

Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© 2022

NEGÓCIOS: Aveiro ganha terreno

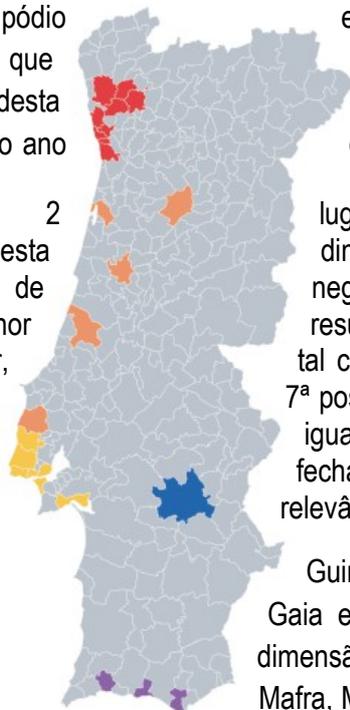
- Aveiro que consegue igualar a posição de destaque nos Negócios alcançada em 2016.
- O Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© avalia ainda a performance e a atratividade da marca dos 308 municípios portugueses nas categorias Turismo (Visitar) e Talento (Viver).
- Reveja [aqui](#) as posições Nacionais obtidas pelo município de Aveiro no ranking geral e de cada dimensão, desde a primeira edição do Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©, bem como a variação de ano para ano.

TOP 25 – Negócios

Com um pódio que face à edição do ano

Braga sobe 2 posições nesta edição do ranking de seu melhor para o 6º lugar, está agora na Top 10 é

Nova de



estável liderado por Lisboa, Porto e Cascais, é a partir da 4ª edição do Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©, de 2021.

lugares na tabela e é agora 4º, repetindo o lugar alcançado em dimensão e alcançando a distinção de Marca Estrela desta edição negócios em que o top 5 é fechado por Coimbra. Leiria consegue o resultado de sempre nos Negócios com uma escalada de 3 posições tal como o Funchal que consegue a segunda subida consecutiva e 7ª posição. Segue-se Sintra, com a descida de uma posição e Aveiro igualar a posição de destaque nos Negócios alcançada em 2016. O fechado por Faro, que mesmo descendo 2 posições não perde relevância entre os melhores desempenhos de marca nos Negócios.

Guimarães e Setúbal ocupam as posições seguintes, estando Vila Gaia em 13º lugar, protagonizando uma das maiores quedas nesta dimensão, muito devido às variações pouco impactantes no último ano. Mafra, Matosinhos e Oeiras conseguem marcar esta edição com subidas de posição, Maia mantém o 17º lugar, seguido de Viseu. Torres Vedras escala 3 posições e iguala o resultado de 2015, sendo o Top 20 fechado por Viana do Castelo, que pela primeira vez desde 2014 não conseguiu estar entre os 20 municípios com melhor desempenho nesta categoria.

Nos Negócios é ainda importante destacar as subidas de Évora e Barcelos, a grande quebra de Almada, que tal como Vila Nova de Gaia não conseguiu manter o ritmo de subida mostrado nas passadas edições. Portimão alcança a melhor posição de sempre neste ranking, que consegue estar pela 2ª vez no Top 25 nacional de Negócios, que nesta edição é fechado por Albufeira.

TOP 25 – Negócios

#	Varição	Município	#	Varição	Município
1.	-	Lisboa	14.	+1	Mafra
2.	-	Porto	15.	+4	Matosinhos
3.	-	Cascais	16.	+2	Oeiras
4.	+2	Braga	17.	-	Maia
5.	-	Coimbra	18.	-2	Viseu
6.	+3	Leiria	19.	+3	Torres Vedras
7.	+3	Funchal	20.	+5	Viana do Castelo
8.	-1	Sintra	21.	+2	Évora
9.	+5	Aveiro	22.	+2	Barcelos
10.	-2	Faro	23.	-10	Almada
11.	-	Guimarães	24.	+2	Portimão
12.	-	Setúbal	25.	-5	Albufeira
13.	-9	Vila Nova de Gaia			

A Bloom Consulting

Criada em 2003, a Bloom Consulting é uma consultora especializada no desenvolvimento de estratégias de marca para Países, Regiões e Cidades. Com sede em Madrid possui escritórios em Lisboa e São Paulo e Londres.

Para além de contar com casos de estudo em 5 continentes, a Bloom Consulting tem vindo a colaborar com a OCDE e a European Travel Commission, sendo ainda “Data Partner” oficial do World Economic Forum contribuindo para a elaboração do seu índice mundial de competitividade.

Portugal City Brand Ranking®: um estudo baseado em “hard data”:

Desde 2014 que a Bloom Consulting lança anualmente o Portugal City Brand Ranking® recorrendo a um algoritmo proprietário, testado e utilizado em estudos da Bloom Consulting um pouco por todo o mundo.

Este é um estudo diferenciado, uma vez que não têm qualquer variável qualitativa ou de opinião, focando-se exclusivamente em “hard data”, dados fidedignos que classificam o desempenho das marcas dos 308 municípios portugueses de forma tangível e realista.

Este algoritmo é composto por três variáveis base. Na primeira variável são analisados todos os dados estatísticos que medem o desempenho nas vertentes económica, social e turística, sendo considerados dados de fontes oficiais como o INE ou a Pordata.

A segunda variável consiste na análise de todas as pesquisas online realizadas em todo o mundo, nos principais motores de busca, através da ferramenta Digital Demand – D2®, ajudando a entender a procura proativa existente por todos os municípios portugueses.

Por fim, a terceira variável consiste no desempenho dos canais de comunicação dos municípios, nomeadamente nos seus sites oficiais e páginas em redes sociais. Desta forma, de uma forma concreta e rigorosa, é possível avaliar o desempenho e a eficácia dos diversos municípios na captação de investidores, turistas e novos residentes.