instalações

29

Bloco III – Serviços Adicionais Oferecidos

33

Bloco IV – Formas de Pagamentos /

37

Bloco V – Ocupação / Hóspedes/Clientes

49

Bloco VI – Empregados/ Benefícios

57

Bloco VII – Necessidades da Empresa / Gestão

68

Bloco VIII – Sustentabilidade

71

Glossário

73

Refêrencias

74

Ficha Técnica

75

Créditos

77

Apêndice/ Relação dos 27 Meios de Hospedagem participantes da pesquisa censitária 2018

## **1 APRESENTAÇÃO**

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

### **1.1 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos**

A equipe técnica da Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos são formados por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo e Estatística e estagiários das áreas de estatística, geografia e design. O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de um banco de dados, colaborando para o desenvolvimento de um Turismo planejado a partir de dados da cadeia produtiva dos serviços turísticos no Estado de Goiás. Todos os trabalhos realizados pela Diretoria e seus parceiros são disponibilizados no Observatório do Turismo do Estado de Goiás ([www.observatoriodoturismo.tur.br](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)).

### **1.2 Observatório do Turismo do Estado de Goiás**

O Observatório do Turismo foi criado em 2008 por uma equipe de professores na Faculdade Senac - GO e desde 2010 pertence ao Núcleo de Pesquisa da Goiás Turismo, tendo como missão a produção de pesquisa conforme descrito a seguir: 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.

## **2 CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS 2018**

A pesquisa aconteceu nos meios de hospedagem da cidade de Anápolis entre os dias 23 e 26 de Janeiro de 2018 e foi fruto da parceria entre Goiás Turismo / Observatório do Turismo do Estado de Goiás, ABIH - Associação Brasileira da Indústria e Hotéis - GO e Convention & Visitors Bureau de Anápolis, bem como seus associados e teve como principal objetivo quantificar os estabelecimentos de hospedagem existentes em Anápolis, bem como apresentar o cenário atualizado das potencialidades do mercado hoteleiro de Anápolis. A pesquisa traz relevantes subsídios para gestores público e privado, permitindo a adoção de políticas voltadas para a melhoria e ampliação do setor.

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 Descrição da Pesquisa**

Afim de conhecer o perfil dos meios de hospedagem da cidade de Anápolis e identificar os seguintes itens: Capacidade de atendimento / instalações, serviços adicionais oferecidos, formas de pagamento / tarifas, ocupação/clientes funcionários /benefícios, necessidades da empresa / gestão, e sustentabilidade.

A pesquisa utilizou como metodologia o formato de levantamento censitário e contamos com a participação e informações dos gestores dos meios de hospedagem de Anápolis onde foi levantado um rol de informações quantitativas sobre a situação dos empreendimentos hoteleiros.

O questionário utilizado teve por base a mesma estrutura dos questionários aplicados em anos anteriores pelo solicitante (ABIH – GO). A pesquisa cobriu 27 empreendimentos na cidade Anápolis. A participação dos atores envolvidos no processo de investigação deu-se praticamente em todas as etapas da pesquisa. Ela ocorreu na escolha do instrumento de coleta, na definição da estratégia do levantamento dos meios de hospedagem e na realização do trabalho de campo, em que a Coordenação do Observatório do Turismo do Estado de Goiás, pesquisadores e entidades envolvidas atuaram como entrevistadores e facilitadores dos contatos dos meios de hospedagem. Finalmente, todos os atores envolvidos participaram da disseminação dos resultados à sociedade através deste documento. Este trabalho procura retratar essa experiência de pesquisa participativa e censitária realizada pela equipe do Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas. Para a Tabulação foi utilizado o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados para gerar este relatório técnico.

#### **4 APRESENTANDO ANÁPOLIS E SUAS POTENCIALIDADES**

Anápolis é um município do estado de Goiás pertencente à Mesorregião Centro Goiano e a Microrregião de Anápolis. Sua altitude é de 1.017 metros, com clima tropical e uma estação seca. Uma de suas maiores características regionais é ter o clima mais ameno que a capital Goiânia. A cidade está a 48 km da capital goiana e a 140 km da capital Brasília, compondo um eixo econômico e populacional que é a maior concentração urbana da região e seu principal polo industrial. Com população estimada em 2017 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 375.142 habitantes, o município constitui-se no terceiro maior município do estado em população e sua segunda maior força econômica, com um PIB de mais de R\$ 13.301.496,92 bilhões (Unidade: R\$ x 1.000) em 2015. A cidade se firmou como polo industrial, com destaque para o ramo farmacêutico a partir da instalação do Distrito Agroindustrial em 1976. A cidade é cortada pelas rodovias federais BR-153, BR-060 e BR-414, pelas rodovias estaduais GO-222, GO-330, GO-437 e GO-560 e pela Ferrovia Centro-Atlântica, sendo ponto inicial da Ferrovia Norte Sul, que está sendo integrada à FCA (uma das mais importantes ferrovias do País).

No mapa turístico oficial do estado de Goiás Anápolis compõe a Região Turística dos Negócios e Tradições devido a sua forte vocação impulsionada pelo Distrito Agroindustrial de Anápolis – DAIA (DAIA é um dos maiores do Centro-Oeste onde se encontra um polo farmacêutico, grandes indústrias, montadoras de carros, instaladas no local e que geram uma expressiva oferta de emprego ao estado de Goiás). Diante desse cenário promissor percebemos a importância da cidade de Anápolis para o estado de Goiás que de acordo com o IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, um terço da população possui menos de 29 anos e apenas 4% maiores de 60. Anápolis ainda oferece outros atrativos que promovem a qualidade de vida da população, como os parques ambientais Ipiranga e da Liberdade e museus como: Museu Histórico Alderico Borges de Carvalho, Museu de Artes Plásticas de Anápolis e Museu de História dos Salesianos do Brasil.



# REGIÃO DOS NEGÓCIOS E TRADIÇÕES

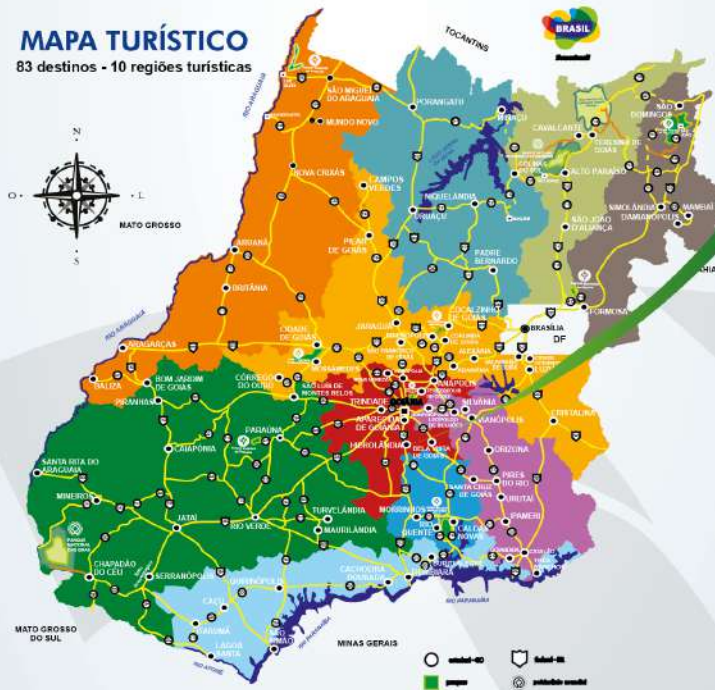






**MAPA TURÍSTICO**

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



LINDO DE MAIS!

HEÇA O CORAÇÃO DO BRASIL

## BLOCO I – IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO

No Bloco I apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da identificação do perfil do gestor e da empresa. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos meios de hospedagem. Destaques para informações da tabela 7, gráfico 3, tabela 9 e gráfico 5.

**Na tabela 7 e gráfico 3:** destacamos o tempo de atividade dos Meios de Hospedagem visitados. Dos 27 empreendimentos visitados 40,7% funciona a mais de vinte anos.

**A tabela 9 e o gráfico 5:** referem-se ao porte das empresas. Segundo o BNDS – Banco Nacional do Desenvolvimento classificam-se como microempresa, empresas que possuem receita operacional, bruta ou anual menor ou igual a R\$ 360 mil, pequena empresa com renda maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões, média empresa com renda maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões e grande empresa com receita maior que R\$ 300 milhões. No caso das empresas hoteleiras de Anápolis, 74,1% se enquadram na categoria Microempresas.

**Tabela 1:** Gênero dos respondentes.

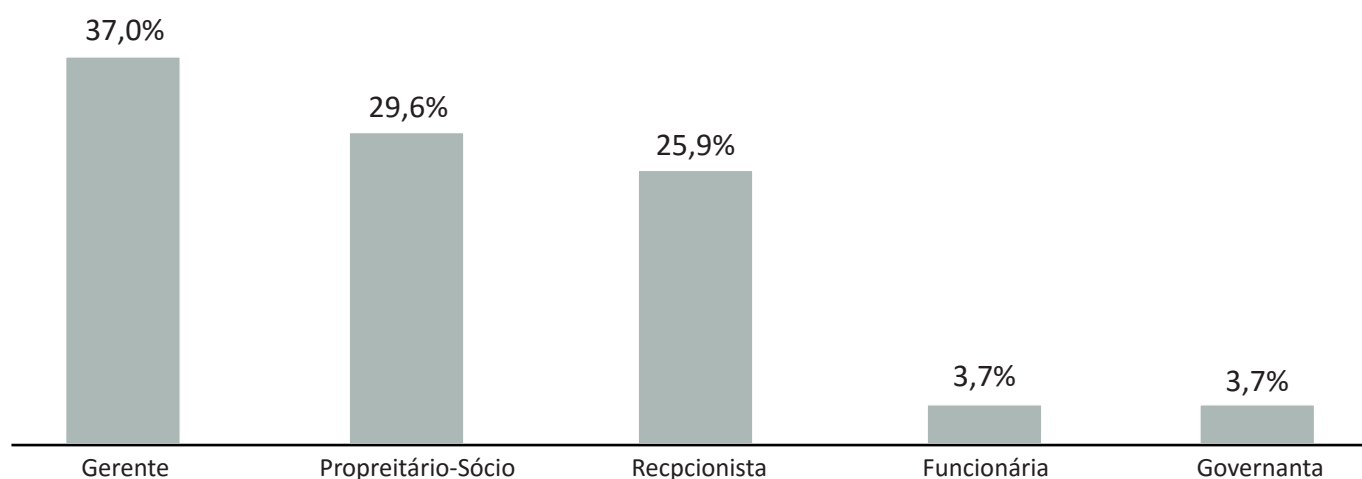
	Respondentes	%
Feminino	10	37,0%
Masculino	17	63,0%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 2:** Função dos respondentes.

	Respondentes	%
Gerente	10	37,0%
Proprietário-Sócio	8	29,6%
Recepcionista	7	25,9%
Funcionária	1	3,7%
Governanta	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>



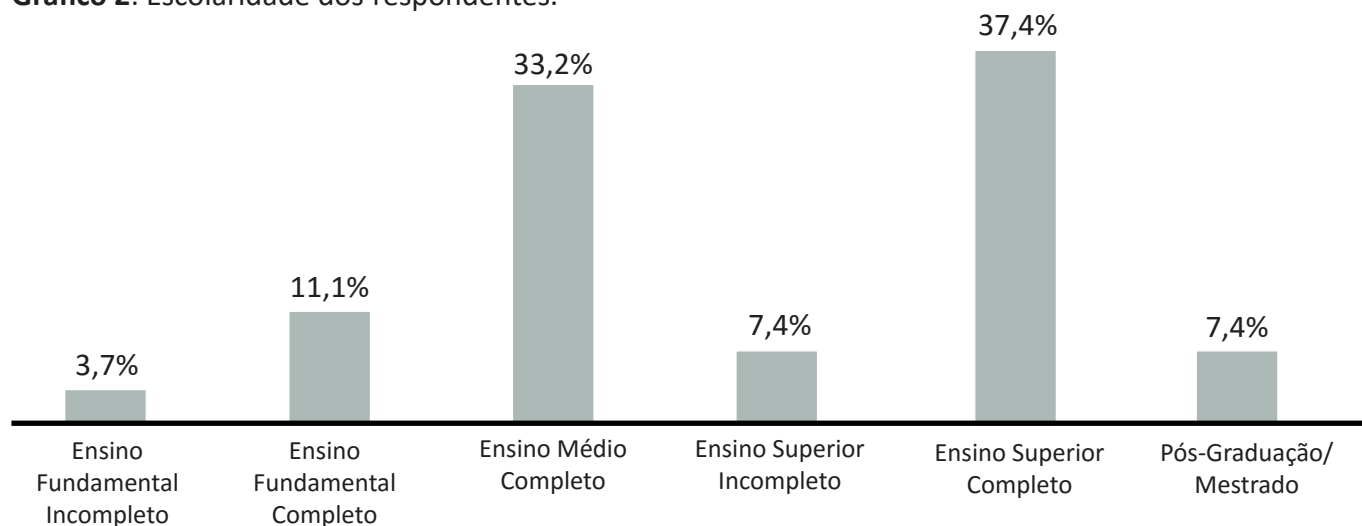
**Gráfico 1:** Função dos respondentes.



**Tabela 3:** Escolaridade dos respondentes.

Respondentes		%
Ensino Fundamental Incompleto	1	3,7%
Ensino Fundamental Completo	3	11,1%
Ensino Médio Completo	9	33,3%
Ensino Superior Incompleto	2	7,4%
Ensino Superior Completo	10	37,0%
Pós-Graduação/Mestrado	2	7,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 2:** Escolaridade dos respondentes.



**Tabela 4:** Respondentes que possuem ou não E-mail.

	Respondentes	%
Sim	19	70,4%
Não	8	29,6%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 5:** Respondentes que possuem ou não Site.

	Respondentes	%
Sim	14	51,9%
Não	13	48,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 6:** Respondentes que possuem ou não Redes Sociais.

	Respondentes	%
Sim	12	44,4%
Não	15	55,6%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

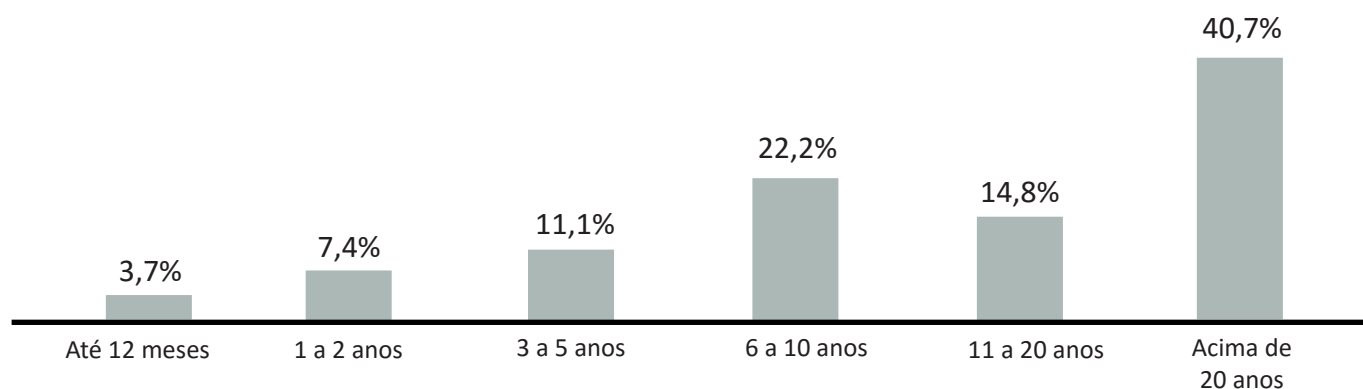
**Tabela 7:** Tempo de Atividade do Meio de Hospedagem.

	Respondentes	%
Até 12 meses	1	3,7%
1 a 2 anos	2	7,4%
3 a 5 anos	3	11,1%
6 a 10 anos	6	22,2%
11 a 20 anos	4	14,8%
Acima de 20 anos	11	40,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 8:** Medidas de resumo da tabela 7.

Mínimo	Média	Máximo
8 Meses	6,3 Anos	25 Anos

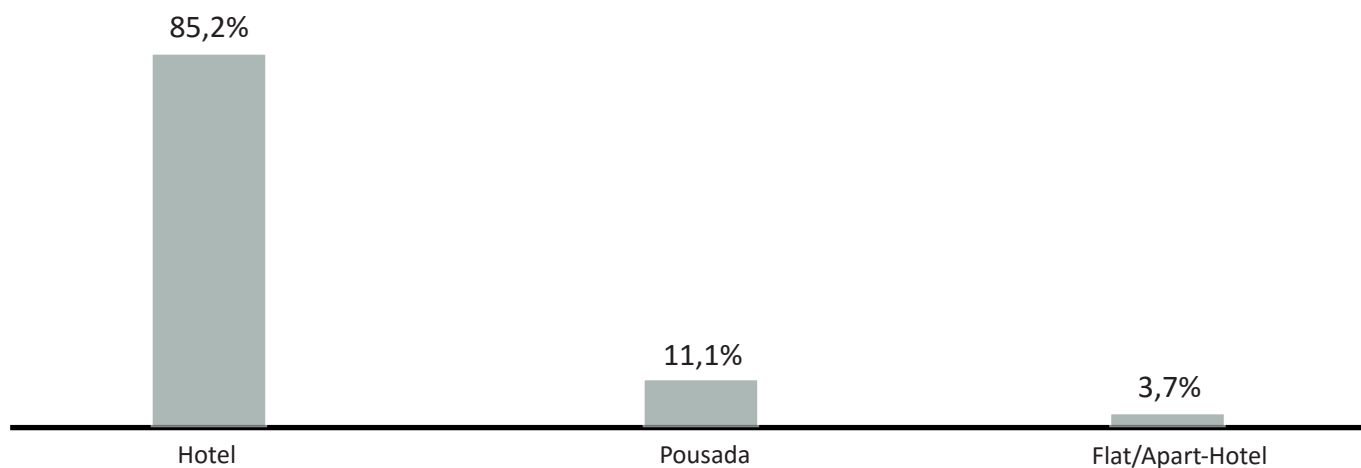
**Gráfico 3:** Tempo de Atividade do Meio de Hospedagem.



**Tabela 9:** Categorias de hospedagem.

	Respondentes	%
Hotel	23	85,2%
Pousada	3	11,1%
Flat/Apart-Hotel	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 4:** Categorias de hospedagem.

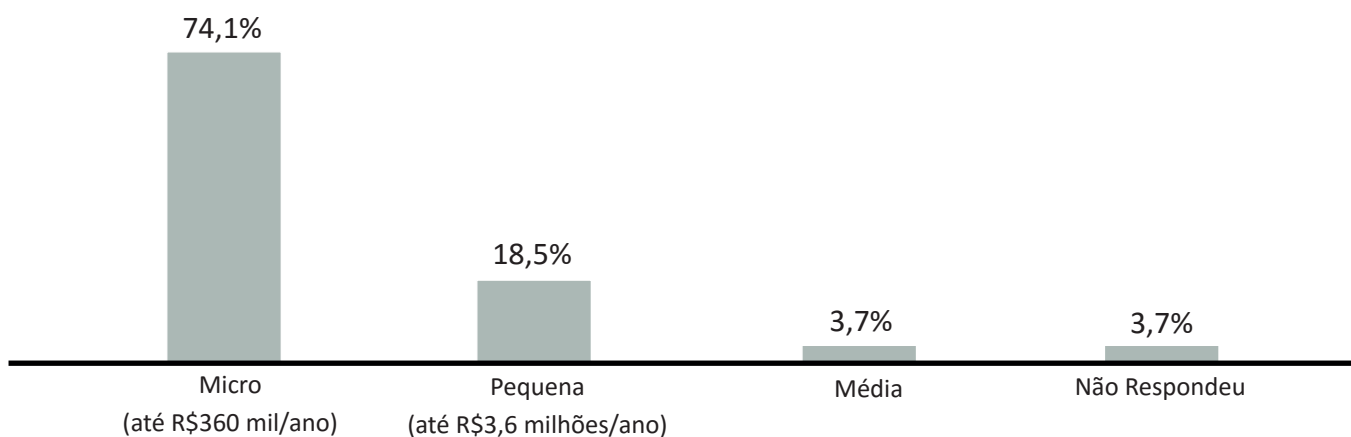


**Tabela 10:** Porte da empresa.

	Respondentes	%
Micro (até R\$360 mil/ano)	20	74,1%
Pequena (de R\$360 mil até 4,8 milhões /ano)	5	18,5%
Médio (de R\$4,8 milhões até R\$ 300 milhões/ano)	1	3,7%
Não Respondeu	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>



**Gráfico 5:** Porte da empresa.



**Tabela 11:** Empresas associadas à ABIH-GO – Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.

	Respondentes	%
Sim	5	18,5%
Não	22	81,5%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

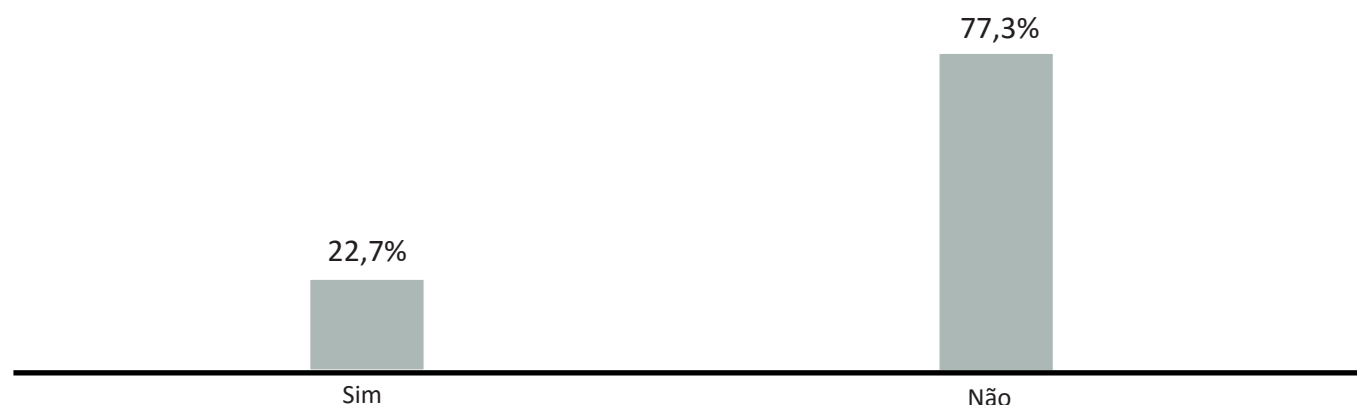
**Gráfico 6:** Empresas associadas à ABIH-GO – Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.



**Tabela 12:** Sobre o interesse de se associar à ABIH-GO – Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.

	Respondentes	%
Sim	5	22,7%
Não	17	77,3%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 7:** Sobre o interesse de se associar à ABIH-GO – Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis Goiás.



**Tabela 13:** Situação das empresas cadastradas no CADASTUR - Sistema de cadastro dos prestadores de serviços turísticos.

	Respondentes	%
Sim	7	25,9%
Não	20	74,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

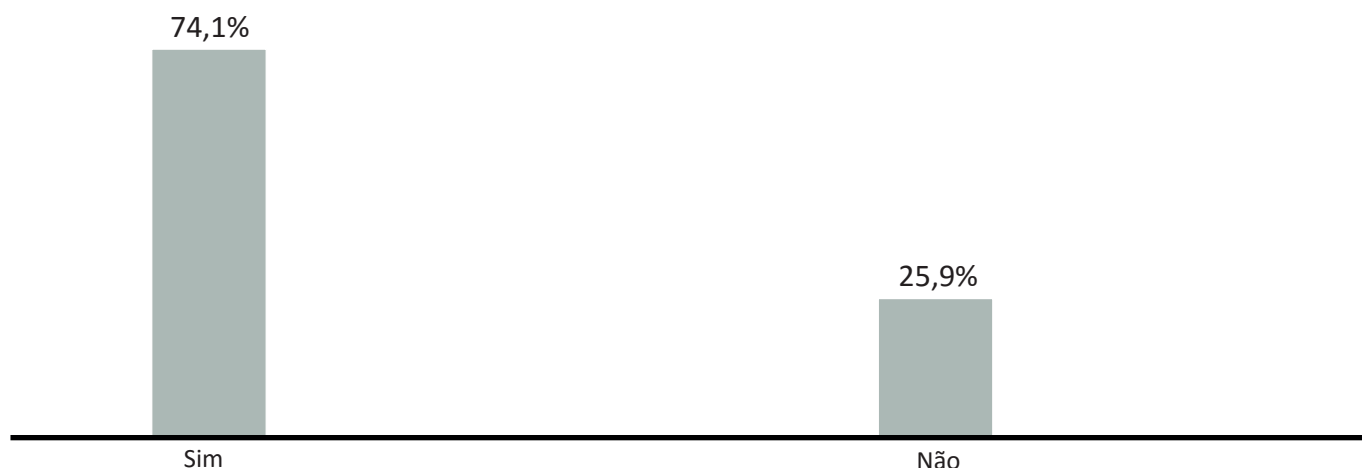
**Gráfico 8:** Situação das empresas cadastradas no CADASTUR- Sistema de cadastro dos prestadores de serviços turísticos.



**Tabela 14:** Situação das empresas sobre a filiação ao sindicato.

	Respondentes	%
Sim	20	74,1%
Não	7	25,9%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

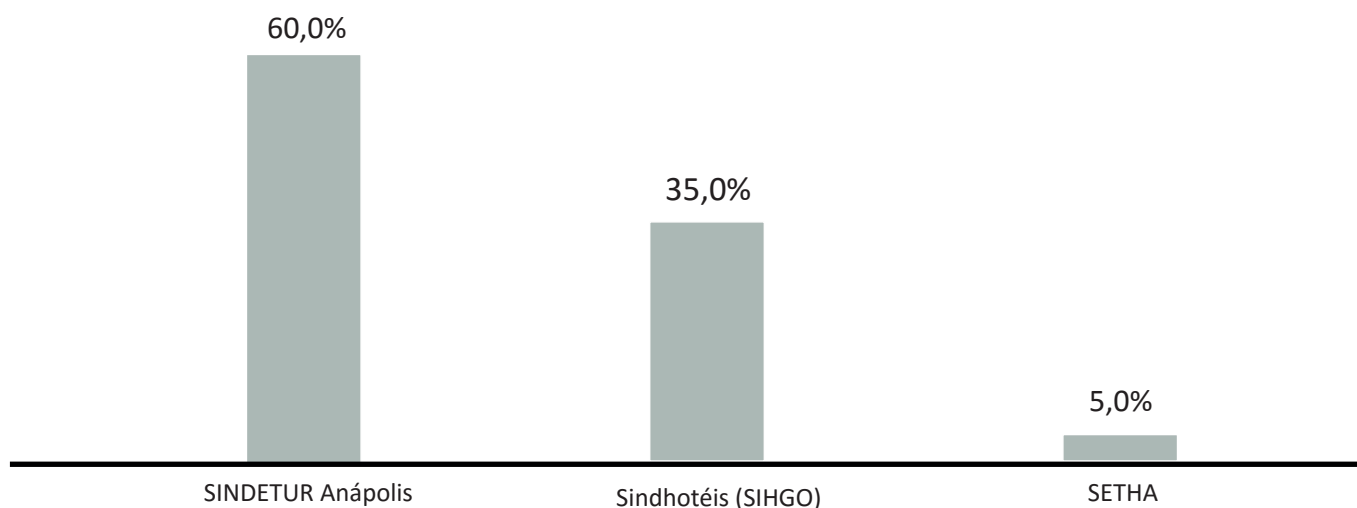
**Gráfico 9:** Situação das empresas sobre a filiação ao sindicato.



**Tabela 15:** Filiações das empresas ao sindicato.

	Respondentes	%
SINDETUR Anápolis	12	60,0%
Sindhotéis (SIHGO)	7	35,0%
SETHA – Sindicato dos Empregados em Turismo e Hospitalidade de Anápolis.	1	5,0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10:** Filiações das empresas ao sindicato.



**Tabela 16:** Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspede.

	Respondentes	%
Sim	15	55,6%
Não	12	44,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>



**Gráfico 11:** Situação do preenchimento da FNRH - Ficha Nacional do Registro de Hóspede.



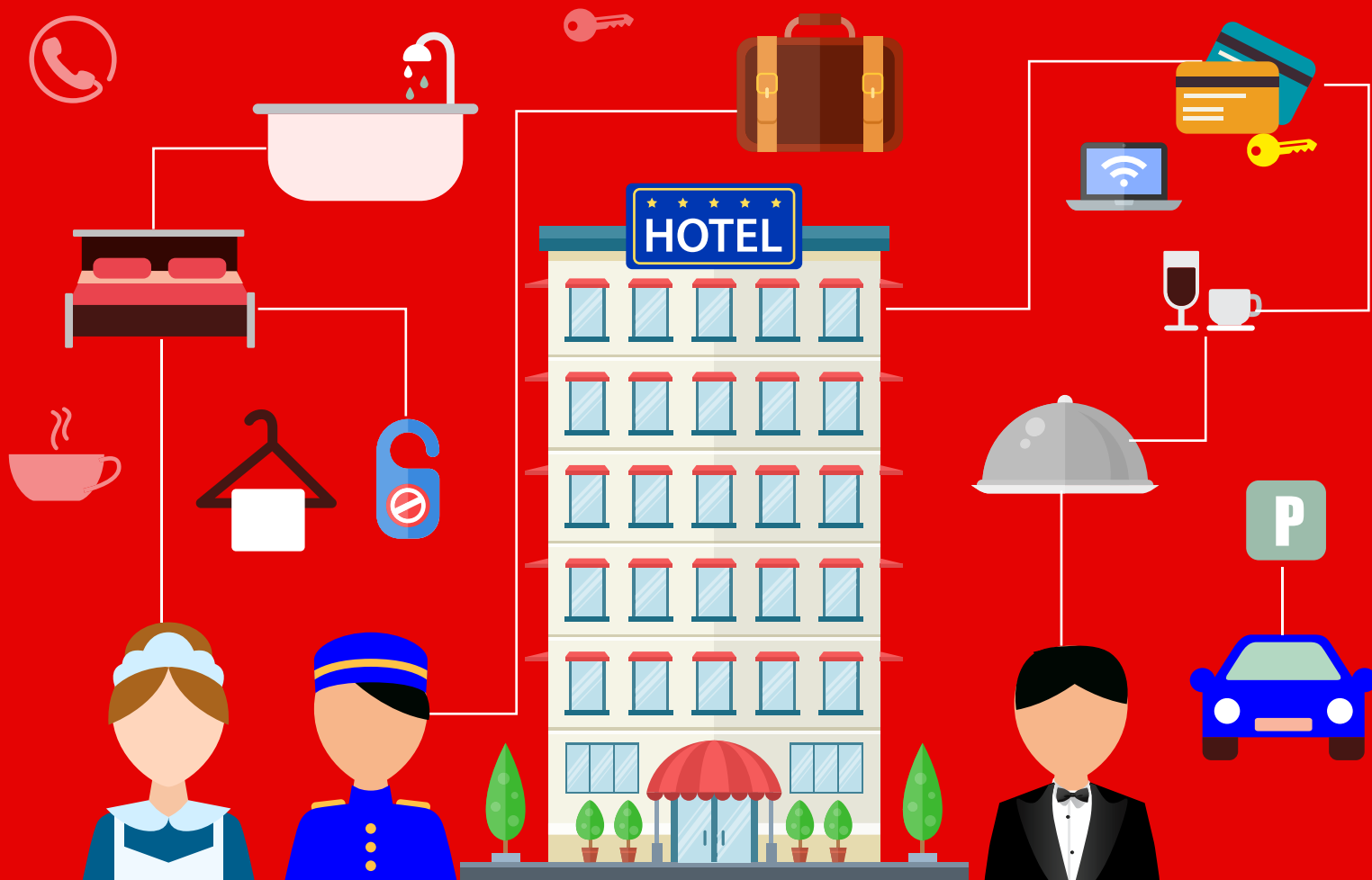
**Tabela 17:** Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.

	Respondentes	%
Sim	2	7,4%
Não	25	92,6%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 12:** Sobre a situação do preenchimento do BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira.



# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO I – IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA / ENTREVISTADO



29,6% dos respondentes não possuem E-mail



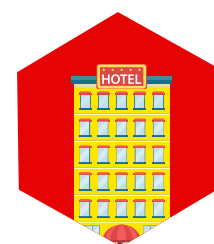
51,9% dos respondentes possuem Site



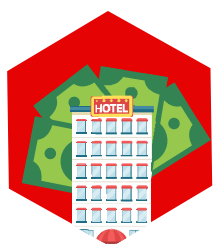
55,6% dos respondentes não possuem Redes Sociais



Dos 27 meios de hospedagem visitados 11 tem mais de 20 anos de atividade, o que corresponde a 40,7%



No que se refere ao tipo de meio de hospedagem 85,2% se consideram Hotel



74,1% dos respondentes pertencem a categoria Micro (até R\$ 360 mil/ano)



Dos respondentes 81,5% não são associados a ABIH



Dos respondentes 74,1% não estão cadastrados no CADASTUR



55,6% preenchem FNRH Ficha Nacional do Registro de Hóspedes



92,6% dos respondentes não preenchem o BOH

No Bloco II apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da capacidade de atendimento /instalação dos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos meios de hospedagem. Destaque para:

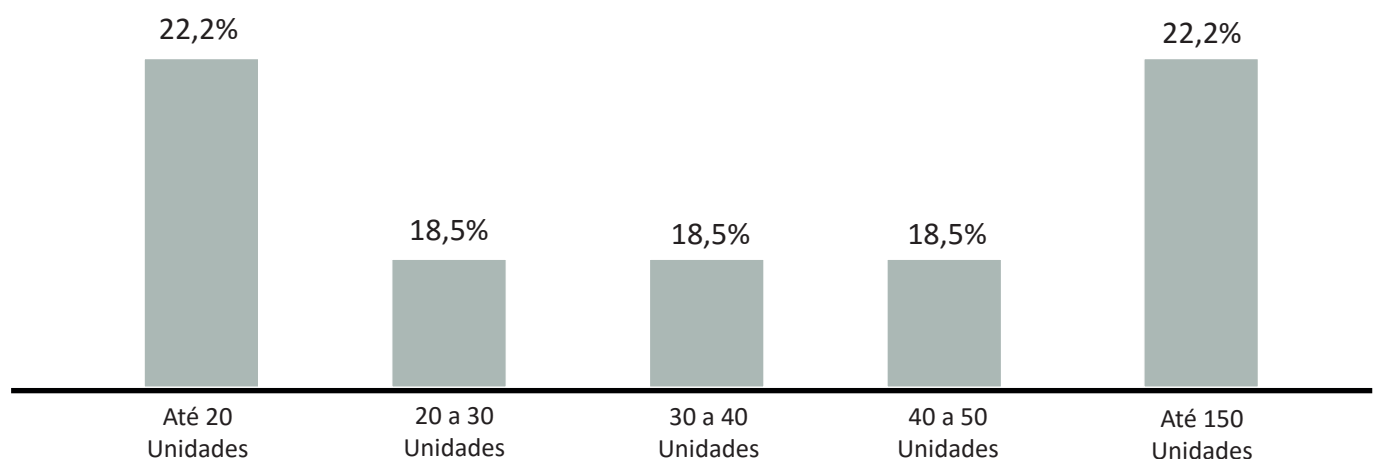
**Nas tabelas 18 e 19 e gráfico 13:** destacamos o total de UHs (número de quartos e apartamentos) dos Meios de Hospedagem visitados. Dos 27 empreendimentos visitados 22,27% possui mais de 150 Unidades Habitacionais. O total de unidades habitacionais levantados foi de 1.247.

**Nas tabelas 23 e 24 e gráfico 15:** destacamos o número total de leitos que corresponde a 2.474.

**Tabela 18:** Número total de UHs (quartos, apartamentos).

	Respondentes	%
Até 20 Unidades	6	22,2%
20 a 30 Unidades	5	18,5%
30 a 40 Unidades	5	18,5%
40 a 50 Unidades	5	18,5%
Até 150 Unidades	6	22,2%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 13:** Número total de UHs (quartos, apartamentos).





**Tabela 19:** Medidas de resumo da tabela 18.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
8	46,2	38,9	150	1.247

**Tabela 20:** Total de UHs que não possuem banheiro.

	Respondentes	%
0 Unidades	20	74,1%
4 Unidades	1	3,7%
8 Unidades	2	7,4%
14 Unidades	1	3,7%
15 Unidades	2	7,4%
24 Unidades	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

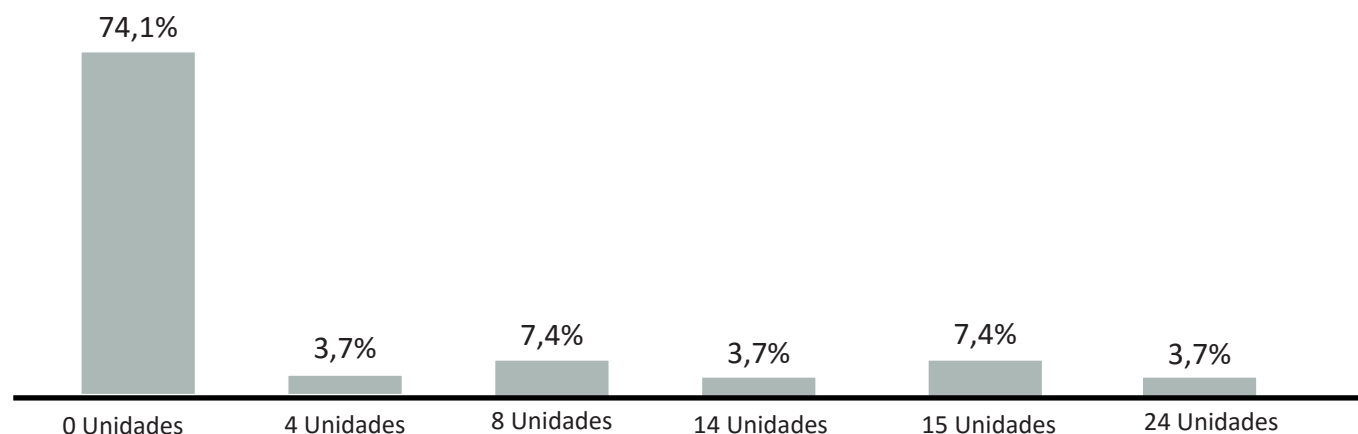
**Tabela 21:** Medidas de resumo da tabela 20.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
0	12,6	6,4	24

**Tabela 22:** Total de UHs que não possuem banheiro.

Total Uhs	Uhs s/ Banheiro	%
1.247	88	7,1%

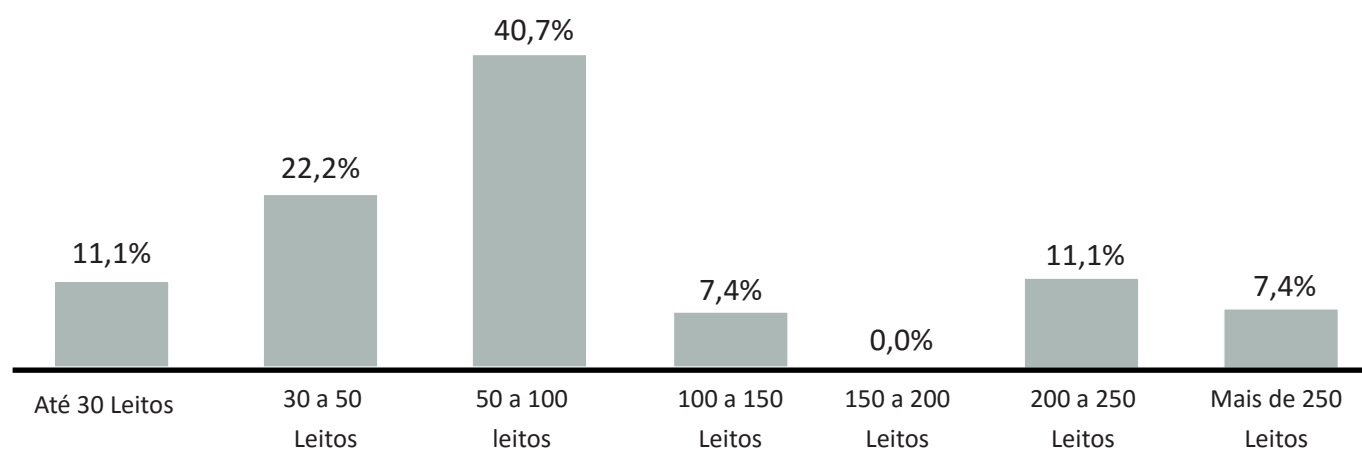
**Gráficos 14:** As UHs adaptadas para as pessoas com deficiência (PCD).



**Tabela 23:** Número total de leitos.

	Respondentes	%
Até 30 Leitos	3	11,1%
30 a 50 Leitos	6	22,2%
50 a 100 Leitos	11	40,7%
100 a 150 Leitos	2	7,4%
150 a 200 Leitos	0	0,0%
200 a 250 Leitos	3	11,1%
Mais de 250 Leitos	2	7,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 15:** Número total de leitos.



**Tabela 24:** Medidas de resumo da tabela 23.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
16	91,6	84,2	312	2.474

**Tabela 25:** Média de leitos por tipo de meio de hospedagem.

Tipo de Hospedagens	Média de Leitos	Total
Hotel	100,3	2.206
Flat/Aparte-Hotel	103,0	103
Pousada	42,0	126

**Tabela 26:** As facilidades/equipamentos disponíveis nos quartos, Revenue Management (RM).

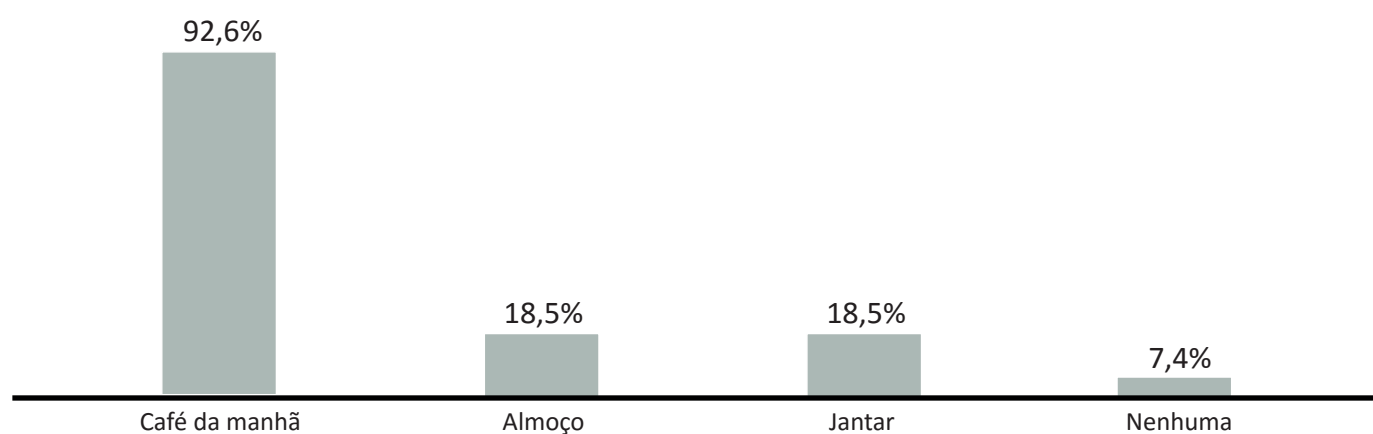
	Respondentes	%
Chuveiro quente	27	100,0%
Acesso à Internet	27	100,0%
TV	25	92,6%
Chuveiro frio	24	88,9%
Ar-Condicionado	21	77,8%
Internet Wireless	18	66,7%
Workstation (mesa de trabalho)	18	66,7%
Ventilador	17	63,0%
TV a cabo	13	48,1%
TV parabólica	13	48,1%
Telefone	11	40,7%
Mini-bar abastecido	9	33,3%
Cofre	8	29,6%
Adaptador de voltagem	6	22,2%
Mini-bar desabastecido	6	22,2%
Secador de Cabelo	1	3,7%
Rádio, Telefone	1	3,7%

**Tabela 27:** Refeições oferecidas pelas empresas, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Café da manhã	25	92,6%
Almoço	5	18,5%
Jantar	5	18,5%
Nenhuma	2	7,4%



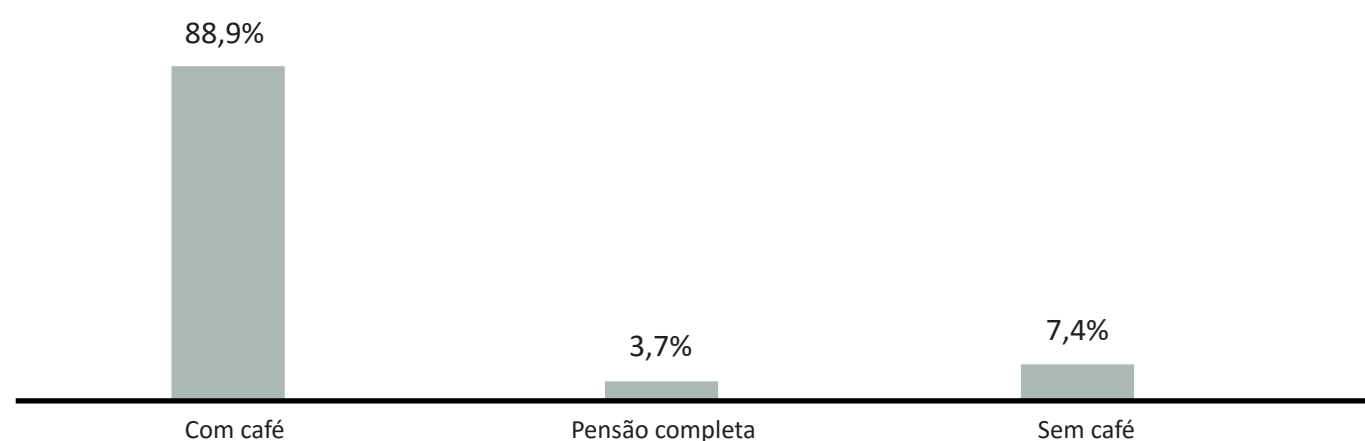
**Gráfico 16:** Refeições oferecidas pelas empresas, Revenue Management (RM).



**Tabela 28:** Principal tipo de diária oferecida.

	Respondentes	%
Com café	24	88,9%
Pensão completa	1	3,7%
Sem café	2	7,4%

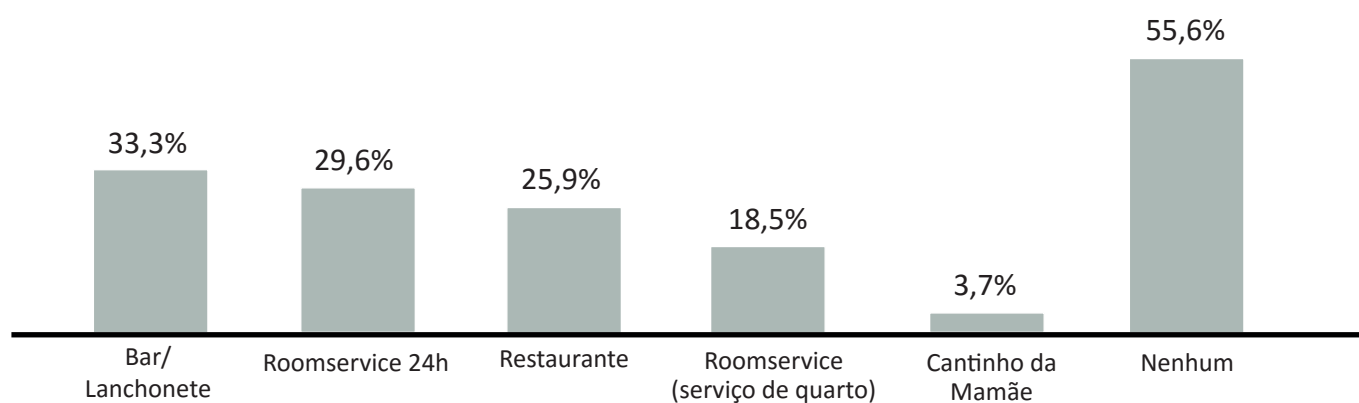
**Gráfico 17:** Principal tipo de diária oferecida.



**Tabela 29:** Espaços/serviços oferecidos pelas empresas, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Bar/Lanchonete	9	33,3%
Roomservice 24h	8	29,6%
Restaurante	7	25,9%
Roomservice (serviço de quarto)	5	18,5%
Cantinho da Mamãe	1	3,7%
Nenhum	15	55,6%

**Gráfico 18:** Espaços/serviços oferecidos pelas empresas, Revenue Management (RM).



**Tabela 30:** Capacidade de pessoas nos restaurantes.

Restaurantes	Respondentes	%
Até 50 Lugares	4	40,0%
50 até 100 Lugares	1	10,0%
100 até 150 Lugares	3	30,0%
Mais de 150 Lugares	2	20,0%
<b>Total de lugares</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Obs: Somente 10 estabelecimentos responderam a capacidade total dos restaurantes.

**Tabela 31:** Medidas de resumo da tabela 30.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
8	54	49	400	927

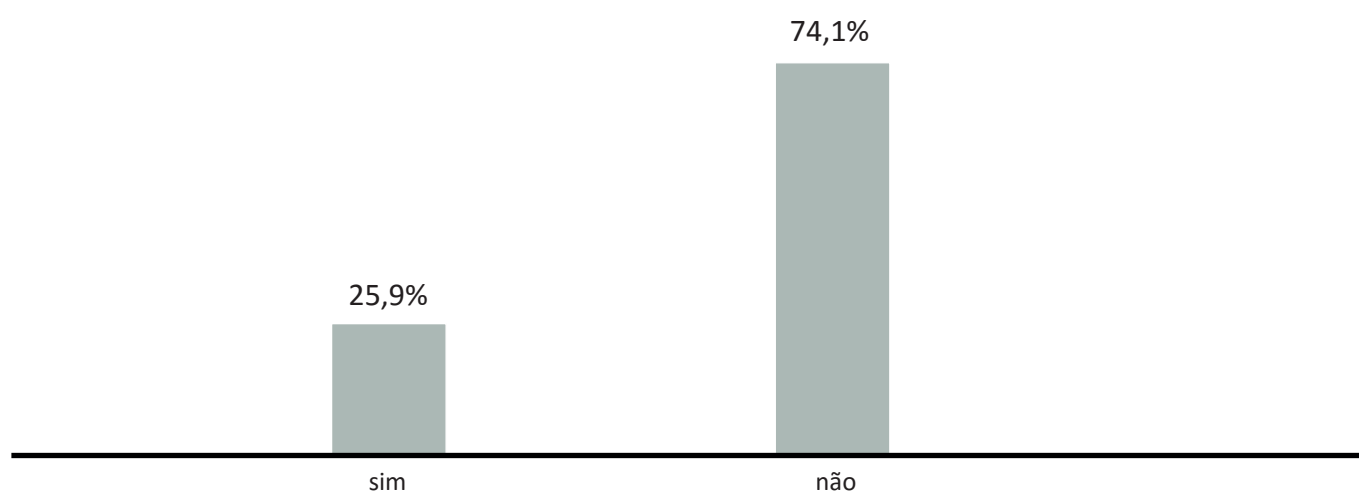
**Tabela 32:** Capacidade de pessoas no Café da Manhã.

Restaurantes	Respondentes	%
Até 20 Lugares	3	37,5%
20 a 40 Lugares	3	37,5%
40 a 60 Lugares	1	12,5%
60 a 80 Lugares	1	12,5%
<b>Total de lugares</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 33:** Situação atual das empresas que possuem sala para eventos.

	Respondentes	%
Sim	7	25,9%
Não	20	74,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

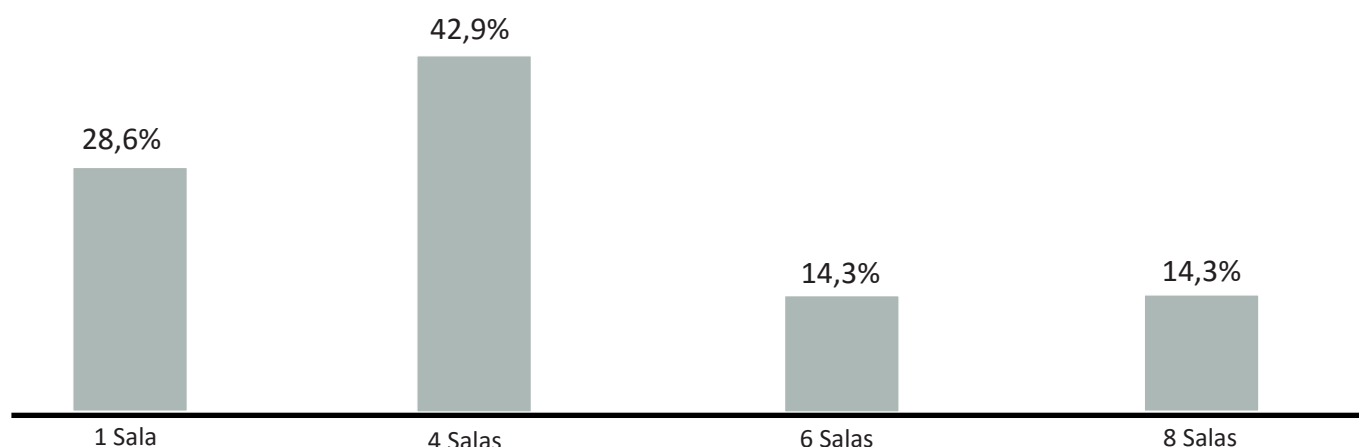
**Gráfico 19:** Situação atual das empresas que possuem sala para eventos.



**Tabela 34:** Quantitativo de salas para eventos.

	Respondentes	%
1 Sala	2	28,6%
4 Salas	3	42,9%
6 Salas	1	14,3%
8 Salas	1	14,3%
<b>Total de salas</b>	<b>7</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 20:** Quantitativo de salas para eventos.



**Tabela 35:** Medidas de resumo da tabela 34.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
1	4	2,5	8	28

**Tabela 36:** Capacidade total das salas em formato de auditório.

	Respondentes	%
55 Pessoas	1	14,29%
70 Pessoas	1	14,29%
100 Pessoas	1	14,29%
150 Pessoas	1	14,29%
230 Pessoas	1	14,29%
580 Pessoas	1	14,29%
780 Pessoas	1	14,29%
<b>Total de Pessoas</b>	<b>7</b>	<b>100,00%</b>
<b>Média de Pessoas</b>	<b>281</b>	

**Tabela 37:** Medidas de resumo da tabela 36.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
55	281	284	780	927

**Tabela 38:** Capacidade total das salas em formato de U.

	Respondentes	%
36 Pessoas	1	14,29%
40 Pessoas	1	14,29%
51 Pessoas	1	14,29%
80 Pessoas	1	14,29%
100 Pessoas	1	14,29%
250 Pessoas	1	14,29%
Não Soube Responder	1	14,29%
<b>Total de Pessoas</b>	<b>7</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média de Pessoas</b>	<b>79,6</b>	

**Tabela 39:** Medidas de resumo da tabela 38.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
36	79,6	80,8	250	557

**Tabela 40:** Empresas que possuem ou não serviço A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos.

	Respondentes	%
Sim	6	22,2%
Não	21	77,8%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 21:** Empresas que possuem ou não serviço A&B (Alimentos e Bebidas) para eventos.

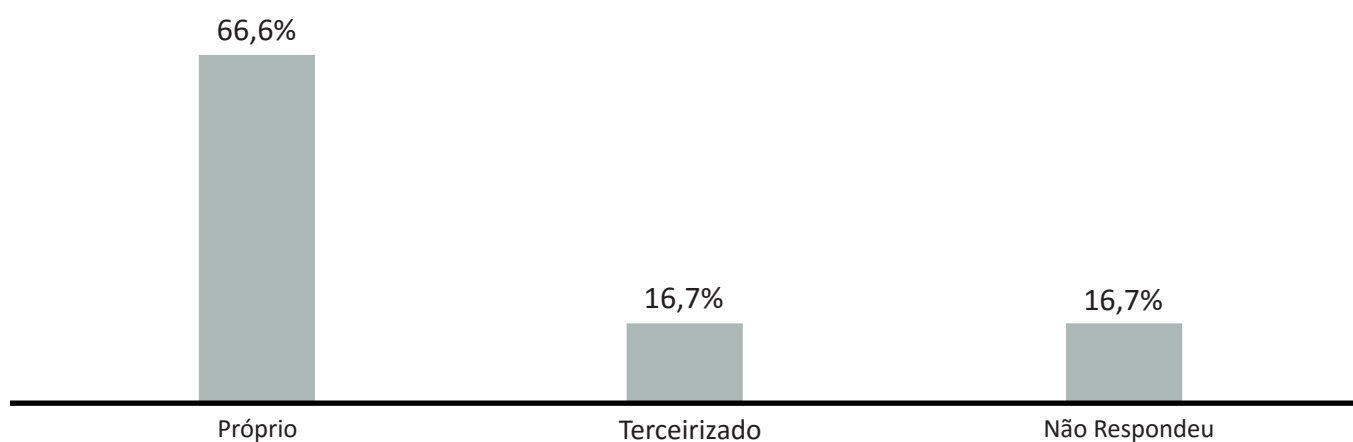




**Tabela 41:** Situação do serviço de A&B (Alimentos e Bebidas).

	Respondentes	%
Próprio	4	66,6%
Terceirizado	1	16,7%
Não Respondeu	1	16,7%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 22:** Situação do serviço de A&B (Alimentos e Bebidas).



**Tabela 42:** Situação atual das empresas que fazem locação de equipamentos para eventos.

	Respondentes	%
Sim	5	18,5%
Não	22	81,5%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 23:** Situação atual das empresas que fazem locação de equipamentos para eventos.



**Tabela 43:** Situação dos equipamentos.

	Respondentes	%
Próprios	2	40,0%
Próprios e Terceirizados	2	40,0%
Terceirizados	1	20,0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 24:** Situação dos equipamentos.

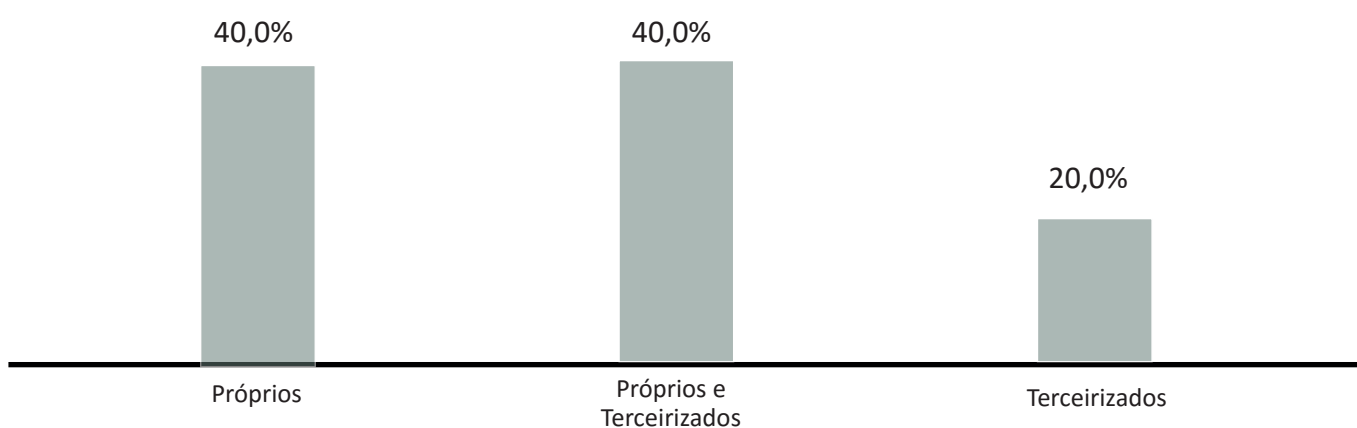
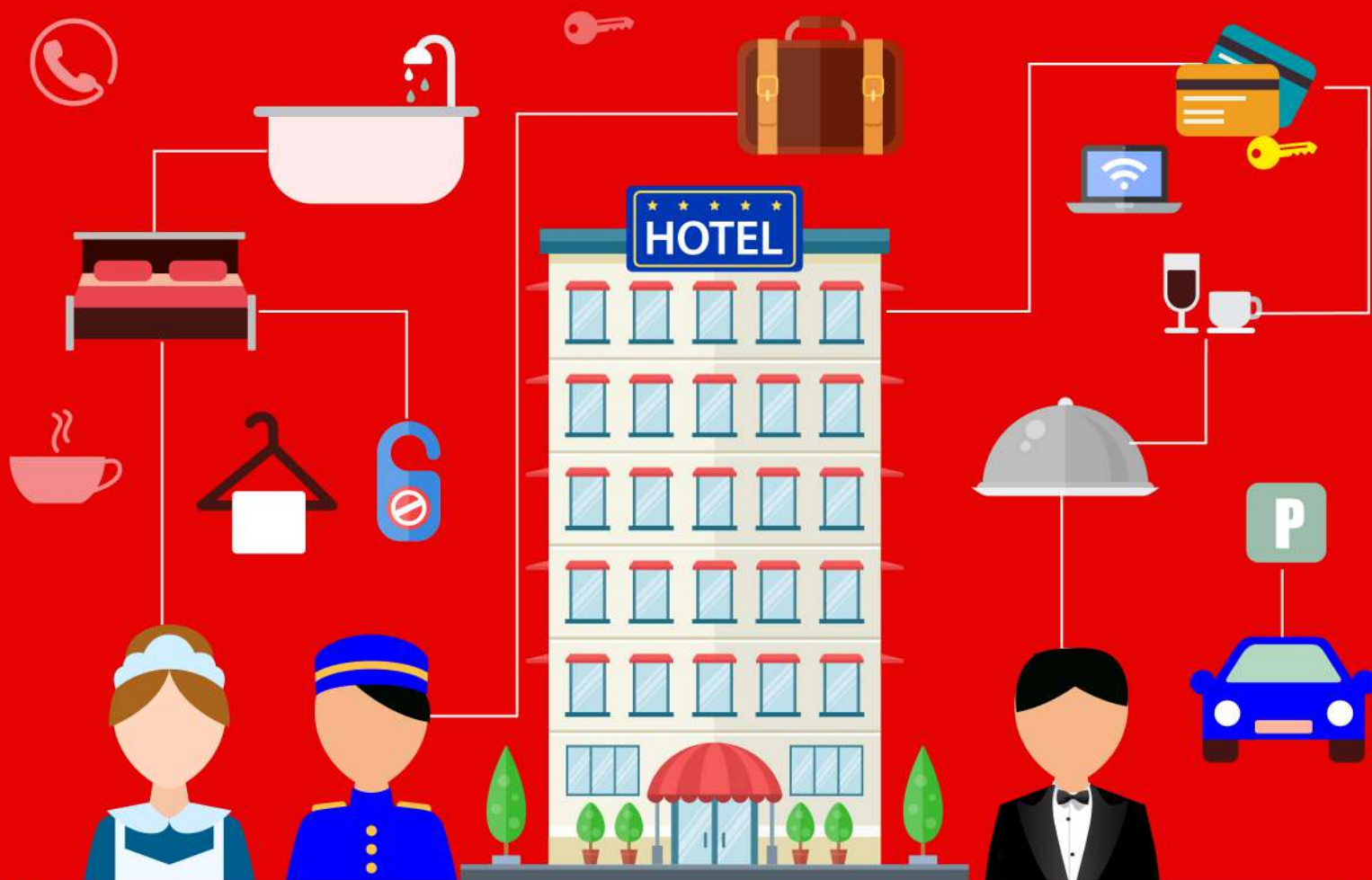


Imagem 4: Parque Ipiranga, Anápolis-GO

# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / INSTALAÇÕES



1.247 é o total de UHS(quartos e apartamentos)



2.474 é o total de leitos



88,9% dos respondentes oferecem o café da manhã como diária



927 é a capacidade total de pessoas nos restaurantes



74,1% dos respondentes não possuem sala para eventos



77,8% dos respondentes não possuem A&B (Alimentos e bebidas) para eventos



81,5% dos respondentes não fazem locação de equipamentos para eventos

## BLOCO III – SERVIÇOS ADICIONAIS OFERECIDOS

No Bloco III apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se dos serviços adicionais oferecidos pelos Meios de Hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 meios de hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos Meios de Hospedagem. Destaque para:

**Na tabela 44:** destacamos que 70,4% dos Meios de Hospedagem possuem estacionamento e 63,% possuem lavanderia própria.

**Na tabela 45 e gráfico 25:** constatou-se que 77,8% dos Meios de Hospedagem visitados não possuem área de lazer.

**Tabela 44:** Os produtos/serviços/equipamentos oferecidos pelas empresas disponíveis aos clientes, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Estacionamento	19	70,4%
Lavanderia	17	63,0%
Garagem	10	37,0%
Guarda bagagem	9	33,3%
Circuito interno de TV	8	29,6%
Música ambiente	8	29,6%
Cofre	8	29,6%
Elevador	8	29,6%
Informações turísticas	6	22,2%
Copiadora	6	22,2%
Serviço bilíngue	6	22,2%
Central telefônica	6	22,2%
FAX	4	14,8%
Business Center	4	14,8%
Aluguel de computador	4	14,8%
Música ao vivo	4	14,8%
Brinquedoteca	4	14,8%
Coffee Shop (Cafeteria)	3	11,1%
Hospedagem com animais de estimação	3	11,1%



Agência de viagens	3	11,1%
Reserva para espetáculos	2	7,4%
Nenhum	2	7,4%
Manobrista	2	7,4%
Apoio médico	1	3,7%
Não Possui	1	3,7%
Elevador adaptado	1	3,7%

**Tabela 45:** Situação atual das empresas que possuem área de lazer.

	Respondentes	%
Sim	6	22,2%
Não	21	77,8%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 25:** Situação atual das empresas que possuem área de lazer.



Imagem 5: Parque Ipiranga Anápolis-GO





**Tabela 46:** Equipamentos oferecidos por sua empresa, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Sala de ginástica	3	50,0%
Piscina aquecida	3	50,0%
Churrasqueira	2	33,3%
Piscina fria	2	33,3%
Recreador	1	16,7%
Salão de jogos	1	16,7%
Hidromassagem/Sala de massagem	1	16,7%
Sauna seca	1	16,7%
Sauna a vapor	1	16,7%
Arvorismo, Tirolesa	1	16,7%
Spa	1	16,7%
Playground	1	16,7%
Quadra de esporte	1	16,7%

Imagem 6: Química Amparo (Ypê), Imagem 7: A fábrica da Hyundai CAOA Montadora de Veículos e Imagem 8: Sede da Teuto, indústria farmacêutica





## BLOCO IV – FORMAS DE PAGAMENTOS / TARIFAS

No Bloco IV apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise das formas de pagamentos e tarifas dos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos Meios de Hospedagem. Destaque para:

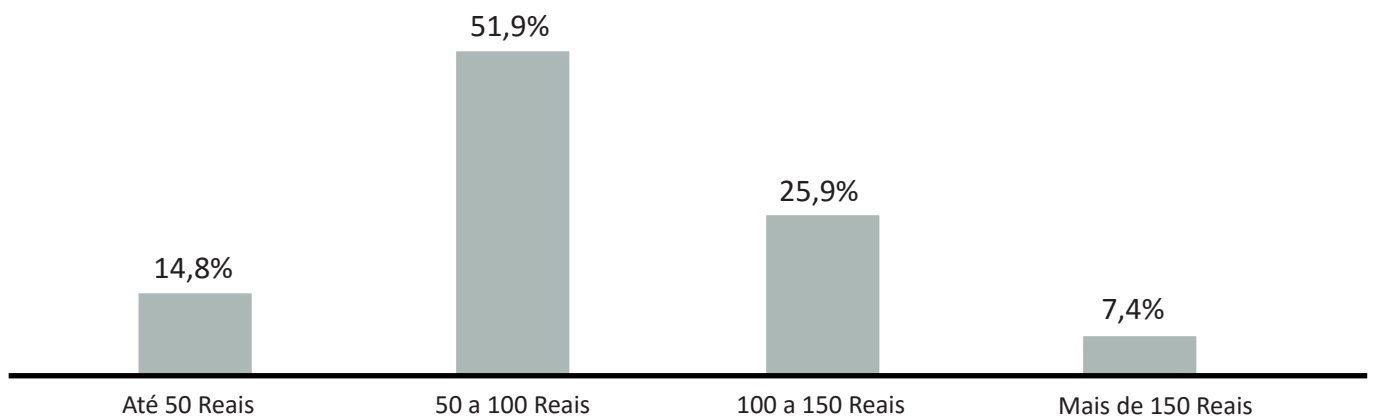
**Nas tabelas 48 e gráfico 26:** destacamos o valor da diária média que é de R\$ 94,41.

**Na tabela 49 e gráfico 27:** destacamos o valor médio por tipo de Meio de Hospedagem conforme descrito a seguir: Flat/apart - hotel R\$149,00, Hotel R\$96,52 e Pousada R\$60,00.

**Tabela 47:** O valor médio da diária.

	Respondentes	%
Até 50 Reais	4	14,8%
50 a 100 Reais	14	51,9%
100 a 150 Reais	7	25,9%
Mais de 150 Reais	2	7,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 26:** O valor médio da diária.



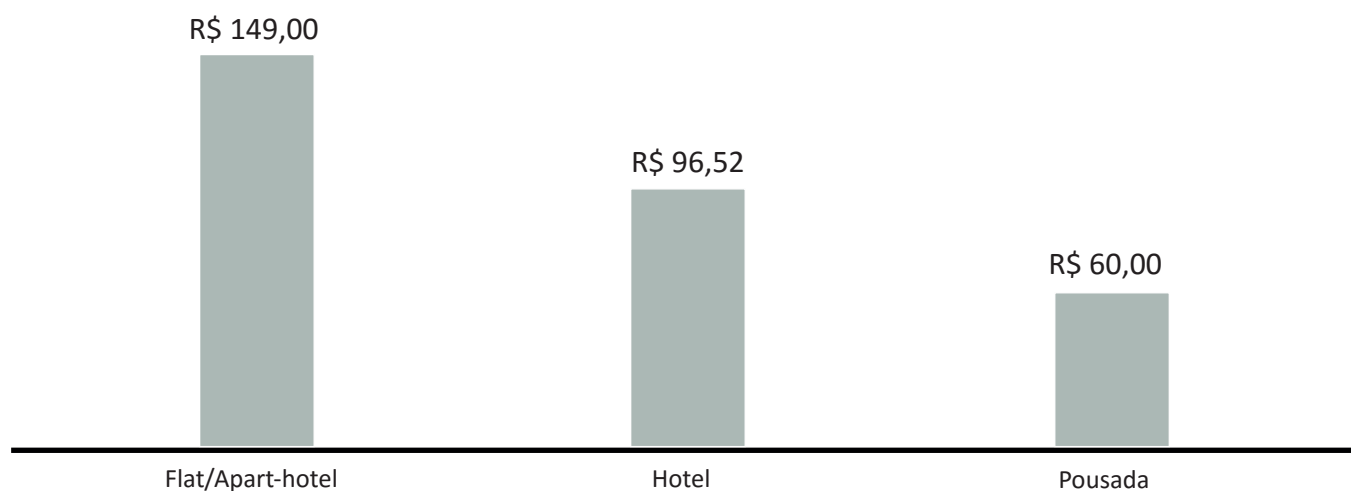
**Tabela 48:** Medidas de resumo da tabela 47.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
R\$ 30,00	R\$ 94,41	R\$ 64,98	R\$ 350,00

**Tabela 49:** Valor médio da tarifa por tipo de meio de hospedagem.

Tipo de Hospedagem	Diária Média
Flat/Apart-hotel	R\$ 149,00
Hotel	R\$ 96,52
Pousada	R\$ 60,00

**Gráfico 27:** Valor médio da tarifa por tipo de meio de hospedagem.



**Tabela 50:** Situação sobre o valor da tarifa estar incluso ou não no café da manhã.

	Respondentes	%
Sim	2	7,4%
Não	25	92,6%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

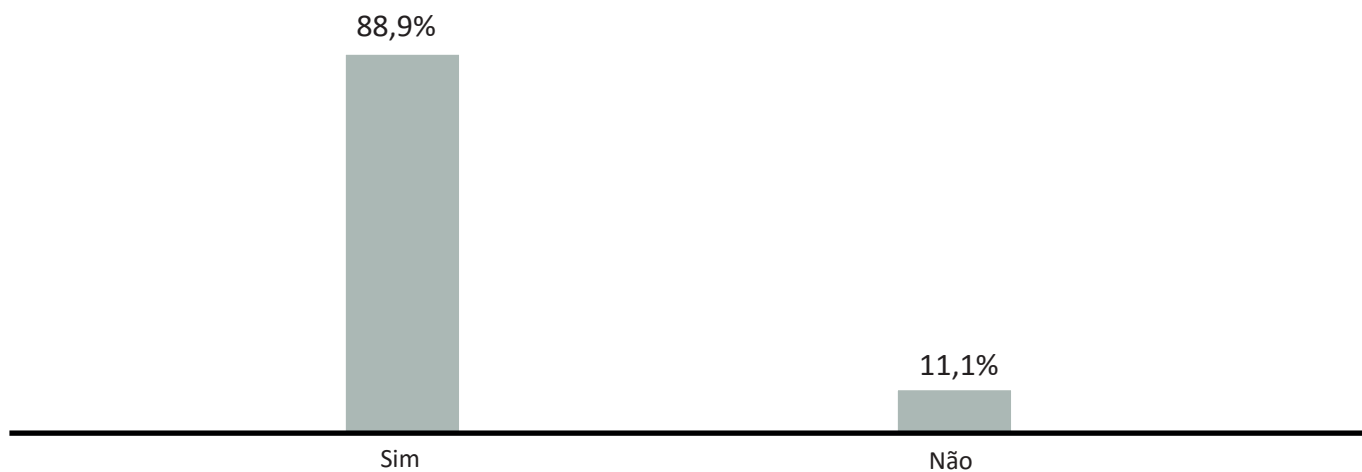
**Gráfico 28:** Situação sobre o valor da tarifa estar incluso ou não no café da manhã.



**Tabela 51:** Sobre haver o serviço de café da manhã opcional.

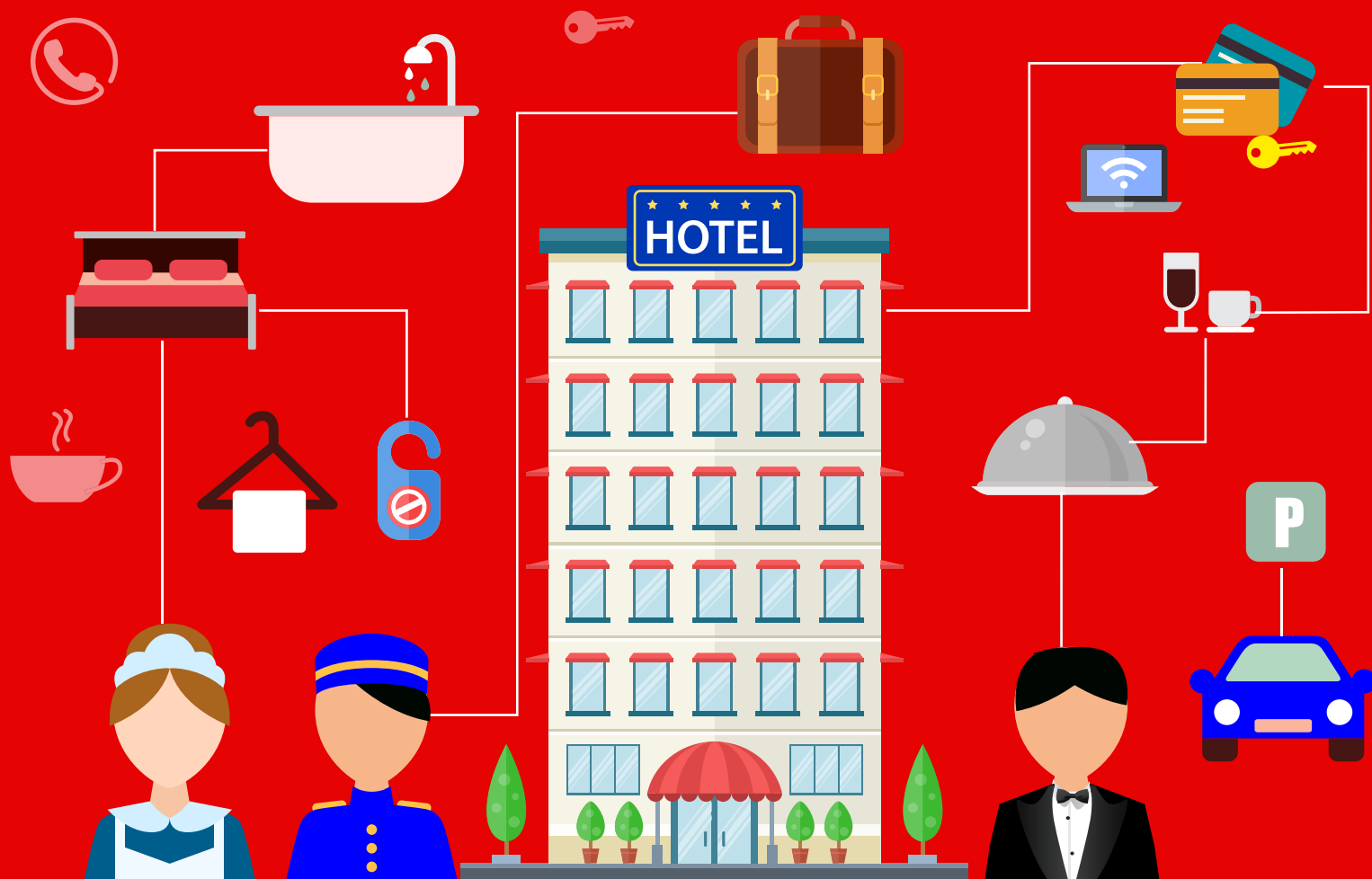
	Respondentes	%
Sim	24	88,9%
Não	3	11,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 29:** Sobre haver o serviço de café da manhã opcional.





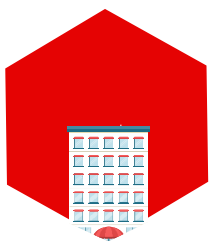
# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO IV – FORMAS DE PAGAMENTOS / TARIFAS



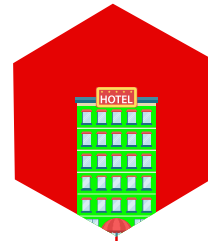
R\$ 94,41 é o valor da diária média



R\$149,00 é o valor médio da diária de Flat/apart-hotel



R\$ 60,00 é o valor médio da diária da Pousada



R\$ 96,52 é o valor médio da diária do Hotel

## BLOCO V – OCUPAÇÃO / HÓSPEDES/CLIENTES

No Bloco V apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise da ocupação dos hóspedes/clientes dos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos Meios de Hospedagem. Destaque para:

**Na tabela 52:** destacamos o valor médio de ocupação pelos hóspedes/clientes do ano de 2015 foi de 54,4%.

**Na tabela 54:** destacamos o valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2016 que foi de: 49,9%.

**Na tabela 56:** destacamos o valor médio da ocupação pelos hóspedes/clientes no ano de 2017 que foi de: 45,1%.

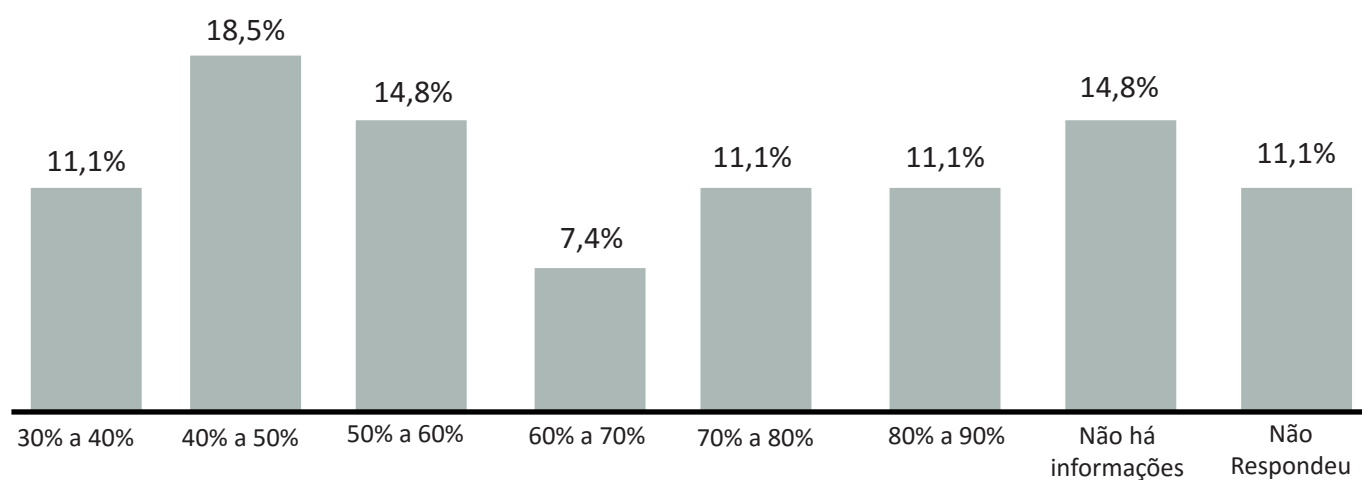
**Na tabela 58:** destacamos que os meses considerados de alta temporada estão entre março e novembro.

**Na tabela 59:** destacamos os meses considerados de baixa temporada, Janeiro, Fevereiro e Dezembro.

**Tabela 52:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2015.

	Respondentes	%
30% a 40%	3	11,1%
40% a 50%	5	18,5%
50% a 60%	4	14,8%
60% a 70%	2	7,4%
70% a 80%	3	11,1%
80% a 90%	3	11,1%
Não há informações	4	14,8%
Não Respondeu	3	11,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 30:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2015.



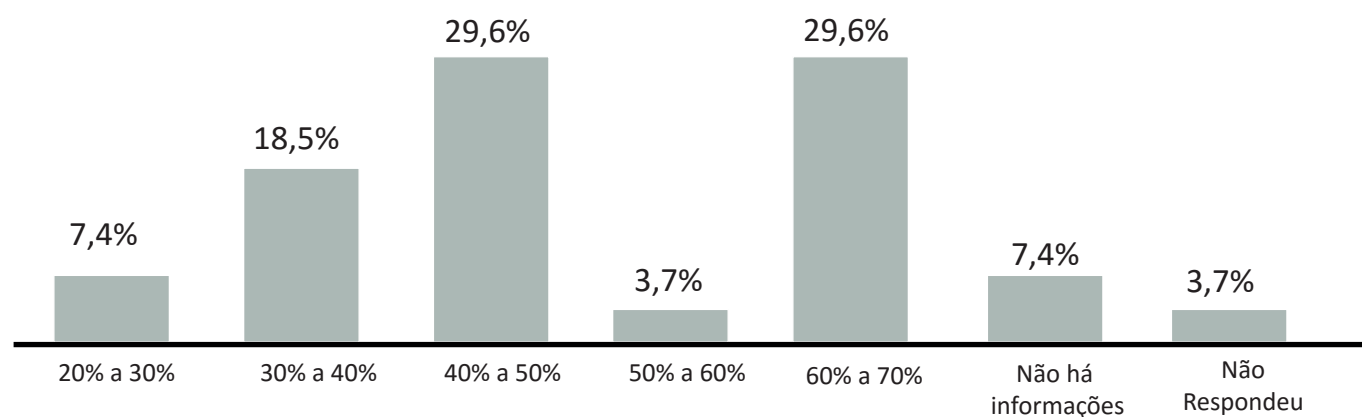
**Tabela 53:** Medidas de resumo da tabela 52.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
30%	54,4%	18,8%	90%

**Tabela 54:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2016.

	Respondentes	%
20% a 30%	2	7,4%
30% a 40%	5	18,5%
40% a 50%	8	29,6%
50% a 60%	1	3,7%
60% a 70%	8	29,6%
Não há informações	2	7,4%
Não Respondeu	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 31:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2016.



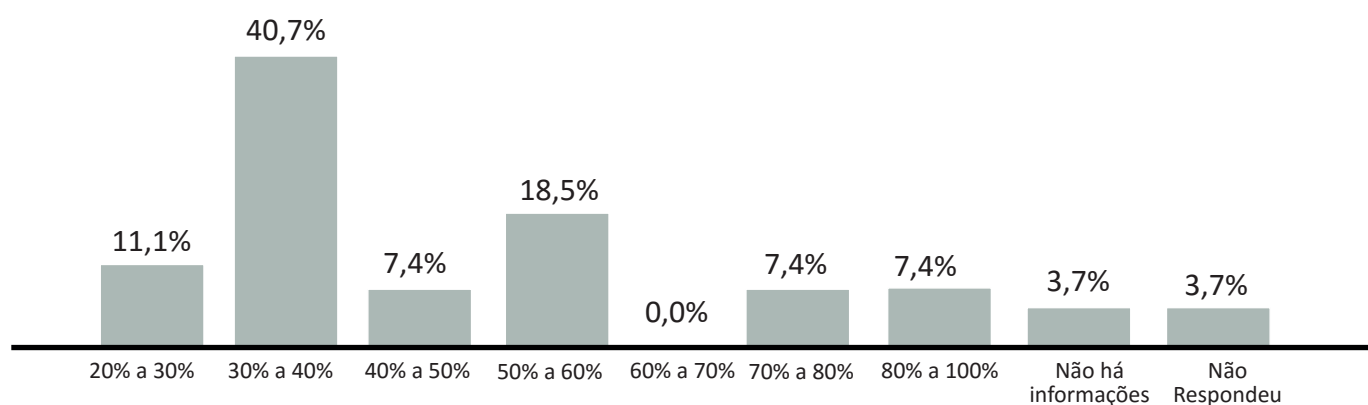
**Tabela 55:** Medidas de resumo da tabela 54.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
26%	46,9%	15,7%	70%

**Tabela 56:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2017.

	Respondentes	%
20% a 30%	3	11,1%
30% a 40%	11	40,7%
40% a 50%	2	7,4%
50% a 60%	5	18,5%
60% a 70%	0	0,0%
70% a 80%	2	7,4%
80% a 100%	2	7,4%
Não há informações	1	3,7%
Não Respondeu	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 32:** Taxa média de ocupação (em %) durante o ano de 2017.



**Tabela 57:** Medidas de resumo da tabela 56.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
20%	45,1%	19,1%	90%

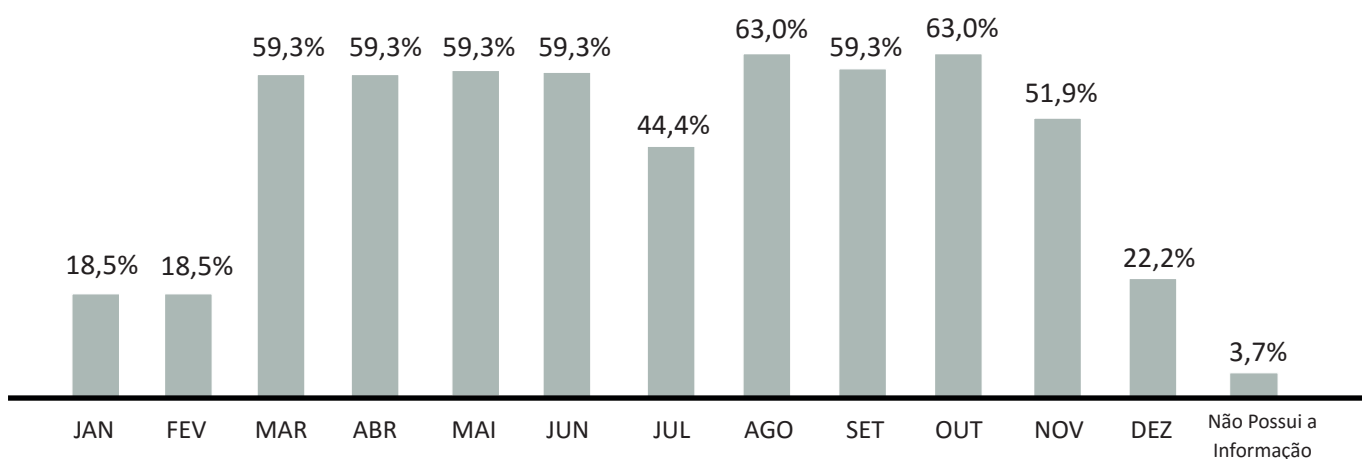
**Tabela 58:** Comparativo das taxas médias de ocupação entre os anos 2015, 2016 e 2017.

Ano	Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
2015	30%	54,4%	18,8%	90%
2016	26%	46,9%	15,7%	70%
2017	20%	45,1%	19,1%	90%

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

	Respondentes	%
Janeiro	5	18,5%
Fevereiro	5	18,5%
Março	16	59,3%
Abril	16	59,3%
Maio	16	59,3%
Junho	16	59,3%
Julho	12	44,4%
Agosto	17	63,0%
Setembro	16	59,3%
Outubro	17	63,0%
Novembro	14	51,9%
Dezembro	6	22,2%
Não Possui a Informação	1	3,7%

**Gráfico 33:** Os meses referentes a Alta Temporada, Revenue Management (RM).

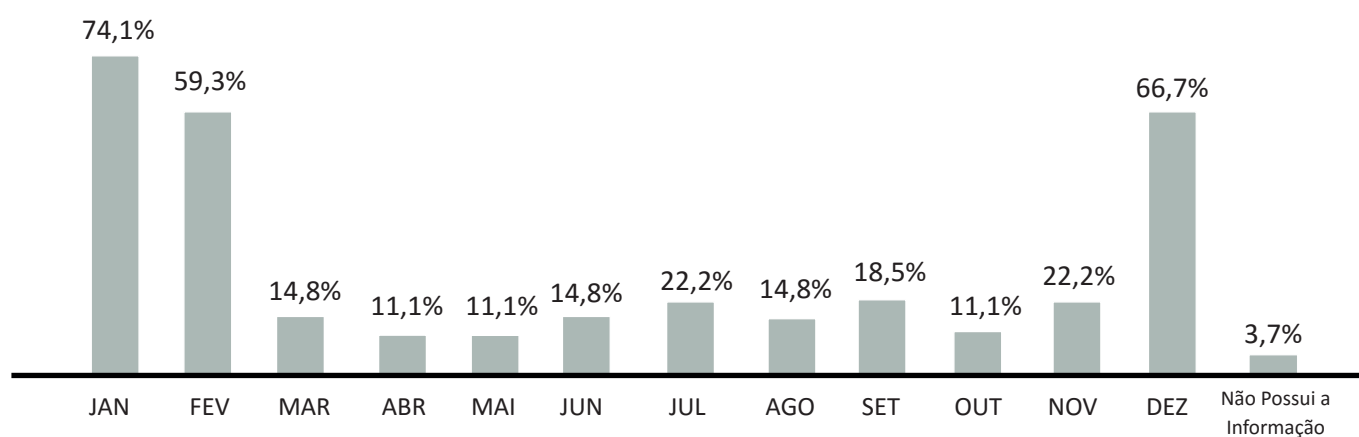




**Tabela 60:** Os meses referentes a Baixa Temporada, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Janeiro	20	74,1%
Fevereiro	16	59,3%
Março	4	14,8%
Abril	3	11,1%
Maio	3	11,1%
Junho	4	14,8%
Julho	6	22,2%
Agosto	4	14,8%
Setembro	5	18,5%
Outubro	3	11,1%
Novembro	6	22,2%
Dezembro	18	66,7%
Não Possui a Informação	1	3,7%

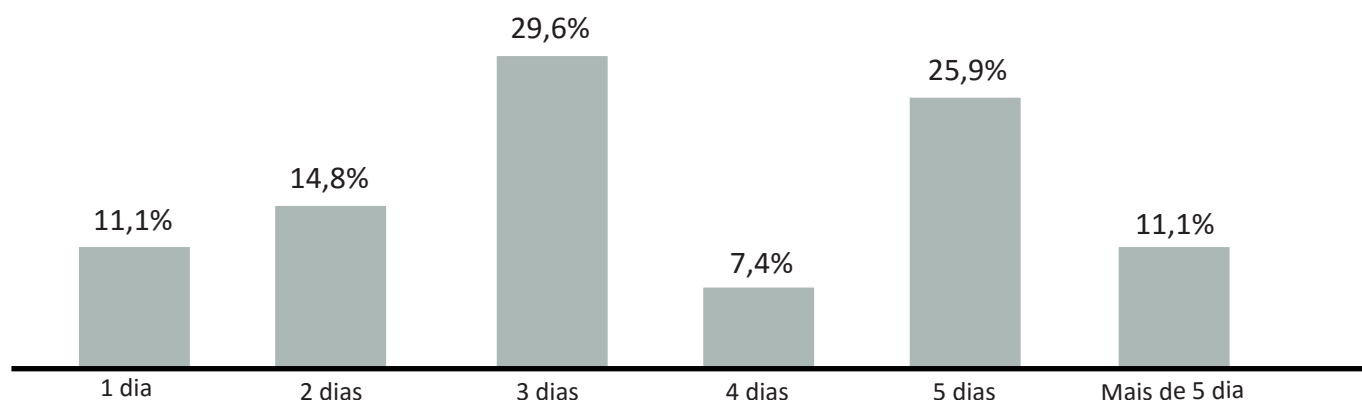
**Gráfico 34:** Os meses referentes a Baixa Temporada, Revenue Management (RM).



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

	Respondentes	%
1 dia	3	11,1%
2 dias	4	14,8%
3 dias	8	29,6%
4 dias	2	7,4%
5 dias	7	25,9%
Mais de 5 dias	3	11,1%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 35:** A média de permanência do turista na Alta Temporada.



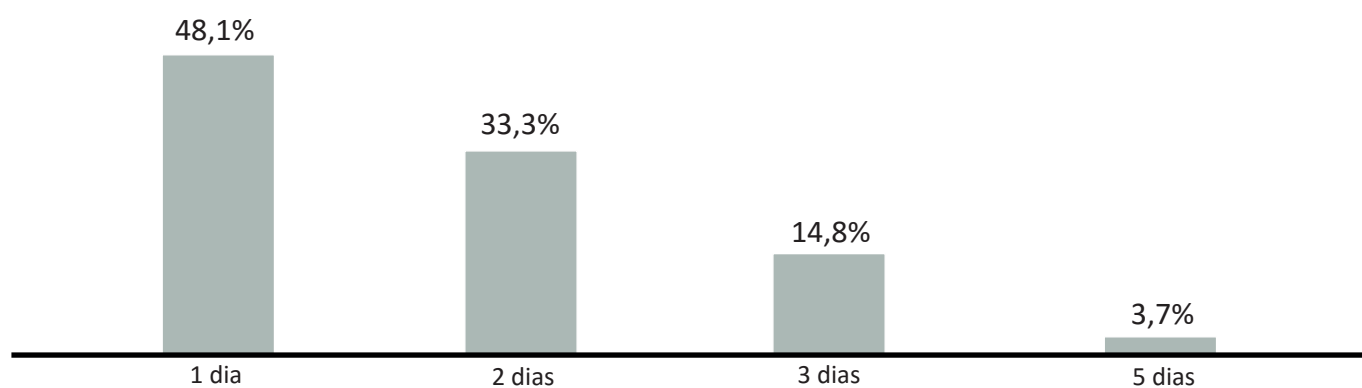
**Tabela 62:** Medidas de resumo da tabela 61.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
1	3,6	1,6	6

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

	Respondentes	%
1 dia	13	48,1%
2 dias	9	33,3%
3 dias	4	14,8%
5 dias	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 36:** A média de permanência do turista na Baixa Temporada.



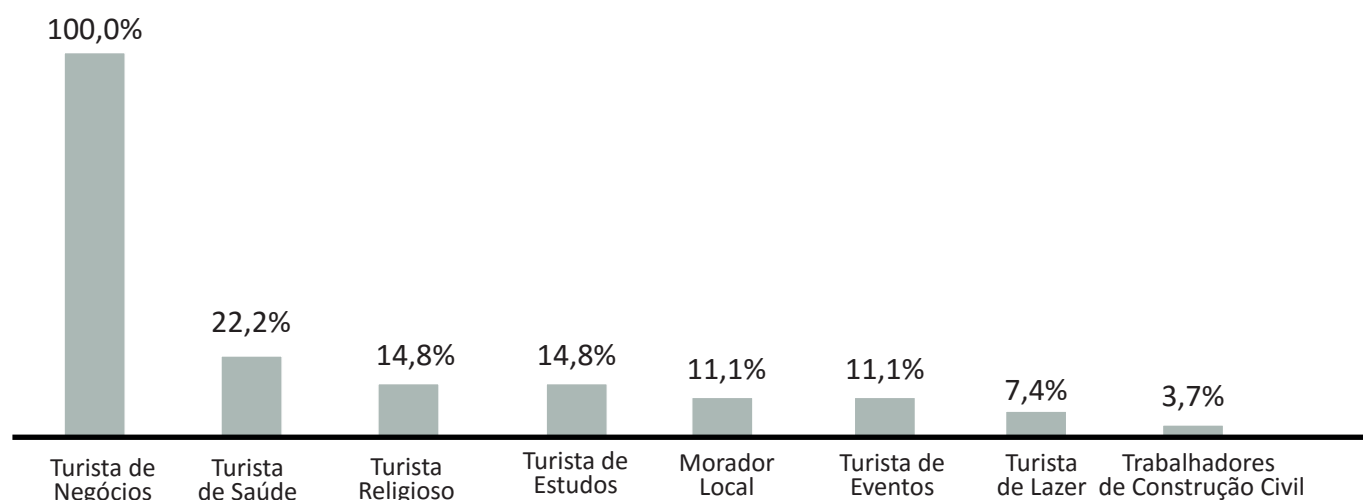
**Tabela 64:** Medidas de resumo da tabela 63.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo
1	2,0	1,0	5

**Tabela 65:** O perfil dos hóspedes referente as empresas, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Turista de Negócios	27	100,0%
Turista de Saúde	6	22,2%
Turista Religioso	4	14,8%
Turista de Estudos	4	14,8%
Morador Local	3	11,1%
Turista de Eventos	3	11,1%
Turista de Lazer	2	7,4%
Trabalhadores de Construção Civil	1	3,7%

**Gráfico 37:** O perfil dos hóspedes referente as empresas, Revenue Management (RM).



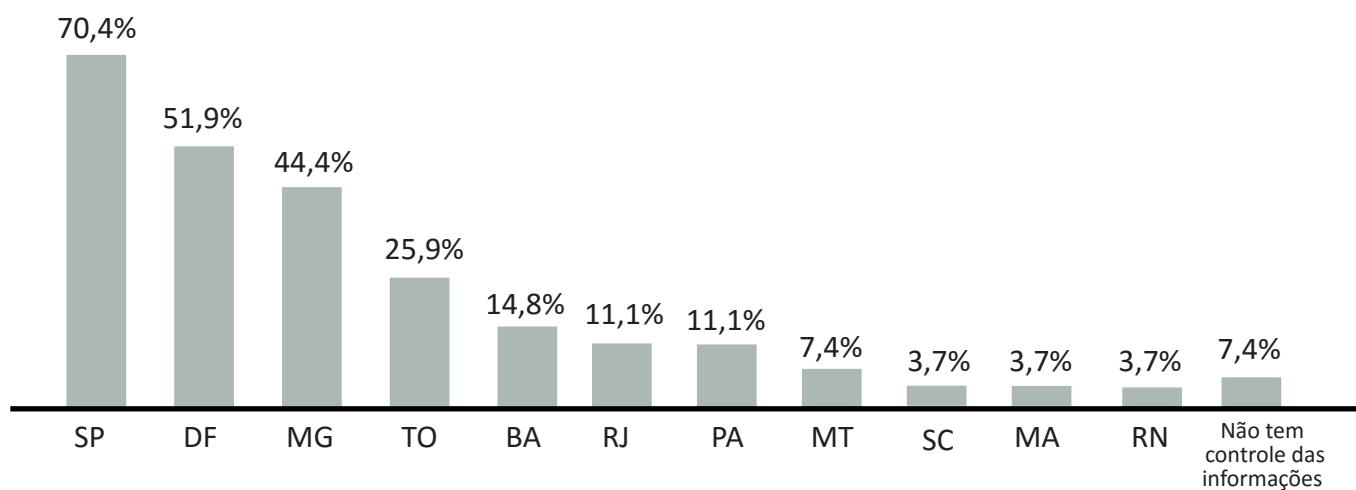
**Tabela 66:** Principais cidades do Estado de Goiás emissoras de turistas.

	Respondentes	%
Goiânia	20	74,1%
Rio Verde	4	14,8%
Goianésia	4	14,8%
Pirenópolis	2	7,4%
Aparecida de Goiânia	2	7,4%
Nerópolis	2	7,4%
Jaraguá	2	7,4%
Iporá	1	3,7%
Ceres	1	3,7%
Porangatu	1	3,7%
Bonfinópolis	1	3,7%
Caldas Novas	1	3,7%
Luziânia	1	3,7%
Palmeiras e Uruana	1	3,7%
Goianápolis	1	3,7%
Abadiânia	1	3,7%
Uruaçu	1	3,7%
Não Responderam	5	18,5%

**Tabela 67:** Outros Estados emissores de turistas.

	Respondentes	%
SP	19	70,4%
DF	14	51,9%
MG	12	44,4%
TO	7	25,9%
BA	4	14,8%
RJ	3	11,1%
PA	3	11,1%
MT	2	7,4%
SC	1	3,7%
MA	1	3,7%
RN	1	3,7%
Não faz o controle das informações.	2	7,4%

**Gráfico 38:** Outros Estados emissores de turistas.



**Tabela 68:** Outros países emissores de turistas.

	Respondentes	%
Estados Unidos	6	22,2%
Espanha	3	11,1%
Suíça	2	7,4%
Índia	1	3,7%
Paraguai	1	3,7%
China	1	3,7%
Filipinas	1	3,7%
Cisjordânia	1	3,7%
México	1	3,7%
Coréia	1	3,7%
Portugal	1	3,7%
Alemanha	1	3,7%
Bolívia	1	3,7%
Argentina	1	3,7%
Nenhum	3	11,1%
Não faz o controle das informações	9	33,3%
Não Responderam	4	14,8%



Imagem 9: Museu Histórico Aldérico Borges de Carvalho Anápolis-GO

# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO V – OCUPAÇÃO / HÓSPEDES/CLIENTES



54,4% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes de 2015



49,9% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes de 2016



45,1% valor médio da taxa de ocupação pelos hóspedes/clientes de 2017



Os meses considerados de Alta Temporada estão entre Março e Novembro.



Os meses considerados de Baixa Temporada, são: Janeiro, Fevereiro e Dezembro



O principal perfil de hóspede é o Turista de Negócio



Média de permanência do turista 2 diárias



## BLOCO VI – EMPREGADOS/ BENEFÍCIOS

No Bloco VI apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 Meios de Hospedagem visitados. Trata-se da análise dos funcionários e seus benefícios dos Meios de Hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos meios de hospedagem. Destaque para:

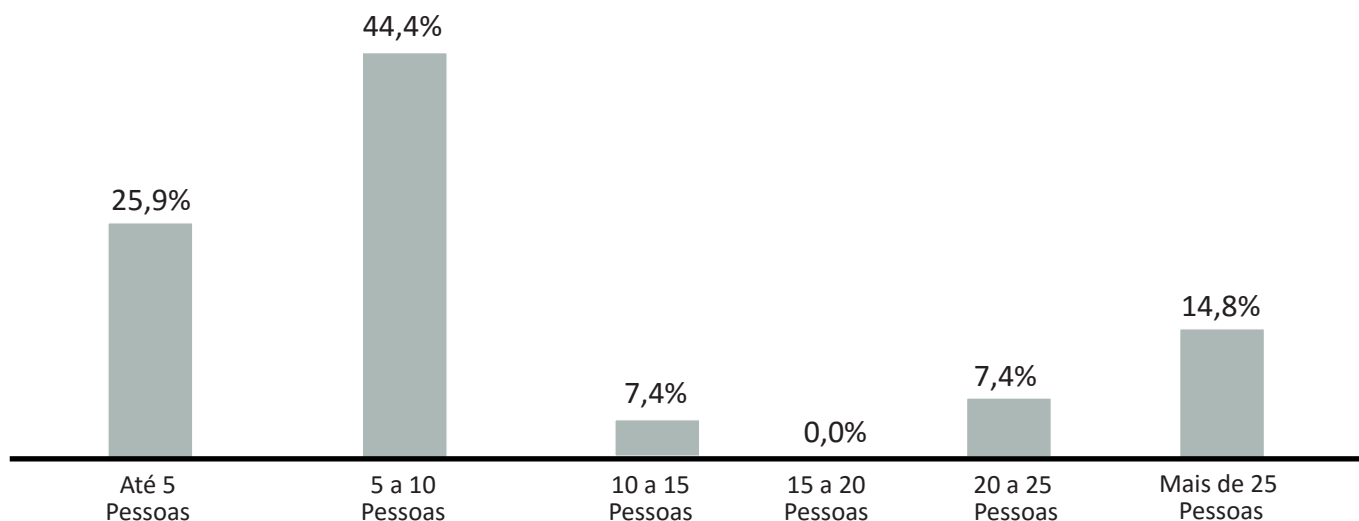
**Nas tabelas 68:** destacamos 44,4% dos Meios de Hospedagem possuem de 5 a 10 pessoas contratadas.

**Na tabela 78:** destacamos que 96,3% dos Meios de Hospedagem visitados concedem aos seus funcionários o benefício do vale transporte.

**Tabela 69:** Número total de pessoas que trabalham na empresa.

	Respondentes	%
Até 5 Pessoas	7	25,9%
5 a 10 Pessoas	12	44,4%
10 a 15 Pessoas	2	7,4%
15 a 20 Pessoas	0	0,0%
20 a 25 Pessoas	2	7,4%
Mais de 25 Pessoas	4	14,8%
<b>Total de Pessoas e Empregados</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 39:** Número total de pessoas que trabalham na empresa.



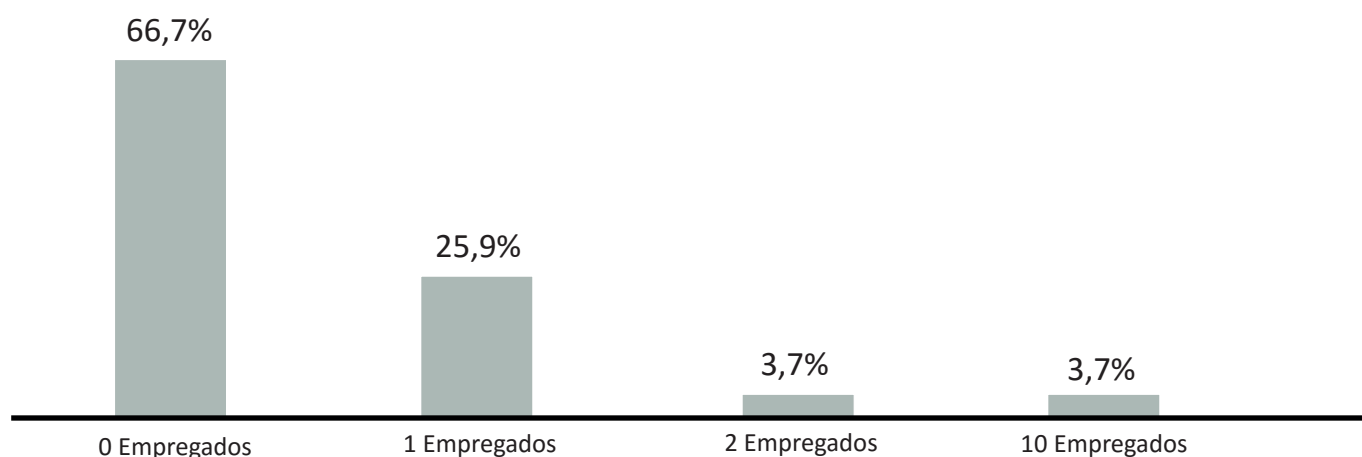
**Tabela 70:** Medidas de resumo da tabela 69.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
3	6,0	16,9	79	350

**Tabela 71:** Número de empregados temporários.

	Respondentes	%
0 Empregados	18	66,7%
1 Empregados	7	25,9%
2 Empregados	1	3,7%
10 Empregados	1	3,7%
<b>Total de Empregados</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 40:** Número de empregados temporários.



**Tabela 72:** Medidas de resumo da tabela 71.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
0	2,1	2,9	10	19

**Tabela 73:** Número de empregados com deficiência (PCD).

	Respondentes	%
0 Empregados	26	96,3%
1 Empregados	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

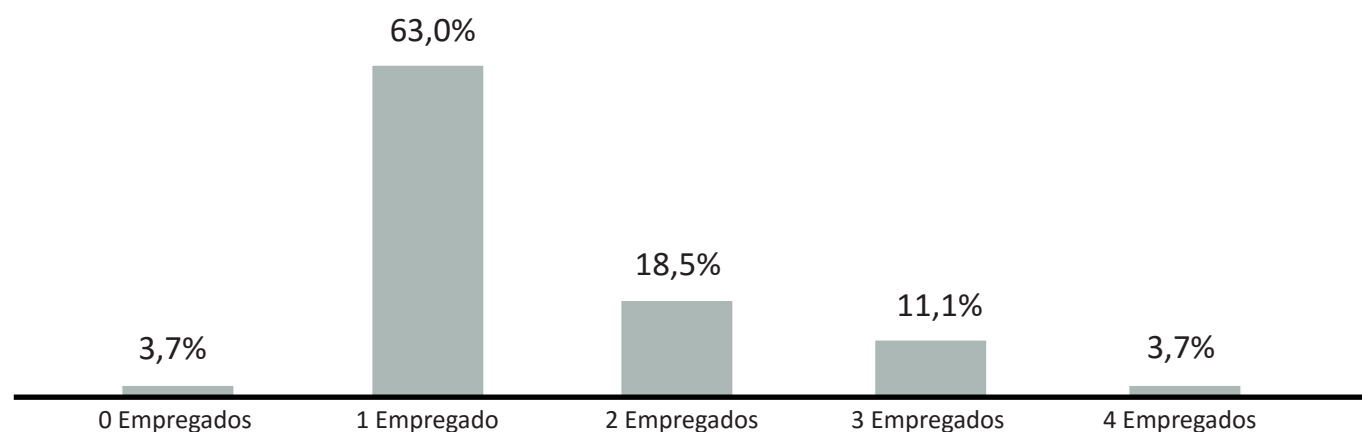
**Gráfico 41:** Número de empregados com deficiência (PCD).



**Tabela 74:** Empregados com Nível Gerencial.

	Respondentes	%
0 Empregados	1	3,7%
1 Empregado	17	63,0%
2 Empregados	5	18,5%
3 Empregados	3	11,1%
4 Empregados	1	3,7%
<b>Total de Empregados</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

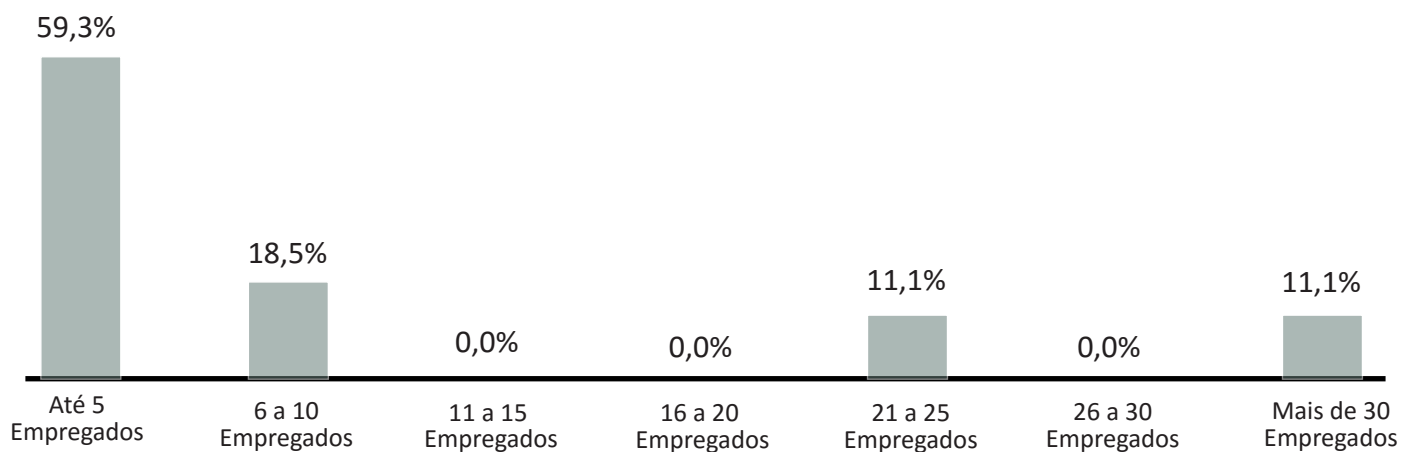
**Gráfico 42:** Empregados com Nível Gerencial.



**Tabela 75:** Empregados com Nível Operacional.

	Respondentes	%
Até 5 Empregados	16	59,3%
6 a 10 Empregados	5	18,5%
11 a 15 Empregados	0	0,0%
16 a 20 Empregados	0	0,0%
21 a 25 Empregados	3	11,1%
26 a 30 Empregados	0	0,0%
Mais de 30 Empregados	3	11,1%
<b>Total de Empregados</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 43:** Empregados com Nível Operacional.



**Tabela 76:** Medidas de Resumo da tabela 75.

Mínimo	Média	Desvio Padrão	Máximo	Total
2	4,0	16,6	78	311

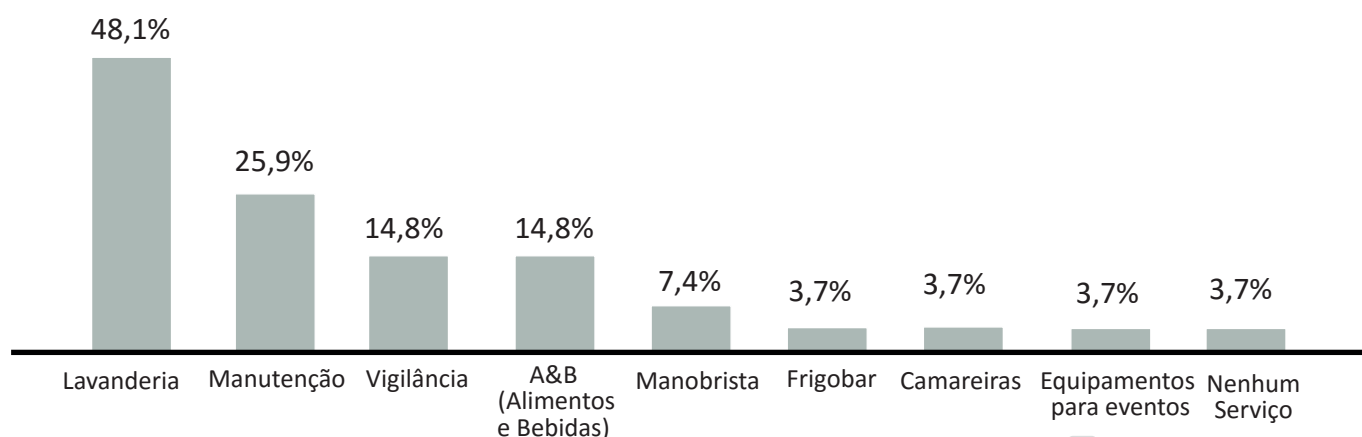
**Tabela 77:** Turnover de Empregados durante o ano, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
De 1 a 2 meses	1	3,7%
De 3 a 5 meses	3	11,1%
De 6 a 10 meses	6	22,2%
1 Ano	2	7,4%
2 Anos	1	3,7%
5 Anos	1	3,7%
Nenhum	12	44,4%
Não possui a informação	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 78:** Terceirização dos serviços, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Lavanderia	13	48,1%
Manutenção	7	25,9%
Vigilância	4	14,8%
A&B (Alimentos e Bebidas)	4	14,8%
Manobrista	2	7,4%
Frigobar	1	3,7%
Camareiras	1	3,7%
Equipamentos para eventos	1	3,7%
Nenhum Serviço	1	3,7%

**Gráfico 44:** Terceirização dos serviços, Revenue Management (RM).



**Tabela 79:** Benefícios concedidos aos colaboradores, Revenue Management (RM).

	Respondentes	%
Vale transporte	26	96,3%
Refeição	11	40,7%
% da taxa de serviço	6	22,2%
Cesta básica	5	18,5%
Participação nos lucros	3	11,1%
Seguro de vida	1	3,7%
Moradia	1	3,7%
Vale Alimentação	1	3,7%
Planos de saúde	1	3,7%
Café da manhã e da tarde	1	3,7%
Plano odontológico	1	3,7%

**Tabela 80:** Situação referente aos programas de capacitação direcionados para os colaboradores da empresa.

	Respondentes	%
Sim	6	22,2%
Não	21	77,8%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 45:** Situação referente aos programas de capacitação direcionados para os colaboradores da empresa.



**Tabela 81:** Frequência de capacitação.

	Respondentes	%
Raramente	3	37,5%
1 vez ao ano	1	12,5%
3 vezes ao ano	2	25,0%
12 vezes ao ano	1	12,5%
Não Possui	1	12,5%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 46:** Frequência da capacitação.

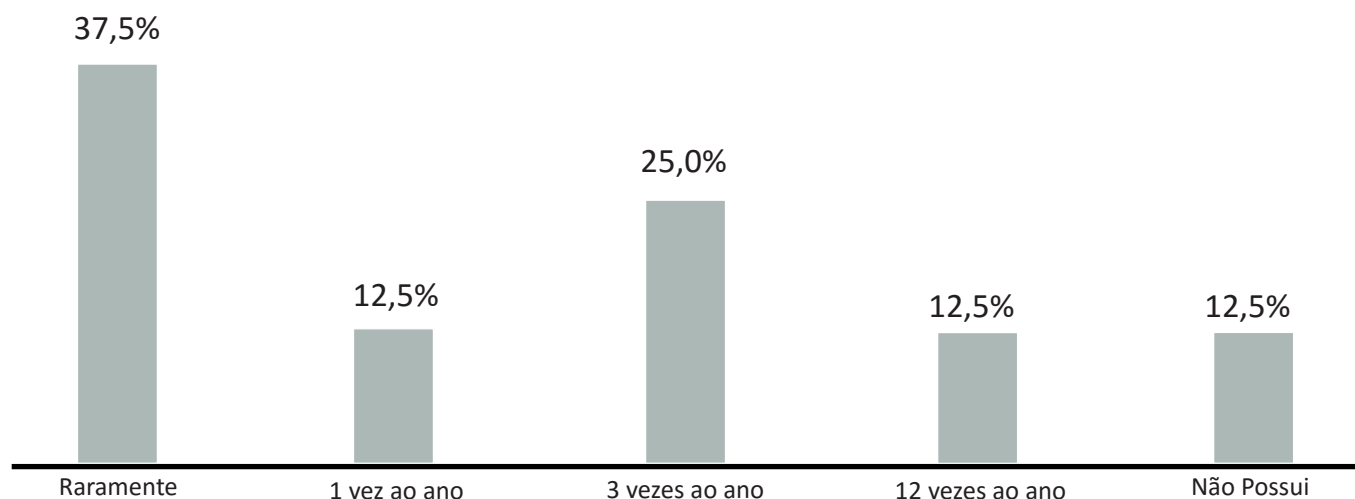
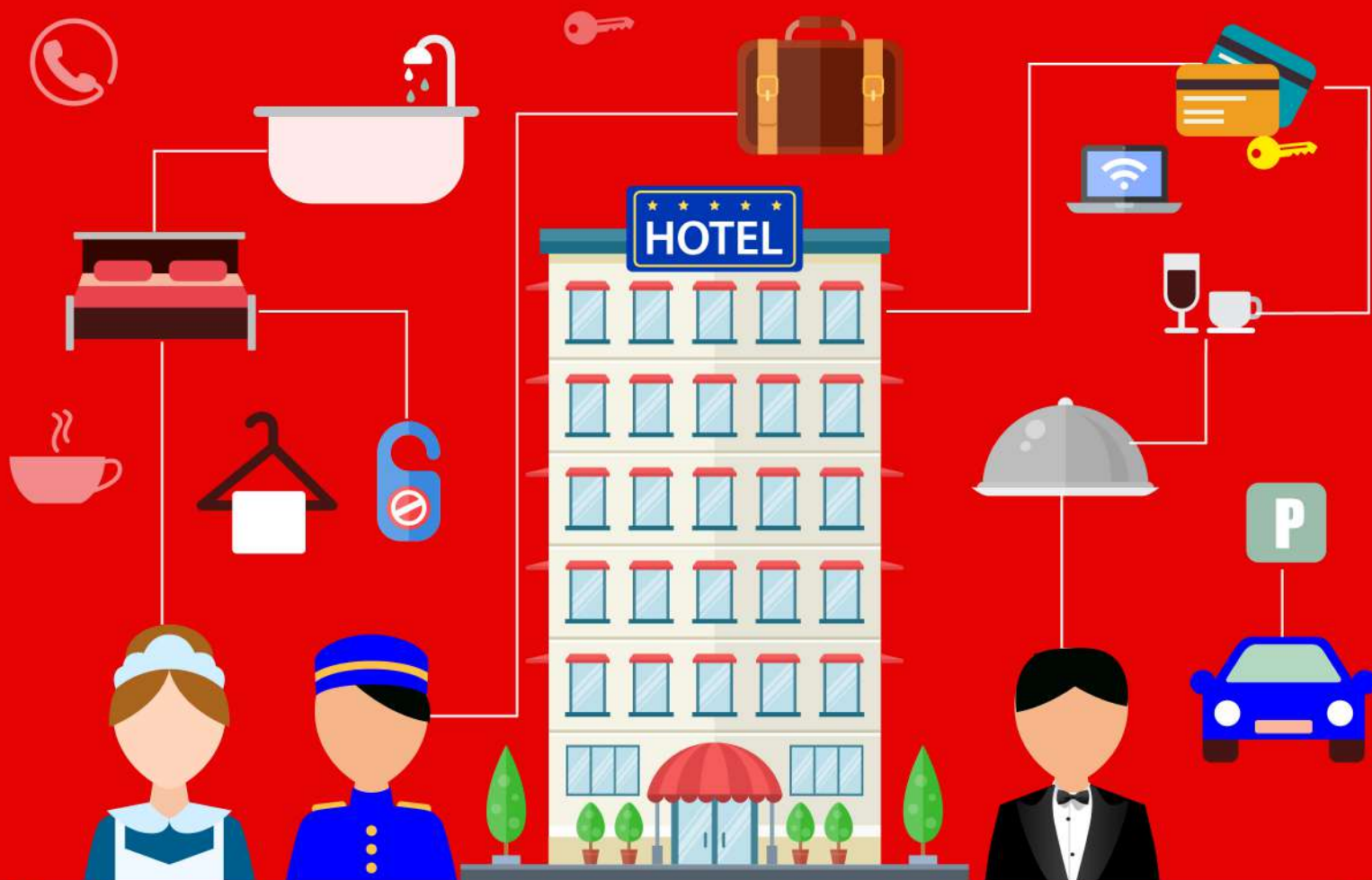


Imagem 10: Monumento Centenário de Anápolis



# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO VI – EMPREGADOS/ BENEFÍCIOS



44,4% dos meios de hospedagem possuem de 5 a 10 pessoas contratadas



96,3% dos meios de hospedagem visitados concedem aos seus empregados o benefício do vale transporte.



22,2% dos hotéis possuem programas de capacitação



Total dos trabalhadores da rede hoteleira de Anápolis  
350 empregados

No Bloco VII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise das necessidades da empresa / gestão dos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos meios de hospedagem. Destaque para:

**Na tabela 81:** destacamos que o item excesso de carga tributária é o que mais provoca dificuldade de gestão dos meios de hospedagem correspondendo a 74,1%.

**Na tabela 82:** destacamos que 85,5% dos Meios de Hospedagem visitados se enquadram no modelo de administração familiar.

**Na tabela 83:** 74,1% dos entrevistados se enquadra na categoria Simples (\*). Lembrando que essa categoria Simples, ou uma estrela tem seu padrão de serviço moderado, existindo limitações com relação a horários para atendimento a alguns serviços, não oferece necessariamente o serviço de A & B, e não possui as mesmas facilidades para reuniões e eventos.

**Na tabela 84:** 50% dos meios de hospedagem entrevistados 22,2% afirmaram que 10% de suas vendas de hospedagem são feitas no “balcão”.

**Na tabela 86:** 37% dos Meios de Hospedagem visitados não realizam venda pela central de reservas ou não possui central de reserva.

**Na tabela 87:** 59,3% dos Meios de Hospedagem visitados não efetua venda pelo site próprio ou não possui site.

**Na tabela 88:** 48,1% dos Meios de Hospedagem visitados não efetua vendas em Site Especializado (Booking, Decolar) ou não possui vínculo com este tipo de site.

**Na Tabela 89:** 77,8% dos Meios de Hospedagem visitados não efetua vendas através de em Convênios.

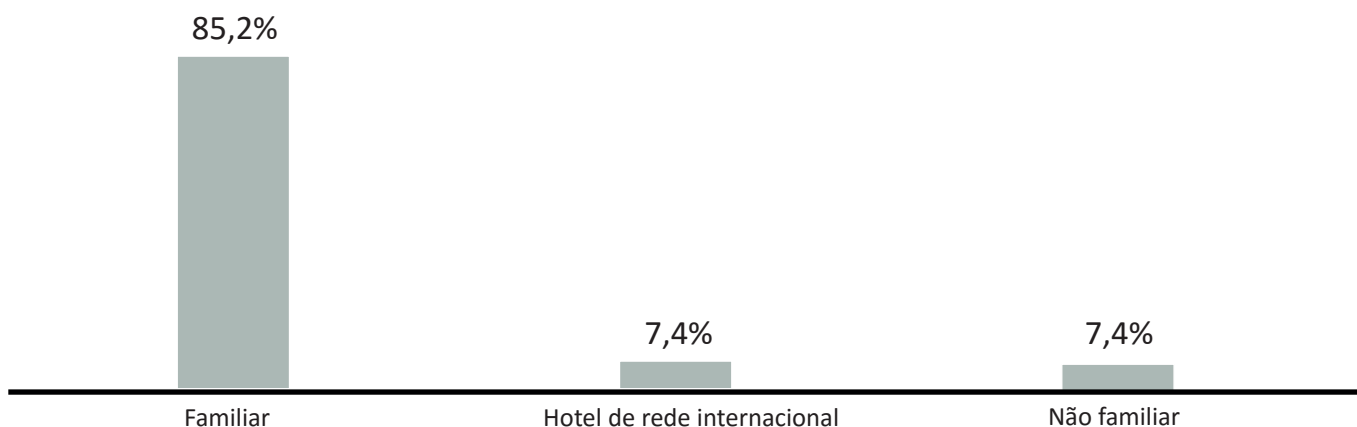
**Tabela 82:** As dificuldades mais relevantes na condução das atividades das empresas.

	Respondentes	%
Excesso de carga tributária	20	74,1%
Concorrência de outras empresas	15	55,6%
Falta de clientes	14	51,9%
Falta de capital de giro	14	51,9%
Taxa de juros elevada	12	44,4%
Falta de mão de obra qualificada	9	33,3%
Desunião do segmento	8	29,6%
Excesso de burocracia	8	29,6%
Despesas com pessoal	7	25,9%
Falta de divulgação	5	18,5%
Ausência de recursos para aquisição de equipamentos	4	14,8%
Instalações inadequadas	3	11,1%
Despesas com aluguel	3	11,1%
Inadimplência	2	7,4%
Falta de conhecimentos gerenciais	2	7,4%

**Tabela 83:** Categoria de Administração.

	Respondentes	%
Familiar	23	85,2%
Hotel de rede internacional	2	7,4%
Não familiar	2	7,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 47:** Categoria de administração.



**Tabela 84:** Categoria de acordo com o Ministério.

	Respondentes	%
Simplex (*)	20	74,1%
Econômico (**)	2	7,4%
Turístico (***)	3	11,1%
Superior (****)	1	3,7%
Luxo (*****)	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

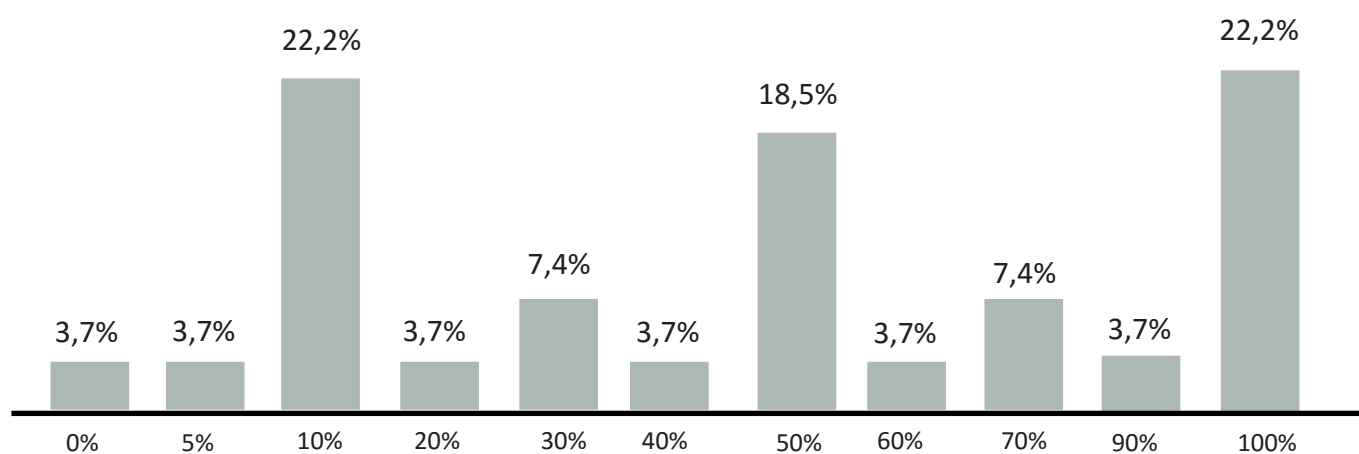
**Tabela 85:** Redes de administração.

	Respondentes	%
Atlântica Hotels	1	50%
Intercity Hotels	1	50%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

**Tabela 86:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Balcão.

	Respondentes	%
0%	1	3,7%
5%	1	3,7%
10%	6	22,2%
20%	1	3,7%
30%	2	7,4%
40%	1	3,7%
50%	5	18,5%
60%	1	3,7%
70%	2	7,4%
90%	1	3,7%
100%	6	22,2%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

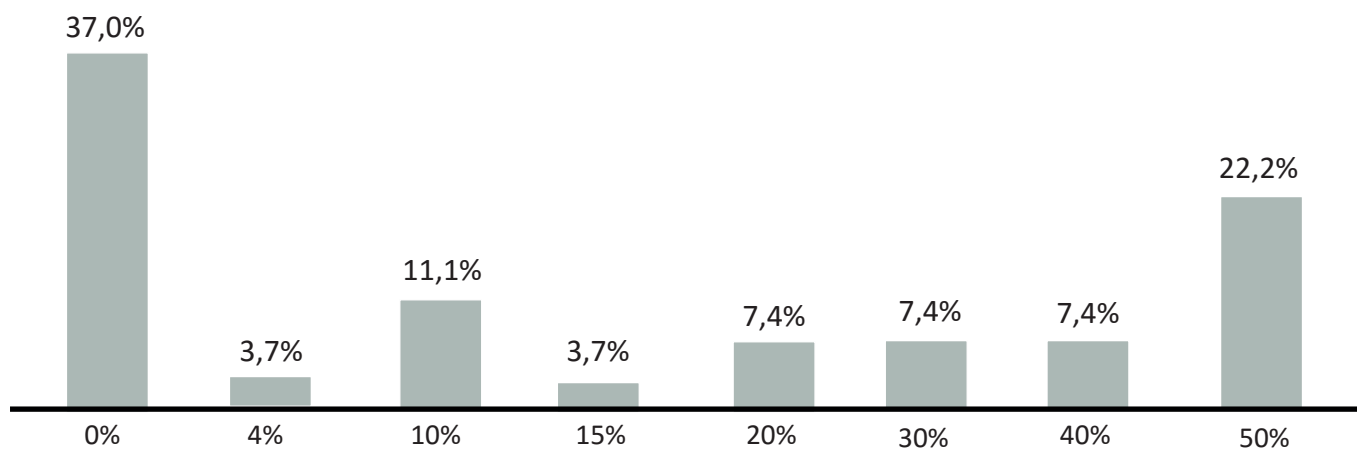
**Gráfico 48:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Balcão.



**Tabela 87:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Central de Reservas.

	Respondentes	%
0%	10	37,0%
4%	1	3,7%
10%	3	11,1%
15%	1	3,7%
20%	2	7,4%
30%	2	7,4%
40%	2	7,4%
50%	6	22,2%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 49:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Central de Reservas.

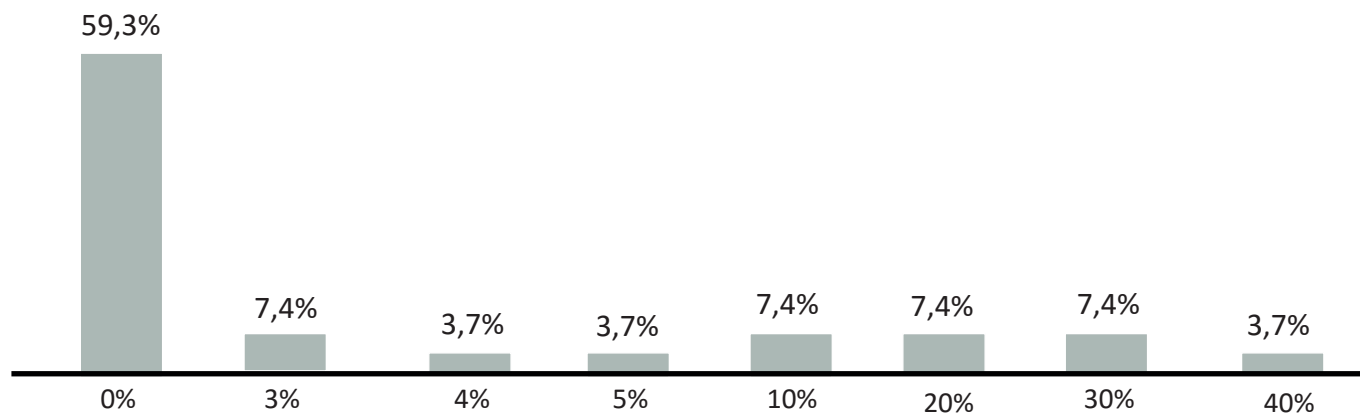




**Tabela 88:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Site Próprio.

	Respondentes	%
0%	16	59,3%
3%	2	7,4%
4%	1	3,7%
5%	1	3,7%
10%	2	7,4%
20%	2	7,4%
30%	2	7,4%
40%	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

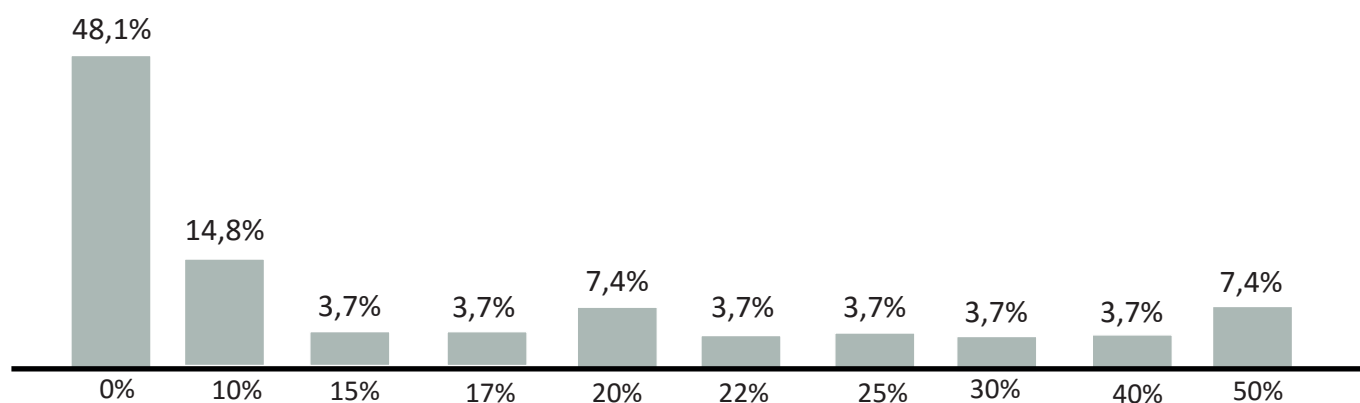
**Gráfico 50:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em Site Próprio.



**Tabela 89:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em site especializado (Booking, Decolar, etc.).

	Respondentes	%
0%	13	48,1%
10%	4	14,8%
15%	1	3,7%
17%	1	3,7%
20%	2	7,4%
22%	1	3,7%
25%	1	3,7%
30%	1	3,7%
40%	1	3,7%
50%	2	7,4%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

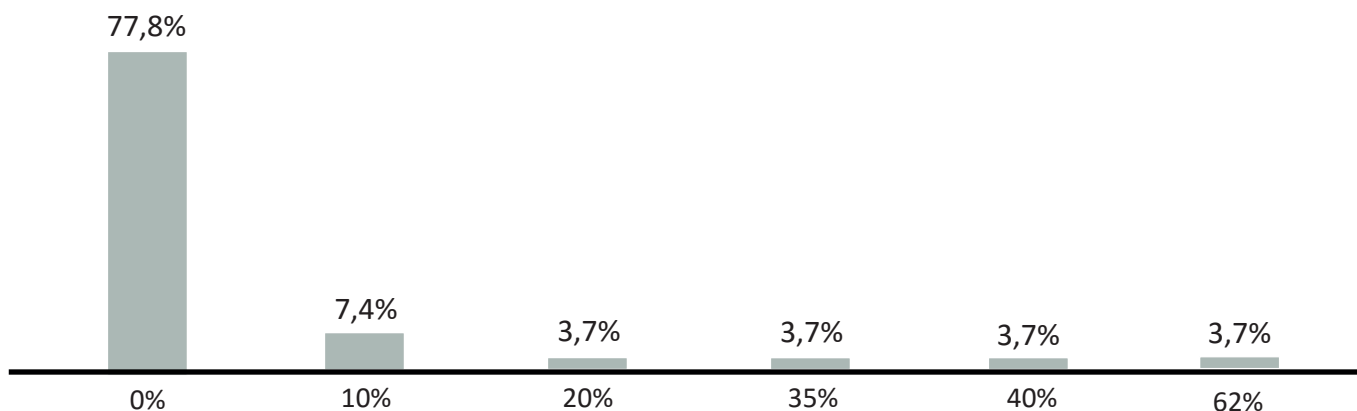
**Gráfico 51:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em site especializado (Booking, Decolar, etc.).



**Tabela 90:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em convênios.

	Respondentes	%
0%	21	77,8%
10%	2	7,4%
20%	1	3,7%
35%	1	3,7%
40%	1	3,7%
62%	1	3,7%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 52:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em convênios.



**Tabela 91:** Em relação as reservas, o percentual aproximado de vendas em outros meios.

	Respondentes	%
30% - Indicação	1	100,0%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 92:** Os principais convênios ligados as empresas.

	Respondentes	%
Bancorbras	2	7,4%
Booking	1	3,7%
CDL	1	3,7%
CIA	1	3,7%
CVC	2	7,4%
Empresas do DAIA	2	7,4%
Fonteneli	1	3,7%
Geolab	1	3,7%
Montreal	1	3,7%
Plumatex	1	3,7%
RDC	1	3,7%
Não Possuem Convênios	21	77,8%

**Tabela 93:** Os principais sites especializados utilizados pelas empresas .

	Respondentes	%
Booking	13	48,1%
Decolar	3	11,1%
Expedia	3	11,1%
Alugue Temporada	1	3,7%
Atlantica	1	3,7%
B2B	1	3,7%
CVC	1	3,7%
OLX	1	3,7%
Trend	1	3,7%
Bancorbras	1	3,7%
Trivago	1	3,7%
Hotel Urbano	1	3,7%

**Tabela 94:** Quantitativo referente ao resumo das vendas.

<b>Categoria</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Máximo</b>
Balcão	0%	50,0%	35,8%	100%
Central de Reservas	0%	10,0%	20,5%	50%
Site Próprio	0%	18,8%	11,3%	40%
Site Especializado	0%	6,4%	15,6%	50%
Convênios	0%	12,4%	15,3%	62%
Outros	0%	30,0%	-	30%



Imagem 11: Parque Ipiranga Anápolis-GO

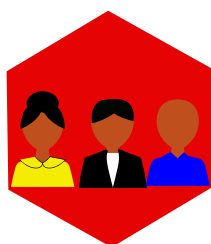
# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



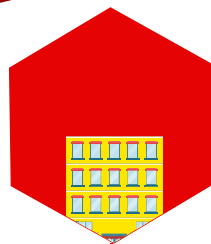
## BLOCO VII – NECESSIDADES DA EMPRESA / GESTÃO



O item excesso de carga tributária é o que mais provoca dificuldade de gestão dos meios de hospedagem correspondendo a 74,1%



85,5% dos meios de hospedagem visitados se enquadram no modelo de administração familiar



74,1% dos respondentes se enquadram na categoria Simples



Dos 50% dos meios de hospedagem entrevistados, 22,2% afirmaram que 10% de suas vendas de hospedagem são feitas no "balcão"



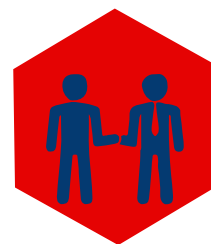
37% dos meios de hospedagem visitados não realizam venda pela central de reservas ou não possuem central de reserva



59,3% dos meios de hospedagem visitados não efetuam venda pelo site próprio ou não possuem site



48,1% dos meios de hospedagem não efetuam vendas em sites especializados (Booking, Decolar) ou não possuem vínculo com estes tipo de sites



77,8% dos meios de hospedagem visitados não efetuam vendas através de Convênios

## BLOCO VIII – SUSTENTABILIDADE

No Bloco VIII apresentamos as respostas relativas às entrevistas realizadas com os gestores e proprietários dos 27 meios de hospedagem visitados. Trata-se da análise das ações de sustentabilidades praticadas pelos meios de hospedagem visitados. A pesquisa “in loco” identificou 29 Meios de Hospedagem, sendo 27 em funcionamento e 02 em processo de construção/estruturação. Ressaltamos que os pesquisadores buscaram preferencialmente entrevistar os responsáveis, sócios ou gerentes, no entanto, em alguns casos os recepcionistas com a devida autorização dos gestores dos Meios de Hospedagem. Destaque para:

**Na tabela 94:** 77,8% dos Meios de Hospedagem visitados afirmam que promovem a separação de óleo como principal ação sustentável do seu empreendimento, seguido de 55,6% com foco na economia de energia e 29,6% afirma incentivar seu hóspede a diminuir a solicitação de troca do enxoval.

**Tabela 95:** Ações de sustentabilidade adotadas no hotel.

	Respondentes	%
Separação do óleo	21	77,8%
Economia de energia	15	55,6%
Incentivo aos hóspedes com a troca do enxoval da UH	8	29,6%
Redução do consumo interno	5	18,5%
Reutilização de água	4	14,8%
Educação e treinamento interno	4	14,8%
Aquecimento solar	4	14,8%
Utilização de água da chuva	3	11,1%
Energia solar	3	11,1%
Gestão de resíduos	2	7,4%
Painel solar para a piscina	1	3,7%
Não Possui	1	3,7%
Nenhuma ação sustentável	6	22,2%

**Tabela 96:** Programa Social realizado pela empresa.

	Respondentes	%
“Childhood” pela proteção da infância	1	3,7%
Ajuda algumas instituições, asilos e abrigos para crianças	1	3,7%
Não Possuem	25	92,6%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>



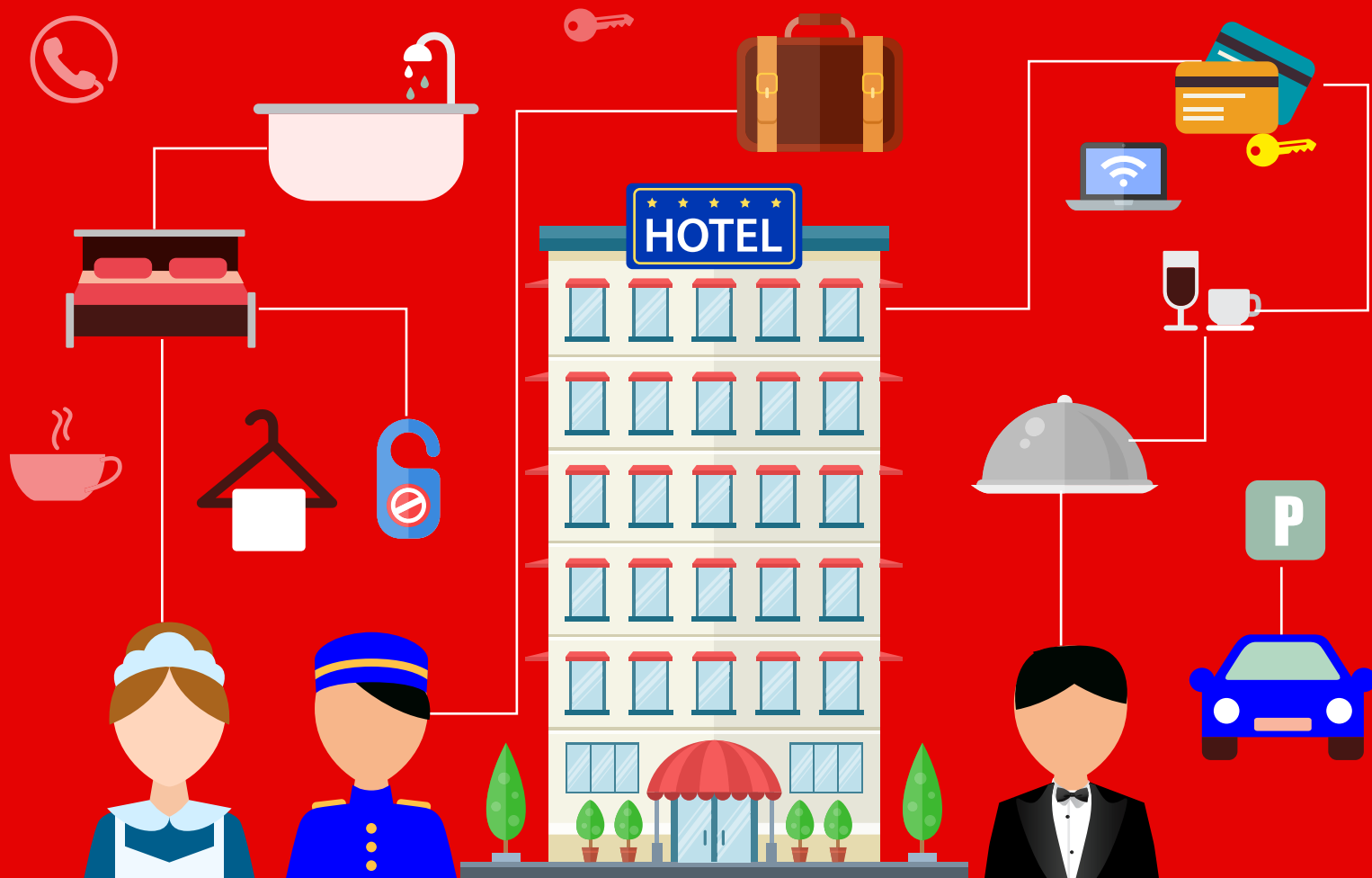
**Tabela 97:** Ações a serem implantadas.

	Respondentes	%
Construir 6 UH's	1	3,7%
1 sala para eventos em construção	1	3,7%
Aumento da fachada/placa da pousada	1	3,7%
Aquisição automóvel próprio da pousada	1	3,7%
Capacitações para os funcionários	1	3,7%
Diminuir juros no banco	1	3,7%
Doações de alimentícias utilizados para ONG's	1	3,7%
Fazer divulgação, parcerias com empresas do mesmo ramo para divulgação	1	3,7%
Poço artesiano	1	3,7%
Utilizar energia solar	1	3,7%
Não Possuem	22	81,5%



Imagem 12: Parque Ipiranga Anápolis-GO

# CENSO HOTELEIRO DE ANÁPOLIS



## BLOCO VIII - SUSTENTABILIDADE



77,8% dos meios de hospedagem visitados afirmam que promovem a separação de óleo como principal ação sustentável do seu empreendimento



55,6% meios de hospedagem visitados afirmam que há foco na economia de energia



29,6% afirmam incentivar seu hóspede a diminuir a solicitação de troca do enxoval

# GLOSSÁRIO

---

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

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

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

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

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

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

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

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

**FCA:** Uma das mais importantes ferrovias do País, com um volume de movimentações consideráveis de cargas containerizadas, sendo o Porto de Anápolis o principal terminal abastecedor desse modal. Com 7.080 quilômetros de extensão, é considerada o principal e mais eficiente eixo de conexão entre as regiões Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste do Brasil. Atravessa mais de 250 municípios brasileiros em sete estados: Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Bahia, Sergipe, Goiás e São Paulo, além do Distrito Federal (ANAPOLIS GLOBAL, 2017).

**Flat/Apart-hotel:** Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

**FNRH:** A Ficha Nacional de Registro de Hóspedes, é uma ficha que sua pousada ou hotel deve apresentar ao hóspede no momento do check-in, solicitando que o mesmo preencha e assine determinados dados, como nome, profissão, nacionalidade, entre outros. A aplicação da FNRH é obrigatoriedade de todos os meios de hospedagem do Brasil. Segundo o Decreto nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010, que regulamenta a Lei do Turismo nº 11.771/2008, a movimentação diária de hóspedes deve ser declarada através da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes. Sendo obrigação do estabelecimento manter uma cópia desta arquivada em formato digital (DARROSSI,2018) .

**In loco:** É uma expressão em latim, que significa “no lugar” ou “no próprio local”.

**Internet Wireless:** Termo inglês que significa “rede sem fio”, na tradução para a língua portuguesa. Este termo é utilizado para denominar uma rede de computadores sem a necessidade do uso de cabos, funcionando por meio de equipamentos que usam radiofrequência, comunicação via ondas de rádio, ou comunicação via infravermelho.

**ONG's:** Sigla para Organizações não Governamentais, que são instituições criadas sem ajuda ou vínculos com o governo, geralmente de fundo social e sem fins lucrativos.

**PCD:** A sigla significa Pessoa com Deficiência. É utilizada para se referir às pessoas que possuem limitações permanentes (pessoas com deficiência visual, auditiva, física ou intelectual).

**Playground:** Local destinado para a recreação infantil, composto de brinquedos para o entretenimento das crianças.

**Revenue Management (RM):** Significa gerenciamento de receita, é uma técnica utilizada para maximizar as receitas com técnicas de precificação, oferta e demanda. Também conhecida como Yield Management, é muito usada no mercado hoteleiro para gerenciar o equilíbrio entre a taxa de ocupação e os lucros (TEIXEIRA, 2017).

**Rol:** Utilizado para categorizar/listar em ordem numérica informações.

**Room service:** Serviço de quarto.

**SETHA:** Sindicato dos Empregados em Turismo e Hospitalidade de Anápolis.

**SINDETUR Anápolis:** Sindicato das Empresas de Turismo de Anápolis.

**Sindhóteis :** Sindicato dos Trabalhadores em Hotéis.

**Spa:** Estabelecimento comercial que dispõe de um local elegante e com estrutura específica para oferecer aos clientes tratamentos de saúde, beleza e bem-estar.

**Turnover:** Termo da língua inglesa que significa “virada”; “renovação”; “reversão” sendo utilizado em diferentes contextos. Neste caso faz-se referência a rotatividade dos empregados nas empresas.

**UH:** Unidade Hoteleira, cada quarto de um hotel ou pousada.

**Workstation:** Mesa de trabalho equipada com computador disponível para o uso dos hóspedes.

# Referências Bibliográficas

---

BISCHOF, Luiz Antonio. *CADASTUR*. Disponível em: <<https://turismo.ubatuba.sp.gov.br/o-que-o-cadastur-e-quem-deve-se-cadastrar/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

DARROSSI, Jessica Hevilin. *Ficha Nacional do Registro de Hóspede*. Disponível em: <<http://blog.hospedin.com/fnrh-ficha-nacional-de-registro-de-hospedes/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

Glossário da Hotelaria. Disponível em: <<http://dicasturísticas.blogspot.com/2009/04/glossario-da-hoteleria.html>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

Histórico ABIH-GO: Disponível em: <<http://www.abihgo.org.br/historico/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

Histórico FCA. Disponível em: <<http://anapolisglobal.com.br/anapolis-movimenta-a-fca/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

MARQUES, Anita. *O QUE É CONVENTION & VISITORS BUREAU?*, 2007. Disponível em: <<http://espacodeturismo.blogspot.com/2011/06/convention-visitors-bureau.html>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

TEIXEIRA, Rodrigo. *Conceituação de Revenue Management*. Disponível em: <<https://diariodoturismo.com.br/revenue-management-hoteleria/>>. Acesso em: 3 jul. 2018.

# Ficha Técnica

---

## **GOVERNO ESTADUAL**

**José Eliton de Figuerêdo Júnior**  
Governador do Estado de Goiás

## **AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO**

**Leandro Marcel Garcia**  
Presidente

**Luzia de Fátima Gonçalves**  
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 Junior**  
Pedro Gerente de Projetos, Pesquisa 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 do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

**Equipe de Apoio Técnico**  
Iara da Silva Lemos  
Paulo Sérgio Cardos Pereira

### **Estagiárias**

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

# CRÉDITOS

---

**Giovanna Adriana Tavares Gomes**

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

**Ana Cláudia de Moura**

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

**Rafael de Araújo Rosa**

**Giovanna Adriana Tavares Gomes**

Análises Estatísticas, Econômicas e textos

**Projeto Gráfico e Design**

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Solange Pereira Silva

**Pesquisadores(as)**

Giovanna Gomes Silva Germano

Iraides Moraes Reis

Rosiele Barbas Borges

Washington Fernando de Souza

**Supervisão de Textos e correção ortográfica**

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar

Maria Carolina Gomes Peixoto

Víbia Camargo Vieira Ferreira

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

**Vanessa Pires Morales**

Presidente da ABIH-GO

**Luiz Mauro Potenciano**

Vice Presidente Delegado da ABIH Anápolis

**Ana Cláudia de Moura**

Assessora Executiva da ABIH-GO .

**HOTÉIS PARCEIROS:**

Hotel Denali

Comfort Hotel Anápolis

Hotel Intercity

Park Imperial

*goiás*

é goiás.



# Apêndice

---

## Relação dos 27 Meios de Hospedagem participantes da pesquisa censitária 2018

---

### Setor Central

---

**Hotel Fênix:** Rua Federal, n° 817, Central.

**Marcellu's Hotel:** Av. Brasil n° 635, Central, contato@marcellushotel.com.br.

**Pousada Maracanã:** Rua Coronel Aquiles de Pina, n°240, Central, 30994202, elinaldousa@hotmail.com.

**Hotel Itamaraty:** Rua Manoel d'Abadia n° 209, Central, reservas@itamaratyhotel.com.br.

**Hotel Central:** Rua Barão do Rio Branco, Central, hotelcentraldeanapolis@yahoo.com.br.

**Hotel Bandeirante:** Rua 14 de Julho, n° 735, Central.

**Pousada Zacarias:** Praça Bom Jesus, n° 96, Central, 33213107, pousadazacarias@gmail.com.

**Hotel Ouro Verde:** Av. Brasil Sul, n°464, Central.

**Palace Hotel:** Praça Bom Jesus, n°100, Central.

### Setor Cidade Jardim

---

**Hotel Panorama:** Rua A 10, n° 147, Cidade Jardim, contato@panoramahotelanapolis.com.br.

**Hotel Tocantins:** Av. Brasil Norte, n°555, Cidade Jardim.

**Hotel Canaã:** Rua E Qd. 23 Lt. 12, Cidade Jardim, 37011696, canaahoteldeanapolis@hotmail.com.

### Setor Fazenda Barreiro do Meio

---

**Denali Hotel:** Rodovia BR-153, n°3661, Fazenda Barreiro do Meio, ggeral@denalihotel.com.br.

### Setor Jaiara

---

**Pousada Hotel:** Av. Fernando Costa, n° 1401, Jaiara.

### Setor Jundiá

---

**Park Imperial Hotel:** Rua Oscar Monh, Jundiá, gerenciageral@parkimperialhotel.com.br.

## Parque Iracema

---

**Maro Hotel:** Rua Tupi Qd. 1A Lt. 27, Parque Iracema, marohotel@hotmail.com.

## Residencial Arayoville

---

**Hotel Via Universitária:** Av. Universitária, nº2015, Residencial Arayoville, reservas@hotelviauniversitaria.com.br.

## Setor Santa Maria de Nazareth

---

**Hotel Vitória:** Rua Genoveva Martins, nº 30, Santa Maria de Nazareth, 3324-8306.

**Hotel Anápolis:** Rua Genoveva Martins, nº 35, Santa Maria de Nazareth, 991568713, hotelanapolis@gmail.com.

**Hotel Beira Rio:** Rua Procópio Milagre, Qd. 1 Lt. 1, Santa Maria de Nazareth, 996654038, hotelbeirariodeanapolis@gmail.com.

**Hotel Santa Maria:** Rua Genoveva Martins, nº 85, Santa Maria de Nazareth, 33245091.

## Bairro São João

---

**Comfort Hotel Anápolis:** Rua São João, Bairro São João, 39375214, ggeral.caps@atlantichotels.com.br.

## Setor Sul

---

**Intercity Hotel (Sul Hotel):** Av. Adibe Miguel nº 270, Setor Sul, recepcao.anapolis@intercityhoteis.com.br.

## Setor Sítios

---

**Estância Park Hotel:** Av. B, Chácaras 62/63, Sítios R. A. do Brasil, 33184211, reserva@estanciaparkhotel.com.br.

## Vila Goiás

---

**Hotel UAI:** Av. Brasil Sul nº 555, Vila Goiás, 33147602, hoteluai@gmail.com.

## Vila Juscelo

---

**Hotel Arco-Íris:** Av. Brasil, nº 680, Vila Juscelo, arcoiris\_hotel@yahoo.com.br.

## Vila Santana

---

**Hotel Serra Dourada:** Av. Brasil, nº375, Vila Santana, hotelserradourada@hotmail.com.



# 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)

