



# PESQUISA DE DEMANDA

# 2023

*Secretaria de  
Desenvolvimento  
Econômico e Turismo*



**Prefeitura de  
SOROCABA**

CIDADE HUMANIZADA E INOVADORA



# FICHA TÉCNICA

## **Prefeitura Municipal de Sorocaba**

### **Prefeito**

Rodrigo Maganhato

## **Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo**

### **Secretário**

Paulo Henrique Marcelo

### **Superintendente**

Fernando Marques da Silva Filho

### **Chefe de Divisão de Fomento ao Turismo e Agronegócio**

Daniele Lopes Dias Leite

### **Equipe da Divisão de Fomento Turismo e Agronegócio**

Caroline Sanchez Villega

Débora Cristina Araújo

Gabriela Fernanda Delgadinho

Márcio José Celestino

Paulo de Tarso César da Silva

Sérgio Paulo de Jesus

**Validado pelo turismólogo responsável Fernando Marques da Silva Filho, filiado à ABBTUR – Associação Brasileira de Turismólogos sob o nº 16.310/SP**

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	4
2. OBJETIVOS .....	4
2.1 OBJETIVOS PRINCIPAIS .....	4
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
3. METODOLOGIA.....	5
4. PERFIL DO TURISTA .....	5
4.1 GÊNERO E IDADE .....	9
4.2 MEIO DE TRANSPORTE .....	10
4.3 ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM.....	11
4.4 TEMPO DE PERMANÊNCIA .....	12
4.5 COMO CONHECERAM A CIDADE .....	13
4.6 VISITAS ÀS CIDADES DA REGIÃO .....	14
4.7 MOTIVOS DA VIAGEM .....	15
4.8 MEIOS DE HOSPEDAGEM .....	16
4.9 ATRATIVOS DA CIDADE.....	17
4.10 INFRAESTRUTURA DA CIDADE .....	19
4.11 GASTO MÉDIO NA CIDADE .....	21
4.12 OPINIÃO DA CIDADE .....	22
5. CONCLUSÃO .....	24



# 1. INTRODUÇÃO

Pesquisar a demanda turística de um lugar é essencial para planejar, traçar planos, entender a necessidade local, compreender os perfis dos visitantes e obter um panorama do turismo, em geral. Para a cidade de Sorocaba, isso não é exceção.

Com as informações obtidas por meio desta pesquisa, ações estratégicas podem ser tomadas com base na realidade da cidade e da indústria do turismo local. Desde a compreensão da idade e gênero dos visitantes até as atrações que eles visitam e suas percepções sobre a infraestrutura da cidade.

O último levantamento de demanda turística da cidade foi realizado em 2022, como forma de atualização anual desse estudo tão relevante para uma cidade turística, como Sorocaba. Para atualizar essas informações, uma nova pesquisa foi realizada em 2023, entre o final do primeiro semestre e o início do segundo.

A pesquisa foi realizada em espaços públicos entre março e junho pela equipe da Divisão de Fomento ao Turismo e Agronegócio da Prefeitura de Sorocaba, em parceria com a rede hoteleira, resultando em um total de 337 pesquisas.



Fonte: acervo do Turismo, rodoviária de Sorocaba, 2023.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Compreender como os setores de turismo, infraestrutura turística e

visitantes da cidade se relacionam e interagem, como forma de aprimorar essas relações e oferecer as melhores experiências aos agentes acima.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender os motivos que levam as pessoas a visitarem Sorocaba, estudando estratégias e planos de promoção;
- Entender o perfil dos turistas que visitam a cidade, tais como faixa etária, sexo, meio de transporte utilizado, etc.;
- Obter *feedback* desse público quanto à satisfação com suas experiências na cidade, tanto com o uso da infraestrutura local quanto com atrativos e pontos turísticos;
- Acompanhar a perspectiva geral do turismo, de forma a fornecer ferramentas para a criação de planos e ações específicas para o panorama atual.

## 3. METODOLOGIA



Fonte: acervo do Turismo, Zoológico de Sorocaba, 2023.

Para a estruturação da presente pesquisa de demanda, foi utilizada a metodologia de pesquisa quantitativa, ou seja, realizada por meio da coleta de dados obtidos nas respostas dos turistas.

A primeira questão visava identificar o local de origem do entrevistado, uma vez que o formulário impresso a ser aplicado era específico para os turistas. Após, todos os 337 formulários foram transcritos de forma online, para organização e planilhamento das respostas.

## 4. PERFIL DO TURISTA

As pesquisas que serviram de base para as informações a seguir foram

fruto de uma parceria entre a Prefeitura de Sorocaba e a rede hoteleira da cidade. A equipe da Divisão de Turismo e Agronegócio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR) foi responsável pela pesquisa de campo, com o apoio de representantes do setor hoteleiro da cidade.

Foram contabilizadas um total de 337 respostas, distribuídas entre 118 aplicadas em hotéis variados da cidade, 111 na rodoviária e 108 no Zoológico Municipal. Dessa forma, em resumo:

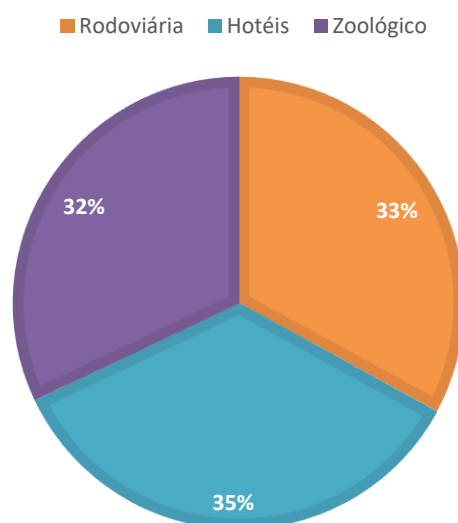
Local	Março	Abril	Maió	Junho	Total
Hotéis	-	-	9	109	118

Local	Março	Abril	Maió	Junho	Total
Rodoviária	21	48	42	-	111

Local	Março	Abril	Maió	Junho	Total
Zoológico	18	42	48	-	108

**Tabela 1: Locais e meses de aplicação da pesquisa**

## LOCAIS DAS PESQUISAS



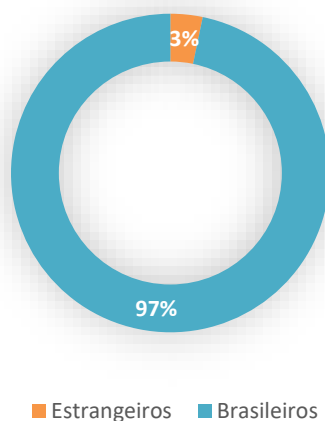
**Gráfico 1: Locais de aplicação da pesquisa para turistas**

De acordo com o gráfico acima, vemos que, das 337 pesquisas feitas, 33% foram aplicadas na Rodoviária, 32% foram feitas no Zoológico e 35% foram realizadas nos hotéis sorocabanos.

O local de origem desses turistas possui grande variação entre os estados do país, mas a maioria vêm do próprio estado de São Paulo. Além disso, alguns pesquisados são provenientes de outros países, tais como Estados Unidos, Groenlândia, Nova Zelândia, Peru, Espanha, Alemanha e Portugal.

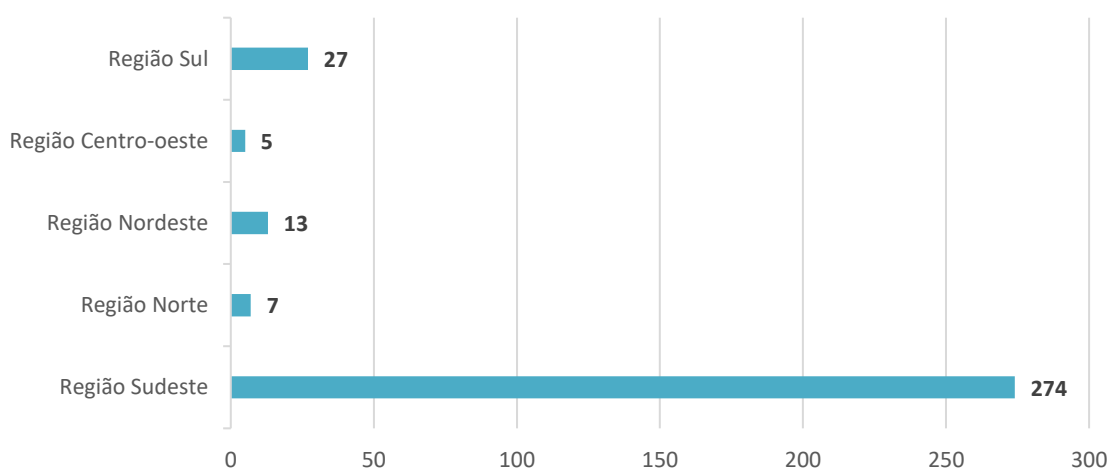
Dessa forma, seguem tabelas com mais detalhes:

## Nacionalidade



**Gráfico 2: Nacionalidade dos entrevistados**

## Estados por região



**Gráfico 3: Região de onde os turistas são provenientes**

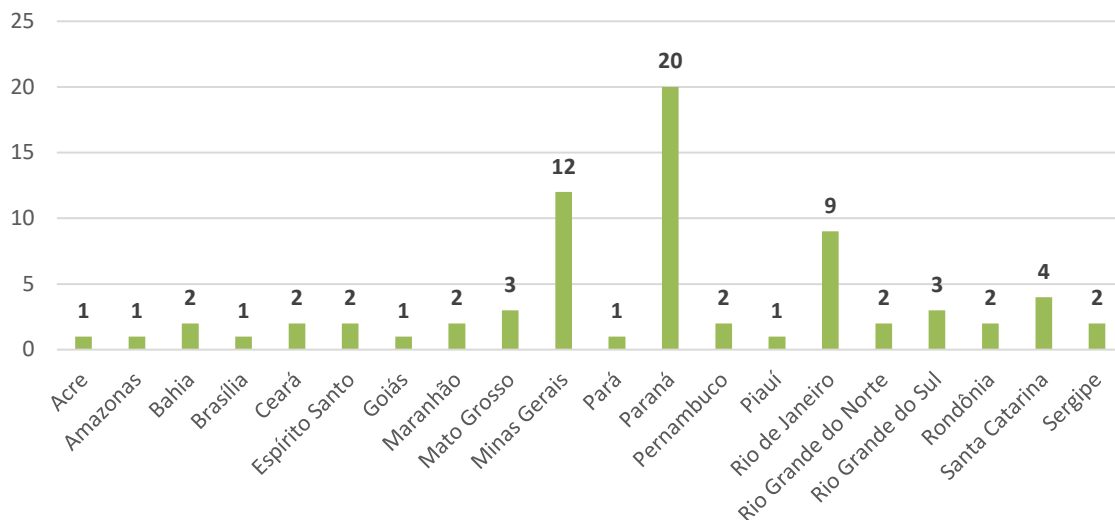
Em relação ao local de origem dos turistas, quando divididos pelas regiões brasileiras, vemos que a maioria deles se concentra na Região Sudeste. Isso porque, apenas o estado de São Paulo é responsável por 74,48% das emissões.

Somando-se aos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, esse percentual atinge 81,30%. Em seguida, temos a Região Sul, com 8,01%, a Região Nordeste, com 3,85%, a Região Norte, com 2,07%, e a Região Centro-Oeste, com 1,48%.

Ainda, durante a pesquisa, viu-se também que houve uma pequena porcentagem de turistas vindos de fora do país, representando 3% dos visitantes de Sorocaba.



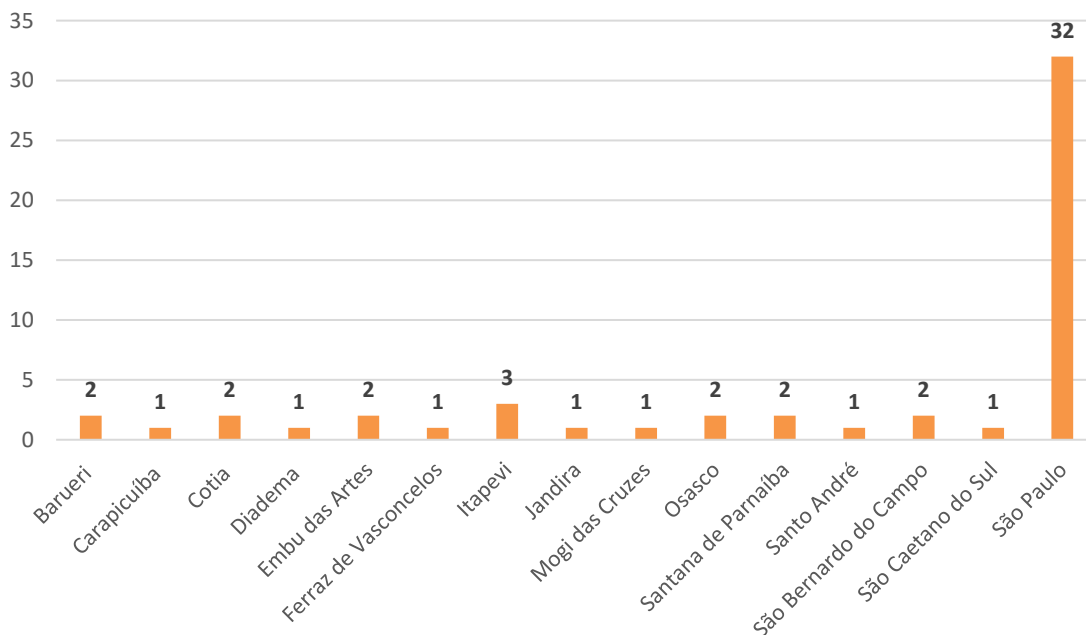
### Turistas por estado, exceto São Paulo



**Gráfico 4: Distribuição dos turistas por estados, exceto estado de São Paulo**

Retirando-se o estado de São Paulo, que forneceu o maior percentual de turistas, demonstra os estados de origem dos entrevistados, sendo o Paraná, da região Sul, o segundo maior emissor de turistas, seguido por Minas Gerais e o Rio de Janeiro.

### Região Metropolitana de São Paulo

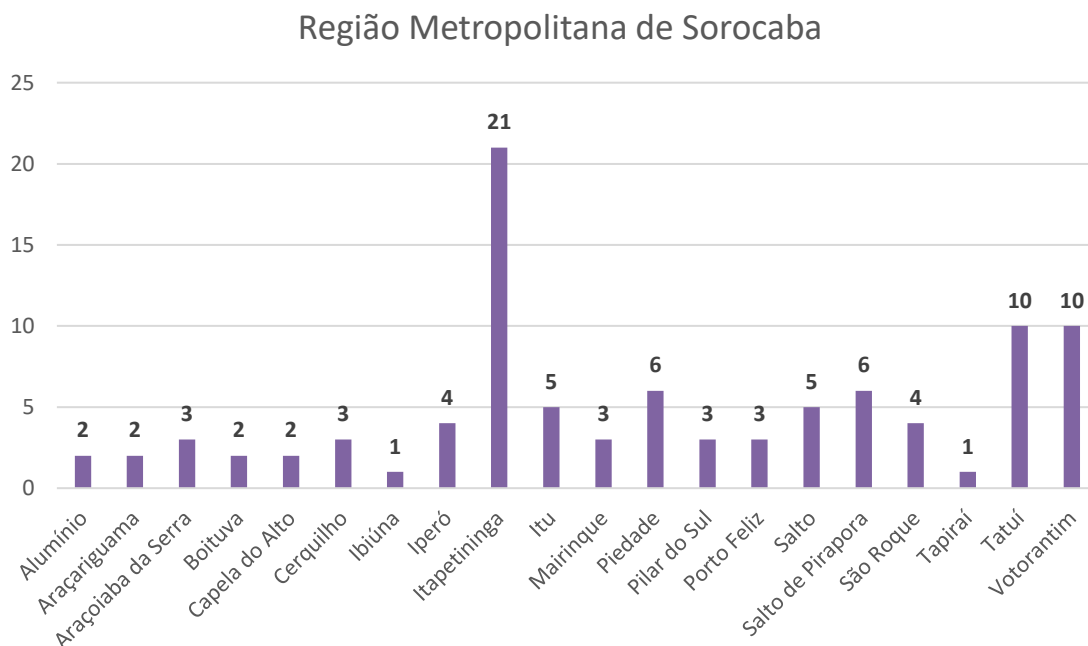


**Gráfico 5: Turistas da Região Metropolitana de São Paulo**

Considerando que o estado de São Paulo foi o que mais enviou turistas à Sorocaba, o gráfico acima traz os dados da Região Metropolitana de São Paulo, no qual é possível conferir que a própria cidade de São Paulo foi o maior emissor. Já em relação à Região Metropolitana de Sorocaba, o gráfico abaixo



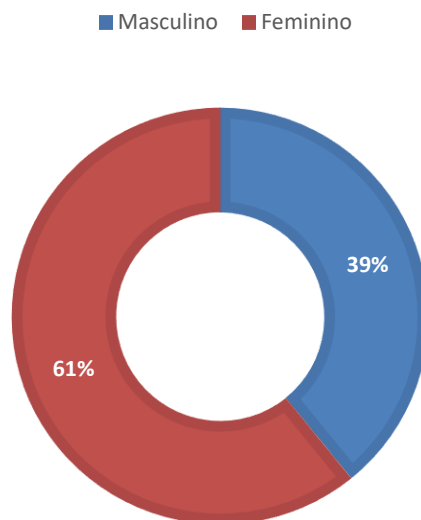
mostra as cidades que mais visitaram Sorocaba. As cidades com maior número de turistas foram Itapetininga, Tatuí e Votorantim. Com os menores percentuais, temos as cidades de Ibiúna e Tapiraí.



**Gráfico 6: Turistas da Região Metropolitana de Sorocaba**

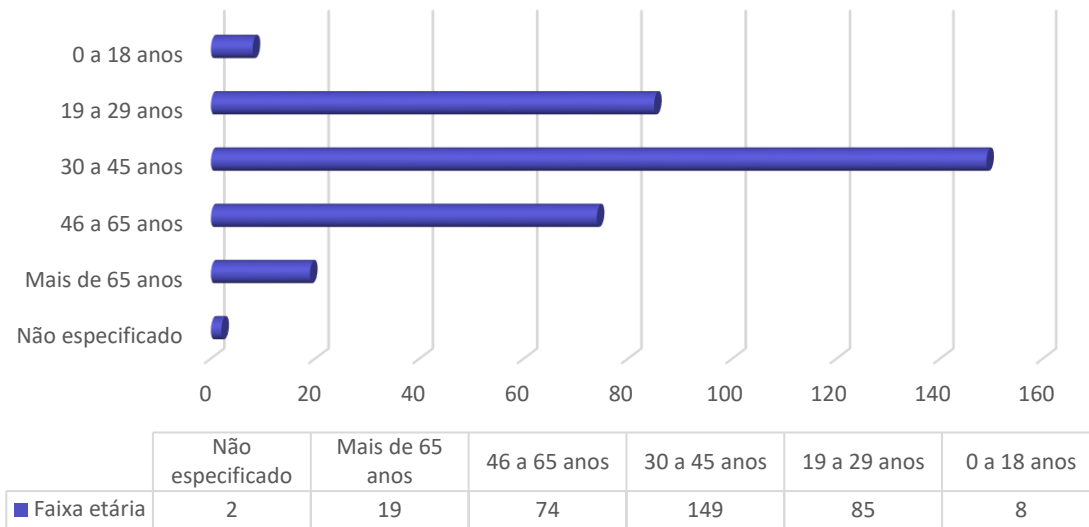
## 4.1 GÊNERO E IDADE

Os turistas, no tocante ao gênero, organizam-se da seguinte forma: 61% pertencem ao gênero feminino e 39% ao gênero masculino. Segue abaixo o gráfico:



**Gráfico 7: Turistas por gênero**

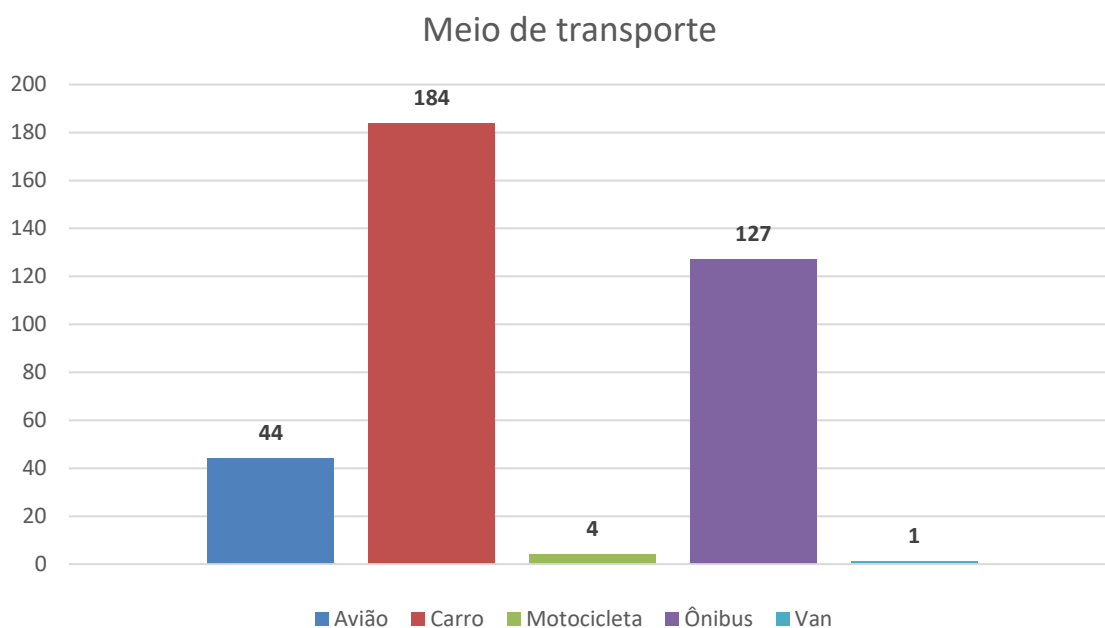
### Faixa etária



**Gráfico 8: Faixa etária dos entrevistados**

Já a respeito da faixa etária dos turistas, os entrevistados entre 30 e 45 anos de idade se destacam, com 44,21%. Em seguida, as outras faixas etárias mais presentes foram a de 19 a 29 anos, com 25,22%, e a de 46 a 65 anos, com 21,95%. Por fim, a faixa etária dos entrevistados com mais de 65 anos apresenta um percentual de 5,63% e a de 0 a 18 anos de 2,37%. Duas pessoas preferiram não especificar a idade.

## 4.2 MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



**Gráfico 9: Meios de transporte utilizado pelos turistas para chegar à Sorocaba**

Conforme a tabela acima, o elemento “Carro” se sobressaiu como o meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegarem a Sorocaba, incluindo carros próprios, alugados e os serviços de táxi ou Uber. Ele representa 54,59% das pessoas entrevistadas. O segundo maior percentual, de 37,65%, foi dos que utilizaram o “Ônibus” como meio de locomoção. Por fim, o modal aéreo representa 13,05% dos resultados apresentados. A “Motocicleta” apresentou 1,18% de uso, enquanto a “Van” apenas 0,29% do total.

### 4.3 ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM

De acordo com o gráfico, nota-se que a maioria dos turistas veio à cidade sozinhos, sendo quase metade das pesquisas realizadas, num percentual de 45,99%. É imediatamente seguido por aqueles que viajaram em família, representando 30,86%. Para aqueles que viajaram em casal, 11,86%. Havia, também, especificamente casais com filhos, representando 3,56% do total. Por fim, os que visitaram a cidade com amigos, com 7,71% das respostas.

Acompanhantes na viagem

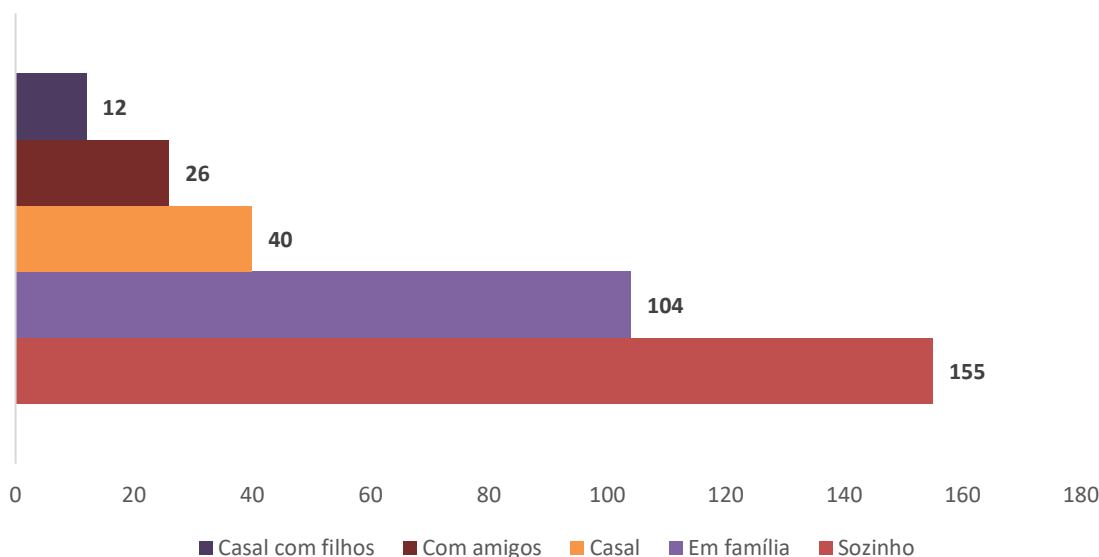


Gráfico 10: Existência de acompanhantes, ou não, na viagem

Para aqueles que estavam acompanhados na viagem, a faixa etária e a quantidade de acompanhantes foi bem variada. Pode-se afirmar que a maioria das pessoas viajou acompanhada de um ou dois adultos com idade entre 30 a 45 anos. Muitos estavam com crianças de 0 a 9 anos. Pessoas na faixa etária entre 19 e 29 anos e 46 a 65 anos também apresentaram valor expressivo. Acompanhantes jovens entre 10 a 18 anos e idosos com mais de 65 anos são os que menos estavam presentes.

### Número de acompanhantes por faixa etária

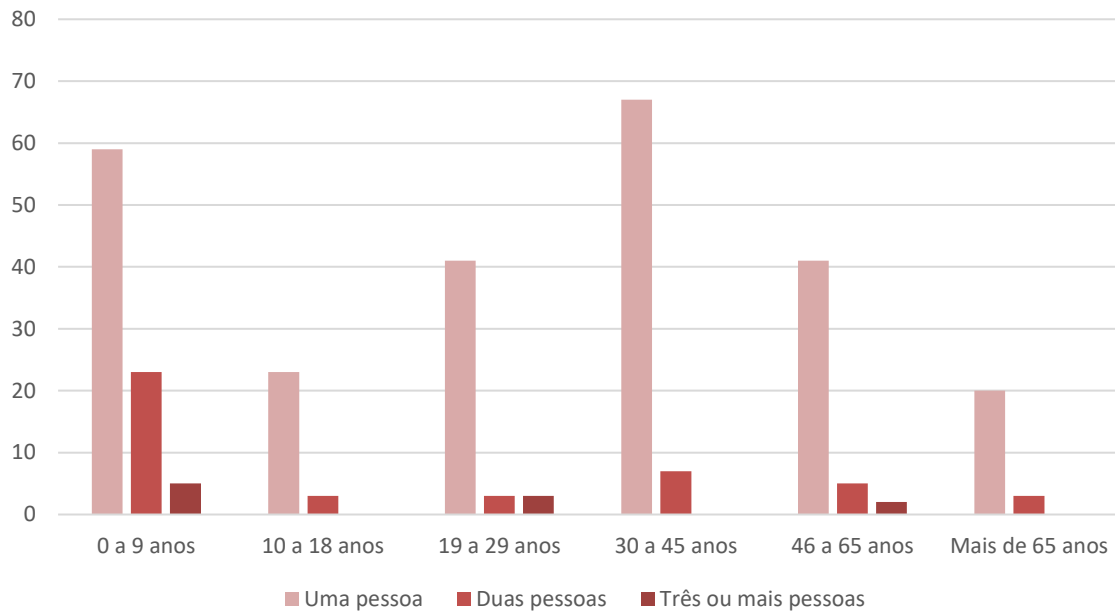


Gráfico 11: Idade e quantidade de acompanhantes dos entrevistados

## 4.4 TEMPO DE PERMANÊNCIA

Também é importante destacar o tempo de permanência na cidade desses entrevistados. Isso porque, a escolha de Sorocaba como local de estadia ou passeio demonstra a preferência por nossa infraestrutura e instalações.

### Tempo de permanência

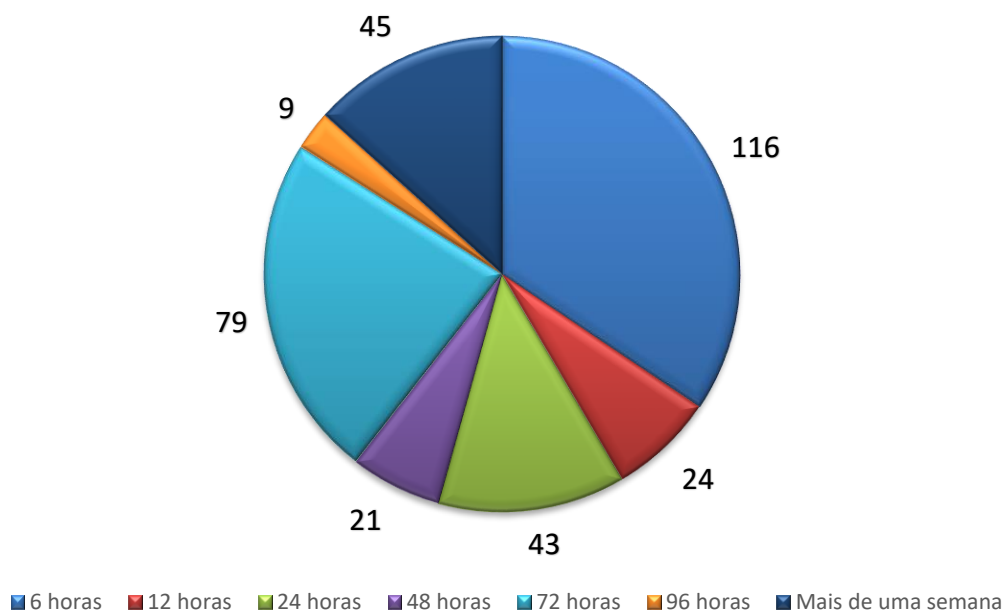


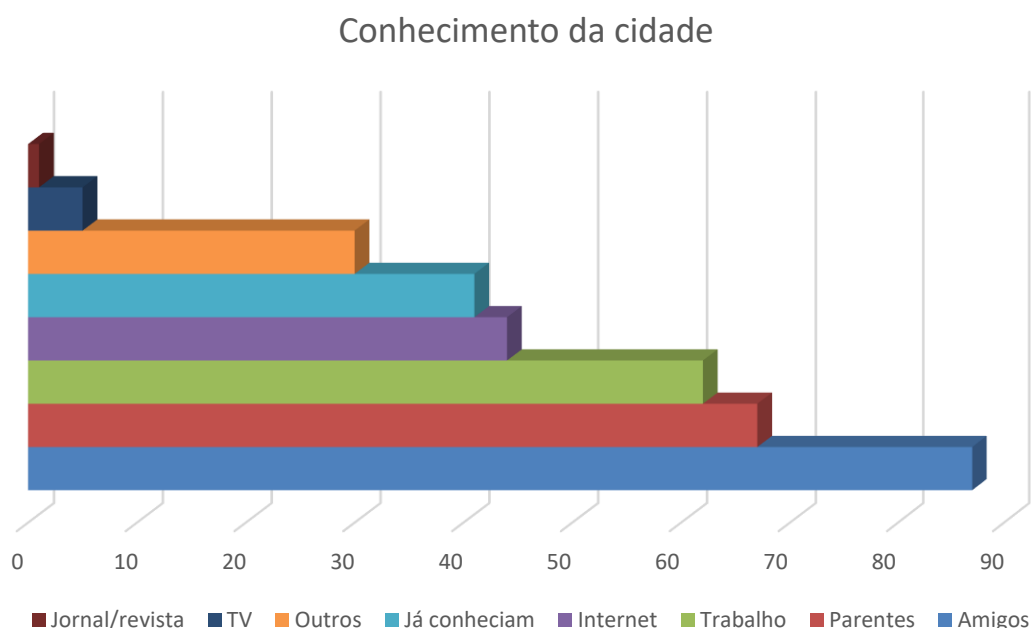
Gráfico 12: Tempo de permanência na cidade



A maioria das pessoas ficou na cidade por um curto período de tempo, dentro de um prazo igual ou inferior à 6h, sendo o caso de 34,42% dos entrevistados. Esse percentual é seguido por aqueles que ficaram até 72h na cidade, representando 23,44% do total. Ainda, 13,35% ficaram mais de uma semana na cidade, sendo que 12,75% ficaram por 24h. Por fim, 7,12% ficaram 12 horas, 6,23% por 48 horas e 2,67% por 96 horas.

## 4.5 COMO CONHECERAM A CIDADE

Há de se considerar, também, a forma como esses turistas obtiveram conhecimento da cidade, de forma a escolhê-la para uma visita.



**Gráfico 13: Forma pela qual os entrevistados souberam da cidade de Sorocaba**

Pode-se ver, na tabela acima, que a maioria dos entrevistados ouviu falar de Sorocaba por meio de amigos, sendo este caso 25,81% das entrevistas. Após, temos aqueles que conheceram a cidade por meio de parentes, em 19,88%. Percentual parecido são daqueles que tomaram conhecimento através do trabalho, sendo 18,39% dos casos.

Ainda, a internet foi responsável por 13,05%, enquanto que 12,16% já conheciam a cidade, seja porque nasceram em Sorocaba, já moraram aqui ou pela proximidade com sua cidade atual.

No quesito “outros”, há uma grande variedade, desde quem veio por motivos médicos, para estudo e até quem foi indicado pela companhia aérea. Estes representam 8,90%. Por fim, a TV foi responsável por 1,48% e o jornal ou revista por 0,29%.

## 4.6 VISITAS ÀS CIDADES DA REGIÃO

Visitaram outras cidades da região?

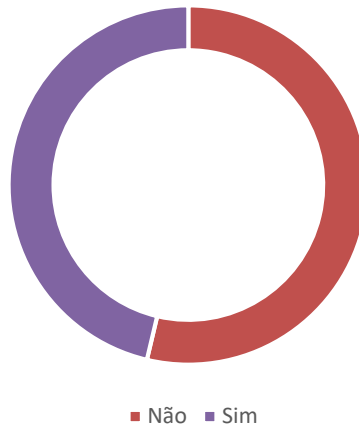


Gráfico 14: O entrevistado escolheu, ou não, visitar outras cidades da região

Muitos turistas que visitaram Sorocaba também visitaram outras cidades próximas. Pode-se afirmar que 54% não fez essa visita, mas 46%, quase metade do total, sim. Logo 156 pessoas visitaram outras cidades, além de Sorocaba.

Visitas às cidades da região

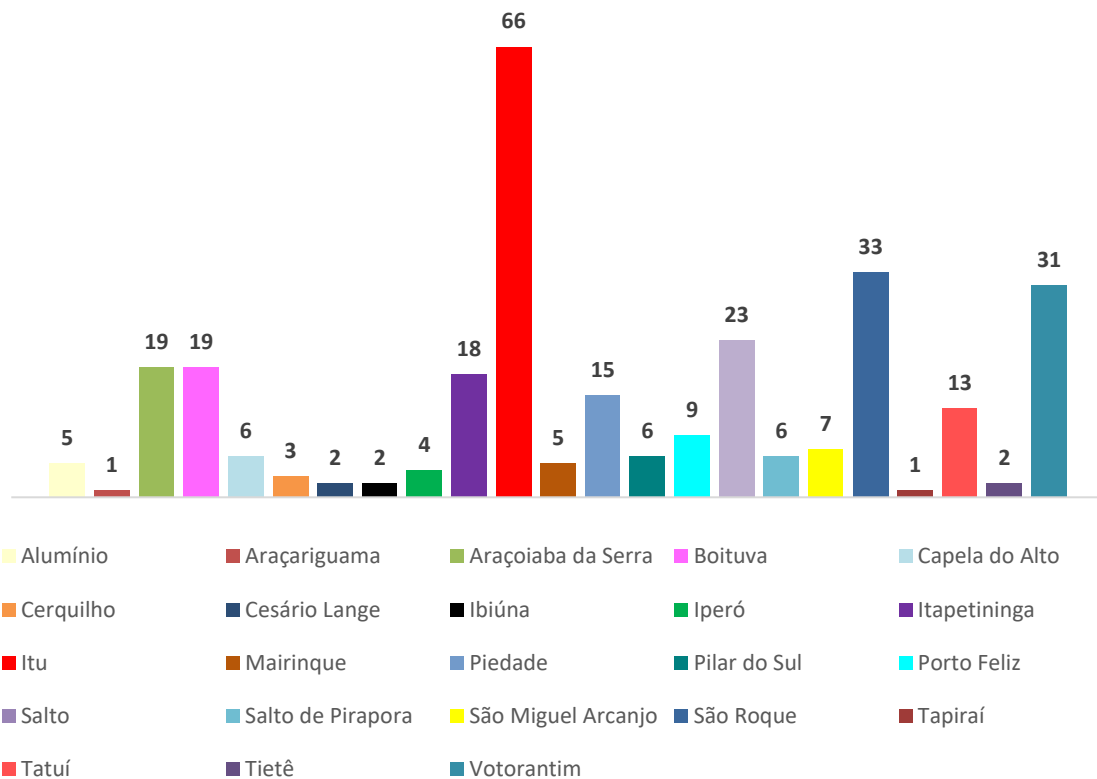


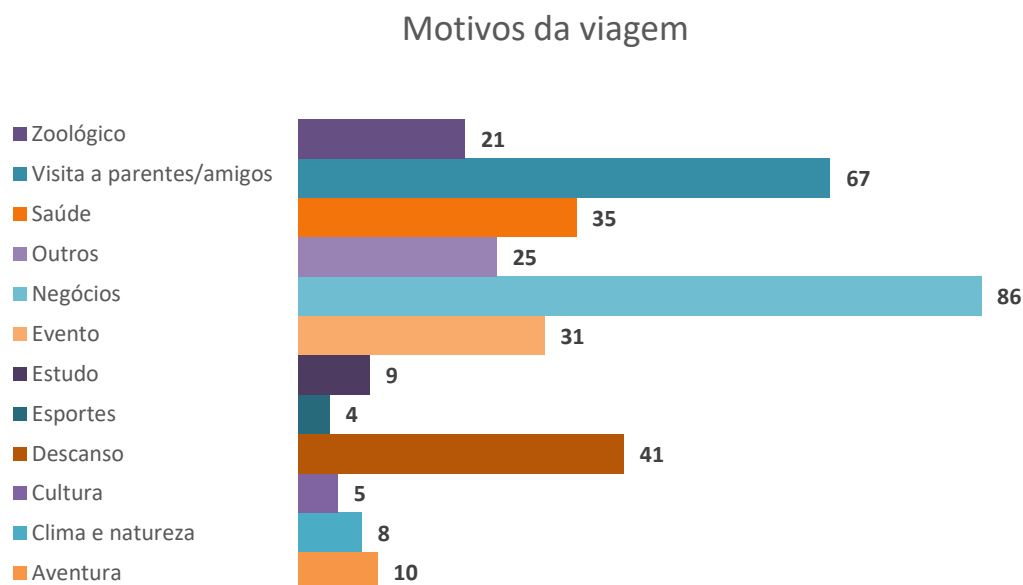
Gráfico 15: Cidades visitadas pelos entrevistados, além de Sorocaba

Dentre as cidades visitadas pode-se destacar Itu como a mais escolhida, representando 42,30% das 156 visitas. Em seguida, São Roque com 21,15% e Votorantim, com 19,87%. Outras cidades visitadas são Salto (14,74%), Araçoiaba da Serra e Boituva, cada uma com 12,17%, Itapetininga (11,53%), Piedade (9,61%) e Tatuí (8,33%).

Já as cidades com os menores percentuais de visita são Porto Feliz (5,76%), São Miguel Arcanjo (4,48%), Capela do Alto (3,84%), Pilar do Sul (3,84%), Salto de Pirapora (3,84%), Alumínio (3,20%), Mairinque (3,20%), Iperó (2,56%), Cerquilha (1,92%), Cesário Lange (1,28%), Ibiúna (1,28%), Tietê (1,28%), Araçariguama (0,64%) e Tapiraí (0,64%).

## 4.7 MOTIVOS DA VIAGEM

Outro ponto importante para compreensão do perfil dos turistas é a sua motivação, ou seja, o que efetivamente o trouxe para a cidade. Essa motivação pode ser bem diversificada, porém é possível agrupá-las em segmentos em comum. Assim, segue o gráfico correspondente.



**Gráfico 16: Motivos para a visita à Sorocaba**

Como pode se notar, a maioria dos visitantes veio à cidade por motivo de negócios, sendo estes 25,51%. Logo após, temos os turistas que vieram para visitar parentes ou amigos, no percentual de 19,88%. Ainda com número expressivo, há aqueles que vieram para descanso (12,16%). Destaca-se dois segmentos que vêm crescendo na cidade, o turismo de saúde e o de eventos, com percentuais de 10,38% e 9,19%, respectivamente.

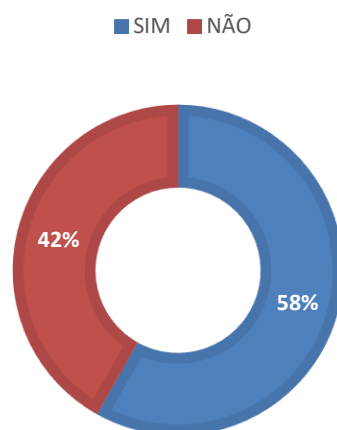
Nos motivos “outros”, é possível encontrar desde quem veio procurar

imóveis, resolver pendências de veículos ou apenas estavam de passagem (7,41%). Há aqueles que vieram especificamente para o conhecer o zoológico (6,23%) ou para aventura (2,96%). Ainda no quesito clima e natureza, há mais o percentual de 2,37%. Por motivo de estudo, o percentual é de 2,67%. Já a cultura e o esporte ficam com 1,48% e 1,18%.

## 4.8 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Alguns dos entrevistados ficaram mais de um dia na cidade. Logo, optaram por algum tipo de hospedagem. Dos 337 entrevistados, 196 ficaram hospedados, enquanto que 141 não, representados no seguinte gráfico:

Ficaram hospedados?



**Gráfico 17: Percentual de visitantes que ficaram hospedados na cidade**

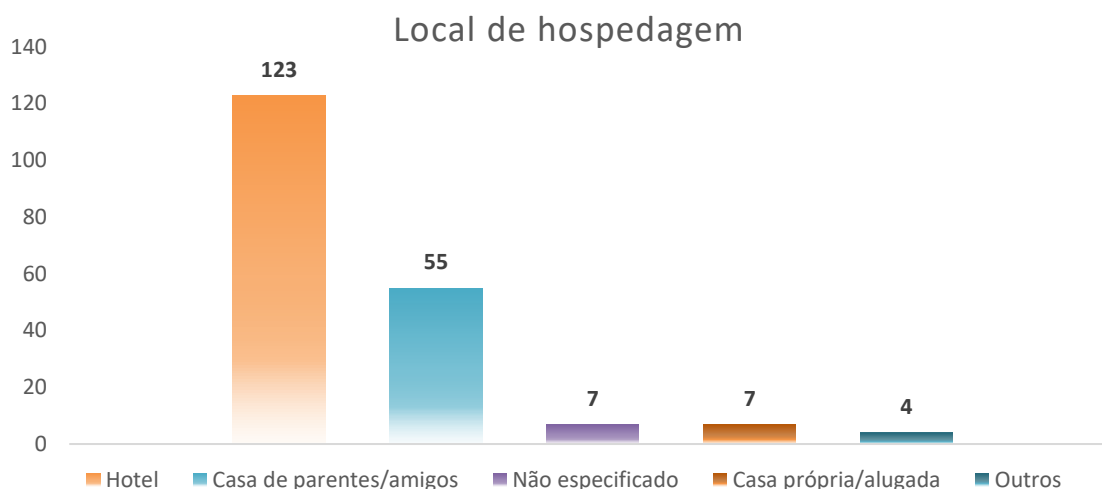
Há grande discrepância entre os locais de hospedagem. Isso porque, desses 196, mais da metade optou por ficar em hotéis. O segundo meio mais utilizado foi a casa de amigos e parentes.

As demais formas de hospedagem se dividem em percentuais mínimos entre pousadas, *resorts*, casa alugada por meio próprio ou por serviços de *AirBnb*, e até centro de treinamento esportivo. Ainda, tiveram entrevistados que não especificaram o local.

Diante disso, é possível afirmar que a maioria de 62,75% optou pelos hotéis da cidade como seu meio de hospedagem. Outro grande percentual ficou para aqueles que se hospedaram em casa de amigos ou parentes (28,06%). 3,57% dos entrevistados não quis especificar o local de hospedagem. O mesmo percentual se aplica àqueles que ficaram em casa própria ou alugada. No percentual de “outros”, 2,04% representa as pessoas que ficaram em centro de treinamento esportivo, pousada, alojamento ou *resort*.

Assim, de acordo com as informações acima:

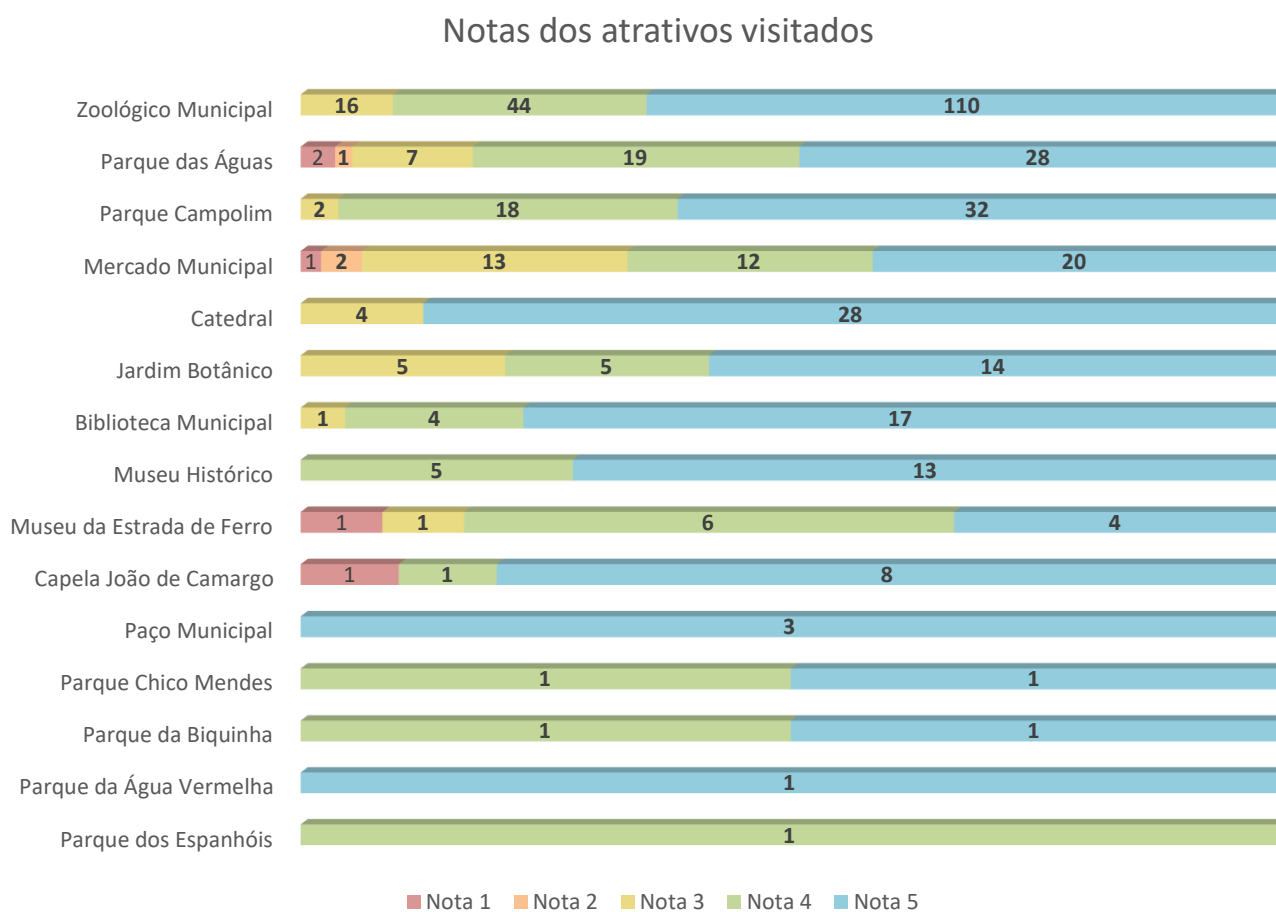




**Gráfico 18: Tipo de local escolhido pelos entrevistados para se hospedarem**

## 4.9 ATRATIVOS DA CIDADE

Em relação aos atrativos visitados e as notas atribuídas a eles, por ordem de número de avaliações totais, pode-se apresentar da seguinte maneira:

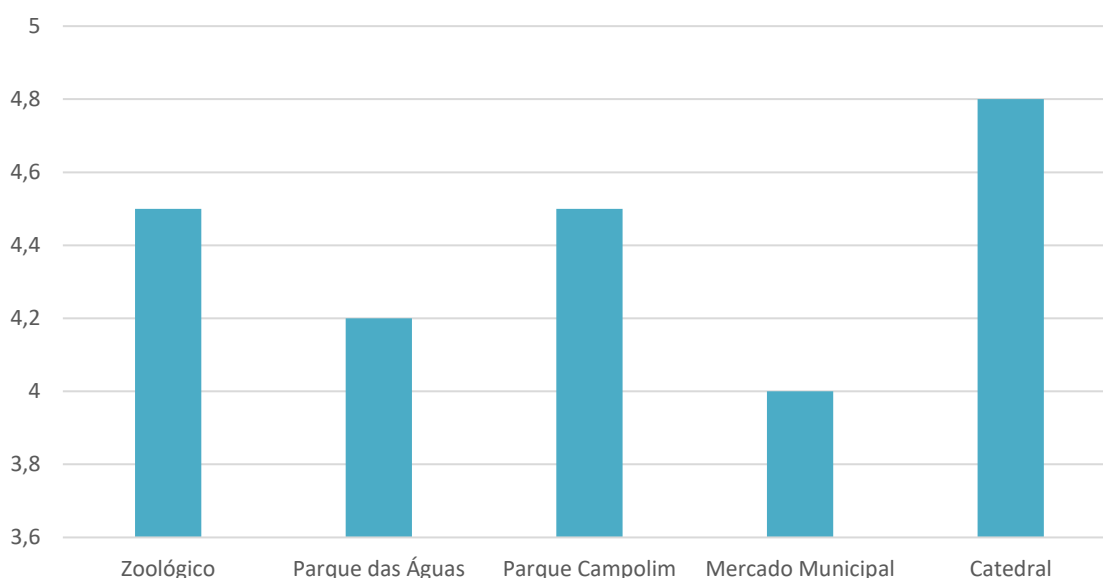


**Gráfico 19: Atrativos visitados e as notas de avaliação atribuídas para eles**

Considerando todo o exposto, nota-se, de antemão, que o Zoológico Municipal é o atrativo sorocabano mais visitado e conhecido pelos turistas. Porém, o Parque das Águas, Parque Campolim e o Mercado Municipal também se destacam. Logo após, a catedral, o Jardim Botânico, Biblioteca Municipal e os museus histórico e da estrada de ferro também ganham visitas. Por fim, com poucas visitas, mas grande potencial de exploração, encontram-se a Capela João de Camargo, o Paço Municipal, Parques Chico Mendes, da Água Vermelha, da Biquinha e dos Espanhóis.

Mais detalhadamente, dentre os locais mais visitados, o Zoológico recebeu um total de 170 visitas, com maioria das notas 5. O Parque das Águas contou com 57 visitas, mas apresentou algumas notas baixas. Já o Parque Campolim teve 52 visitas, mas com notas muito positivas. Em seguida, o Mercado Municipal recebeu notas variadas em suas 48 visitas. A catedral teve a maioria de suas notas altas, em 32 avaliações. Por fim, encerrando com os locais relativamente visitados, o Jardim Botânico teve 24 avaliações e a Biblioteca Municipal 22, ambas com notas relativamente boas.

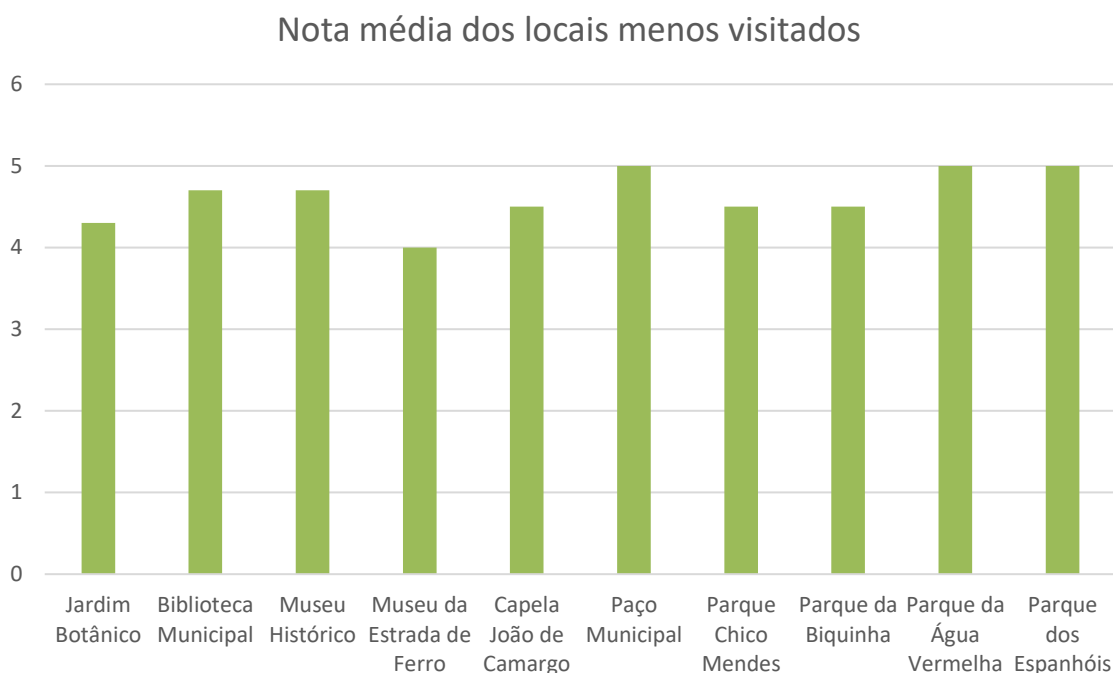
#### Nota média dos locais mais visitados



**Gráfico 20: Nota média dos atrativos mais visitados e avaliados**

Considerando a proporção dos locais mais visitados (com, pelo menos, 30 avaliações) e suas respectivas notas, é possível se obter uma média de cada um. Assim, segundo o gráfico, a catedral obteve a maior nota média, com 4,8. O Parque Campolim e o zoológico ficaram com a mesma média, de 4,5. Depois, o Parque das Águas com 4,2 e, por último, o Mercado Municipal, com a média mais baixa de avaliação com nota 4,0.

Para os lugares com menos visitas e, conseqüentemente, menos avaliações, é possível notar que são locais pouco conhecidos, porém com grande potencial de exploração. Assim, a média deles está distribuída na seguinte tabela:



**Gráfico 21: Nota média dos atrativos menos visitados e avaliados**

## 4.10 INFRAESTRUTURA DA CIDADE

Um dos itens fundamentais para o melhor acolhimento dos turistas é a infraestrutura da cidade. A avaliação geral dela, em diversos setores, pode alavancar ou limitar a forma como uma cidade é vista para uma possível visita.

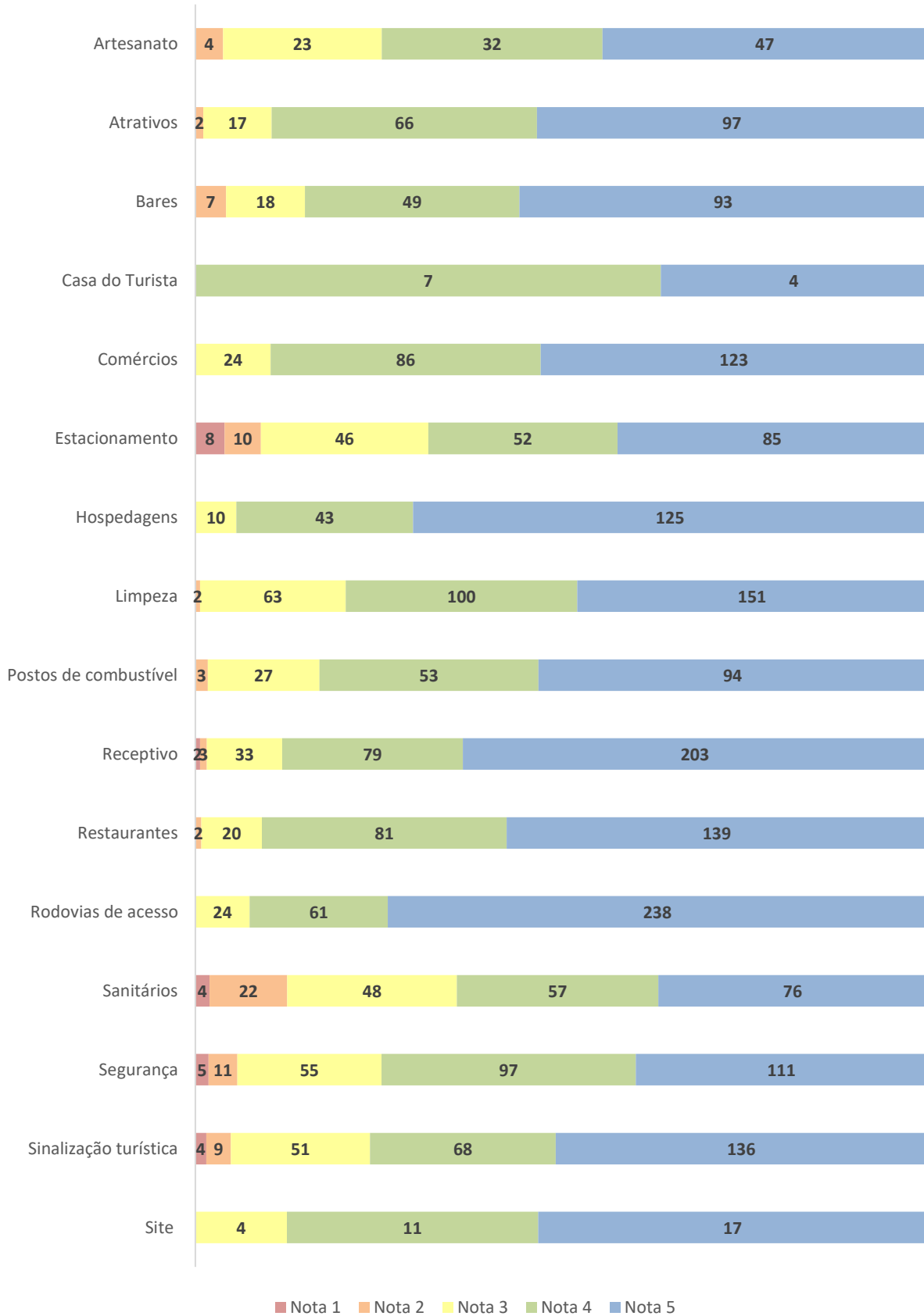
Os segmentos avaliados vão desde a limpeza da cidade, até a segurança e forma de acesso. Segundo as pesquisas, é possível afirmar que a infraestrutura geral da cidade de Sorocaba é considerada boa. Alguns desses segmentos não receberam avaliação, por desconhecimento ou pela não utilização do serviço pelo entrevistado.

A maioria das notas 5 (cinco) ficaram para as rodovias de acesso, o receptivo, a limpeza, os restaurantes, a sinalização turística, as hospedagens e os comércios. Logo após, com notas médias, ficaram a segurança, os atrativos, os postos de combustível, os bares e o estacionamento, seguidos das avaliações dos sanitários e do artesanato. Por fim, com poucas avaliações, em razão do desconhecimento da existência deles, as notas para o site, com 32 avaliações e para a Casa do Turista, com apenas 11 avaliações.

É possível notar que, apesar das notas baixas atribuídas a alguns itens, a média geral da cidade de Sorocaba ficou em 4,25, que pode ser considerada como boa. Assim, conclui-se que a infraestrutura do município, segundo avaliação dos turistas, é, no mínimo, considerada boa para excelente.

Seguem as tabelas que ilustram esses dados:

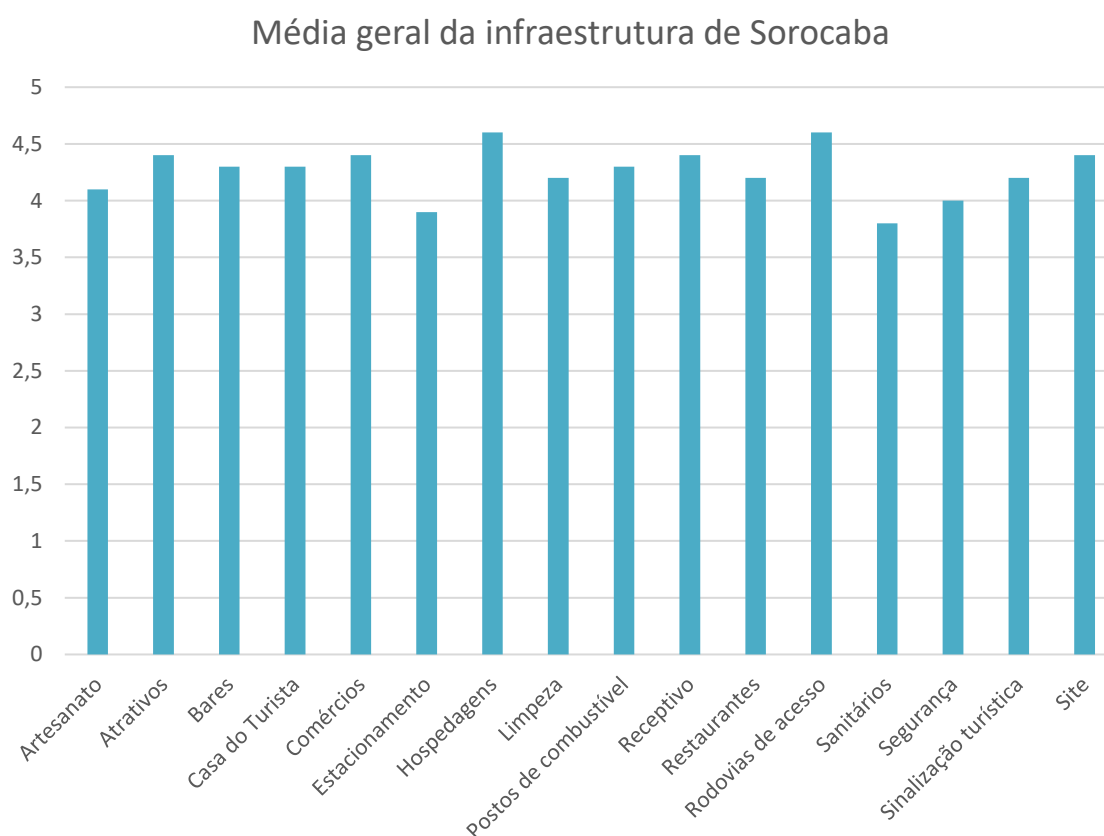
## Avaliação da infraestrutura de Sorocaba



**Gráfico 22: Notas atribuídas à infraestrutura da cidade de Sorocaba**



No tocante à média de cada um dos itens relacionados à infraestrutura da cidade, pode-se destacar as melhores médias para as hospedagens e para as rodovias, com 4,6, seguido pelo site, com 4,5. Na média 4,4, encontramos os atrativos, os comércios e o receptivo da cidade. Elencando os segmentos que compõem o 4,3, temos os bares, a Casa do Turista e os postos de combustível. No 4,2, há a limpeza da cidade, os restaurantes e a sinalização turística. Somente o artesanato obteve média 4,1, bem como a segurança com a média 4. Por fim, com as menores notas médias, temos o estacionamento com 3,9 e os sanitários, com 3,8.



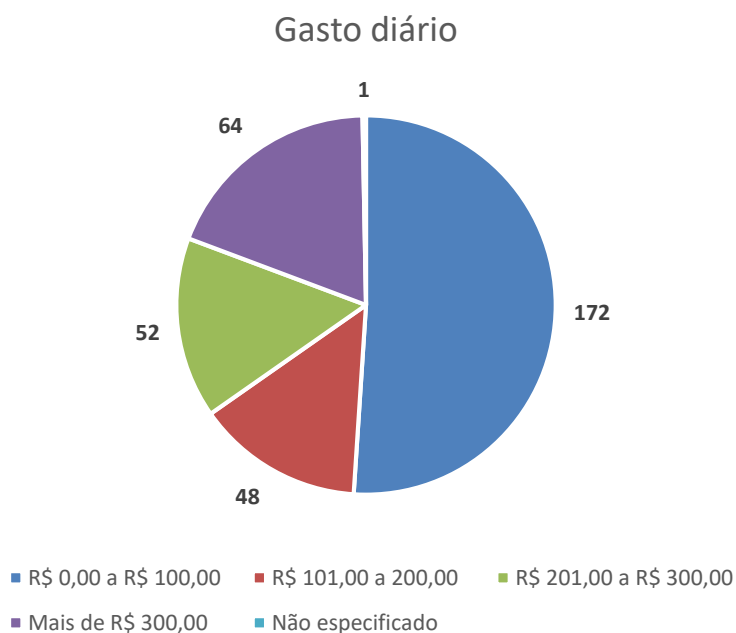
**Gráfico 23: Média geral das notas atribuídas aos diversos segmentos da infraestrutura de Sorocaba**

## 4.11 GASTO MÉDIO NA CIDADE

Outro ponto questionado aos turistas foi o quanto eles despenderam na cidade, por dia, por pessoa. Referido gasto deveria incluir eventuais diárias em hospedagens, alimentação, locomoção e lazer.

Assim, ficou comprovado que a maioria, pouco mais da metade dos visitantes (51%) gastou entre R\$ 0,00 até R\$ 100,00. 14,2% teve gastos entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00. Já 15,4% gastou em torno de R\$ 201,00 até R\$ 300,00. 19% teve gastos acima de R\$ 300,00. Somente uma pessoa não especificou o valor gasto, representando 0,3%.

Diante disso, segue o gráfico:

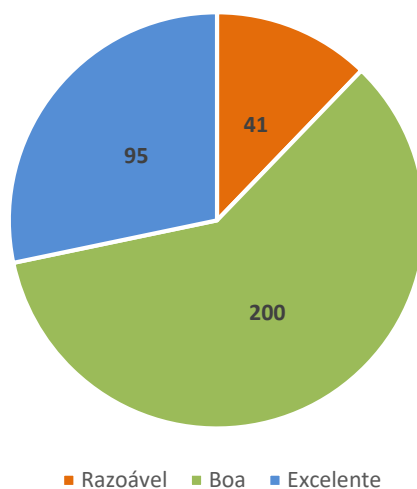


**Gráfico 24: Valor gasto diariamente pelos turistas na cidade de Sorocaba**

## 4.12 OPINIÃO DA CIDADE

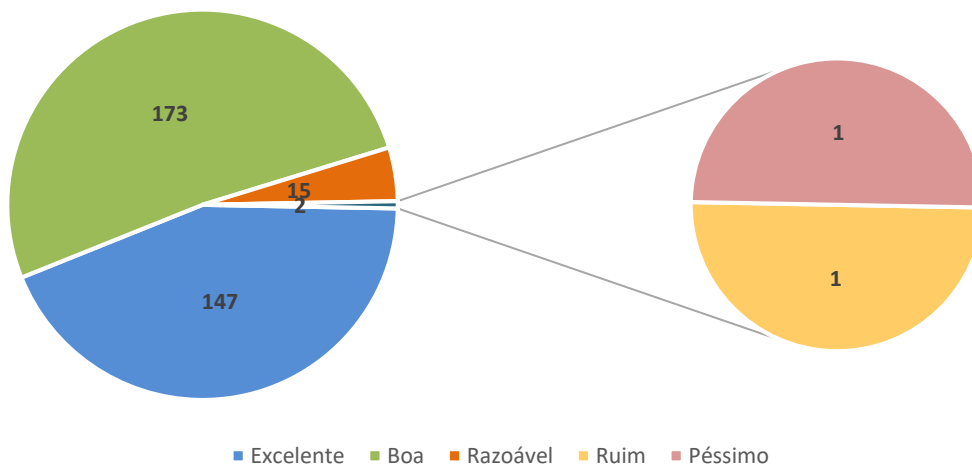
A última questão apresentada aos turistas foi em relação às respectivas expectativas antes de visitar a cidade. Logo após, foi questionado se as opiniões mudaram após referida visita, demonstrando se houve atendimento total ou parcial dessas expectativas. Assim:

Expectativa antes de visitar Sorocaba



**Gráfico 25: Expectativa dos turistas antes de visitarem a cidade de Sorocaba**

### Opinião após visitar Sorocaba



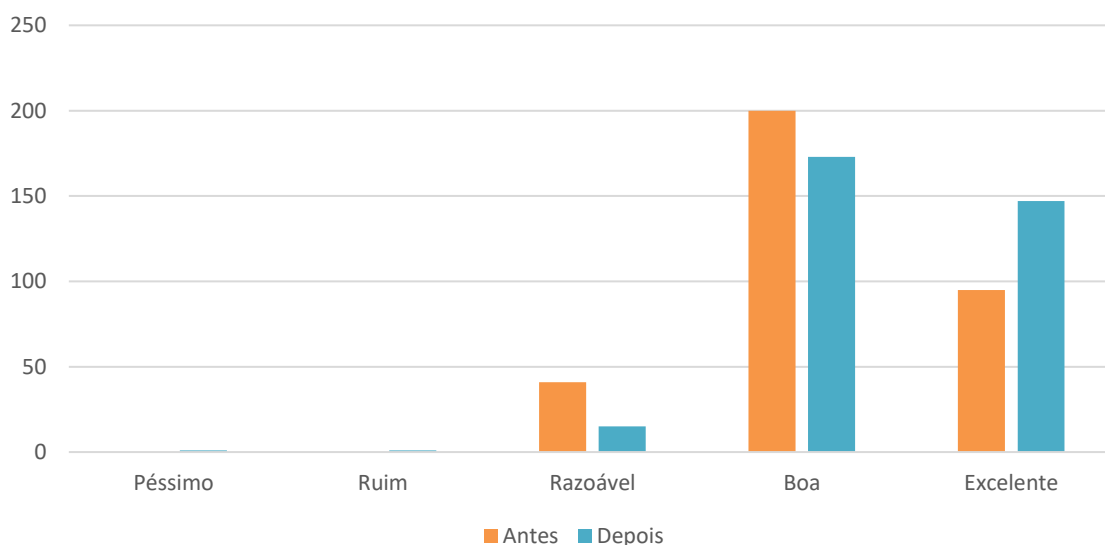
**Gráfico 26: Opinião final dos turistas após visitarem a cidade de Sorocaba**

Diante disso, nota-se que, antes de conhecer Sorocaba, a expectativa de 59,34% dos entrevistados era “Boa”, seguida por 28,18% com “Excelente” e 12,16% com “Razoável”.

Após o turista efetivamente visitar Sorocaba, houve um aumento expressivo nos turistas que consideraram a cidade “Excelente”, subindo o percentual para 43,6%. Por consequência, houve redução no percentual de quem considerava a cidade “Boa” e “Razoável”, sendo, agora, 51,3% e 4,5%, respectivamente. Apenas uma pessoa, que representa 0,3%, considerou a cidade como “Ruim” e outra, também em 0,3%, como “Péssima”.

Abaixo, uma comparação entre a expectativa e a formação final da opinião dos 337 turistas que responderam ao questionário:

### Quadro comparativo do antes e depois da expectativa



**Gráfico 27: Quadro comparativo entre a expectativa e a opinião final do turista sobre a cidade**

## 5. CONCLUSÃO

Uma breve análise dos resultados obtidos nestas pesquisas, permite concluir, entre outras coisas, que:

- O principal emissor de turistas para a cidade de Sorocaba é o estado de São Paulo;
- A maioria dos turistas chega à cidade por meio de rodovias, utilizando predominantemente carro ou ônibus;
- A vocação do município é o Turismo de Negócios;
- A maioria dos turistas é do gênero feminino, com idade entre 30 a 45 anos;
- Quase metade dos turistas vêm para a cidade desacompanhados e pouco mais de um terço do total ficou por um curto período de tempo na cidade;
- Dentre os turistas que visitaram Sorocaba, pouco mais da metade se hospedaram;
- É possível, e interessante, a formatação de mais produtos turísticos para oferecer aos visitantes, com grande potencial para explorar o Turismo de Saúde e o Turismo Cultural;
- Considerando que Sorocaba é sede da Região Metropolitana, ela demonstra grande potencial para contribuir com o turismo regional, aliando-se a cidades vizinhas;
- Muitos turistas não conhecem a maioria dos atrativos oferecidos pela cidade, excetuando-se, para a maioria, o zoológico. Uma maior divulgação pela rede hoteleira pode levar esse conhecimento;
- A principal forma pela qual os turistas tomaram conhecimento sobre a cidade de Sorocaba foi por meio de parentes e amigos, seguido por questões de negócios;
- No geral, foi considerado que a cidade possui uma boa infraestrutura, especialmente em relação à rede hoteleira, rodovias, receptivo, comércios e atrativos. Porém, o estacionamento, a segurança e os sanitários públicos são os pontos a serem melhorados;
- Destaca-se que, ainda no tocante à infraestrutura, há grande variedade de restaurantes, bares, comércios e serviços essenciais, tais como os hospitais e a medicina especializada. Mesmo assim, afirma-se que a cidade mantém um ambiente acolhedor e típico de cidades do interior;
- Considerando que a maioria dos turistas são do próprio estado de São Paulo, pouco mais da metade dos gastos não ultrapassaram R\$ 100,00 por dia, por pessoa. A oferta de mais atrativos pode gerar a necessidade desses turistas se hospedarem na cidade, aumentando, conseqüentemente, seu gasto diário;
- Verifica-se que a expectativa desses turistas já era, em sua grande maioria, boa ou excelente. Após a visita, além de muitos confirmarem sua opinião anterior, houve uma melhora significativa daqueles que acharam a cidade excelente. Esse é o principal indicador de satisfação sobre o que é oferecido para os turistas.