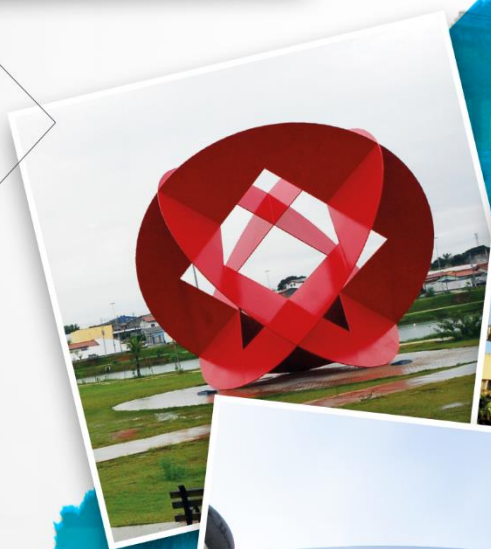


PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

2024



FICHA TÉCNICA

Prefeitura Municipal de Sorocaba

Prefeito

Rodrigo Maganhato

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Secretário

Bruno Santana

Chefe de Divisão de Fomento ao Turismo

Daniele Lopes Dias Leite

Turismólogo

Fabio Lopes Bevilacqua

Equipe da Divisão de Turismo

Camilly Soares Oliveira Souza

Caroline Sanchez Villega

Elisa de Paula Gonçalves

Márcio José Celestino

Maria Carolina Sales Llaguno

Validado pelo turismólogo responsável, Fabio Lopes Bevilacqua

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. OBJETIVOS	5
2.1 OBJETIVO PRINCIPAL	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. METODOLOGIA.....	5
4. PERFIL DO TURISTA, CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM E AVALIAÇÕES	6
4.1 GÊNERO E IDADE	10
4.2 MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	11
4.3 ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM	11
4.4 TEMPO DE PERMANÊNCIA.....	13
4.5 COMO CONHECERAM A CIDADE.....	14
4.6 VISITAS ÀS CIDADES DA REGIÃO	15
4.7 MOTIVOS DA VIAGEM	16
4.8 MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	17
4.9 ATRATIVOS DA CIDADE.....	18
4.10 INFRAESTRUTURA DA CIDADE	20
4.11 GASTO MÉDIO NA CIDADE.....	22
4.12 OPINIÃO SOBRE A CIDADE	23
5. CONCLUSÃO.....	25

1. INTRODUÇÃO

Pesquisar a demanda turística de um lugar é essencial para fazer um diagnóstico, entender a necessidade local, conhecer os perfis dos visitantes e obter um panorama do turismo para, então, desenvolver o planejamento do setor. Para a cidade de Sorocaba, isso não é exceção.

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

O último levantamento de demanda turística da cidade havia sido realizado em 2023, como forma de atualização anual desse estudo tão relevante para uma cidade turística como Sorocaba.

Uma nova pesquisa foi realizada em 2024, não apenas com a finalidade de manter sua atualização anual, mas também para compor e embasar a revisão do Plano Diretor de Turismo de Sorocaba de 2024. Sua aplicação foi realizada durante o segundo e terceiro trimestres do ano em parques, na rodoviária e em hotéis, pela equipe da Divisão de Fomento ao Turismo da Prefeitura de Sorocaba, em parceria com a rede hoteleira, resultando em um total de 407 pesquisas.

Figura 1 – Aplicação das pesquisas na Rodoviária de Sorocaba



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, acervo do Turismo, 2024.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Revelar o perfil dos turistas, as características de suas viagens e as avaliações desses visitantes sobre a infraestrutura, os serviços e os equipamentos turísticos da cidade de Sorocaba.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entender o perfil dos turistas que visitam a cidade, identificando faixa etária, gênero, gasto médio e meio de transporte utilizado, entre outros fatores;
- Compreender os motivos que levam as pessoas a visitarem Sorocaba, a fim de elaborar estratégias e planos de promoção;
- Obter opiniões desse público sobre a satisfação com suas experiências na cidade, assim como a respeito da infraestrutura local, atrativos e equipamentos turísticos;
- Acompanhar a perspectiva geral do turismo, de forma a fornecer instrumentos para a criação de planos e ações específicas para o panorama atual.

3. METODOLOGIA

Figura 2 – Aplicação das pesquisas no Zoológico Municipal de Sorocaba



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, acervo do Turismo, 2024.

Para a estruturação da presente pesquisa de demanda turística, foi utilizada a metodologia de pesquisa quantitativa, realizada por meio da coleta de dados obtidos nas respostas aos questionários aplicados presencialmente junto aos turistas.

Os locais de aplicação escolhidos foram o zoológico municipal, dada a sua importância e atratividade para os turistas, a rodoviária da cidade, tendo em vista o fluxo diário de moradores de outras cidades e, por fim, a rede hoteleira de Sorocaba, com a participação de 9 hotéis.

A primeira questão visava identificar o local de origem do entrevistado, como forma de validação, uma vez que o formulário a ser aplicado era específico para turistas. Ao final, todos os 407 formulários foram transcritos de forma online, para organização das respostas, tabulação e preparo de planilhas.

4. PERFIL DO TURISTA, CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM E AVALIAÇÕES

As pesquisas que serviram de base para as informações a seguir foram, portanto, fruto de uma parceria entre a Prefeitura de Sorocaba e a rede hoteleira da cidade. A equipe da Divisão de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR) foi responsável pela pesquisa de campo, com o apoio de representantes do setor hoteleiro de Sorocaba.

Foram contabilizados um total de 407 questionários, distribuídos entre 138 aplicados em hotéis variados da cidade, 138 na rodoviária e 131 no Zoológico Municipal. Dessa forma, em resumo:

Local	Maio	Junho	Julho	Total
Rodoviária	82	56	-	138

Local	Maio	Junho	Julho	Total
Zoológico	84	47	-	131

Local	Maio	Junho	Julho	Total
Hotéis	79	48	11	138

Tabela 1 – Locais e meses de aplicação das pesquisas

De acordo com o gráfico a seguir, pode-se ver uma boa distribuição entre os locais selecionados para a aplicação da pesquisa, com média equivalente entre eles. Isso porque, das 407 entrevistas, 34% foram aplicadas na Rodoviária, 32% foram feitas no Zoológico e 34% foram aplicadas nos hotéis sorocabanos.

LOCAIS DAS PESQUISAS

Rodoviária Hotéis Zoológico

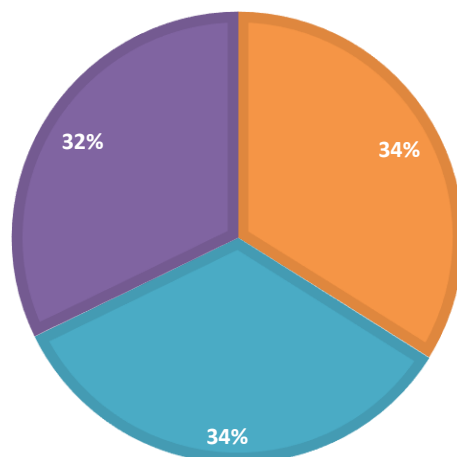


Gráfico 1: Locais de aplicação da pesquisa para turistas

Do total de 407 turistas, alguns são estrangeiros, provenientes de países como Estados Unidos, México, Argentina, Itália e Paraguai e, conforme verificado através das pesquisas, representaram 2,21% dos entrevistados. Retirando-se o quantitativo de viajantes estrangeiros, restam 398 turistas brasileiros, ou seja, praticamente 98% dos visitantes.

Nacionalidade

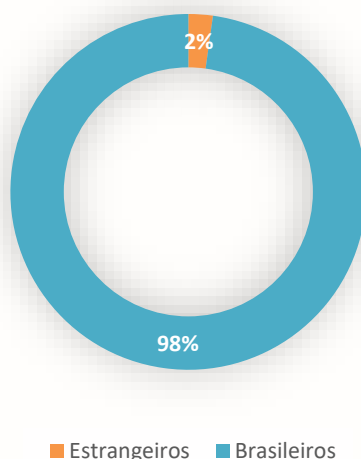


Gráfico 2: Nacionalidade dos entrevistados

Em relação à origem dos turistas nacionais, há grande variação entre os estados e regiões brasileiras, mas nota-se que a grande maioria deles é proveniente da Região Sudeste, conforme explicitado no gráfico a seguir:

Turistas por Região

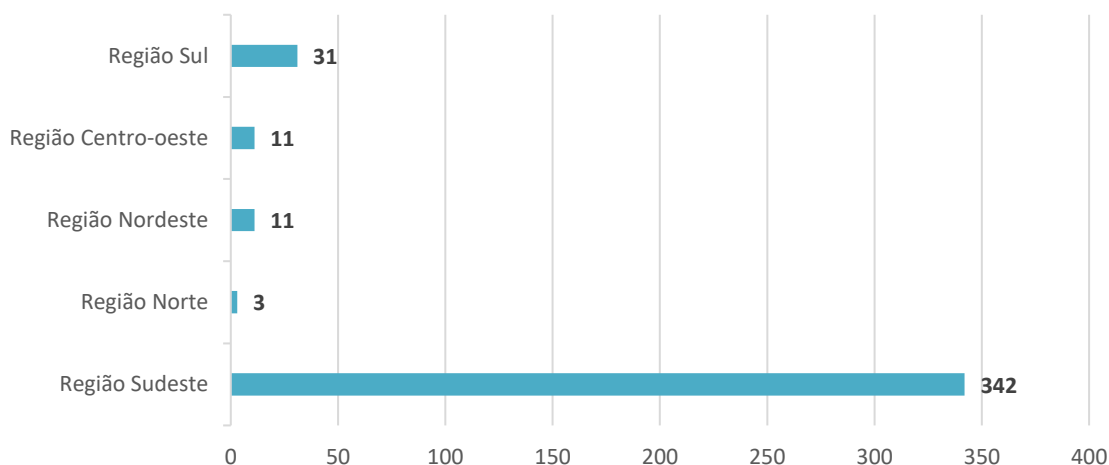


Gráfico 3: Regiões de onde os turistas são provenientes

O estado de São Paulo, por si só, é responsável por 80,40% das emissões, ou seja, 320 visitantes. Somando-se aos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, o percentual da Região Sudeste atinge 85,92%. Em seguida, aparecem a Região Sul, com 7,79%, as regiões Nordeste e Centro-Oeste, com 2,77% cada, e a Região Norte, com 0,75%.

Turistas por estado, exceto São Paulo

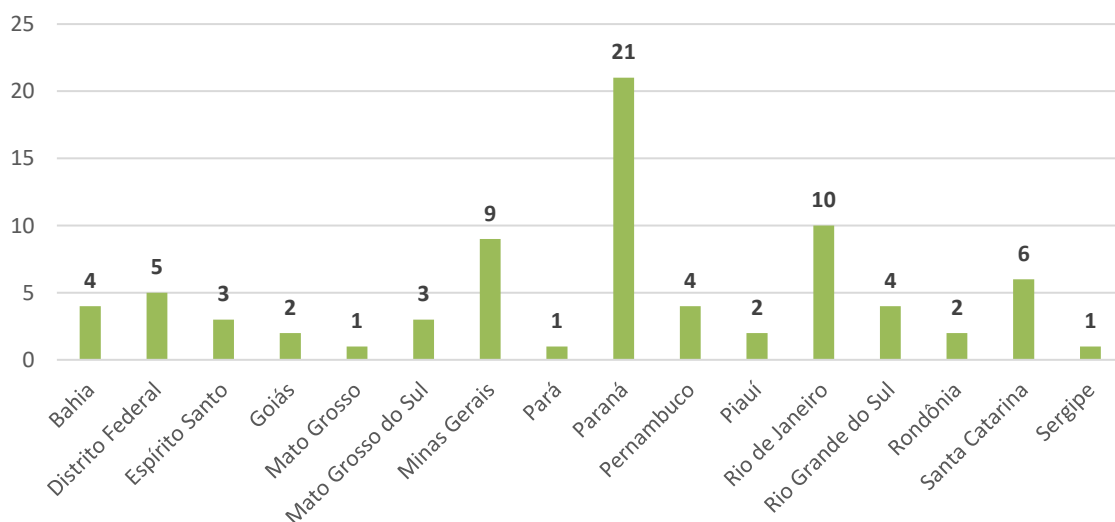


Gráfico 4: Distribuição dos turistas por estados, exceto São Paulo

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

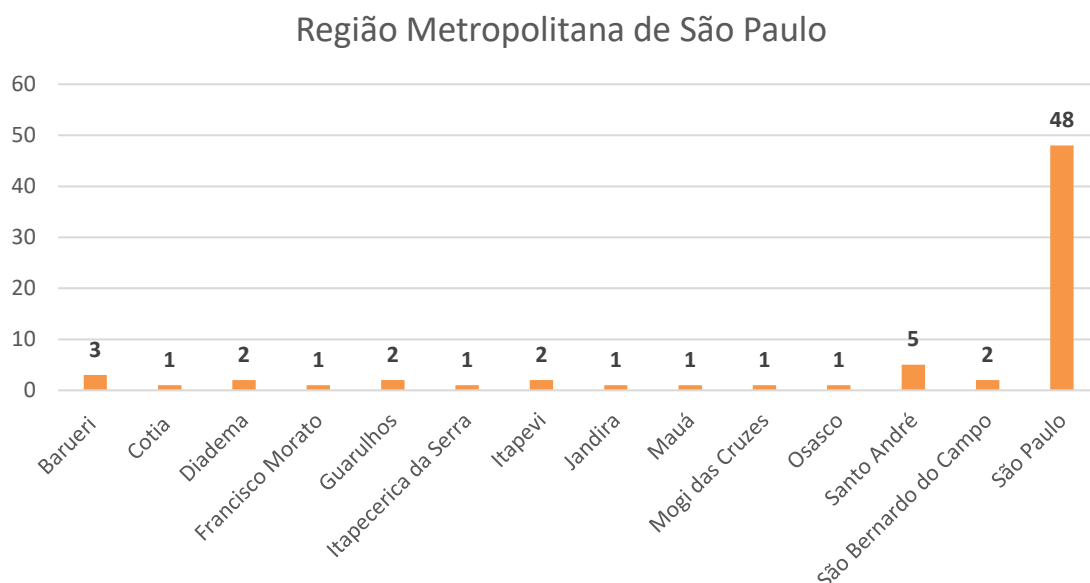


Gráfico 5: Turistas da Região Metropolitana de São Paulo

Considerando-se, ainda, que o estado de São Paulo foi o maior emissor de turistas para 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 é a origem do maior número de entrevistados.

Já em relação à Região Metropolitana de Sorocaba, o gráfico abaixo mostra as cidades de residência de 31,45% dos visitantes de Sorocaba. As cidades com maior número de turistas foram Votorantim, Piedade e Itapetininga. Com os menores percentuais, aparecem as cidades de Alambari e Tapiraí.

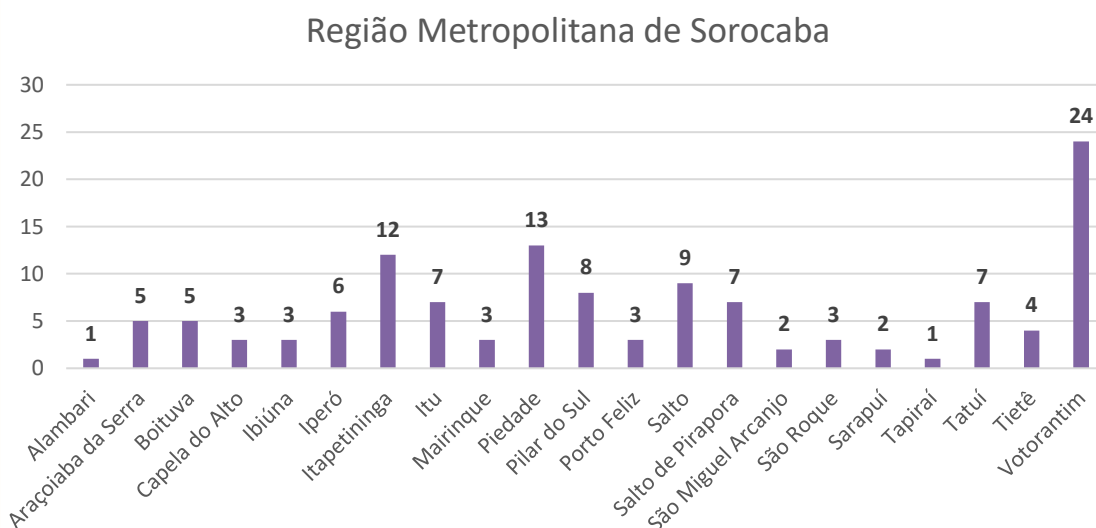


Gráfico 6: Turistas da Região Metropolitana de Sorocaba

4.1 GÊNERO E IDADE

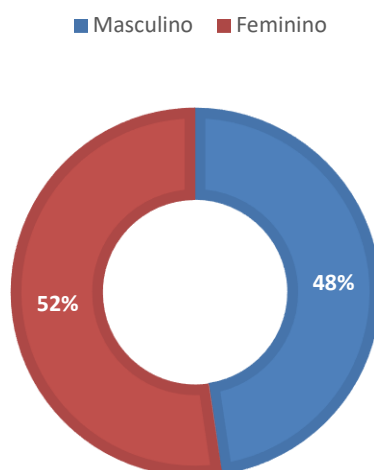


Gráfico 7: Turistas por gênero

Os turistas, no tocante ao gênero, organizam-se da seguinte forma: 52% pertencem ao gênero feminino e 48% ao masculino, de acordo com os dados do gráfico acima.

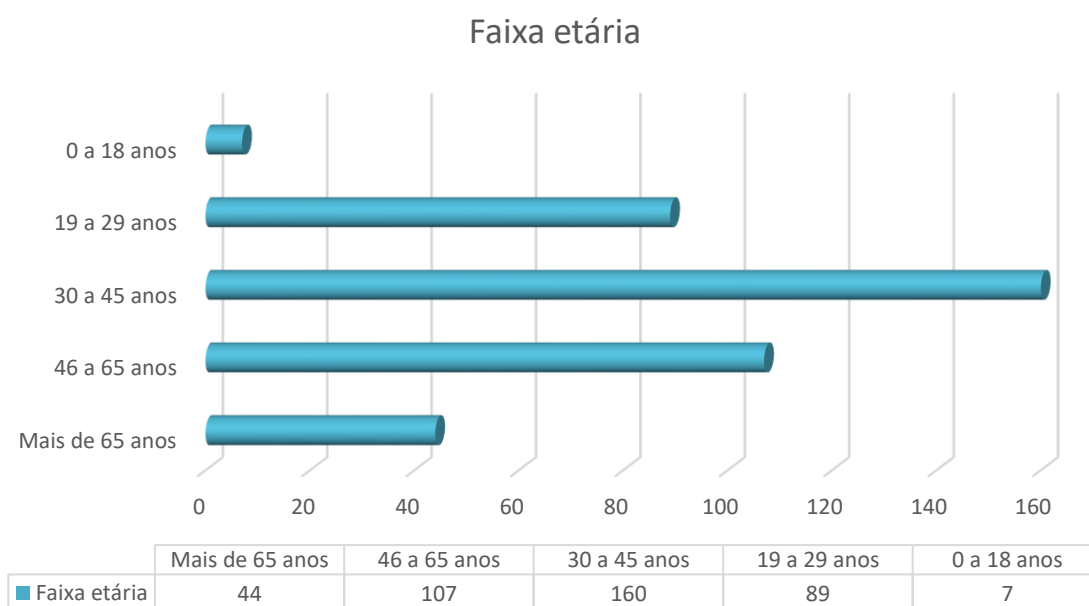


Gráfico 8: Faixa etária dos entrevistados

Em relação à faixa etária dos turistas, os entrevistados entre 30 e 45 anos de idade se destacam, com 39,31%. Em seguida, as outras faixas etárias mais presentes foram a de 46 a 65 anos, com 26,29%, e a de 19 a 29 anos, com 21,87%. Por fim, a faixa etária dos entrevistados com mais de 65 anos apresenta um percentual de 10,81% e os entrevistados de 0 a 18 anos representam 1,72%.

4.2 MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

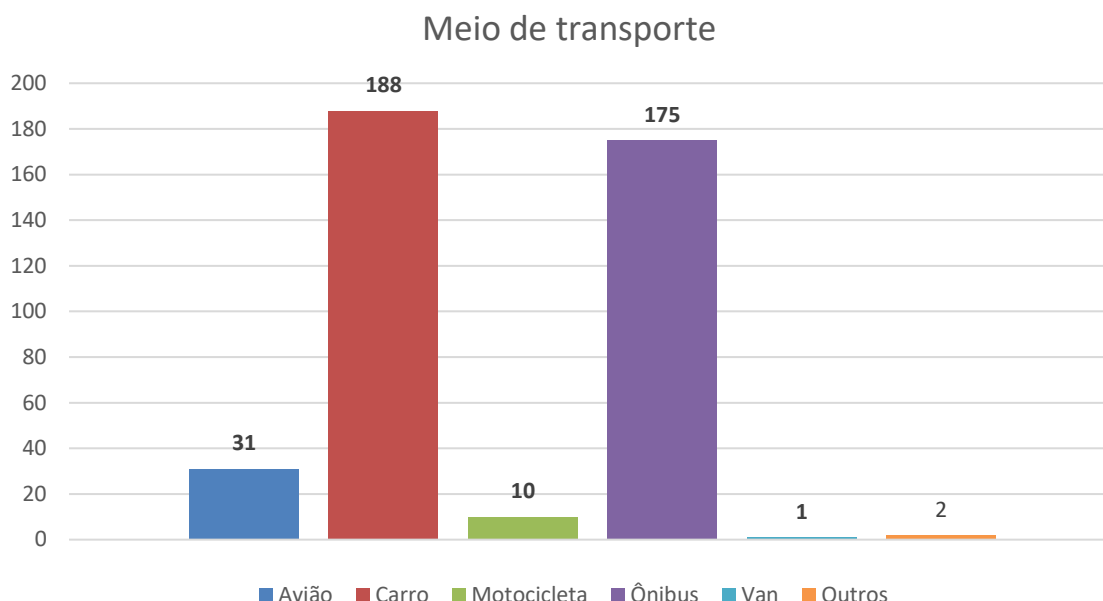


Gráfico 9: Meio de transporte utilizado pelos turistas para chegar a Sorocaba

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 aplicativos. Ele representa 46,19% das pessoas entrevistadas.

O segundo maior percentual, de 43,00%, foi dos que utilizaram o “Ônibus” como meio de locomoção. Por fim, o modal aéreo representa 7,62% dos resultados apresentados. A “Motocicleta” apresentou 2,46% de uso, enquanto a “Van” apenas 0,24% do total.

Há, ainda, duas respostas dentro da categoria “Outros”, pois, dos referidos turistas, um não usou meio de transporte e o outro utilizou caminhão como meio de locomoção.

4.3 ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM

De acordo com o gráfico a seguir, nota-se que os turistas que vieram à cidade sozinhos representam perto da metade das respostas, em um percentual de 43%. Na sequência, estão aqueles que viajaram em família, representando 27,76%. Para os que viajaram em casal, a soma é de 12,04%. O mesmo percentual se aplica àqueles que viajaram com amigos (12,04%). Havia, também, especificamente, casais com filhos, representando 3,44% do total. Por fim, alguns indicaram que viajaram com colegas de trabalho (1,52%) ou colegas de escola (0,2%).

Acompanhantes na viagem

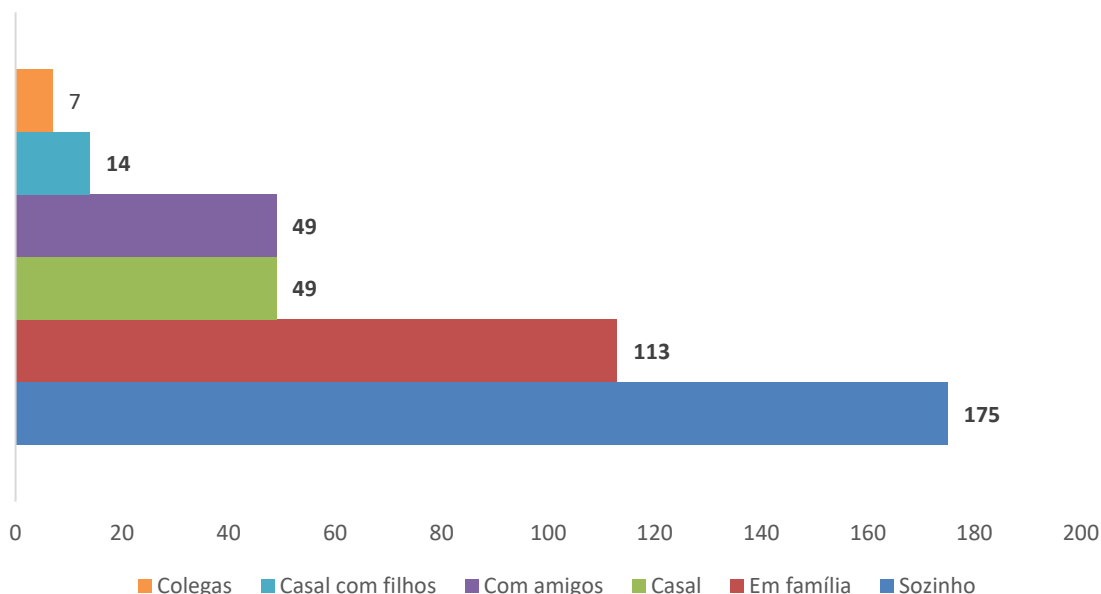


Gráfico 10: Existência, ou não, de acompanhantes e seus tipos

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 crianças entre 0 a 9 anos. Acompanhantes jovens, entre 10 e 18 anos, e idosos, com mais de 65 anos, são os que menos estiveram presentes. As demais faixas de idade apresentaram valor equivalente.

Número de acompanhantes

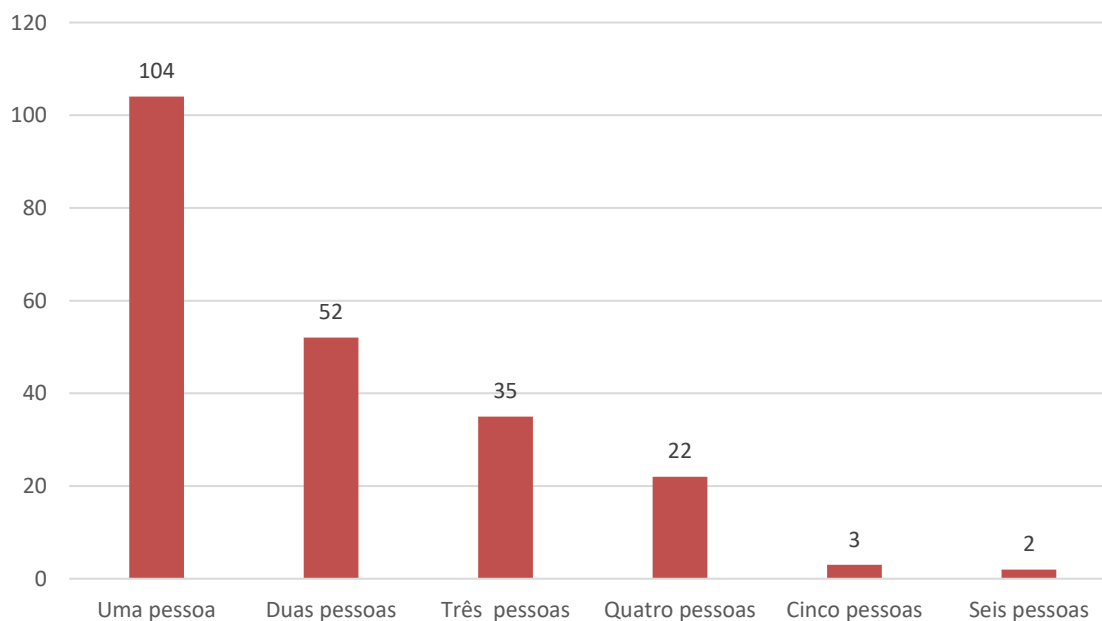


Gráfico 11: Quantidade de acompanhantes dos entrevistados

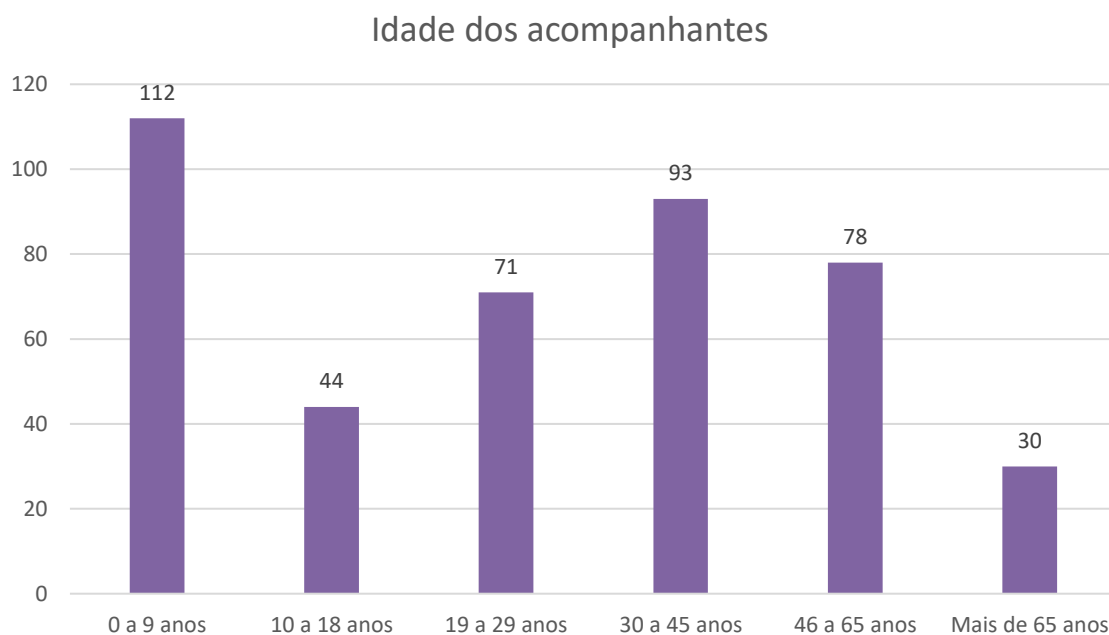


Gráfico 12: Idade dos acompanhantes

4.4 TEMPO DE PERMANÊNCIA

É importante destacar o tempo de permanência na cidade desses entrevistados, afinal a escolha de Sorocaba como local de estada ou passeio pode demonstrar a preferência pela infraestrutura e pelas instalações da cidade.

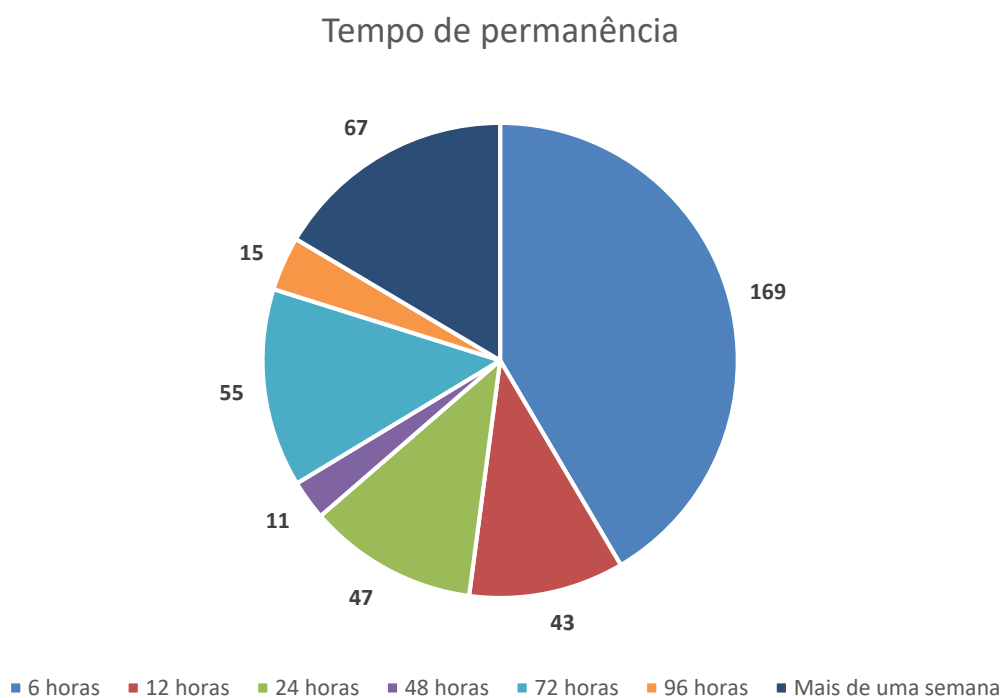


Gráfico 13: Tempo de permanência na cidade

Grande parte das pessoas ficou na cidade por um curto período de tempo, dentro de um prazo igual ou inferior a 6 horas, sendo o caso de 41,52% dos entrevistados. O segundo maior percentual pertence àqueles que ficaram um longo período, de mais de uma semana, representando 16,46%. Esse percentual é seguido por aqueles turistas que ficaram 72 horas, com um total de 13,51%, bem como 11,54% de quem optou por ficar 24 horas e 10,56% dos que permaneceram por 12 horas em Sorocaba. Finalizando, 3,68% dos visitantes ficaram 96 horas e 2,70% estiveram por 48 horas na cidade.

4.5 COMO CONHECERAM A CIDADE

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

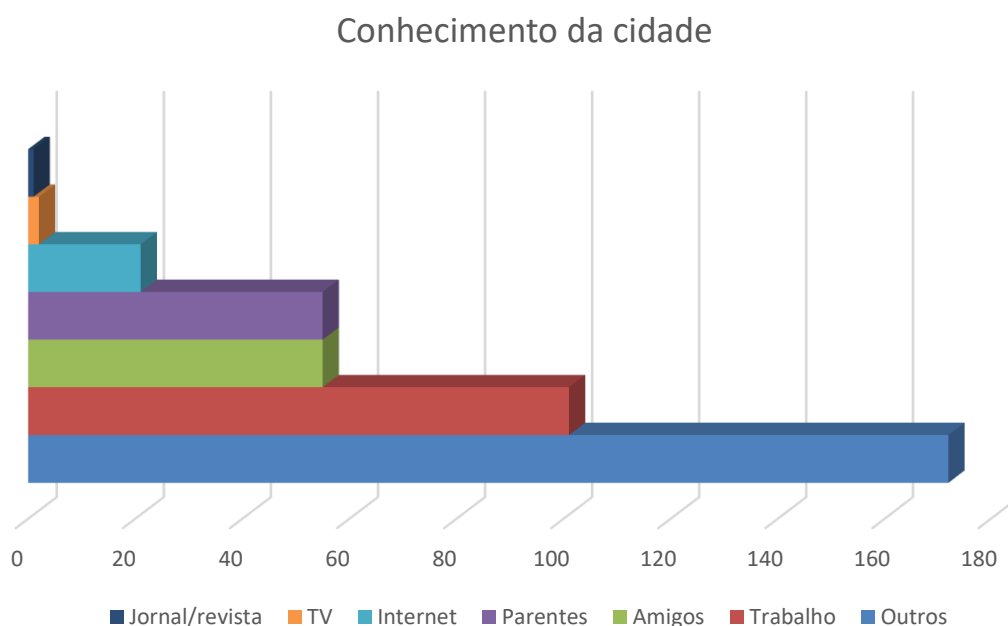


Gráfico 14: Forma pela qual os entrevistados souberam da cidade de Sorocaba

Ao se considerar formas específicas pela qual souberam da cidade, uma parcela importante das pessoas conheceu Sorocaba por meio do trabalho, representando 24,81% dos entrevistados. Logo após, há o mesmo percentual tanto para quem descobriu a cidade por meio de amigos quanto através de parentes, sendo de 13,51% cada. Pela internet, 5,15% souberam do destino. Apenas 0,5% dos entrevistados soube da cidade pela televisão, ao passo que 0,2% obteve conhecimento por meio de revista/jornal.

A maioria dos entrevistados (42,26%) se encaixam em outras formas pelas quais tiveram conhecimento da cidade, seja porque já moraram em Sorocaba anteriormente, mesmo que na infância, seja em razão de estudo na cidade ou, simplesmente, por morarem nas proximidades.

4.6 VISITAS ÀS CIDADES DA REGIÃO

VISITOU OUTRAS CIDADES DA REGIÃO?

■ Não ■ Sim

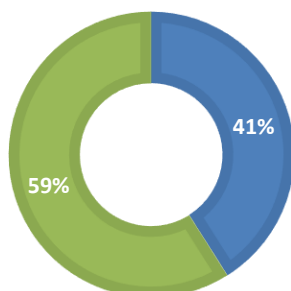


Gráfico 15: O entrevistado visitou, ou não, outras cidades da região

A maioria dos turistas que viajaram até Sorocaba também visitaram outras cidades próximas. Pode-se afirmar que 240 entrevistados, ou seja, 59%, fizeram essa outra visita, enquanto 41% visitaram apenas a cidade de Sorocaba.

Visitas às cidades da região

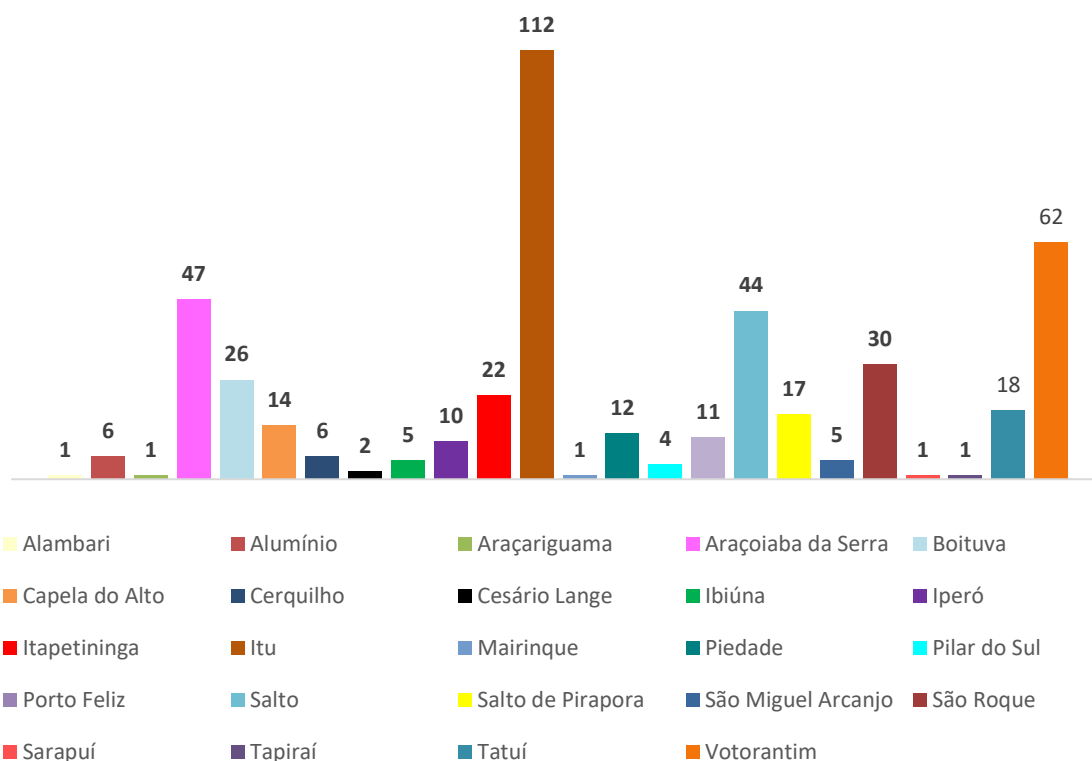


Gráfico 16: Cidades visitadas pelos entrevistados, além de Sorocaba

Dentre as cidades visitadas na região, pode-se destacar Itu como a mais escolhida, representando 46,66% das 240 visitas. Em seguida aparece Votorantim, com 25,83%. Com percentuais próximos, Araçoiaba da Serra já recebeu 19,58% dos entrevistados, enquanto Salto recebeu 18,33%. Entre as outras cidades visitadas estão São Roque (12,5%), Boituva (10,83%), Itapetininga (9,16%), Tatuí (7,5%), Salto de Pirapora (7,08%) e Capela do Alto (5,83%).

Já as cidades com os menores percentuais de visita são Piedade (5%), Porto Feliz (4,58%), Iperó (4,16%), Alumínio (2,5%), Cerquilha (2,5%), Ibiúna (2,08%), São Miguel Arcanjo (2,08%), Pilar do Sul (1,66%), Cesário Lange (0,83%) e, com percentual igual a 0,41% cada, as cidades de Alambari, Araçaguama, Mairinque, Sarapuí e Tapiraí.

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.

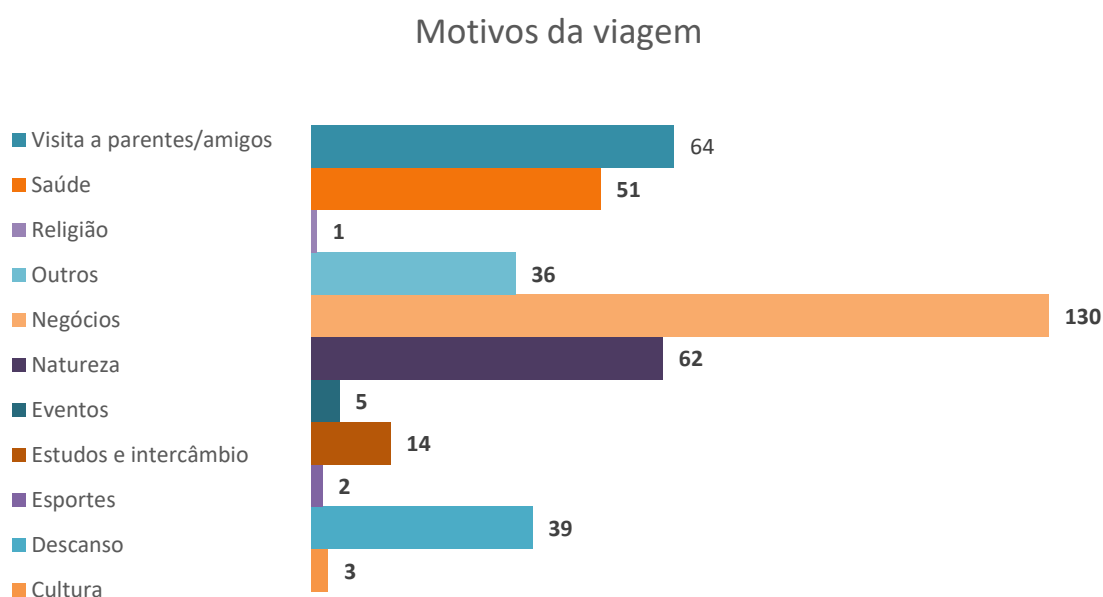


Gráfico 17: Motivos para a visita a Sorocaba

Como pode-se notar, a maior parte dos visitantes veio à cidade por motivo de negócios, sendo estes 31,94%. Logo após, aparecem os turistas que vieram para visitar parentes ou amigos, no percentual de 15,72%. Ainda com número expressivo, há aqueles que vieram pela natureza, principalmente em razão de parques e observação dos animais do zoológico, com percentual de 15,23%.

Destaca-se também, entre os visitantes, o segmento de turismo de saúde,

uma vez que 12,53% vieram com esse propósito. Por motivo de descanso, 9,58% dos turistas vieram a Sorocaba. Com percentuais menores, há as motivações por estudos e intercâmbio (3,43%), cultura (0,73%), esportes (0,49%) e religião (0,24%).

Na categoria “Outros”, que representam 8,84% dos motivos do gráfico, é possível encontrar razões diversas para a visita a Sorocaba, desde quem só estava de passagem pela cidade ou a lazer, até mesmo aquelas relacionadas à construção na cidade ou solicitação de documentos, como o passaporte, por exemplo.

4.8 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Muitos dos entrevistados ficaram mais de um dia na cidade. Logo, optaram por algum tipo de hospedagem. Dos 407 visitantes, 197 ficaram hospedados, enquanto 210 não pernoitaram, representados no seguinte gráfico:

Ficaram hospedados?

■ SIM ■ NÃO

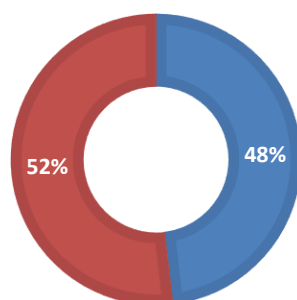


Gráfico 18: Percentual de visitantes que ficaram hospedados na cidade

Há grande variação entre os locais de estada. Desses 197 turistas, a maioria optou pelos hotéis da cidade como meio de hospedagem, representando 67,00% dos entrevistados. A segunda opção mais utilizada foi a casa de parentes e amigos, equivalendo a 27,41%.

As demais formas de acomodação se dividem em percentuais mínimos entre pousadas, república, casa alugada por meio próprio ou por serviços de aplicativos, e até casa cedida por contratantes. Entre aqueles que ficaram em casa própria, alugada ou cedida, a parcela é de 2,54%. Os visitantes que optaram por pousadas como meio de hospedagem representam 1,52%. Há, ainda, pessoas que ficaram em alojamentos, abrigo ou república, representando também a fatia de 1,52%, dentro da categoria “Outros”.

De acordo com as informações acima, apresenta-se o gráfico a seguir:

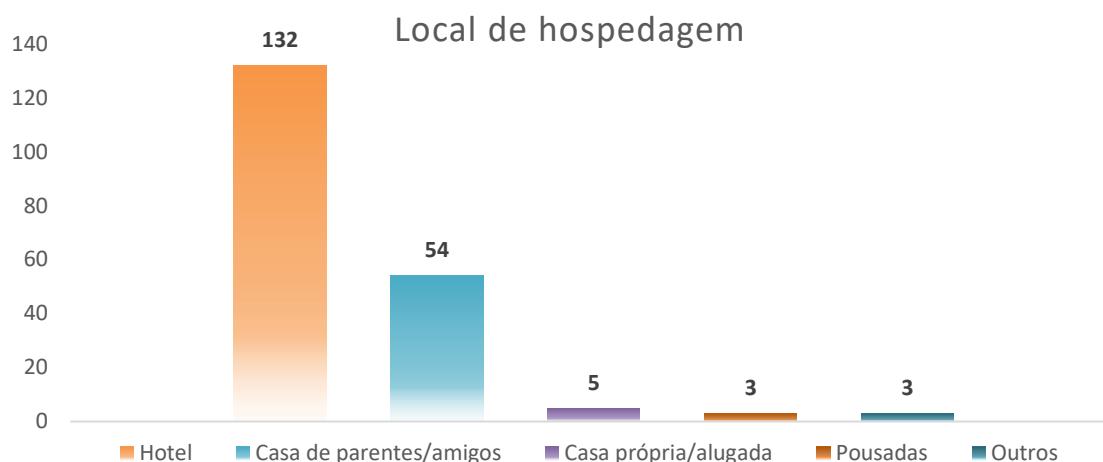


Gráfico 19: Tipo de local escolhido pelos entrevistados para hospedagem

4.9 ATRATIVOS DA CIDADE

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



Gráfico 20: Atrativos visitados e as respectivas notas de avaliação atribuídas pelos turistas

Considerando todo o exposto, nota-se, de antemão, que o Zoológico Municipal é o atrativo sorocabano mais visitado e conhecido pelos turistas. Ademais, o Parque das Águas, o Parque Campolim, o Mercado Municipal e a Catedral Metropolitana também se destacam. Logo após, o Jardim Botânico, o Museu Histórico, a Biblioteca Municipal e o Museu da Estrada de Ferro também recebem muitas visitas. Por fim, com poucas visitas, mas grande potencial de exploração, encontram-se a Capela João de Camargo, o Parque da Biquinha, o Parque Chico Mendes, o Parque do Paço Municipal e o Museu de Arte Contemporânea (MACS). Com menos avaliações, mas ainda lembrados pelos turistas, aparecem o Parque da Água Vermelha, o Parque dos Espanhóis, o Mosteiro de São Bento, o Casarão de Brigadeiro Tobias e a Praça Kasato Maru.

Mais detalhadamente, dentre os locais mais visitados, o Zoológico recebeu um total de 204 avaliações, com uma maioria de notas 5 (em uma escala de 1 a 5). O Parque Campolim foi visitado por 67 entrevistados, com notas muito positivas. Já em seguida, o Parque das Águas era conhecido por 66 visitantes, também com maioria de notas 5. Depois, o Mercado Municipal recebeu boas notas em suas 57 avaliações. A catedral teve a maioria de suas notas altas, por 52 entrevistados. Por fim, encerrando com os locais relativamente bastante visitados, o Museu Histórico Sorocabano teve 40 avaliações e o Jardim Botânico teve 39, ambos recebendo nota 5 da maior parte dos turistas.

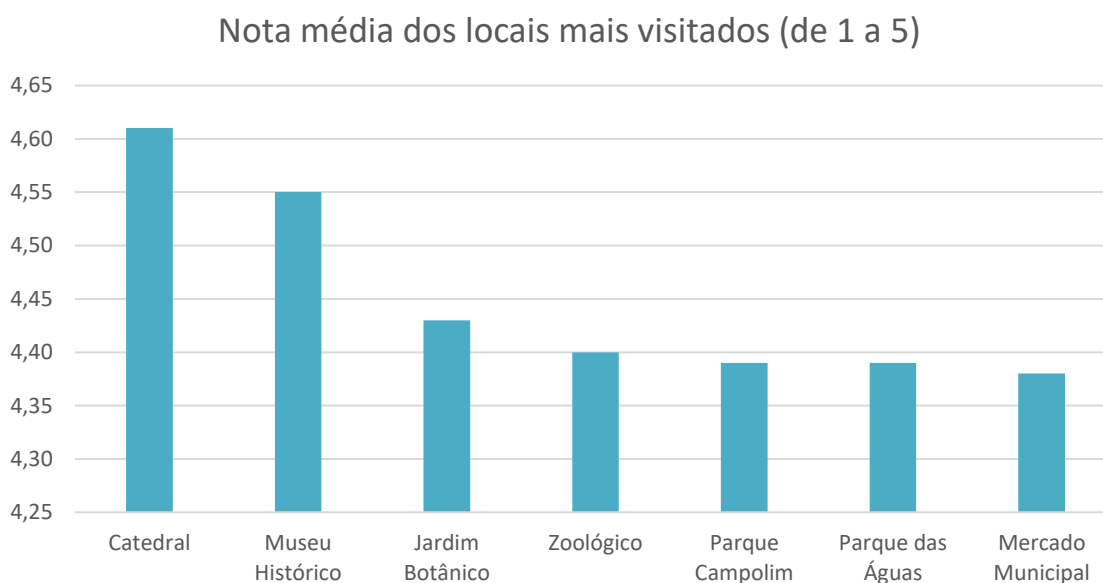


Gráfico 21: Nota média dos atrativos mais visitados e avaliados

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 acima, a catedral obteve a maior nota média, com 4,61. Em segundo, o Museu Histórico Sorocabano, com 4,55. Após, o Jardim Botânico, com média de 4,43. Mesmo sendo o mais visitado, o zoológico possui a quarta maior média, com 4,40. O Parque Campolim e o Parque das Águas obtiveram

4,39. Finalizando, o Mercado Municipal teve nota média 4,38.

Sobre os atrativos com menos visitas e, conseqüentemente, menos avaliações, percebe-se que, apesar de pouco conhecidos, têm grande potencial de exploração. Suas notas médias estão distribuídas na seguinte tabela:

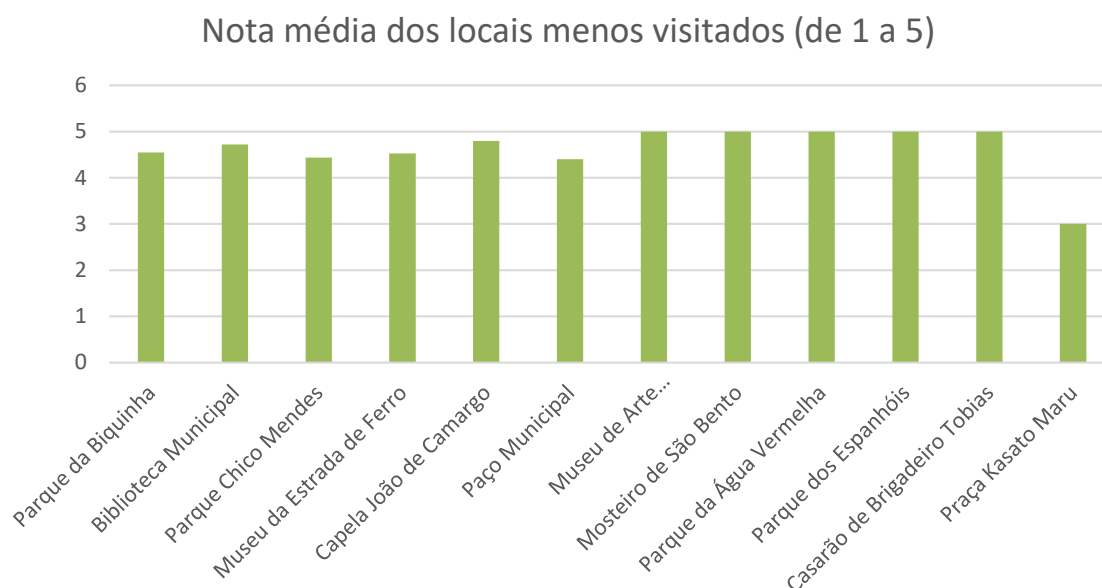


Gráfico 22: Nota média dos atrativos menos visitados

4.10 INFRAESTRUTURA DA CIDADE

Um dos elementos fundamentais para o melhor acolhimento dos turistas é a infraestrutura da cidade. A avaliação geral sobre ela, em diversos setores, pode alavancar ou limitar a forma como uma cidade é considerada um potencial destino.

Os quesitos avaliados vão desde a limpeza da cidade, até a segurança e formas de acesso. Segundo as pesquisas, é possível afirmar que a infraestrutura geral da cidade de Sorocaba é boa.

Alguns quesitos não receberam avaliação por todos os entrevistados por desconhecimento ou simplesmente pela não utilização do serviço. Na escala de 1 a 5, as maiores quantidades de notas máximas foram dadas para rodovias de acesso, receptivo, restaurantes, comércio, limpeza, hospedagem, sinalização turística e segurança. Na sequência, verifica-se ainda que uma grande proporção de notas 5 foi atribuída a postos de combustíveis, atrativos, estacionamentos, bares, sanitários e artesanato. Por fim, com poucas avaliações no total em razão do desconhecimento de suas existências, o site obteve 29 avaliações com nota máxima, enquanto a Casa do Turista teve apenas 7 avaliações de nota 5.

É possível notar que, apesar de existirem notas baixas atribuídas a alguns itens, a média geral da cidade de Sorocaba ficou em 4,15. Assim, conclui-se que a infraestrutura do município, segundo avaliação dos turistas, é considerada boa. A seguir, a tabela com o detalhamento das avaliações supracitadas:

Avaliação da infraestrutura de Sorocaba

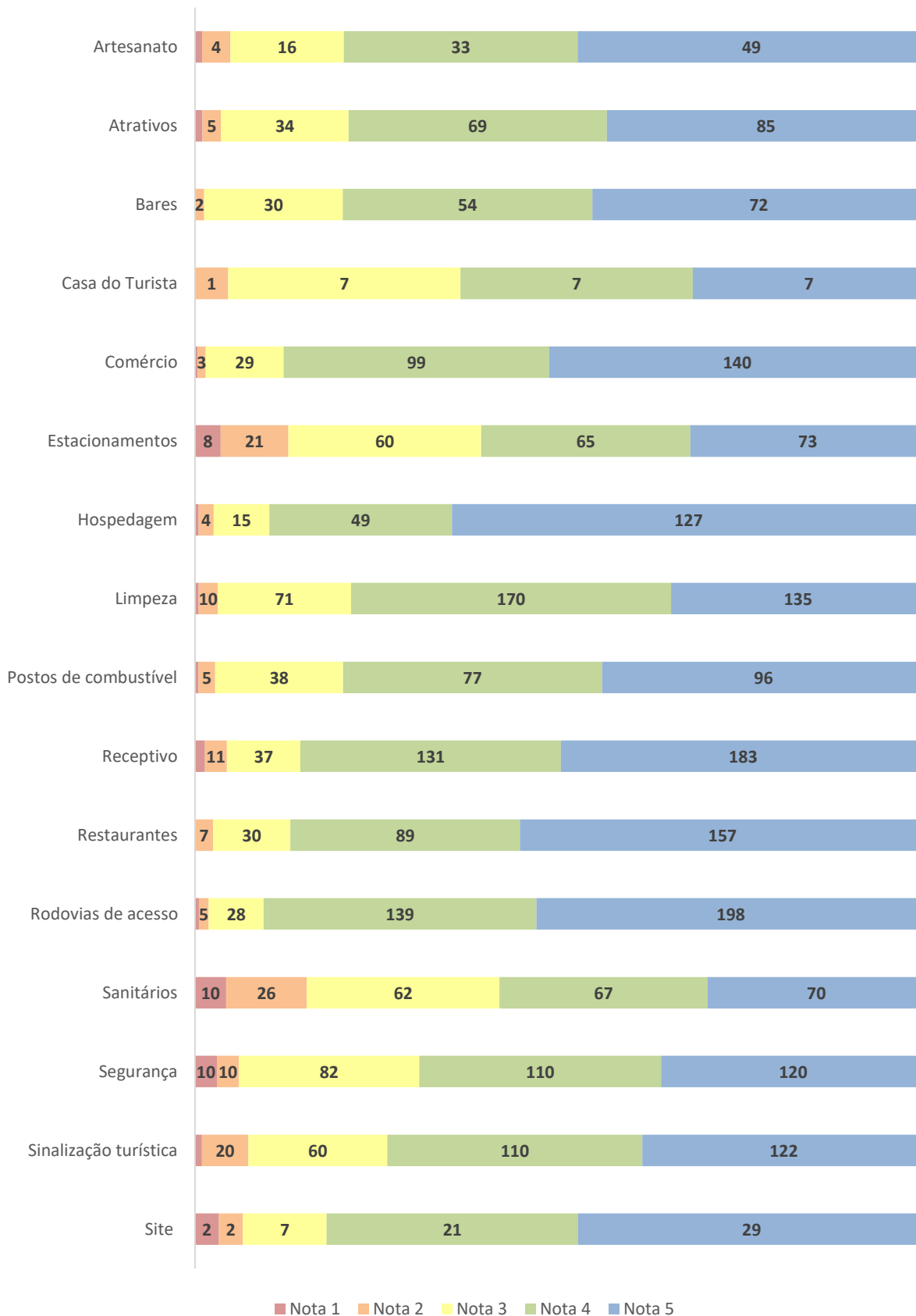


Gráfico 23: Notas atribuídas à infraestrutura da cidade de Sorocaba

No tocante às notas de cada um dos itens relacionados à infraestrutura da cidade, pode-se destacar as melhores médias para hospedagem (4,51) e rodovias de acesso (4,41), seguidas de perto pelos restaurantes (4,39) e pelo comércio (4,37). Também com boas médias, o receptivo obteve 4,29, os bares ficaram com 4,24, o artesanato com 4,21 e os postos de combustíveis com 4,20. Ainda dentro das médias acima de 4, temos o site (4,19), os atrativos (4,17), a limpeza (4,09) e a sinalização turística (4,04). Por fim, com as menores notas médias, encontram-se a segurança (3,96), a Casa do Turista (3,90), os estacionamentos (3,76) e os sanitários (3,68). O gráfico abaixo representa esses valores.

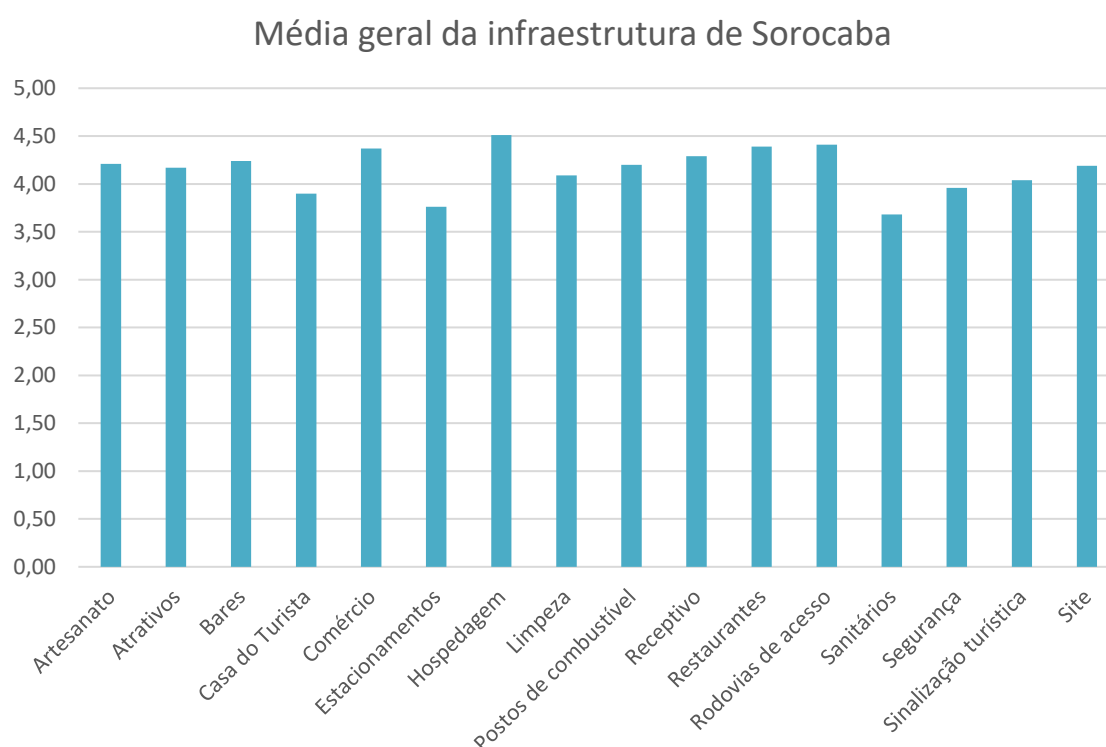


Gráfico 24: Média geral das notas atribuídas aos diversos segmentos da infraestrutura de Sorocaba

4.11 GASTO MÉDIO NA CIDADE

Outro fator relevante da pesquisa é identificar o gasto turístico médio diário per capita, ou seja, quanto os turistas despenderam em Sorocaba, por dia, por pessoa. Referido gasto foi contemplado no questionário e inclui diárias em hospedagem, assim como eventuais despesas com alimentação, transporte, lazer e entretenimento.

Assim, ficou constatado que a maioria, quase a metade dos visitantes (49%), gastou de R\$0,00 até R\$100,00. Outros 19% tiveram gastos entre R\$101,00 e R\$200,00. Para 10%, o consumo foi em torno de R\$201,00 a R\$300,00. Os gastos médios acima de R\$300,00 por pessoa, por dia, representam 22% dos entrevistados. Diante do exposto, segue o gráfico:

Gasto diário

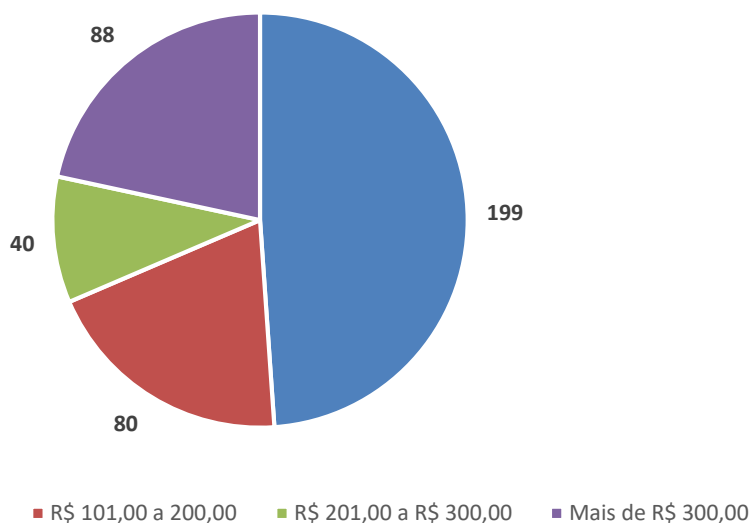


Gráfico 25: Valor gasto diariamente, em média, pelos turistas na cidade de Sorocaba

4.12 OPINIÃO SOBRE A CIDADE

As últimas questões do formulário apresentado aos turistas foram em relação às respectivas expectativas, antes da visita à cidade, assim como às opiniões sobre Sorocaba, após referida visita. Os próximos gráficos detalham os dados dessas respostas:

Expectativa antes de visitar Sorocaba

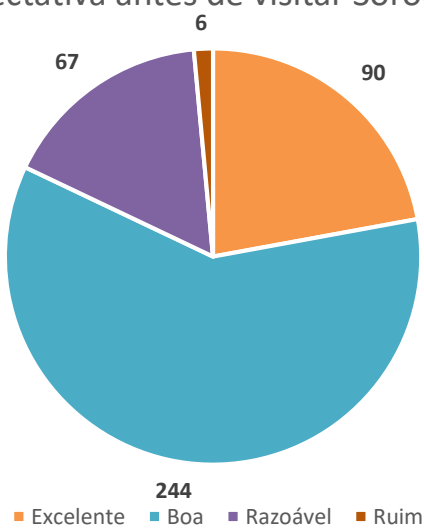


Gráfico 26: Expectativa dos turistas antes da visita à cidade de Sorocaba

Opinião após visitar Sorocaba

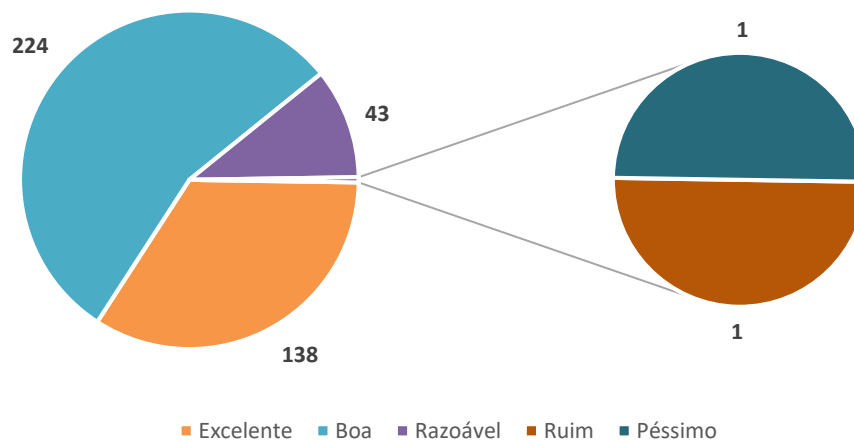


Gráfico 27: Opinião final dos turistas após visitarem a cidade de Sorocaba

Diante disso, nota-se que, antes de conhecer Sorocaba, a expectativa de 59,95% dos entrevistados era “Boa”, de 22,11% era “Excelente”, seguida de 16,46% com expectativa “Razoável” e 1,47% “Ruim”.

Após o turista efetivamente visitar Sorocaba, houve um aumento expressivo daqueles que consideraram a cidade “Excelente”, subindo o percentual para 33,90%. Por consequência, houve redução no percentual de quem considerava a cidade “Boa” ou “Razoável”, sendo, agora, 55,03% e 10,56%, respectivamente. Apenas uma pessoa, que representa 0,24%, considerou a cidade “Ruim” e outra, sendo também 0,24%, a considerou “Péssima”.

Apresenta-se, abaixo, uma comparação entre a expectativa e a formação final da opinião dos 407 turistas que responderam ao questionário:

Quadro comparativo de opinião antes e depois da visita

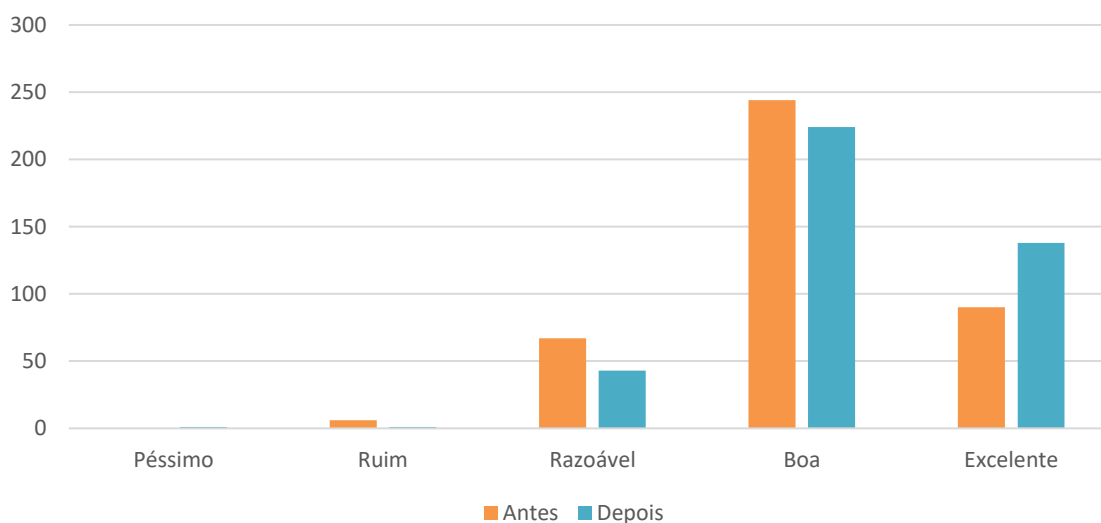


Gráfico 28: Quadro comparativo entre a expectativa e a opinião final do turista sobre a cidade

5. CONCLUSÃO

Uma análise dos resultados das pesquisas de demanda turística, obtidos através dos dados quantitativos de entrevistas aplicadas junto aos turistas que estiveram em Sorocaba em 2024, permite destacar o perfil desses visitantes, motivação e principais características das viagens, assim como as percepções e opiniões sobre serviços e infraestrutura da cidade.

De maneira resumida, é possível concluir que a maior parte dos turistas tem idade entre 30 e 45 anos, com leve maioria do gênero feminino, vêm desacompanhados e permanecem por um curto período de tempo na cidade. Cerca de um terço dos turistas de Sorocaba se enquadra no segmento de Turismo de Negócios que, além de representar a maior fatia do mercado, está em crescimento. Praticamente metade dos visitantes de Sorocaba se hospedaram na cidade, dentre os quais a maioria optou pelos serviços da rede hoteleira. Os turistas utilizam, predominantemente, carro ou ônibus, dado que as rodovias são o principal meio de acesso. Considerando que o maior emissor de turistas para a cidade de Sorocaba é o próprio estado de São Paulo e que, muitas vezes, as permanências são curtas, pouco mais da metade dos gastos médios não ultrapassaram R\$100,00 por dia, por pessoa. A forma pela qual os visitantes obtiveram conhecimento da cidade para se tornar seu destino foi diversificada, desde quem mora em cidades próximas até aqueles que já haviam morado em Sorocaba anteriormente. Outra forma importante e muito mencionada pela qual Sorocaba se tornou conhecida foi através do trabalho.

Os turistas, majoritariamente, consideram que a cidade possui uma boa infraestrutura, especialmente em relação aos meios de hospedagem, rodovias, restaurantes, comércio, bares, receptivo e serviços essenciais, quesitos estes com boa avaliação geral. Mesmo contando com toda essa infraestrutura, muitos turistas relatam que a cidade mantém um ambiente acolhedor e típico de cidades do interior. Por outro lado, estacionamentos, segurança e sanitários públicos são os pontos a serem melhorados. Verifica-se que a expectativa dos turistas já era, em sua grande maioria, boa ou excelente. Após a visita, além de muitos confirmarem sua opinião anterior, houve um aumento significativo daqueles que classificaram a cidade como excelente. Esse pode ser apontado como o principal indicador de satisfação sobre a experiência turística.

Muitos turistas não conhecem a maioria dos atrativos oferecidos pela cidade, excetuando-se, para a maioria, o Zoológico Municipal. Uma maior divulgação poderia alavancar esse grau de conhecimento e uma ampliação da visita de atrativos já ofertados poderia gerar um aumento do tempo de permanência e a necessidade desses turistas se hospedarem na cidade, incrementando, consequentemente, seu gasto diário. É possível, também, a formatação de produtos turísticos para oferecer aos visitantes de Sorocaba, com o intuito de explorar um grande potencial, por exemplo, de Turismo de Saúde, Turismo Cultural e Turismo Industrial, entre outros.

Considerando que Sorocaba é sede da Região Metropolitana, a qual representou a origem de aproximadamente um terço dos turistas, há demanda e grandes oportunidades para Sorocaba contribuir com o desenvolvimento turístico regionalizado, alinhando-se às cidades vizinhas no que se refere ao planejamento de turismo.

A presente pesquisa de demanda turística é de suma relevância para embasar o diagnóstico do turismo da cidade e fornecer, conjuntamente com outros instrumentos, informações fundamentais para a revisão do Plano Diretor de Turismo de Sorocaba de 2024. A partir de um conhecimento mais aprofundado sobre o perfil dos turistas, as características das viagens e as opiniões relativas a infraestrutura, atrativos turísticos e serviços oferecidos, assim como sobre o atendimento de expectativas dos visitantes, é possível planejar políticas públicas mais assertivas e, com o engajamento da iniciativa privada, potencializar o desenvolvimento de todo o trade turístico de Sorocaba.