

## > Especial 2021

### O impacto da Pandemia nas marcas territoriais



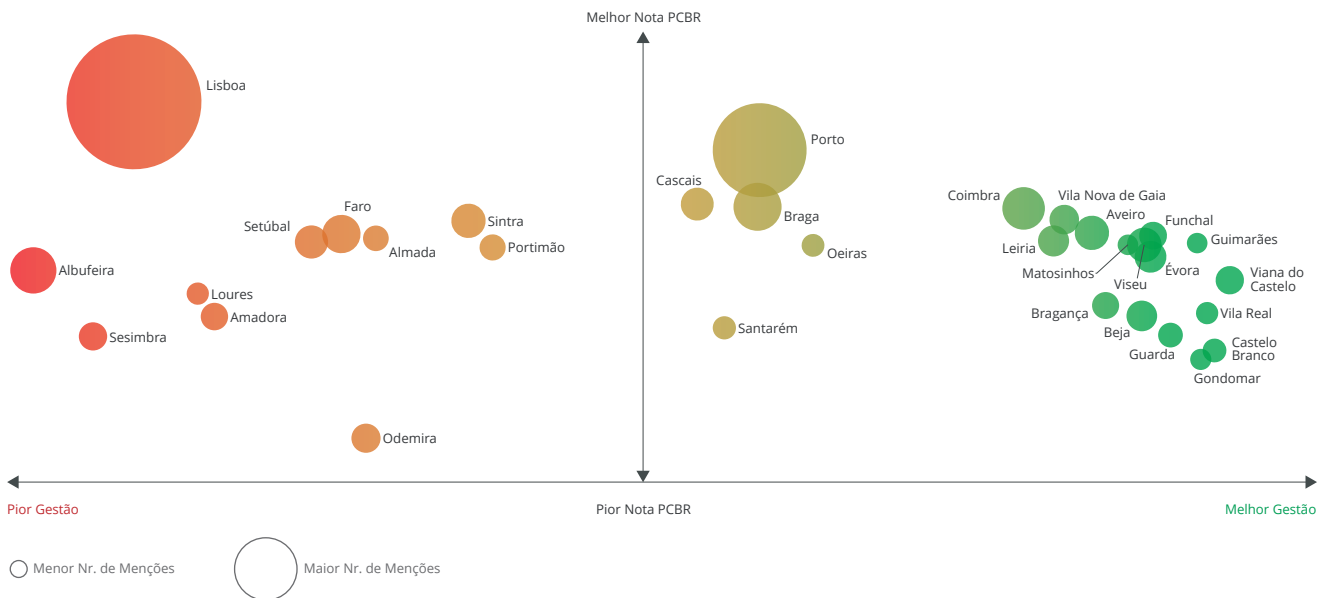
Nos tempos que correm, é impossível fazer-se qualquer análise do desempenho das marcas dos municípios portugueses – ou de qualquer outro território nacional ou internacional – sem ter em consideração o impacto da Covid-19 na atração de turismo, investimento e talento. Durante meses, de norte a sul, vimos o nosso território fechado a turistas estrangeiros e grandes limitações aos turistas nacionais, entre os confinamentos impostos, a mobilidade de trabalhadores e estudantes foi muito restrita enquanto muitas empresas e territórios viram a atração de investimento e promoção de exportações passar por um período muito desafiador, muitas vezes incapacitante.

Para além desta nova realidade que esperamos temporária – no âmbito da qual temos visto progressivamente melhorias e novos focos de esperança, é essencial ter em consideração que o futuro não será uma cópia do passado pré-pandemia e que os seus efeitos serão sentidos não só nas indústrias, mas também na personalidade dos públicos-alvo. Novas prioridades, novas exigências e uma necessidade de perseverança, afirmação e modernização marcam uma agenda que começa aos poucos a formar-se nas mentes dos turistas, estudantes, trabalhadores, cidadãos e investidores que procuram num ou mais municípios portugueses o seu próximo destino ou a sua próxima oportunidade.

Ao longo dos últimos meses a Bloom Consulting realizou diversos estudos para entender a dimensão e os contornos destes impactos, incluindo uma análise dedicada com base nas variáveis do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking®**, na procura documental e em inquéritos a mais de 1.000 perfis-chave nos 18 distritos portugueses onde conseguimos perceber as perceções e opiniões dos cidadãos nacionais não só acerca da gestão da pandemia nos municípios, mas também as mudanças de comportamentos, novas exigências e receios em relação a trabalhar, viver e visitar os 308 municípios portugueses. Nas próximas páginas apresentamos as principais conclusões retiradas destes estudos.

# O impacto da Pandemia nas marcas territoriais

## A gestão da crise



No âmbito da análise do impacto da pandemia nos municípios portugueses, surge a oportunidade de comparar as percepções constatadas por parte dos inquiridos de todas as regiões de Portugal com a realidade dos resultados desta edição do PCBR 2021. Nesse sentido, foi desenvolvida a análise gráfica acima onde podemos encontrar três variáveis de estudo, nomeadamente:

Eixo X (Esquerda/Direita) – Percepção dos inquiridos quanto à atuação do município na gestão da pandemia, indicando uma ação mais positiva (direita) ou mais negativa (esquerda).

Eixo Y (Cima/Baixo) – Nota global do município no Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking 2021 – indicando uma nota global superior (cima) ou inferior (baixo), que indica maior ou menor percepção da marca municipal.

Eixo Z (Dimensão dos círculos) – Número de menções do município na resposta ao inquérito – indicando um maior número de menções (maior diâmetro) ou menor número (menor diâmetro) nos inquéritos realizados.

Com base nestes resultados, podemos afirmar que os municípios posicionados num quadrante mais à direita e mais acima são os que apresentam um resultado mais positivo nesta análise. De todos os municípios mencionados neste estudo, foram selecionados os 32 mais referidos para considerar nesta análise.

Não sendo de estranhar, Porto e Lisboa são de longe os municípios com o maior número de menções. Desde o início da pandemia que o maior número de casos Covid e a maior necessidade de gestão desta pandemia está entre os dois municípios.

Se verificarmos o exemplo de Lisboa, a sua localização no gráfico é o mais acima de todos, no entanto, o terceiro mais à esquerda. Em termos teóricos isto representa uma excelente nota no Ranking (1º posição) no entanto uma má percepção de gestão da pandemia e, uma vez que o círculo apresenta o maior diâmetro, foi o município com maior número de menções no inquérito (que podemos admitir serem maioritariamente negativas face à sua posição à esquerda do gráfico). Provavelmente por ser a capital do país e por ser um município com uma vasta oferta em todas as dimensões, a percepção negativa não é suficiente para afetar a liderança de Lisboa no PCBR.

O Porto, por sua vez, é o segundo município mais referido, no entanto encontra-se à direita do gráfico, o que indica que o rácio entre as pessoas que consideraram que houve uma boa gestão é superior às pessoas que concluíram que não foi bem sucedido. Talvez por ter sido um dos primeiros municípios que mais sofreu com a pandemia seja o factor de associação à má gestão do mesmo no entanto, a recuperação gradual e as medidas implementadas terão tido peso na medida em que existe grande parte da amostra a classificar o Porto como um dos municípios que encarou a crise de forma positiva.

Ao olharmos para Viana do Castelo e Albufeira, verificamos que são dois municípios com uma nota global no PCBR muito próxima, no entanto são municípios em pontos opostos do gráfico no que diz respeito à perceção de gestão de pandemia. Albufeira é o município com a pior perceção de gestão da pandemia e Viana do Castelo foi quem mais se destacou pela positiva. De destacar também Guimarães e Funchal que, para além de apresentarem uma nota otimista no PCBR 2021, conseguiram fazer uma boa gestão da crise pandémica aos olhos dos inquiridos neste estudo.

De uma forma geral, ao olharmos para o gráfico podemos concluir que existem uma tendência para municípios do sul de Portugal se localizarem do lado esquerdo, ou seja, com uma perceção de gestão da pandemia mais negativa. Por outro lado, quando olhamos para os municípios com mais referências de uma boa gestão da crise, encontramos maioritariamente municípios do norte de Portugal e capitais de distrito do interior.

Viseu, o sétimo município mais referido neste estudo (círculo com o sétimo maior diâmetro), é um dos municípios mais à direita do gráfico, ou seja apresenta uma perceção de boa gestão da crise pandémica e, quando analisada a variação de posição do ranking no último ano, o mesmo sobe na tabela em 5 posições o que indica que o município teve um excelente desempenho.

### Mas em que se baseiam os portugueses para classificar a gestão de um município como boa ou má?



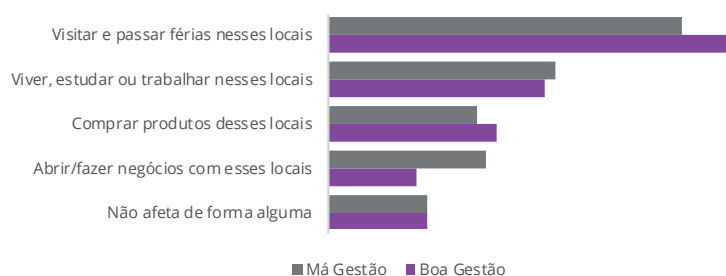
A coordenação dos serviços municipais e a informação transmitida aos cidadãos é o fator com maior peso nesta classificação. Ainda com elevada importância surge a existência, ou escassez, de apoio aos empresários e instituições locais, e ainda a promoção bem (ou mal) conseguida do município no setor do turismo.

Por último, com algumas respostas também a ser contabilizadas, está a promoção do território nos setores financeiro e laboral.

Foram ainda apresentados vários fatores nos quais a pandemia poderá ser uma condicionante maior e questionados, portanto, quais deles seriam em primeira instância impactados por uma boa gestão desta crise por parte dos municípios.

De forma geral, conseguimos perceber que a importância da pandemia nestes fatores é distribuída de forma semelhante tanto pela positiva como pela negativa, sendo que é necessário realçar que o impacto de uma boa gestão da crise é superior ao impacto de uma má gestão. Em termos práticos, isto significa que um município que gere bem a pandemia poderá ter benefícios maiores face aos prejuízos que teria se fizesse uma má gestão. Num cenário extremo, um turista que sabe que quer visitar Lisboa não deixará pesar na sua decisão de ir o facto de considerar que o município realizou uma má gestão da pandemia, no entanto, um turista que está em dúvida em visitar Viseu, ao perceber que o mesmo fez uma boa gestão da crise pandémica, toma a decisão de ir.

### Assim, é importante analisar que dimensões são mais afetadas pelas perceções da gestão da crise.



No gráfico ao lado, verificamos que o turismo é o mais afetado pela forma como os municípios portugueses geriram a crise, tanto positivamente como negativamente. Segue-se o talento, com a possibilidade de viver, estudar ou trabalhar e por fim os negócios. Apenas 10% da amostra afirma que a gestão da crise levada a cargo pelos municípios portugueses não tem qualquer impacto na sua perceção do mesmo.

Isto significa que 90% dos portugueses afirma que de uma forma ou de outra a gestão da crise pandémica por parte dos municípios afeta as suas perceções desse município.

# O impacto da Pandemia nas marcas territoriais

## Conclusões do estudo

O estudo do impacto da Covid-19 nas marcas territoriais dos 308 municípios portugueses permitiu à Bloom Consulting tirar inúmeras conclusões, algumas delas muito alinhadas com outros estudos internacionais realizados no último ano. No entanto, os níveis de especificidade das questões colocadas aos portugueses permitiram entender muitos indicadores relevantes para as ações e estratégias de municípios de norte a sul, e das nossas regiões autónomas.

### 1. A Pandemia teve um grande impacto no poder de compra dos portugueses.

**57% dos portugueses** afirmam que a Pandemia teve um efeito negativo nos seus rendimentos, sendo que 10% afirma ter perdido o emprego ou a sua principal fonte de rendimento.

### 2. Uma nova tendência de êxodo urbano abre oportunidades para alguns municípios.

Depois de décadas de contínuo êxodo rural rumo às cidades, a pandemia mudou a mentalidade de muitos portugueses com **29% a afirmar que se mudariam do meio urbano para o rural** e 17% a afirmar que estão satisfeitos no meio rural.

### 3. O trabalho remoto abre a porta de muitos municípios a novos cidadãos.

**73% dos portugueses não querem voltar a trabalhar de forma 100% presencial**, sendo que a maioria espera que os seus postos de trabalho se tornem híbridos, permitindo a conjugação de trabalho presencial e remoto.

### 4. Portugueses vão viajar para destinos domésticos nos próximos tempos.

**75% dos cidadãos nacionais afirmam que as suas próximas férias serão passadas em Portugal (60% de forma exclusiva)**, enquanto apenas 11% farão férias exclusivamente no estrangeiro. Há ainda 14% que não decidiram para onde vão.

### 5. Os resultados das próximas eleições serão muito influenciados pela gestão da crise.

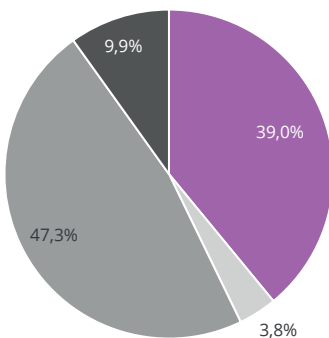
Apesar da indecisão ou não intenção de votar estar ainda constituir 28% da amostra, **52% dos portugueses** – mais de metade do eleitorado – afirma que a gestão da pandemia **afetarà o seu voto** nas próximas eleições autárquicas.

# 1. O Impacto financeiro da Pandemia

57% dos portugueses afirmam ter perdido o emprego ou visto a Pandemia ter um efeito negativo nos seus rendimentos. 39% dos cidadãos do nosso país diz que a pandemia não teve qualquer efeito nos seus rendimentos enquanto que apenas 4% diz qter tido um aumento de receitas durante o período da pandemia.

Apesar de se verificar um impacto geral muito negativo de norte a sul do país, verificamos que em Distritos do interior como Guarda, Castelo Branco e Portalegre o impacto é menor - de acordo com os cidadãos - na perda de rendimentos durante a pandemia. A perda de empregos e/ou principais fontes de rendimento mostra-se mais impactante nas regiões autónomas dos Açores e da Madeira.

Impacto da pandemia nos rendimentos dos portugueses.



- Aumento de rendimentos
- Sem impacto sentido
- Perda de rendimentos
- Perda de emprego/fonte de rendimento

Entre os que afirmam que a Pandemia não teve qualquer efeito nos seus rendimentos, assistimos a uma relação muito clara entre a idade e esta estabilidade, com os jovens de 18-24 anos a serem o grupo onde menos se afirma esta imunidade dos rendimentos (36%), aumentando esta percentagem à medida que vamos subindo as idades. O grupo de 54+ anos conta 47% de respostas que afirma que a pandemia não teve qualquer efeito. É também entre os mais jovens que mais se verificaram perdas de emprego ou de principais rendimentos.

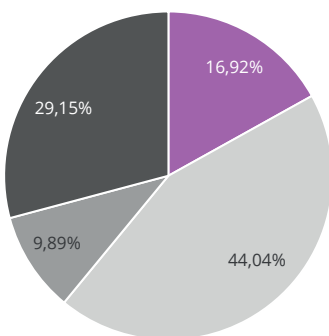
A diferença entre géneros nesta questão não deixa de ser significativa, com 48% das portuguesas a afirmarem que os seus rendimentos sofreram negativamente com a pandemia, sendo que a contraparte masculina se ficou pelos 47%.

A grande diferença prende-se, no entanto, com a afirmação de perda de emprego ou principal fonte de rendimento que no sexo feminino se situa nos 12% e no masculino se fica pelos 7%.

# 2. Nova tendência de êxodo urbano

Depois de décadas marcadas pelo êxodo rural, em que centenas de milhares de portugueses se deslocaram do campo para a cidade, a tendência está a inverter-se. 40% da população portuguesa, que atualmente vive em cidades do nosso país consideraria uma mudança para um ambiente rural, face aos 37% que vivem em zonas rurais e desejariam mudar-se para uma cidade. Torna-se agora clara a vontade de sair das cidades para espaços mais calmos e em contacto com a natureza.

Estaria disponível para mudar do meio rural para urbano ou vice-versa?



- Não, estou satisfeito no meio Rural
- Não, estou satisfeito com o meio Urbano
- Sim, do meio Rural para o Urbano
- Sim, do meio Urbano para o Rural

Os Distritos onde mais se verifica esta vontade de trocar a vida da cidade pela do campo são Braga, Lisboa, Évora e Coimbra, sendo Ponta Delgada, Beja, Castelo Branco e Viana do Castelo os distritos em que mais portugueses afirmam sentir-se mais felizes no meio rural de momento.

Curiosamente, é a faixa etária dos 35-44 anos os que mais significativamente procuram este êxodo urbano, com 41% a afirmar que gostariam de trocar a cidade onde vivem por um ambiente rural. Os mais jovens são aqueles que menos procuram esta potencial mudança, atingindo mesmo assim 19% da população entre os 18 e os 24 anos que gostariam de mudar-se da cidade para o campo.

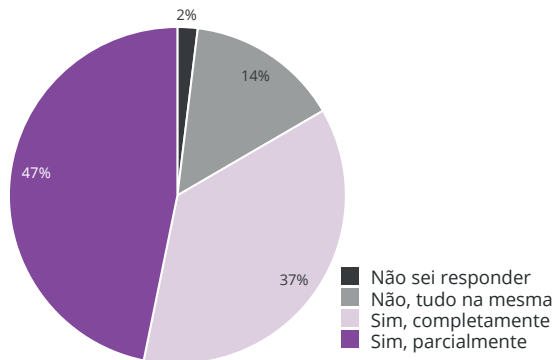
As razões para que os portugueses considerem ou não mudar-se da cidade para o campo são muito variadas, entre os que afirmam estar satisfeitos no mundo rural, há uma clara inclinação para a valorização do estilo de vida no campo, para a calma e tranquilidade, qualidade de vida e acesso permanente à Natureza

e ar puro. Os que atualmente vivem no campo e procuram uma mudança para a cidade fazem-no essencialmente pelas oportunidades de negócio e emprego, enquanto os cidadãos citadinos portugueses que pensam numa potencial mudança para o campo, afirmam estar à procura de calma e tranquilidade, uma maior qualidade de vida próxima da natureza e pensam também na sua saúde, referindo o impacto da pandemia na sua forma de pensar.

### 3. A mudança dos hábitos laborais

A pandemia teve um impacto profundo na forma como os portugueses se imaginam a trabalhar num futuro muito próximo, com mais de 84% a afirmar que este último ano mudou completamente ou parcialmente a forma como encaram a forma como trabalham e como vivem as suas vidas.

A pandemia alterou a forma como encara o trabalho e a forma como vive?



37% dos portugueses afirma que a pandemia mudou **completamente** a forma como encaram o trabalho e como vivem as suas vidas, 47% afirmou que apesar de sentirem esta mudança, não o fazem de forma tão radical, sendo este impacto definido como **parcial**. Para 14% dos cidadãos nacionais, a forma como olham para o trabalho e o seu estilo de vida não foi afetada significativamente pela pandemia, sendo que 2% não consegue ainda medir este impacto.

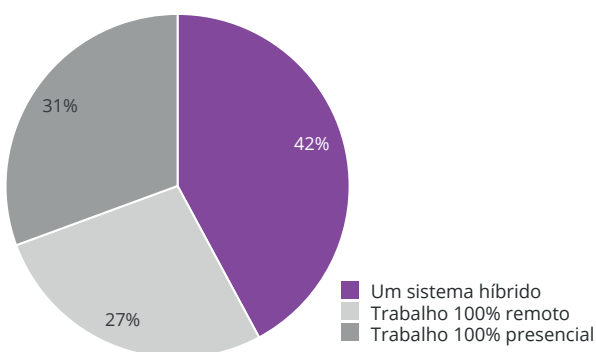
Estes dados mostram, desde já, que os efeitos da pandemia em relação ao estilo de vida e à forma como os portugueses olham para a sua atividade profissional não se limita a um pequeno ajuste conforme as regras, restrições e necessidade de adaptabilidade em certos momentos desta situação em que vivemos, mas sim uma profunda

mudança que influenciará as decisões de onde viver, onde trabalhar e acima de tudo, a exigências aos executivos locais para que os locais onde vivem e trabalham correspondam às novas expectativas.

Se nos focarmos apenas nos trabalhadores, 73% afirma que não quer ter um trabalho 100% presencial e apenas 31% afirma um desejo de voltar a trabalhar no seu escritório ou local de trabalho habitual a tempo inteiro. 27% dos cidadãos portugueses afirma que queria trabalhar de forma 100% remota enquanto 42% dos trabalhadores portugueses gostaria de ver implementada uma solução híbrida, combinando escritório e trabalho remoto.

Em relação às expectativas específicas destes trabalhadores, percebemos que há uma grande vontade também para que se mude o paradigma, com apenas 23% a afirmar que gostaria que o seu local de trabalho voltasse exatamente ao que era antes do período da pandemia. Para além das questões relacionadas com o teletrabalho, são muitos os portugueses que começam a valorizar as medidas de higiene no trabalho, melhores condições como seguros de saúde, controlo de temperatura e distanciamento dos colegas de trabalho.

Preferências para o futuro do trabalho.



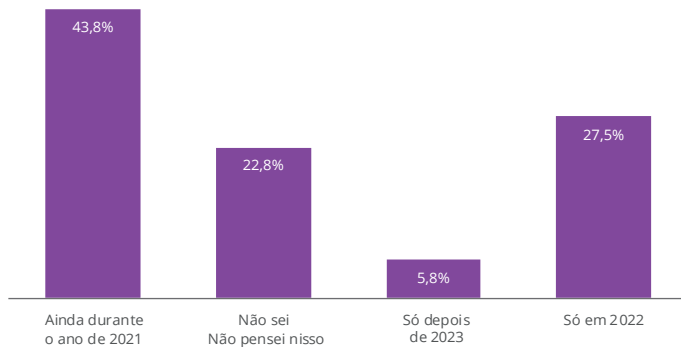
Não se pode falar numa diferença significativa nas tendências quando comparadas geografias ou géneros, no entanto percebemos que o desejo de um modelo híbrido de trabalho (escritório + trabalho remoto) é mais proeminente entre os grupos etários mais jovens, entre os 18 e 24 anos, entre os 25 e 34 anos e entre os 35 e 44 anos, sendo que as gerações acima dos 45 se mostram mais resistentes a esta nova tendência laboral.

Ainda no âmbito do trabalho, um dos dados mais importantes retirados deste estudo é que 89% dos trabalhadores portugueses se mostram disponíveis para trabalhar remotamente a partir de um município diferente daquele em que vivem agora caso a oportunidade surgisse e encontrassem as condições ideais nesse local, sendo que no distrito do Porto, este número ascende aos 91%.

## 4. O turismo nacional

Apesar da Pandemia 44% dos portugueses afirmam que vão fazer férias ainda em 2021, e 27% apenas o fará em 2022. Uma grande fatia da população inquirida afirmou ainda não estar decidida quanto à sua próxima viagem de lazer (22%), sendo que apenas 5,8% afirma que apenas viajará em 2023.

Quando pensa fazer férias?



44% dos portugueses afirmam que viajarão ainda durante o ano de 2021, 28% só o farão em 2022, 6% diz que esperará até 2023, enquanto 23% afirma não ter ainda considerado a possibilidade de fazer férias num futuro próximo. No total, são 44% os portugueses que afirmam que fizeram ou vão ainda fazer férias durante o ano de 2021, apesar da situação pandémica continuar na ordem do dia.

Estes dados são reveladores de algo que a indústria turística portuguesa nos 308 municípios já tem vindo a sentir, uma maior movimentação dos portugueses em viagens de lazer.

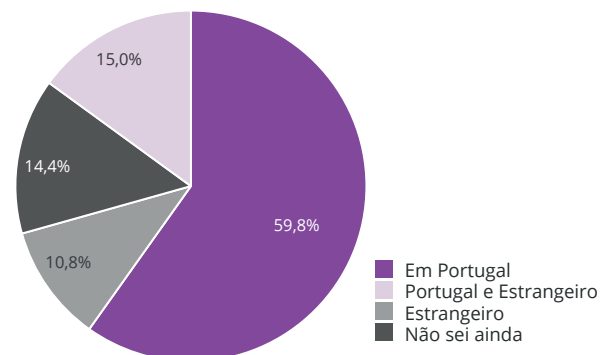
No que diz respeito às idades, há uma correlação direta entre a idade e a intenção de viajar já em

2021, quanto mais jovens, maior é a manifestação de interesse em fazer estas viagens de lazer no decorrer deste ano. O grupo de 54 ou mais anos é o mais conservador e também o mais indeciso nesta matéria. Com o avançar da vacinação e aproximação à tão desejada imunidade de grupo, é expectável que alguns destes portugueses vão progressivamente alterando a sua posição em relação ao turismo sendo no entanto irrealista pensar que a situação reverte para as tendências registadas em 2019 num futuro próximo.

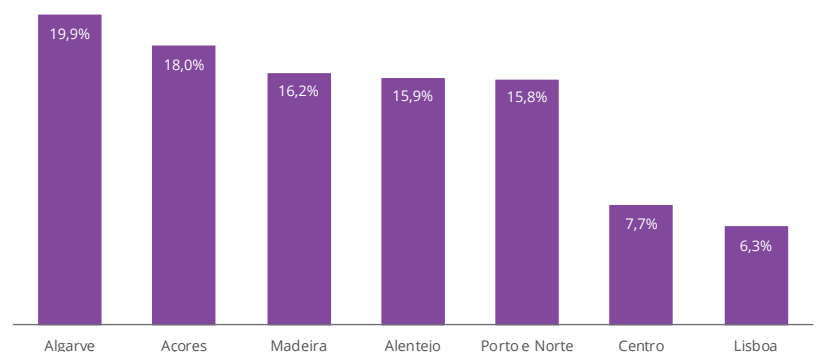
Uma boa notícia para os municípios no que diz respeito às próximas viagens dos portugueses é que **75% dos portugueses fará as suas próximas férias em território nacional**, 60% dos quais de forma exclusiva, sem considerar destinos estrangeiros. 14% não sabe ainda para onde irá nas suas próximas viagens de lazer, enquanto 11% descarta férias no território nacional e só pensa em férias no estrangeiro. Faro, Leiria e Funchal os distritos em que há uma maior intenção de visitar países estrangeiros de forma exclusiva.

Entre os que afirmam que o seu próximo destino será em território nacional, o **Algarve é a região mais referida com 20% do total de menções**. Seguem-se as regiões autónomas dos Açores e da Madeira com 18% e 16% respetivamente. Também com 16% estão o Alentejo e a região do Porto e Norte de Portugal. O Centro de Portugal com 8% e a Região de Lisboa são as regiões sob as quais recaem menos intenções de visitação por parte dos portugueses num futuro próximo.

As suas próximas férias serão em Portugal ou no estrangeiro?



Qual a próxima região de Portugal que visitará ?

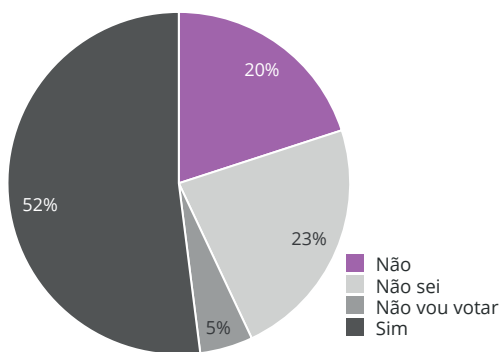


## 5. As eleições autárquicas e a gestão da crise

Apenas 20% dos portugueses afirma que a gestão municipal da pandemia não afetará o seu voto nas Eleições Autárquicas de 2021, sendo que 52% afirma que esta gestão terá um impacto direto na sua decisão de voto e 28% não sabe se irá votar ou ainda está indecisa em relação ao impacto da gestão da pandemia por parte da sua Câmara Municipal no seu voto.

Estes números revelam um impacto que não pode ser ignorado pelos municípios e pelos candidatos aos executivos municipais nos 308 concelhos portugueses. Curiosamente, é entre os mais jovens que o impacto é maior com 58% dos portugueses entre os 18 e os 24 anos a dizer que a primeira ou segunda vez que votam para umas eleições autárquicas será muito influenciada pela forma como os seus líderes locais lidaram com a pandemia. O grupo etário mais avançado (54 ou mais anos) é o que se mostra mais resoluto e menos influenciável pela gestão da pandemia com 40% a afirmar que a gestão local da pandemia não afetará a sua intenção de voto.

A resposta que o seu município deu à Pandemia irá influenciar a sua decisão de voto nas eleições autárquicas?



Apesar deste ser um fenómeno transversal em todo o território nacional, percebemos que nos distritos de Aveiro, Ponta Delgada e Castelo Branco é onde a gestão da Pandemia é mais valorizada pelos cidadãos no âmbito das Eleições Autárquicas, enquanto nos distritos nortenhos de Bragança, Vila Real e Viana do Castelo são onde menos se valoriza esta gestão da pandemia por parte dos municípios.

Para além da gestão da pandemia, os municípios de norte a sul do país, mostram uma voz uníssona em relação as novas prioridades (que não eram tão relevantes antes do aparecimento da Covid-19) que gostariam de ver implementadas nos seus municípios. A primeira prende-se com o acesso a cuidados de saúde de qualidade nos seus municípios, seguindo-se a implementação de programas de segurança e higiene nas escolas e nos postos de trabalho e não massificação dos espaços públicos. Todas as principais prioridades estão relacionadas com a saúde e a segurança sanitária.

O que valoriza agora num município que não valorizava antes?

