



MARKETING DO TURISMO NA GUINÉ-BISSAU: ARQUIPÉLAGO DOS BIJAGÓS

Bateny Monteiro Sanca¹
João Coelho Da Silva Neto²

RESUMO

O turismo tem sido a mola propulsora do desenvolvimento sócio econômico de muitos países e não é diferente para Guiné Bissau, que tem um potencial turístico enorme devido os seus recursos naturais. Nesse sentido é factível afirmarmos que o marketing turístico, potencializado pelo marketing, pode ajudar a economia do país e promover emprego e renda para a população. Guiné Bissau conta com 88 ilhas do Arquipélago de Bijagós, essas ilhas abrigam uma biodiversidade excepcional, com paisagens de mangue, savanas, palmeirais e florestas tropicais. O marketing turístico pode ser melhor aproveitado, com melhor aproveitamento dos recursos naturais e culturais que podem ser aproveitados por parte do governo guineense, potenciando assim o seu crescimento económico através do turismo. Por essa razão, o trabalho objetiva analisar e compreender o funcionamento e a eficácia das estratégias de marketing na promoção da Guiné-Bissau, especificamente nos arquipélagos Bijagós como destino turístico internacional. O trabalho tem como objetivos específicos: Analisar as principais práticas de marketing utilizadas para a promoção dos destinos turísticos nos arquipélagos dos bijagós, a partir da identificação do uso de marketing digital, como ferramenta de promoção turística no país. O trabalho consiste em uma pesquisa qualitativa de estudo de caso, assim sendo, visa consultar livros, artigos, dissertações, sites e outras plataformas para recolher as informações ligadas ao tema. Conformes os dados encontrados, o arquipélago um santuário para centenas de espécies animais, incluindo mamíferos como golfinhos, peixes-boi e hipopótamos e, é o local mais importante da África Ocidental para a desova de tartarugas verdes e o segundo mais importante para aves migratórias, contanto com a visita de cerca de um milhão de pássaros todos os anos. Naturalmente, com um plano de marketing bem estruturado, aumenta a aposta no setor do turismo e nas inúmeras oportunidades de potencializar o turismo nas ilhas dos bijagós, e, por consequência, promover o crescimento económico, fundamental para o desenvolvimento do país. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS DIAS, Lafton Armando R. Correia, Marketing Turístico: Promoção Turística da Guiné-Bissau e do Arquipélago dos Bijagós. Tese acadêmica, Mestre em Ciência da Comunicação, Marketing e Publicidade. Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologias. Lisboa, 2021. UNESCO. A UNESCO reforça seu apoio à Guiné-Bissau para a proteção do Arquipélago de Bijagós. <https://www.unesco.org/pt/articles/unesco-reforca-seu-apoioguine-bissau-para-protecao-do-arquipelago-de-bijagos>. Acesso: em 03 de outubro de 2024.

Palavras-chave: marketing; promoção; turismo; desenvolvimento.

UNILAB, Administração Pública, Discente, putchitchamariza@gmail.com¹
Unilab, Administração Pública, Docente, joao.coelho@unilab.edu.br²