

ORGANIZAÇÕES DE GESTÃO DE DESTINO EM CABO VERDE

1. PRÓLOGO

Passando em revista as numerosas análises SWOT que encabeçam os diversos planos estratégicos que se sucedem com vista ao desenvolvimento de Cabo Verde, facilmente se chega a um núcleo duro de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, mais ou menos recorrentes, com as quais é já possível adiantar algumas vias de solução para os problemas e avançar com o lançamento de pistas para um arranque vigoroso do turismo sustentável que se deseja.

Sendo consensual considerar que a posição geográfica, a diversidade de paisagens, o mar, o clima e a empatia das populações estão entre as forças mais dinamizadoras de que dispõe o destino Cabo Verde e lhe dão garantias de um bom posicionamento entre destinos concorrentes, resta identificar quais as oportunidades em aberto para se potenciarem estes trunfos, para se superarem as fraquezas (entre as quais são recorrentemente apontadas a falta de articulação entre *stakeholders* e a descontinuidade no planeamento) e para evitar ou ao menos prevenir as ameaças, armando-se de uma estrutura ao mesmo tempo sólida e versátil, capaz de conjugar esforços de todos os atores e de os somar, fazendo com que o Destino Cabo Verde ganhe maior visibilidade, maior consistência e identidade diferenciadora.

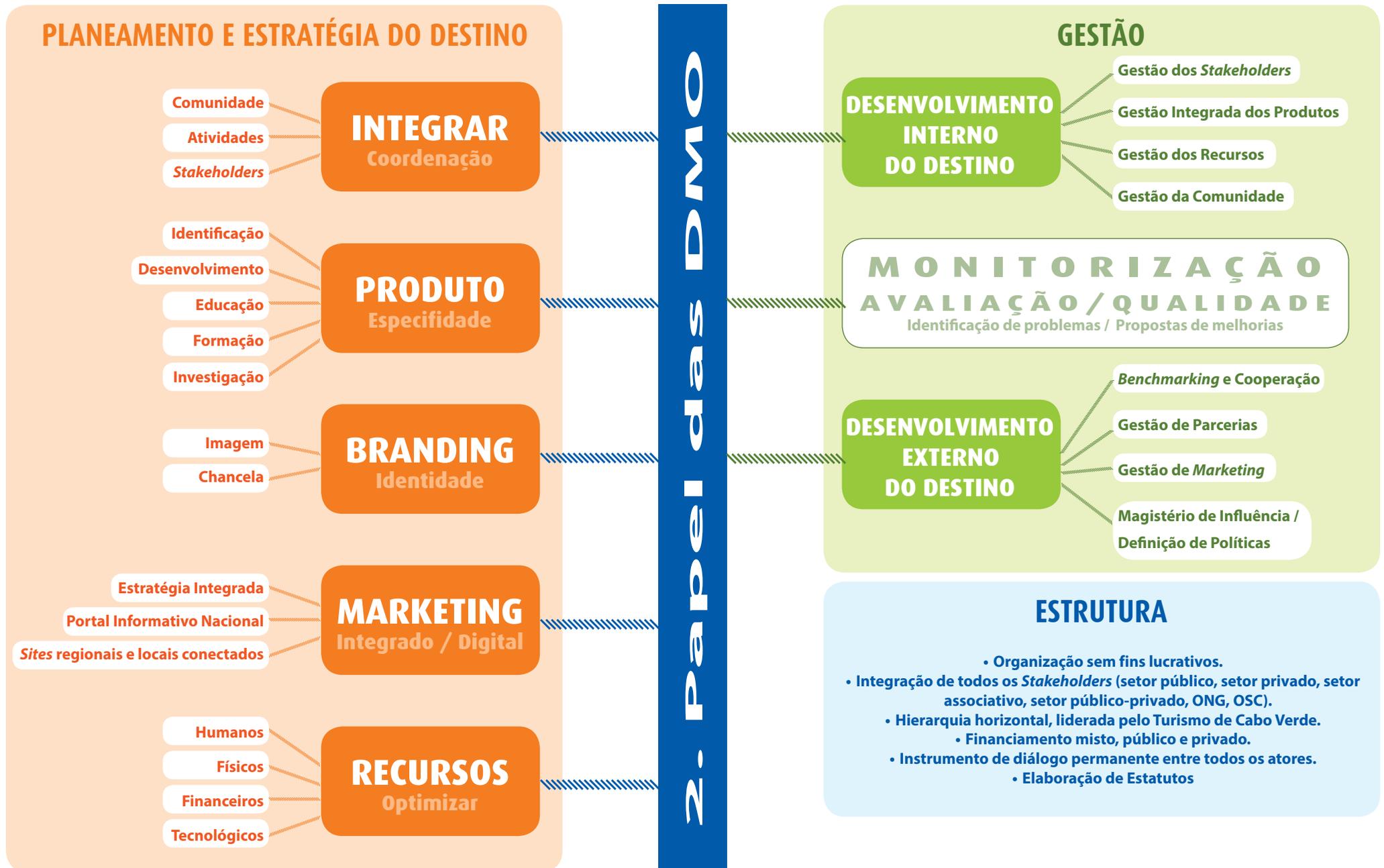
Para obtermos tais resultados, e após a reforma do quadro organizacional e normativo do setor público do Turismo operado nos últimos anos, acompanhando as melhores práticas dos destinos com os quais Cabo Verde concorre nos mercados, e tendo em conta a evolução meteórica das tecnologias (de comunicação, de distribuição, de relacionamento...) e das tendências de consumo (com respeito pela ecologia, por preços justos à produção, pela identidade dos povos...), impõe-se encontrar um modelo integrador capaz de fazer do Turismo em Cabo Verde a locomotiva da Economia e da Sociedade, como tem vindo a ser proclamado, que concorra decisivamente para melhorar em ritmo sustentado a vida das populações locais, e proporcione ao mesmo tempo aos turistas um destino atrativo, com experiências enriquecedoras.

No *puzzle* de entidades que integram a cadeia de valor do Turismo, destaca-se como modelo ajustado a tais objetivos o das Organizações de Gestão de Destinos Turísticos (OGD), mais conhecidas pela sigla em inglês (DMO – *Destination Management Organizations*).

A OMT define estas organizações como “responsáveis pela gestão e *marketing* de um destino, considerado quer a nível nacional, quer regional ou local”. As DMO estão já implantadas nos destinos mais organizados, e em Cabo Verde a primeira está a estruturar-se em Santo Antão, pela mão do programa RAÍZES, apoiado pela Comunidade Europeia, e será objeto de atenção especial no âmbito do doutoramento em Turismo que arranca este ano em Cabo Verde.

As infografias que se seguem resumem a estrutura de uma DMO (OGD) e a sua missão de integração de todos os *stakeholders* em ações orientadas para os objetivos comuns a todos eles, adequando-a à realidade cabo-verdiana.

ORGANIZAÇÕES DE GESTÃO DE DESTINO EM CABO VERDE (DMO)



ORGANIZAÇÕES DE GESTÃO DE DESTINO EM CABO VERDE

3. DMO EM CABO VERDE

