



Na contramão do setor, startup de turismo focado na cultura negra cresce 770% em meio à pandemia

São Paulo – Após uma das melhores temporadas dos últimos anos, o turismo enfrenta uma de suas piores crises em função da pandemia de covid-19. Na contramão da crise, a **Diaspora.Black**, startup de turismo afrocentrado, viu as operações e o faturamento crescerem ao oferecer aos clientes experiências culturais online no período de isolamento social. .

“Nós tivemos a melhor performance para a alta temporada, mas fomos atropelados pela pandemia”, explica o CEO da startup, Carlos Humberto da Silva Filho. “No mês de março, vimos todas as atividades e passeios planejados serem suspensos ou cancelados, e o caixa pressionado pela demanda de reembolso dos clientes”, comenta o empresário.

A saída, segundo ele, foi dobrar a aposta na essência da empresa, reforçando investimento em tecnologia para adaptar o negócio à demanda de experiências online centradas no legado e memória da população negra em todo o mundo. O resultado foi um crescimento de receita de 770% no segundo trimestre em relação ao primeiro trimestre.

Focada na cultura negra, a empresa mapeou atividades e cursos online realizados por personalidades, professores, artesãos e grandes referências da comunidade em diversas áreas, como gastronomia, yoga, filosofia, arte e estética, por exemplo.

Com formatos variados, como cursos, oficinas e workshops, as experiências online representaram um salto de 553% sobre os pedidos registrados pela plataforma. A curadoria atendeu aos temas que o público mais buscava entre as experiências presenciais, antes da pandemia. Entre os mais procurados ficaram atividades sobre histórias dos orixás, leituras afro-centradas da Bíblia e ainda os minicursos sobre intelectuais negras e negros.

“Entendemos que, apesar das restrições de viagem, nossa comunidade queria continuar vivenciando experiências enriquecedoras sobre a cultura e memória negra de diferentes cidades, sotaques e matrizes”, conta a executiva de marketing, Cintia Ramos. “As experiências nos conectam com valores de ancestralidade, pertencimento e resiliência, com conteúdos que levam bem estar aos participantes mesmo em período de crises”, completa.

Com o cenário de retomada do turismo ainda incerto, a empresa orienta os viajantes a respeitar as restrições e permanecer em isolamento social. A empresa também estimula os clientes a planejarem as próximas viagens, com um programa de descontos e pagamento parcelados para hospedagens e pacotes a partir de novembro.

Entre as opções disponíveis para reserva antecipada estão diárias na Bahia, pacotes para Moçambique, vivências ao Quilombo Kalunga, na Chapada dos Veadeiros, um Cruzeiro Afrocentrado pela costa brasileira e também passeios locais, como a visita ao Memorial Quilombo de Palmares, em Maceió (AL), e a Caminhada São Paulo Negra.

“Quando for possível retomar as viagens, será ainda mais valioso vivenciar de perto aquilo que o Brasil tem de mais autêntico, que é a riqueza da nossa cultura. O trade deve aproveitar a crise para se reinventar e enxergar a demanda por diversidade e autenticidade



no turismo”, afirma o CEO Carlos Humberto.

O executivo avalia que as empresas do setor devem se preparar para a retomada com clientes ainda mais exigentes pelas melhores experiências de serviço e pela atuação socialmente responsável das empresas.

Desde 2017, mais de 5 mil pessoas já foram atendidas pela startup, que oferece experiências, pacotes de viagem e hospedagens em mais de 140 cidades e 18 países. Atualmente, a startup é residente do InovaBra, hub de inovação do Bradesco em São Paulo.

Contato

Antonio Pita

antoniopita@diaspora.black

71 981313010

Conheça a plataforma:

www.diaspora.black

Facebook e Instagram: @diaspora.black

contato@diaspora.black