

Bloom Consulting - Consultoria de Marca País, Marca Cidade e Placemaking  
www.bloom-consulting.com

# Bloom Consulting

# Brasil

# City Brand

# Ranking©

2022



Cidades  
Brasileiras



Bem-vindo!

# Sumário

Apresentação .....	04
Sobre a empresa .....	05
Bloom Consulting's Branding Wheel .....	07
Metodologia .....	09
Variável 1 - Dados Estatísticos .....	10
Variável 2 - Digital Demand - D2© .....	11
Variável 3 - Desempenho Online .....	12
Visão Geral .....	13
Principais Destaques .....	13
Destaques Regionais .....	13
Marcas Estrela .....	13
Top 10 Geral .....	14
Top 10 Investir .....	17
Top 10 Visitar .....	18
Top 10 Viver .....	19
Ranking por Regiões .....	20
Centro-Oeste .....	21
Nordeste .....	23
Norte .....	25
Sudeste .....	27
Sul .....	30
Classificação geral .....	32
Perguntas Frequentes .....	35

# Brasil City Brand Ranking©

O inédito **Brasil City Brand Ranking©** traz uma análise da performance dos 100 municípios brasileiros mais populosos nos quesitos visitar, viver e investir.

É destinado a técnicos e gestores de instituições governamentais e autarquias; acadêmicos e profissionais das áreas de economia, marketing, turismo etc.; e ao público em geral interessado na temática.

Trata-se de um primeiro estudo no país que apresenta o desempenho de marca dos municípios através de uma análise de dados quantitativos, estatísticos e digitais conduzida a partir de metodologia própria e inovadora.

A combinação de **Digital Demand – D2©**, estatística e ferramentas únicas produzidas pela Bloom Consulting dão ao ranking um elevado grau de confiabilidade e objetividade.

Todavia, é importante esclarecer que não é objetivo do **Brasil City Brand Ranking©** elencar os melhores municípios para viver, visitar e fazer negócios, mesmo porque a essa análise seria necessário considerar outros elementos, tais como percepção, ambição e prioridades dos cidadãos. O que este ranking faz é revelar e destacar os municípios brasileiros que adotam boas práticas de estratégias de promoção, visibilidade e procura proativa, bem como oferecem as melhores plataformas online e redes sociais e possuem os melhores indicadores estatísticos nas categorias consideradas no estudo.

Com base nos resultados apresentados a seguir, o ranking será um grande aliado dos municípios para pensarem suas estratégias de marca atuais.

**Boa leitura!**

# Bloom Consulting

## Sobre a empresa

Nos seus 19 anos de atividade, a **Bloom Consulting** tem sido presença assídua nos meios de comunicação internacionais de renome como a BBC, The Economist, Forbes e CNN, bem como nas mais importantes conferências de “Country”, “Region” e “City” Branding internacionais. A sede da empresa encontra-se no coração de **Madrid**, contando ainda com escritórios em **Lisboa, São Paulo e Londres**.

A Bloom Consulting colabora 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 turística, agora índice de desenvolvimento de viagens e turismo.

José Filipe Torres, CEO da Bloom Consulting, é reconhecido como um dos maiores especialistas mundiais de Place Branding e é um pioneiro na modernização desta indústria, tendo lançado em Setembro de 2019 o livro “Nation Brand Builders” na conferência City Nation Place em San José, Costa Rica.

Caio Esteves - Partner global director of placemaking da Bloom – consolidou-se como uma das principais vozes no Brasil na discussão sobre os diferentes aspectos que compõem a vida nas cidades, tendo lançado três livros sobre o Placemaking entre 2016 e 2021.

Nas últimas duas décadas, a Bloom Consulting desenvolveu continuamente sua abordagem única, robusta e abrangente para o desenvolvimento de estratégias de marcas locais, com mais de 90 projetos concluídos com sucesso para governos de países, regiões e cidades em 5 continentes diferentes.

### Países

Alemanha  
Austrália  
Aruba  
Austrália  
Áustria  
Brasil  
Botswana  
Bulgária  
Cabo Verde  
Costa Rica  
El Salvador  
Equador  
Espanha  
Finlândia  
Irlanda  
Israel  
Jamaica  
Malta  
Noruega  
Paraguai  
Polónia  
Portugal  
Seychelles  
Suécia  
Turquia  
Uruguai

### Regiões e Cidades Internacionais

Abraham Path [IL/PS]  
Abu Dhabi [AE]  
Açores [PT]  
Algarve [PT]  
Angra do Heroísmo [PT]  
Atlantic Seaboard [IE]  
Beira Baixa [PT]  
Braga [PT]  
Bragança [PT]  
Bruxelas [BE]  
Buenos Aires [AR]  
Caldas da Rainha [PT]  
Cascais [PT]  
Castelo Branco [PT]  
Castilla y León [ES]  
Cork [IE]  
Figueira da Foz [PT]  
Guimarães [PT]  
Idanha-a-Nova [PT]  
Helsinquia [FI]  
Herzegovina [BA]  
Johor State [MY/SG]  
Kessington & Chelsea [GB]  
Kuala Lumpur [MY]  
Leiria [PT]  
Litoral Alentejo [PT]  
London Bridge [GB]  
Loures [PT]  
Macau [CN]  
Madeira [PT]  
Madrid [ES]  
Mafra [PT]  
Miami [US]  
Mississauga [CA]  
Mondim de Basto [PT]  
Munique [DE]  
Oslo [NO]  
Pampilhosa da Serra [PT]  
Penafiel [PT]  
Porto & Norte [PT]  
Riade [SA]  
Riga [LV]  
Sudoeste de Portugal [PT]  
Tete [MZ]  
Torres Vedras [PT]  
Twickenham [GB]  
Vitoria Gasteiz

### No Brasil

Alfenas [MG]  
Barra Coqueiros [SE]  
Belo Horizonte [MG]  
Betim [MG]  
Campo Grande [MS]  
Campos Elíseos [SP]  
Caxambu [MG]  
Florianópolis [SC]  
Joinville [SC]  
Juiz de Fora [MG]  
Nova Santa Rita [RS]  
Limeira [SP]  
Natal [RN]  
Paracatu [MG]  
Porto Alegre [RS]  
Porto Belo [SC]  
Recife [PE]  
Sabará [MG]  
S. G. do Amarante [CE]  
São Pedro da Aldeia [RJ]  
Teresina [PI]

# Boas-vindas do nosso CEO

## Uma nova era para as marcas lugar

É com um enorme prazer que apresentamos a primeira edição do **Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking®**.

Os nossos estudos e pesquisas têm marcado a agenda de todas as discussões acerca do desempenho das estratégias de marca de cidades e países pelo mundo. E é com muita satisfação que pela primeira vez no Brasil disponibilizamos uma análise objetiva do desempenho das 100 cidades mais populosas.

Uma análise pertinente e fundamental para mapear potenciais e fraquezas diante de um contexto tão inconstante que estamos vivendo.

Os últimos dois anos foram sem dúvida um grande desafio para o mundo e para nós da Bloom Consulting não foi diferente.

Tivemos que nos isolar, mas nem por isso deixamos de pensar em novas soluções e estratégias para explorar, compreender e comunicar o que cada país, região, cidade ou lugar têm de melhor.

Diante do imprevisível nós entendemos que o mundo está em constante evolução e por isso acompanhamos atentos a esse movimento.

Mesmo com poucas interações presenciais, conseguimos continuar a fazer grandes e importantes projetos com clientes tão diversos como Israel, Madeira, Riyadh e Brasil.

Para além dos nossos rankings, estratégias de marca, ferramentas, projetos de pesquisa e todos os outros projetos que a Bloom Consulting tem desenvolvido em mais de 90 territórios em 5 continentes, fazemos questão em continuar a investir e a disponibilizar os nossos estudos independentes locais, regionais, nacionais ou globais, visando contribuir para uma visão mais aprofundada dos problemas que enfrentamos no mundo atual. Os estudos conduzidos pela Bloom Consulting estão sempre disponíveis gratuitamente no nosso Bloom Consulting Journal - [bloom-consulting.com/journal](http://bloom-consulting.com/journal).



**José Filipe Torres**  
CEO, Bloom Consulting

---

## Da Bloom no Brasil

Em um contexto global cada vez mais competitivo e complexo, sobretudo considerando o atual momento de incertezas, pandemia e guerras que tanto vem impactando nosso dia a dia, as cidades são indispensáveis para reconduzir o país rumo ao desenvolvimento socioeconômico e o protagonismo que desejamos.

Nós, da Bloom Consulting, acreditamos no potencial dos municípios brasileiros para protagonizar esse processo e concentramos nossos esforços no auxílio a essa transformação a partir da escala local.

Entretanto, reconhecer potencialidades em uma cidade, alçá-la ao patamar de uma marca-cidade e, principalmente, posicioná-la estrategicamente para facilitar a atração de investidores, visitantes ou talentos, domésticos ou internacionais, é um grande desafio.

Em alguns casos, os municípios possuem a infraestrutura e os recursos adequados, mas pecam na forma de planejar as ações para além de uma plataforma de governo sujeita a alternância em ciclos de quatro anos.

É visando expandir essa consciência sobre a importância das marcas-cidade que lançamos, pela primeira vez, o Brasil City Brand Ranking®, com o objetivo de traçar um panorama da reputação dos 100 municípios mais populosos do país.

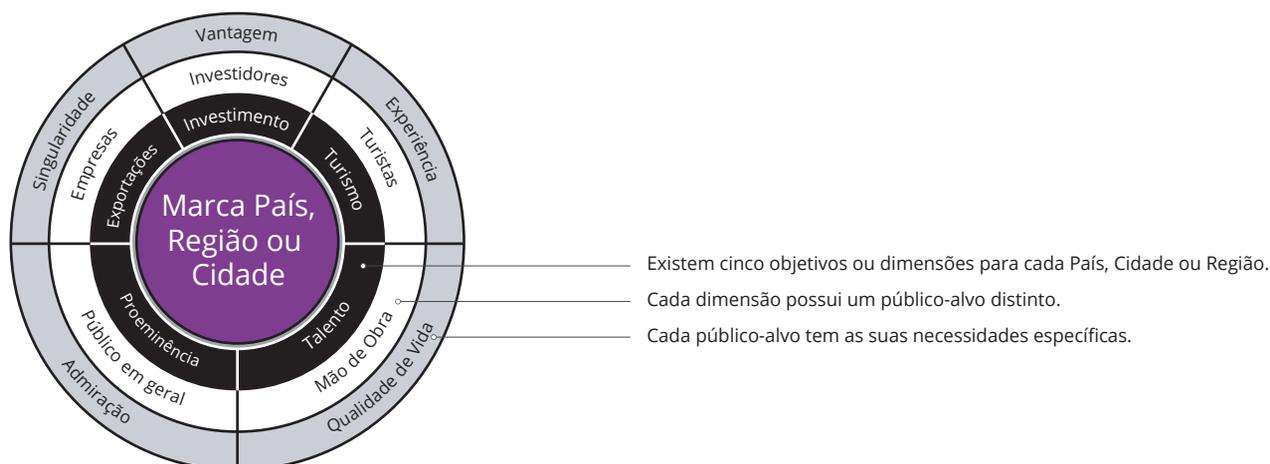
Uma oportunidade para gestores e administrações identificarem as suas potencialidades e fraquezas e com isso darem o primeiro passo para pensar estrategicamente seus ativos e as melhores práticas de fortalecimento, comunicação e promoção de seus atrativos e singularidades.

Acreditamos que todas as cidades são únicas e devem planejar-se com base na sua vocação e identidade, criando um conjunto de ativos suficientemente robustos e autênticos capazes de protegê-las de um futuro cada vez mais veloz e incerto.

**Caio Esteves**  
Partner global director of placemaking

# Bloom Consulting's Branding Wheel

Como vemos as Marcas dos Países, Regiões e Cidades



Quando falamos em “Place Branding” ou “Marca-Lugar”, muitas vezes somos remetidos para um imaginário de logotipos, slogans ou grafismos associados a destinos turísticos. Contudo, essa não é a realidade do que fazemos nem o significado da palavra “Marca” quando associada a um lugar. Uma marca-lugar é um ativo tangível e intangível de cada país, região, cidade, município, bairro ou qualquer local com uma identidade coletiva própria.

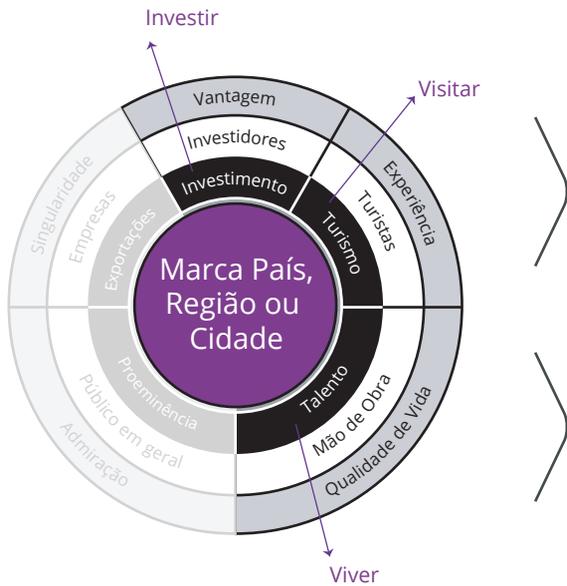
De acordo com a **Metodologia Bloom Consulting Branding Wheel®**, existem 5 objetivos ou dimensões essenciais:

1. Atração de Investimento
2. Atração de Turistas
3. Atração de Talento
4. Aumento da Proeminência
5. Aumento das Exportações

Cada uma dessas cinco dimensões leva em conta diferentes públicos-alvo, com sensibilidades distintas. Ou seja, cada público-alvo, principalmente investidores e turistas, têm em consideração fatores antagônicos quando da escolha ou afinidade com cada país, região ou mesmo cidade (ver figura acima). Isso significa que apesar de se tratar do mesmo território e da mesma identidade, cada país, região ou cidade deve comunicar de forma diferenciada consoante a dimensão ou dimensões afetas aos públicos-alvo desejados.

# Bloom Consulting's Branding Wheel

Como vemos as Marca dos Países, Regiões e Cidades



## sistemas de medição atuais



Forma de medição das 3 dimensões superiores. Pode-se medir de forma tangível na vertente econômica e social.



Forma de medição das 2 dimensões inferiores. Pode medir-se apenas de forma intangível.

A metodologia da Bloom Consulting tem como grande diferencial o fato de se basear na medição contínua de resultados. O desempenho de uma marca não pode ser apenas medido em “valores” emocionais, sendo necessário perceber a evolução das percepções, da procura proativa, dos benefícios econômicos e da felicidade das partes interessadas locais.

A Bloom Consulting desenvolveu um conjunto de painéis de controle que permitem, pela primeira vez, medir o impacto da estratégia de marca nos cinco objetivos ou dimensões anteriormente mencionadas. Tradicionalmente, esses resultados eram medidos pelas percepções, níveis de felicidade ou através de pesquisas de opinião pública. Contudo, com as novas ferramentas desenvolvidas pela Bloom Consulting, tais como o Digital Demand - D2©, é possível medir com maior precisão o impacto das estratégias de marca, uma vez que, para além de ter em conta os interesses do público-alvo, mede igualmente o impacto econômico de cada estratégia implementada.

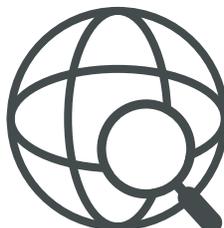
Nem todos os objetivos podem ser avaliados de forma idêntica e, dentro dos cinco objetivos ou dimensões, existem três que podem ser medidos de forma mais tangível que os outros: as dimensões Investimento, Turismo e Qualidade de vida, descritas na figura, são as que permitem tal medição de forma mais concreta e, portanto, as que serão apresentadas no **Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking©**.

# A nossa metodologia

As variáveis com base nos resultados do Ranking



**Variável 1**  
DADOS ESTATÍSTICOS



**Variável 2**  
PROCURA ONLINE



**Variável 3**  
DESEMPENHO ONLINE



## BRASIL CITY BRAND RANKING®

Para elaborar o **Brasil City Brand Ranking®**, recorremos a um algoritmo próprio, testado e utilizado em estudos da Bloom Consulting em diversos países. Trata-se de um estudo diferenciado, uma vez que não possui variáveis qualitativas ou de opinião, focando exclusivamente em “hard data”, ou seja, dados fidedignos que classificam o desempenho das marcas dos 100 municípios mais populosos brasileiros de forma tangível e realista.

Este algoritmo é composto por três variáveis base. Na primeira, são analisados todos os dados estatísticos que medem o desempenho nas vertentes econômica, social e turística, considerando-se dados recentes provenientes de fontes oficiais. A segunda variável consiste na análise empreendida através da ferramenta Digital Demand – D2® de todas as pesquisas online realizadas nos principais motores de busca, que ajuda a entender a procura proativa existente nos municípios analisados. Por fim, a terceira variável consiste na performance dos canais de comunicação dos municípios, nomeadamente nos seus sites oficiais e páginas em redes sociais.

Assim, de forma concreta e rigorosa, é possível avaliar o desempenho e a eficácia dos diversos municípios na captação de investidores, turistas e novos residentes. Esta metodologia é descrita na figura acima e detalhada nas próximas páginas.

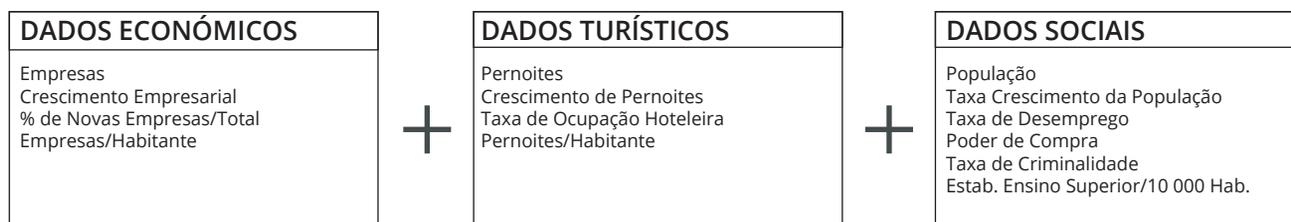
# A nossa metodologia

## Variável 1 - Dados Estatísticos



### Variável 1 DADOS ESTATÍSTICOS

DADOS ECONÔMICOS  
DADOS TURÍSTICOS  
DADOS SOCIAIS



A primeira variável do **Brasil City Brand Ranking®** consiste na medição do desempenho socioeconômico dos 100 municípios analisados nas dimensões de Negócios (Investir), Turismo (Visitar) e Qualidade de Vida (Viver). Para tal, foram analisados e contrastados diversos dados estatísticos relevantes (econômicos, turísticos e sociais) provenientes de fontes de informação oficiais como IBGE.

A análise de todo conjunto de dados visou identificar tendências e volatilidades nos indicadores, especialmente no que diz respeito à avaliação da atividade empresarial, dimensão da indústria turística e movimentos migratórios populacionais em cada município. Para avaliar a robustez de cada dimensão, foram considerados vários cálculos percentuais. No eixo Investir, foi considerada a porcentagem de novas empresas sobre o total de empresas. Já no eixo Visitar, levou-se em conta a taxa de ocupação hoteleira. Finalmente, no eixo Viver foram consideradas não só as taxas de desemprego e de criminalidade como também o poder de compra per capita em relação à média nacional.

Esses indicadores permitem compreender o clima de negócios, o desempenho turístico, o nível de segurança e, ainda, as oportunidades oferecidas a novos residentes. Ainda visando fazer justiça aos municípios menos populosos, foram incluídos indicadores de rácios. Tal medida permite compreender qual das três dimensões é o componente socioeconômico mais importante para cada município.

# A nossa metodologia

Variável 2 - Procura Online - Digital Demand - D2©



Variável 2  
PROCURA ONLINE



VISITAR  
INVESTIR  
VIVER



Digital  
Demand

**VISITAR** > 1. Acampamentos | 2. Airbnb | 3. Apostas e Jogos | 4. Aquários | 5. Artes | 6. Atividades ao ar livre | 7. Atrações turísticas | 8. Bem-estar | 9. Caça | 10. Casais | 11. Cruzeiros | 12. Destinos | 13. Esportes aquáticos | 14. Esportes de Inverno | 15. Eventos | 16. Família | 17. Gastronomia | 18. Golfe | 19. Hospedagem | 20. Hospedagem all-inclusive | 21. Hospedagens em família | 22. Hospedagens em feriados | 23. Hospedagens em praia | 24. Hospedagens em Spa | 25. Hospedagens especiais | 26. Hostels | 27. Hotéis | 28. Jardins | 29. Lugares históricos | 30. Maravilhas naturais | 31. Mercados públicos | 32. Mergulho | 33. Mochileiros | 34. Museus | 35. Negócios | 36. Observação de animais | 37. Pacotes turísticos | 38. Parques de diversão | 39. Parques e reservas naturais | 40. Passeios | 41. Passeios de barco | 42. Pontos turísticos | 43. Pousadas | 44. Praias | 45. Resorts | 46. Restaurantes | 47. Trilhas | 48. Turismo de compras | 49. Turismo de luxo | Turismo de terceira idade | 51. Turismo LGBT | 52. Turismo médico | 53. Turismo religioso | 54. Turismo rural | 55. UNESCO | 56. Viagens | 57. Viagens curtas | 58. Vida noturna | 59. Zoológicos

**INVESTIR** > 60. Ambiente de negócios | 61. Construção civil | 62. Custos operacionais | 63. Desemprego | 64. Empreendedorismo | 65. Força econômica | 66. Indústria automobilística | 67. Indústria criativa | 68. Indústria de processamento e manufatura de alimentos | 69. Tecnologias de informação e comunicação | 70. Indústria farmacêutica e de saúde | 71. Indústria madeireira | 72. Indústria metalúrgica | 73. Indústria militar | 74. Indústria química | 75. Indústria têxtil | 76. Infraestrutura e acessibilidade | 77. Investimentos | 78. Investimento estrangeiro direto (IED) | 79. Logística e transporte | 80. Mercado de trabalho | 81. Mercado local | 82. Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) | 82. Políticas monetárias e fiscais | 83. Recursos naturais | 84. Setor agropecuário | 85. Setor técnico-científico | 86. Setor energético | 87. Setor financeiro | 88. Setor imobiliário | 89. Sistema jurídico | 90. Situação política | 91. Tributos e incentivos corporativos | 92. Turismo

**VIVER** > 93. Áreas de estudo | 94. Cursos | 95. Custo de vida | 96. Educação especial | 97. Empregos (genérico) | 98. Empregos por área de formação | 99. Empregos por tipo de trabalho | 100. Escolas | 101. Estudar | 102. Habitação | 103. Infraestrutura de saúde | 104. Live | 105. Outros serviços municipais | 106. Programas de intercâmbio e bolsas | 107. Qualidade de vida | 108. Salários | 109. Transporte público | 110. Universidades

Na maioria dos rankings, as medições de atratividade são feitas através de estudos especializados de opinião ou pesquisas de mercado, os quais dependem de uma análise qualitativa altamente volátil. Os dados analisados através da ferramenta **Digital Demand - D2©** demonstram de forma objetiva, rigorosa e tangível a atratividade real de um município através da medição de todas as pesquisas realizadas nos principais motores de busca em todo o mundo.

Quer seja no contexto de rankings, estudos ou trabalhos com seus clientes, a Bloom Consulting analisa pesquisas – baseadas em inúmeras combinações de palavras em múltiplos idiomas – realizadas com potenciais turistas, investidores, trabalhadores, estudantes ou cidadãos em geral sobre países, regiões, municípios e cidades em todo o mundo.

No **Brasil City Brand Ranking©**, este algoritmo foi aplicado em relação aos 100 municípios brasileiros mais populosos a partir de 85 mil combinações de palavras-chave, resultando, portanto, em 8,5 milhões de pesquisas. De acordo com levantamentos realizados pelo Google<sup>1</sup>, The Economist<sup>2</sup> e em diversos estudos da Bloom Consulting, o primeiro ponto de inspiração para viajar, investir ou procurar um novo local para trabalhar ou estudar passa pela realização de pesquisas online nos motores de busca, motivo pelo qual é essencial conseguir captar este interesse proativo nos municípios por parte dos seus principais públicos-alvo.

(1) Google/Ipsos OTX MediaCT (2014)

(2) Economist IU - Assessing and explaining risk Investors' expectations after the financial crisis (2010)

# A nossa metodologia

## Variável 3 - Desempenho online



### Variável 3 DESEMPENHO ONLINE

Instagram



Facebook



Site



A terceira variável considerada neste ranking diz respeito à comunicação e promoção levada a cabo por cada município, através do seu website e outras redes sociais. Os websites são fontes relevantes de informação não apenas para cidadãos como também para investidores, turistas e potenciais novos residentes e trabalhadores, uma vez que esta é uma das mais importantes portas de entrada de cada município.

A fim de avaliar o desempenho do website de cada município, a Bloom Consulting analisou o website oficial de todas as 100 prefeituras utilizando ferramentas de "Website Analytics". Aspectos como número de acessos, tempo médio que cada visitante permaneceu no respectivo website e número de páginas visualizadas foram considerados.

Adicionalmente, as redes sociais têm provado ser uma via eficaz e popular utilizada pelos municípios com o objetivo de se promoverem e interagirem com investidores, turistas e cidadãos. Nesse sentido, a Bloom Consulting avaliou a presença e performance de todos os municípios em redes sociais como Facebook e Instagram.

O critério de avaliação utilizado foi o número de likes e seguidores dos perfis oficiais de município. Ainda, o algoritmo da Bloom Consulting avalia ambas as variáveis independentemente, penalizando os municípios que não se mostrem ativos ou que não disponham de uma página online. Embora relevante, esta terceira variável não é a mais determinante na hora de calcular a posição de cada município.

# Visão geral

## Marcas Estrela do BCBR© 2022 e outros destaques

### ★ MARCAS ESTRELA

“Marca Estrela” é o reconhecimento dado a municípios que conseguem se destacar nos três eixos do ranking e nas 5 regiões do Brasil. Essa distinção não é atribuída necessariamente aos municípios com melhor desempenho absoluto, mas sim àqueles que conseguiram se destacar e alcançar posições relevantes em suas respectivas regiões ou eixos do ranking.

#### NACIONAL

Curitiba

Categoria

#### VIVER

Campinas

#### VISITAR

Florianópolis

#### INVESTIR

Brasília

Região

#### CENTRO-OESTE

Goiânia [GO]

#### SUDESTE

São José dos Campos [SP]

#### NORTE

Manaus [AM]

#### SUL

Curitiba [PR]

Maringá [PR]

#### NORDESTE

Maceió [AL]



### MUNICÍPIO CURITIBA

#### >Maior crescimento do país

Curitiba é sem dúvidas um dos principais destaques positivos do primeiro Brasil City Brand Ranking. Com seu segundo lugar nas classificações geral, eixos Investir e Viver, e terceiro lugar no eixo Visitar, a capital paranaense confirma o protagonismo nacional no que diz respeito à solidez de sua marca-cidade. O ótimo desempenho pode ser creditado, em parte, ao bom trabalho realizado pela cidade há décadas no que tange à propagação de aspectos positivos do lugar, tal qual segurança, sistema de transporte, equipamentos culturais etc.

### BRANDTAGS

Quais foram as variáveis (Brandtags) mais populares nesta primeira edição do Brasil City Brand Ranking?

Em nossa análise Digital Demand – D2© conduzida entre Abril de 2019 e Março de 2021, as brandtags mais pesquisadas se relacionam ao eixo Visitar: compras, praias, hotéis, restaurantes e atrações turísticas.



**COMPRAS**

**PRAIAS**

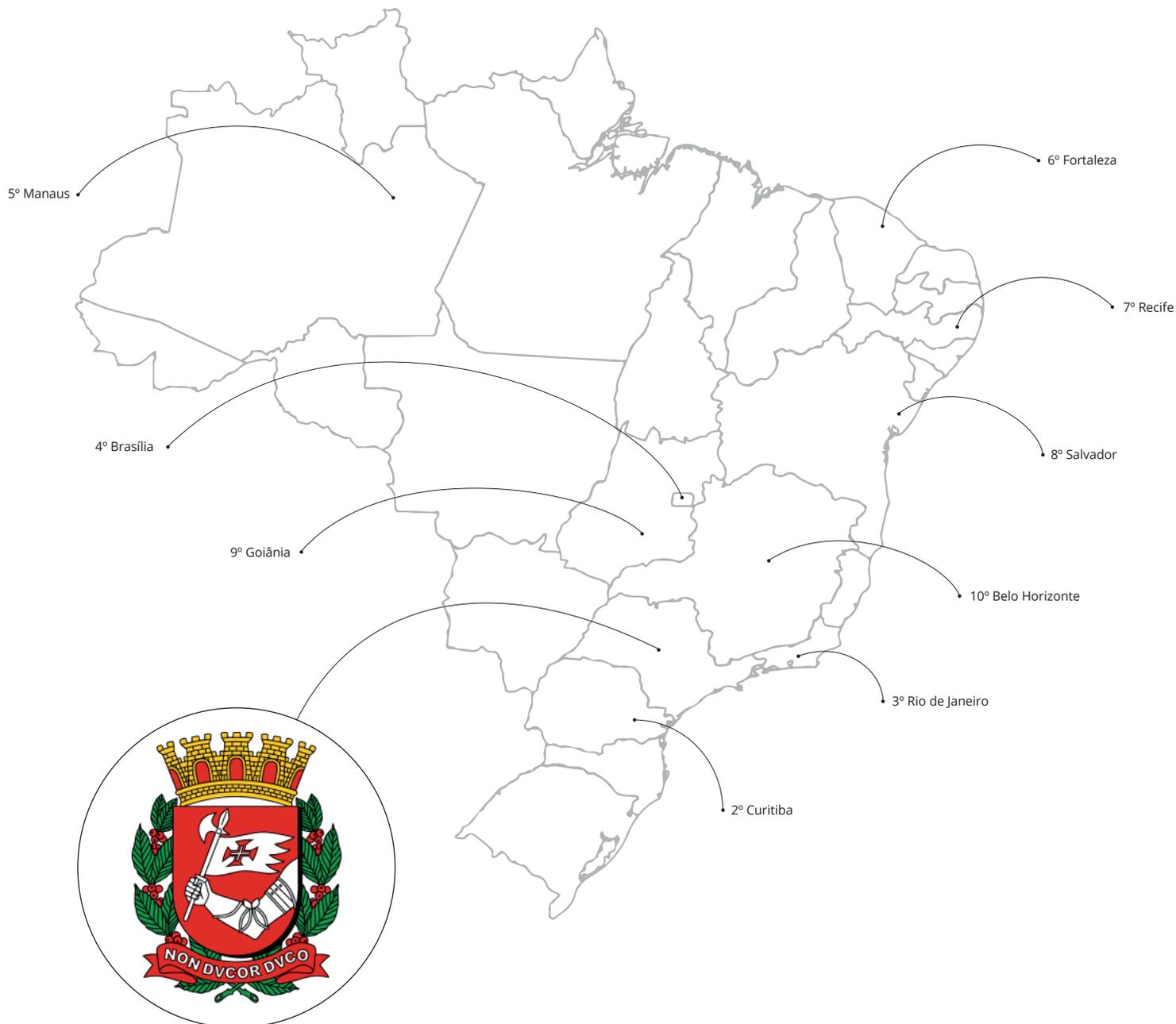
**HOTÉIS**

**RESTAURANTES**

**ATRAÇÕES TURÍSTICAS**

# Detalhe do Top 10

Ao menos uma cidade de cada região está no Top 10



## Primeiro lugar - São Paulo

Soberana. É assim que pode ser descrita a performance da capital paulista no **Brasil City Brand Ranking®**. Dominando todos os eixos e também boa parte das variáveis estatísticas e digitais, São Paulo se destaca, sobretudo, por ter alcançado a nota máxima em nossa análise **Digital Demand - D2®**. Tal performance ratifica seu status de cidade brasileira mais procurada por investidores, turistas e talentos.

# Top 10 nacional

#	Varição		Investir	Visitar	Viver	Região
1.	-	São Paulo	1.	1.	1.	 Sudeste
2.	-	Curitiba	2.	3.	2.	 Sul
3.	-	Rio de Janeiro	3.	2.	3.	 Sudeste
4.	-	Salvador	8.	4.	4.	 Nordeste
5.	-	Fortaleza	4.	5.	6.	 Nordeste
6.	-	Brasília	6.	6.	5.	 Centro-Oeste
7.	-	Recife	7.	8.	7.	 Nordeste
8.	-	Goiânia	9.	11.	8.	 Centro-Oeste
9.	-	Belo Horizonte	10.	10.	10.	 Sudeste
10.	-	Manaus	5.	17.	11.	 Norte

# Rankings Categorias

Análise dos Top 10

Investir

---

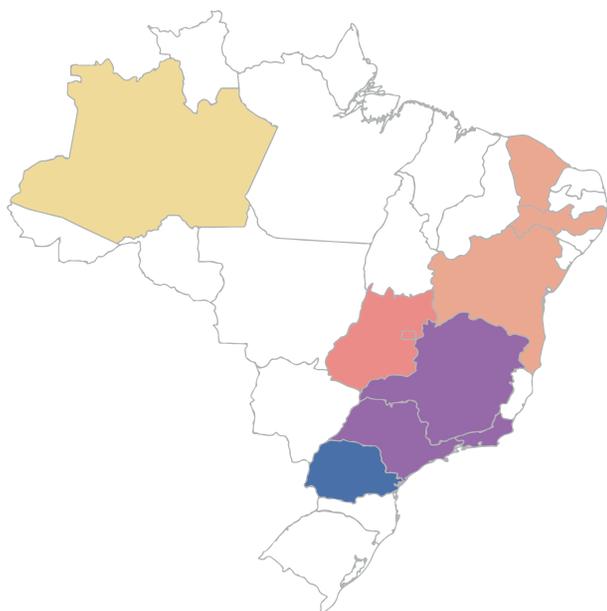
Visitar

---

Viver

# TOP 10 - Investir

Brasília e Manaus apresentam bons ambientes para negócios



## Destaques

Embora se tratando das mesmas cidades que figuram no Top 10 Geral, este eixo apresenta leves alterações em relação a sua ordenação, apesar do pódio ser rigorosamente o mesmo, com São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro nas três primeiras posições, respectivamente.

As variações mais positivas em relação ao Top 10 podem ser creditadas às boas performances online, de redes sociais e **Digital Demand - D2©** de Manaus e Brasília, responsáveis por impulsionar ambas as cidades para o quinto e sexto lugar, respectivamente, fechando o Top 5 melhores ambientes para negócios do país.

Dentre as variações menos positivas, destaca-se a décima colocação de Belo Horizonte, influenciada por um desempenho baixo em nossa análise **Digital Demand - D2©**, variável estatística na qual a capital mineira obteve apenas o 35º lugar.

Tal performance sinaliza um déficit em relação à procura proativa pela cidade nos motores de busca. O que manteve Belo Horizonte entre as 10 principais cidades, contudo, foi a boa presença em redes sociais e online, respectivamente a quinta melhor.

#	Variação	Município
1.	-	São Paulo
2.	-	Curitiba
3.	-	Rio de Janeiro
4.	-	Fortaleza
5.	-	Manaus
6.	-	Brasília
7.	-	Recife
8.	-	Salvador
9.	-	Goiânia
10.	-	Belo Horizonte

# TOP 10 - Visitar

Florianópolis e Maceió estão no Top 10



## Destaques

Rio de Janeiro e Curitiba se encontram praticamente empatadas neste quesito, porém a capital fluminense se consolidou como segundo melhor destino turístico, atrás apenas de São Paulo. Apesar de Curitiba ter obtido nota máxima em performance online e redes sociais, o bom resultado do Rio em **Digital Demand - D2©** foi fundamental para o desempate.

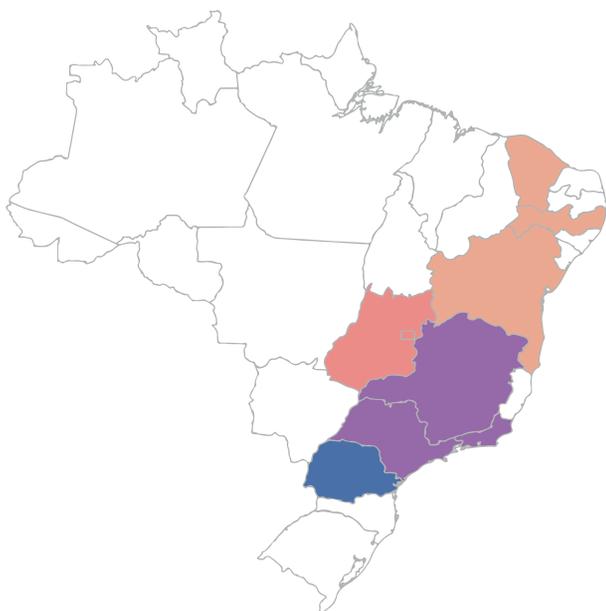
Os destaques positivos ficam para a aparição de Florianópolis e Maceió no Top 10, respectivamente em sétimo e nono lugares. Apesar do bom desempenho, impulsionado pelos resultados em redes sociais e Digital Demand - D2©, ambas as cidades continuam a registrar um desempenho não tão positivo: poderiam ter conquistado ainda maior evidência não fosse suas baixas performances online, onde obtiveram apenas o 28º e 22º lugar respectivamente, atrás inclusive de destinos turísticos menos convencionais como Mogi das Cruzes, Contagem, dentre outros.

Em contrapartida, se os bons resultados de Manaus no eixo Investir foram essenciais para garantir sua presença no Top 10 Geral, seu desempenho em relação a turismo não apresentou o mesmo fôlego, motivo pelo qual obteve apenas 17º lugar.

#	Varição	Município
1.	-	São Paulo
2.	-	Rio de Janeiro
3.	-	Curitiba
4.	-	Salvador
5.	-	Fortaleza
6.	-	Brasília
7.	-	Florianópolis
8.	-	Recife
9.	-	Maceió
10.	-	Belo Horizonte

# TOP 10 - Viver

Campinas se destaca em meio as capitais



## Destaques

Mesmo mantendo uma margem de vantagem tranquila em relação ao restante, foi neste eixo que São Paulo se viu mais ameaçada pela segunda colocada: Curitiba. A capital paranaense apresentou ótimos resultados, incluindo notas máximas em performance online e redes sociais, além de terceiro lugar em **Digital Demand - D2©**.

O principal destaque entre as 10 cidades com melhores índices de qualidade de vida, contudo, vai para Campinas, a única não-capital a figurar em um Top 10 por eixos. Com excelentes performances online e em **Digital Demand - D2©**, onde obteve o segundo melhor desempenho, a cidade conquistou um prestigioso 9º lugar neste quesito, apesar da baixa presença em redes sociais – apenas a 37ª. De um modo geral, tal performance foi fundamental para consolidá-la como a melhor marca-cidade do interior no primeiro **Brasil City Brand Ranking©**.

Por outro lado, novamente o destaque menos positivo fica por conta de Manaus. Embora tenha apresentado índices elevados em redes sociais e presença online, a capital amazonense obteve apenas a 46ª colocação em **Digital Demand - D2©**, o que justifica sua ausência também do Top 10 - Viver, tendo ficado apenas em 11º lugar.

#	Varição	Município
1.	-	São Paulo
2.	-	Curitiba
3.	-	Rio de Janeiro
4.	-	Salvador
5.	-	Brasília
6.	-	Fortaleza
7.	-	Recife
8.	-	Goiânia
9.	-	Campinas
10.	-	Belo Horizonte

# Rankings Regionais

Análise Global

Centro-Oeste

---

Nordeste

---

Norte

---

Sudeste

---

Sul

# Ranking regional - Centro-Oeste

Brasília e Goiânia dominam o ranking regional



## Destaques Centro-Oeste

Embora se tratando da região com o menor número de municípios analisados, a performance dos municípios do Centro-Oeste pode ser considerada relativamente boa, com Brasília e Goiânia liderando o ranking regional e Campo Grande e Cuiabá figurando entre o top 50 nacional. Sobretudo, as capitais federal, goiana e sul-mato-grossense – respectivamente as três melhores performances regionais – apresentaram índices equilibrados em todos os eixos.

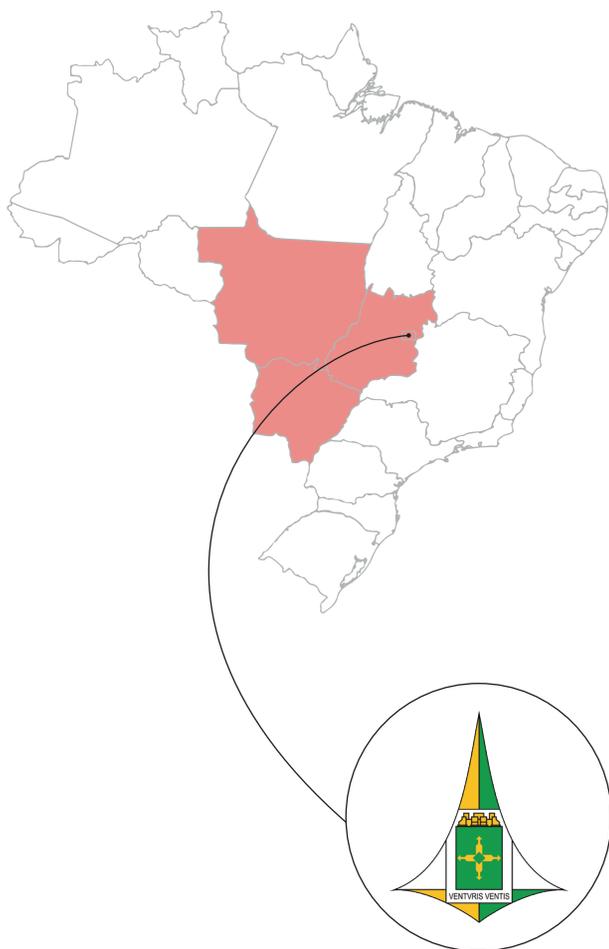
Cuiabá, quarta colocada no ranking regional, apresenta variáveis estatísticas relevantes no que diz respeito à infraestrutura e volume de negócios e empresas operantes. Contudo, a performance inconsistente em redes sociais, acrescida da baixa procura segundo a análise **Digital Demand - D2@**, impediu este importante expoente do setor agropecuário brasileiro de se posicionar melhor no ranking regional e nacional.

Fechando a tabela da região Norte, Aparecida de Goiânia e Anápolis apresentaram uma alta tendência na métrica Growth **Digital Demand - D2@**, que analisou a diferença de procura proativa nos períodos antes e durante a pandemia.

## Primeiro lugar - Brasília

Conforme era de se esperar em função do alto fluxo de negócios e pessoas que movimenta diariamente, a capital federal lidera o ranking regional Centro-Oeste.

Em nível nacional, foi 6ª colocada nos ranking geral, eixo Investir e Visitar, além de 5º lugar no eixo Viver.



## Ranking Regional - Centro-Oeste

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
1.	-	Brasília	1.	1.	1.	6.
2.	-	Goiânia	2.	2.	2.	8.
3.	-	Campo Grande	3.	3.	3.	37.
4.	-	Cuiabá	4.	4.	4.	40.
5.	-	Aparecida de Goiânia	5.	5.	5.	58.
6.	-	Anápolis	6.	6.	6.	74.

# Ranking regional - Nordeste

Oito municípios no Top 20 do eixo Visitar



## Destaques Nordeste

As sete cidades de melhor performance no ranking regional do Nordeste também se destacam em nível nacional, constando no Top 20. Em particular, os municípios nordestinos se destacam no eixo turismo, alavancados pelas boas presenças de Salvador, Fortaleza, Recife e Maceió no Top 10 Visitar.

Em sétimo lugar regional, São Luís também se destaca no eixo Viver, cujo desempenho foi superior, por exemplo, a cidades como Fortaleza, Maceió e Natal. Por essas razões, a capital maranhense ascendeu a um prestigioso 5º lugar regional e 16º nacional neste quesito.

Por sua vez, Caruaru é um grande destaque positivo entre as cidades interioranas desta primeira edição do **Bloom Consulting Brasil City Branding Ranking©** na medida em que seu 36º lugar nacional o coloca a frente de diversas capitais. No que toca ao contexto regional, a cidade apresentou boas performances nos eixos Visitar e Viver, tendo conquistado o 9º lugar no ranking Nordeste, a frente de Aracaju e Teresina, respectivamente.

## Primeiro lugar - Salvador

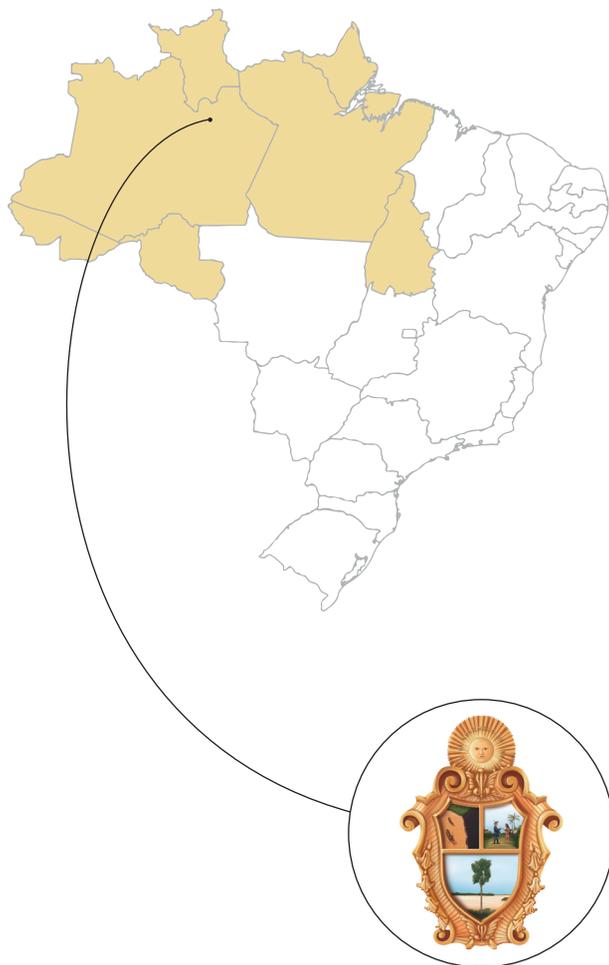
A capital baiana obteve um ótimo desempenho em todas as frentes do ranking, o que lhe rendeu um 4º lugar geral nacional, bem como a liderança regional nos eixos Visitar e Viver. Em função de um leve desequilíbrio na análise **Digital Demand - D2©** relacionada a investimentos, acabou sendo superada por Fortaleza e empatou com Recife no eixo Investir.

## Ranking Regional - Nordeste

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
1.	-	Salvador	2.	1.	1.	4.
2.	-	Fortaleza	1.	2.	2.	5.
3.	-	Recife	2.	3.	3.	7.
4.	-	Maceió	7.	4.	4.	14.
5.	-	Natal	4.	5.	7.	15.
6.	-	João Pessoa	5.	6.	6.	16.
7.	-	São Luís	6.	7.	5.	19.
8.	-	Aracaju	9.	8.	10.	30.
9.	-	Teresina	8.	10.	8.	32.
10.	-	Caruaru	10.	9.	9.	36.
11.	-	Feira de Santana	11.	14.	11.	52.
12.	-	Vitória da Conquista	12.		13.	60.
13.	-	Paulista	13.	17.	12.	68.
14.	-	Olinda	16.	12.	14.	69.
15.	-	Camaçari	18.	11.	18.	78.
16.	-	Petrolina	14.	18.	15.	82.
17.	-	Campina Grande	15.	15.	17.	83.
18.	-	Jaboatão dos Guararapes	17.	19.	16.	85.
19.	-	Mossoró	19.	16.	19.	88.
20.	-	Caucaia	20.	20.	20.	98.

# Ranking regional - Norte

Amplo domínio regional da capital amazonense



## Destaques Norte

A região Norte apresentou um desempenho relativamente desigual em relação a outras regiões, exemplificado pela presença apenas de Manaus e Belém entre o Top 20 nacional, enquanto as outras sete cidades analisadas figuraram na segunda metade do ranking. Em terceiro lugar, Palmas apresentou desempenho equilibrado, porém discreto em todos os eixos.

Fechando o top 5 Norte, Rio Branco se destaca regionalmente no que tange à qualidade de vida com performance superiores a Manaus e Belém em posicionamento de redes sociais no eixo Viver, e Santarém apresenta uma surpreendente (e não menos excelente) presença online para turismo, indicando potencial para desenvolvimento no futuro próximo.

Fora do top 5, Porto Velho apresentou performance interessante no eixo Viver, onde foi quinta colocada e Macapá se destaca com um quarto lugar regional no eixo Investir. Por sua vez, Ananindeua e Boa Vista obtiveram os desempenhos mais discretos da região.

## Primeiro Lugar - Manaus

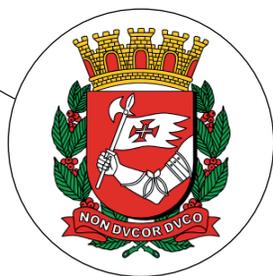
Absolutamente dominante em todos os eixos, Manaus é a principal marca-cidade da região Norte. Com margem de vantagem discrepante para os outros municípios, é possível atrelar tamanho desempenho à forte presença de sua zona franca. Assim, a capital amazonense também se posiciona como um dos melhores destinos de negócios e investimentos do Brasil, em que pese os resultados indiquem um potencial ainda inexplorado da cidade em relação aos eixos Visitar e Viver.

## Ranking Regional - Norte

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
1.	-	Manaus	1.	1.	1.	10.
2.	-	Belém	2.	2.	2.	20.
3.	-	Palmas	3.	3.	7.	51.
4.	-	Rio Branco	7.	4.	3.	59.
5.	-	Santarém	5.	5.	4.	62.
6.	-	Porto Velho	6.	6.	5.	67.
7.	-	Macapá	4.	8.	6.	70.
8.	-	Ananindeua	8.	9.	8.	86.
9.	-	Boa Vista	9.	7.	9.	87.

# Ranking regional - Sudeste

O interior paulista mostra sua força



## Destaques Sudeste

Responsável por metade das cidades analisadas no primeiro Bloom Consulting Brasil City Branding Ranking®, a performance da região Sudeste destaca a força dos municípios do interior paulista, especialmente no eixo Investir: dos 10 principais ambientes para negócios na região, 7 estão em São Paulo. Além da capital, Campinas, Sorocaba, Guarulhos, Ribeirão Preto, Mogi das Cruzes e Santos compõem o Top 10, que ainda conta com Rio de Janeiro, e as mineiras Belo Horizonte e Uberlândia.

Petrópolis conquistou um notável 11º lugar no ranking relativo a turismo, o que pode ser considerado um excelente resultado se comparado aos desempenhos inferiores em Negócios e Talento, onde obteve 38ª e 40ª posições, respectivamente, indicando tendência da cidade se manter entre os destinos turísticos mais procurados do Sudeste.

São José dos Campos é outro destaque regional na medida em que emplacou o oitavo lugar da região no eixo Viver, constando ainda entre os 25 melhores do Brasil. À exemplo de Petrópolis com o turismo, a cidade de fato apresenta excelentes índices estatísticos no que diz respeito a qualidade de vida.

## Primeiro Lugar - São Paulo

Com uma performance dominante em todos os eixos, São Paulo não deixou nenhuma margem para contestação de seu status de melhor marca-cidade do Brasil, tanto para investir, como para visitar e viver. Em nível regional, embora sua performance online e em redes sociais tenha ficado abaixo de municípios como Rio de Janeiro e Campinas, o desempenho máximo na análise **Digital Demand - D2** confirmaram a capital paulista no primeiro lugar.

## Ranking Regional - Sudeste

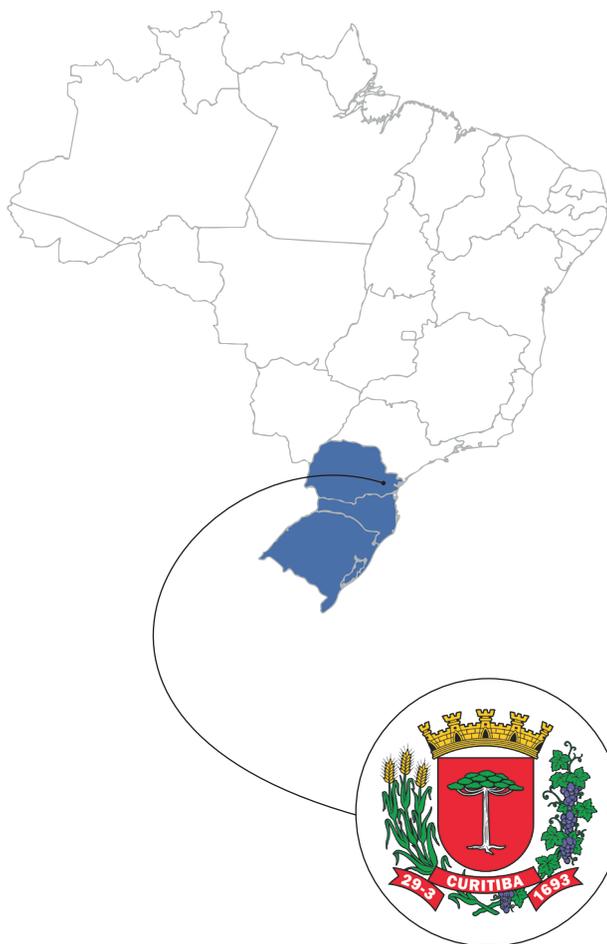
#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
1.	-	São Paulo	1.	1.	1.	1.
2.	-	Rio de Janeiro	2.	2.	2.	3.
3.	-	Belo Horizonte	3.	3.	4.	9.
4.	-	Campinas	4.	5.	3.	12.
5.	-	Santos	10.	4.	6.	17.
6.	-	Guarulhos	6.	7.	5.	18.
7.	-	Uberlândia	5.	9.	9.	21.
8.	-	Sorocaba	7.	12.	7.	22.
9.	-	Vitória	12.	6.	13.	24.
10.	-	Ribeirão Preto	8.	10.	14.	26.
11.	-	São José dos Campos	13.	8.	8.	27.
12.	-	Niterói	14.	13.	10.	28.
13.	-	Jundiaí	11.	14.	15.	29.
14.	-	Mogi das Cruzes	9.	16.	17.	33.
15.	-	Contagem	16.	15.	16.	34.
16.	-	Santo André	15.	17.	12.	35.
17.	-	Praia Grande	19.	19.	18.	38.
18.	-	Vila Velha	24.	20.	11.	39.
19.	-	Bauru	23.	18.	19.	41.
20.	-	Osasco	18.	24.	20.	42.
21.	-	Nova Iguaçu	17.	29.	22.	44.
22.	-	São Bernardo do Campo	21.	25.	21.	45.
23.	-	Juiz de Fora	22.	21.	23.	46.
24.	-	Piracicaba	20.	23.	27.	47.
25.	-	São José do Rio Preto	25.	26.	26.	50.
26.	-	Uberaba	35.	22.	28.	53.
27.	-	Petrópolis	38.	11.	40.	54.
28.	-	Duque de Caxias	31.	35.	25.	55.
29.	-	Taubaté	28.	31.	32.	57.
30.	-	Serra	27.	33.	33.	61.
31.	-	Campos dos Goytacazes	36.	27.	31.	63.
32.	-	São Vicente	43.	30.	24.	65.
33.	-	Betim	29.	34.	36.	66.
34.	-	Montes Claros	37.	28.	34.	68.
35.	-	Franca	26.	36.	39.	72.

## Ranking Regional - Sudeste

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
36.	-	Suzano	34.	32.	41.	73.
37.	-	São Gonçalo	32.	40.	30.	75.
38.	-	Mauá	33.	39.	35.	77.
39.	-	Limeira	30.	38.	43.	81.
40.	-	Sumaré	42.	41.	29.	84.
41.	-	Guarujá	46.	37.	47.	89.
42.	-	Carapicuíba	40.	44.	38.	90.
43.	-	Diadema	39.	47.	37.	91.
44.	-	Itaquaquecetuba	44.	43.	44.	93.
45.	-	São João de Meriti	47.	45.	45.	94.
46.	-	Várzea Grande	49.	42.	50.	95.
47.	-	Belford Roxo	41.	50.	42.	96.
48.	-	Cariacica	45.	46.	48.	97.
49.	-	Taboão da Serra	48.	48.	49.	99.
50.	-	Ribeirão das Neves	50.	49.	46.	100.

# Ranking regional - Sul

Domínio de suas capitais



## Destaques Sul

A região Sul registra um domínio de suas capitais, Curitiba, Porto Alegre e Florianópolis, ocupando os três primeiros lugares regionais. Tendo figurado inclusive no Top 10 Nacional, não é novidade que Florianópolis se destaca na região Sul no que tange a turismo. Contudo, sua performance online é um desafio à consolidação da marca-turismo da cidade entre as melhores do país.

Fechando o top 5, Maringá e Londrina apresentaram performances consistentes. Em especial, Maringá é um grande destaque no que se refere ao potencial de atração e retenção de talento. Entre 6º e 10º lugares, Joinville, Blumenau, Canoas, Caxias do Sul e Ponta Grossa também se destacam, sobretudo no eixo Investir.

Para além do Top 10 regional, destaca-se as performances equilibradas de São José dos Pinhais e Pelotas, e as boas presenças de Santa Maria no eixo Investir e Cascavel no eixo Visitar. Por sua vez, Gravataí figura com o desempenho menos positivo da região.

## Primeiro Lugar - Curitiba

Com amplo domínio na maioria das variáveis, Curitiba apresenta uma marca-cidade bastante sólida não apenas em nível regional como também nacional, haja vista seu excelente segundo lugar no ranking geral.

## Ranking Regional - Sul

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	País
1.	-	Curitiba	1.	1.	1.	2.
2.	-	Porto Alegre	2.	3.	2.	11.
3.	-	Florianópolis	3.	2.	3.	13.
4.	-	Maringá	5.	5.	4.	23.
5.	-	Londrina	4.	4.	5.	25.
6.	-	Joinville	6.	6.	6.	31.
7.	-	Blumenau	8.	7.	7.	43.
8.	-	Canoas	7.	8.	9.	43.
9.	-	Caxias do Sul	9.	11.	8.	48.
10.	-	Ponta Grossa	11.	9.	10.	80.
11.	-	Cascável	14.	10.	11.	56.
12.	-	São José dos Pinhais	12.	12.	12.	76.
13.	-	Pelotas	13.	13.	13.	79.
14.	-	Santa Maria	10.	14.	14.	64.
15.	-	Gravataí	15.	15.	15.	92.

# Classificação geral

#	Variación	Município	Investir	Visitar	Viver	
1.	-	São Paulo	1	1	1	 Sudeste
2.	-	Curitiba	2	3	2	 Sul
3.	-	Rio de Janeiro	3	2	3	 Sudeste
4.	-	Salvador	8	4	4	 Nordeste
5.	-	Fortaleza	4	5	6	 Nordeste
6.	-	Brasília	6	6	5	 Centro-Oeste
7.	-	Recife	7	8	7	 Nordeste
8.	-	Goiânia	9	11	8	 Centro-Oeste
9.	-	Belo Horizonte	10	10	10	 Sudeste
10.	-	Manaus	5	17	11	 Norte
11.	-	Porto Alegre	11	14	12	 Sul
12.	-	Campinas	12	16	9	 Sudeste
13.	-	Florianópolis	15	7	13	 Sul
14.	-	Maceió	25	9	15	 Nordeste
15.	-	Natal	14	13	22	 Nordeste
16.	-	João Pessoa	20	15	19	 Nordeste
17.	-	Santos	23	12	17	 Sudeste
18.	-	Guarulhos	16	22	14	 Sudeste
19.	-	São Luís	24	18	16	 Nordeste
20.	-	Belém	26	21	18	 Norte
21.	-	Uberlândia	13	24	24	 Sudeste
22.	-	Sorocaba	17	29	20	 Sudeste
23.	-	Maringá	21	31	21	 Sul
24.	-	Vitória	28	19	30	 Sudeste
25.	-	Londrina	18	27	28	 Sul
26.	-	Ribeirão Preto	19	25	31	 Sudeste
27.	-	São José dos Campos	30	23	23	 Sudeste
28.	-	Niterói	32	30	26	 Sudeste
29.	-	Jundiaí	27	32	33	 Sudeste
30.	-	Aracaju	41	20	40	 Nordeste
31.	-	Joinville	29	35	32	 Sul
32.	-	Teresina	31	37	25	 Nordeste
33.	-	Mogi das Cruzes	22	36	36	 Sudeste
34.	-	Contagem	34	33	35	 Sudeste
35.	-	Santo André	33	39	29	 Sudeste

# Classificação geral

#	Varição	Município	Investir	Visitar	Viver	
36.	-	Caruaru	48	28	34	 Nordeste
37.	-	Campo Grande	43	34	37	 Centro-Oeste
38.	-	Praia Grande	37	42	38	 Sudeste
39.	-	Vila Velha	47	46	27	 Sudeste
40.	-	Cuiabá	44	40	44	 Centro-Oeste
41.	-	Bauru	46	41	39	 Sudeste
42.	-	Osasco	36	53	41	 Sudeste
43.	-	Blumenau	40	43	48	 Sul
44.	-	Nova Iguaçu	35	61	43	 Sudeste
45.	-	São Bernardo do Campo	42	55	42	 Sudeste
46.	-	Juiz de Fora	45	48	45	 Sudeste
47.	-	Piracicaba	38	52	54	 Sudeste
48.	-	Canoas	39	45	69	 Sul
49.	-	Caxias do Sul	50	62	50	 Sul
50.	-	São José do Rio Preto	49	58	53	 Sudeste
51.	-	Palmas	64	38	62	 Norte
52.	-	Feira de Santana	52	67	52	 Nordeste
53.	-	Uberaba	66	51	58	 Sudeste
54.	-	Petrópolis	76	26	84	 Sudeste
55.	-	Ponta Grossa	60	50	70	 Sul
56.	-	Duque de Caxias	59	74	49	 Sudeste
57.	-	Taubaté	55	63	65	 Sudeste
58.	-	Aparecida de Goiânia	63	80	47	 Centro-Oeste
59.	-	Rio Branco	85	47	51	 Norte
60.	-	Vitória da Conquista	58	66	66	 Nordeste
61.	-	Serra	54	69	68	 Sudeste
62.	-	Santarém	82	49	55	 Norte
63.	-	Campos dos Goytacazes	68	59	64	 Sudeste
64.	-	São Vicente	89	60	46	 Sudeste
65.	-	Cascavel	72	57	74	 Sul
66.	-	Betim	56	71	73	 Sudeste
67.	-	Porto Velho	83	56	57	 Norte
68.	-	Paulista	67	79	56	 Nordeste
69.	-	Olinda	80	54	72	 Nordeste
70.	-	Macapá	75	70	60	 Norte

# Classificação geral



71.	-	Montes Claros	74	65	75	 Sudeste
72.	-	Franca	53	76	83	 Sudeste
73.	-	Suzano	65	68	86	 Sudeste
74.	-	Anápolis	70	83	63	 Centro-Oeste
75.	-	São Gonçalo	61	86	61	 Sudeste
76.	-	São José dos Pinhais	69	75	76	 Sul
77.	-	Mauá	62	85	71	 Sudeste
78.	-	Camaçari	86	44	85	 Nordeste
79.	-	Pelotas	71	78	81	 Sul
80.	-	Santa Maria	51	84	90	 Sul
81.	-	Limeira	57	81	89	 Sudeste
82.	-	Petrolina	73	82	77	 Nordeste
83.	-	Campina Grande	77	72	79	 Nordeste
84.	-	Sumaré	88	87	59	 Sudeste
85.	-	Jaboatão dos Guararapes	81	90	78	 Nordeste
86.	-	Ananindeua	90	88	67	 Norte
87.	-	Boa Vista	97	64	87	 Norte
88.	-	Mossoró	95	73	93	 Nordeste
89.	-	Guarujá	93	77	95	 Sudeste
90.	-	Carapicuíba	84	94	82	 Sudeste
91.	-	Diadema	78	98	80	 Sudeste
92.	-	Gravataí	79	92	99	 Sul
93.	-	Itaquaquecetuba	91	93	91	 Sudeste
94.	-	São João de Meriti	94	95	92	 Sudeste
95.	-	Várzea Grande	98	89	100	 Centro-Oeste
96.	-	Belford Roxo	87	100	88	 Sudeste
97.	-	Cariacica	92	96	96	 Sudeste
98.	-	Caucaia	100	91	97	 Nordeste
99.	-	Taboão da Serra	96	97	98	 Sudeste
100.	-	Ribeirão das Neves	99	99	94	 Sudeste

# Brasil City Brand Ranking©

## Perguntas frequentes

### **O que é o Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© e a quem se destina?**

Este ranking consiste na medição de resultados e impacto da marca dos 100 municípios mais populosos no Brasil nos quesitos de Turismo (Visitar), Negócios (Investir) e Talento (Viver). O Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© destina-se a instituições governamentais, autarquias, acadêmicos e profissionais das áreas de finanças, economia, marketing ou ao público em geral que se interesse pela temática.

### **O que faz do Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© um indicador relevante e único?**

O Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© é um estudo publicado nesta área que recorre única e exclusivamente a dados quantitativos não dando margem a interpretações ou input humano que tenha influência nas classificações. O ranking usa uma metodologia única e inovadora que incorpora um número elevado de variáveis objetivas e relevantes, em vez de estudos de opinião. A combinação de D2 ©, estatística e ferramentas únicas produzidas pela Bloom Consulting, dão a este estudo um elevado grau de confiança e objetividade.

### **Por que os estudos da Bloom Consulting têm credibilidade na área do Place Branding?**

A Bloom Consulting é uma empresa com experiência e sucesso reconhecido na elaboração de rankings, bem como outros projetos, tendo sido referenciada por meios de comunicação como "The Economist", "Forbes" e a "CNN". Desde 2011 a Bloom Consulting publica anualmente o Bloom Consulting Country Brand Ranking © em que, com os mesmos critérios usados neste estudo, aborda todas as nações do mundo. A Bloom é "Data Partner" do World Economic Forum que usa os seus dados para a construção do Index "Travel and Tourism Development Index".

### **O Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© mostra quais são os melhores municípios para viver, visitar e fazer negócios?**

Não. O ranking mede o desempenho e o impacto da marca de cada município com dados puramente quantitativos não devendo ser interpretada a posição de uma marca, por exemplo, na categoria de Talento (Viver) como o melhor lugar para viver entre as 100 cidades do ranking, uma vez que este é um tema que varia diante da percepção, ambição e prioridades de cada cidadão. O mesmo se aplica às dimensões de Negócios (Investir) e de Turismo (Visitar). Melhores posições no ranking são por norma reveladoras de melhores estratégias de promoção e estruturação, de maior visibilidade, procura proativa, melhores plataformas online e redes sociais e melhores indicadores estatísticos nas várias categorias.

### **Qual é o próximo passo para os municípios que desejam melhorar o seu desempenho?**

Cada caso é um caso. O Bloom Consulting Brasil City Brand Ranking© é, por si só, um ponto de partida para a reflexão para os gestores públicos. A Bloom Consulting dispõe de um serviço personalizado para cada cliente, criando estratégias eficazes para cada município, tendo em consideração todos os aspetos relevantes para melhorar a sua "performance".





Obrigado!

# Contatos

A **Bloom Consulting** está presente no Brasil com um escritório em São Paulo. A partir daqui, estendemo-nos ao resto do território nacional, oferecendo ferramentas únicas e aconselhamento especializado para municípios e regiões.

Para mais informações, por favor contate:

Caio Esteves | Partner and global director of placemaking  
[cesteves@bloom-consulting.com](mailto:cesteves@bloom-consulting.com)

Mariane Broc | Managing Partner  
[mbroc@bloom-consulting.com](mailto:mbroc@bloom-consulting.com)

Para fazer o download do **Brasil City Brand Ranking**© acesse:  
[www.bloom-consulting.com](http://www.bloom-consulting.com)

## **Galeria MetrÓpole**

Av. São Luís, 187, 2º andar, sala 16  
Centro Histórico de São Paulo, São Paulo/SP, 01046-001  
+55 11 34958115