



O Marketing das Cidades como uma Abordagem para o Desenvolvimento: O caso de Mindelo

por

Jessica Alphonsine Silva Brito Monteiro

Trabalho de Projeto do Mestrado em Economia e Gestão das Cidades

Orientadora: Professora Doutora Cláudia Sofia Magalhães de Carvalho

2013

Resumo

Este trabalho de projeto, realizado no âmbito do Marketing das Cidades, tem como objetivo a apresentação do Plano de Marketing para a cidade de Mindelo, uma pequena cidade localizada no arquipélago de Cabo Verde. Este plano é o primeiro desta natureza para Cabo Verde, apresentando-se assim como uma ferramenta inovadora no planeamento e gestão desta cidade. Neste contexto, o plano foi desenvolvido tendo em conta somente a dimensão estratégica, sendo que nesta primeira fase abrange apenas a análise situacional e a definição de uma estratégia marketing, não sendo objetivo deste trabalho o planeamento das fases de implementação e controlo. O plano foi desenvolvido com base no modelo de Kotler et al. (1993), utilizando uma metodologia de triangulação de dados que combina uma variedade de dados e ferramentas, com recurso a técnicas como análise documental, entrevista à Diretora do Gabinete de Estudos e Planeamento da Câmara Municipal e inquéritos ao público-alvo da cidade, frequentemente utilizadas no Marketing das Cidades, com vista a tratar de forma integrada toda a informação relevante.

Desta forma, este trabalho demonstra como se desenvolve o processo de Marketing das Cidades para uma cidade que não apresenta capacidade estratégica e de implementação de ferramentas de gestão estratégica, como é o caso de Mindelo. Estas cidades têm muitas debilidades ao nível do desenvolvimento de ferramentas como o Plano de Marketing e ainda não incorporaram a importância da avaliação estratégica dos seus recursos. Nesse sentido, é preciso um trabalho prévio com vista à consciencialização das autoridades locais das vantagens do Marketing das Cidades para o seu desenvolvimento económico e acréscimo de competitividade.

Palavras-chave:

Marketing das Cidades, Desenvolvimento Económico, Plano de Marketing das Cidades.

Abstract

This research project, undertaken in the context of City Marketing, has the purpose the presentation of the City Marketing Plan for Mindelo, a small town located in the archipelago of Cape Verde. This plan is the first of its kind to Cape Verde, presenting itself as an innovative tool in the planning and management of this city. In this context, this plan has been carried out taking into account only the strategic dimension, and this first stage covers only the analysis of the situation and defining a marketing strategy, not being purpose of this research the planning of the phases for implementation and control. The plan is based on the model of Kotler et al. (1993), using the methodology of data triangulation that combines a variety of data and frameworks, using techniques such as document analysis, interview to the Director Office for Studies and Planning of City Hall and surveys to the target audience of the city, frequently used in the City Marketing, in order to address, all the relevant information in an integrated manner.

Thus, this research demonstrates how to develop the whole process of City Marketing for a city that hasn't still proved to have capacity to design and implement management tools, as is the case of Mindelo. These cities have many weaknesses in the development of tools such as the City Marketing Plan and have not yet incorporated the importance of the strategic evaluation of their resources. In this sense, it's necessary to consider a previous work in order to promote awareness of local authorities of the advantages of City Marketing for its economic development and competitiveness increase.

Keywords:

City Marketing, Economic Development, City Marketing Plan.