

CONEXÃO rede, restaurantes



Conhece mais iniciativas que têm como objetivo fortalecer negócios atingidos pela tragédia climática? Compartilha com o GE pelo Instagram (@jcgeraçaoe).

Projeto divulga operações gastronômicas afetadas pela enchente em Porto Alegre

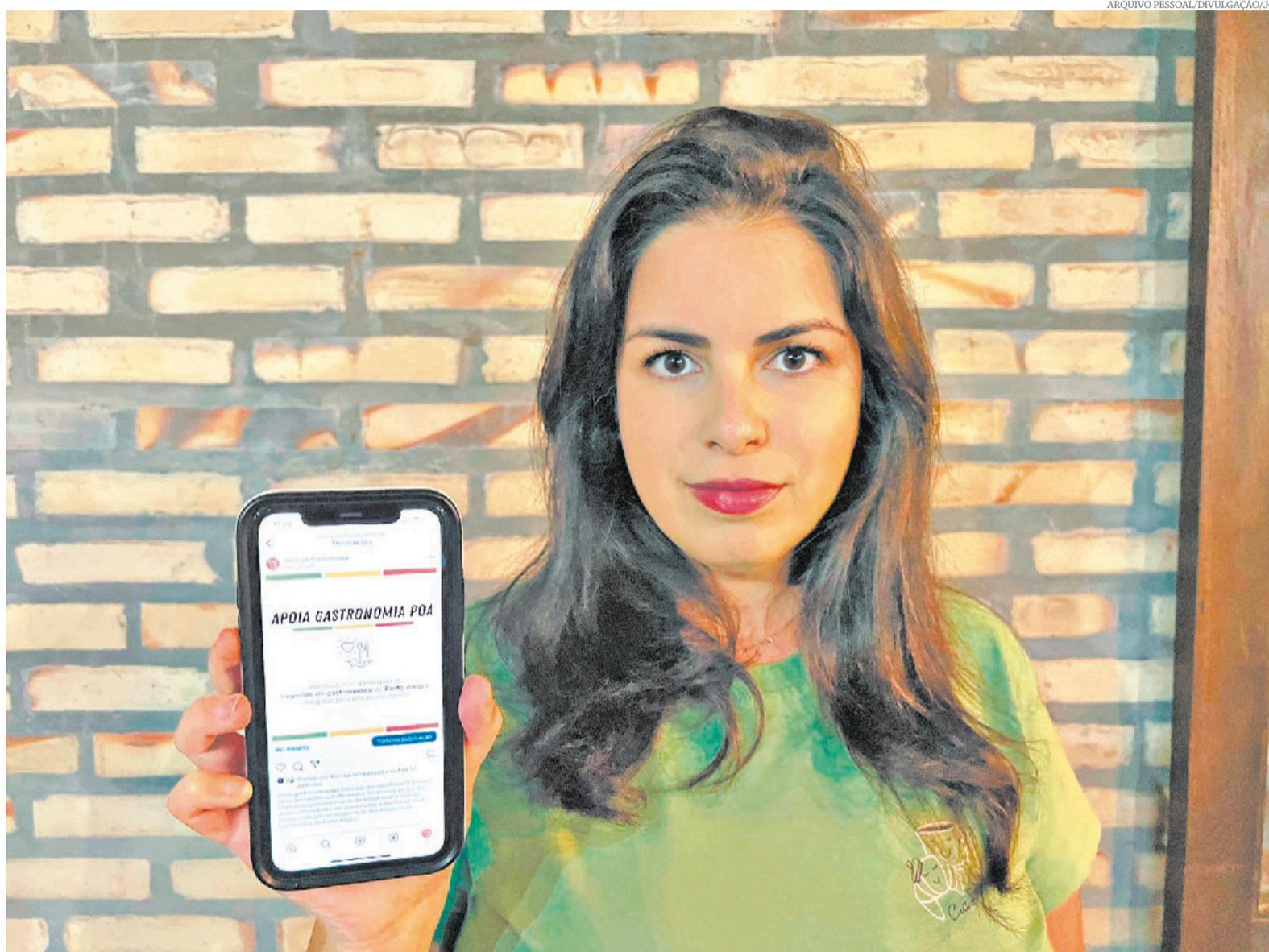
O Apoiar Gastronomia POA tem como objetivo dar visibilidade a bares e restaurantes atingidos pela enchente na capital gaúcha

ISADORA JACOBY
@isajacoby

Pensando em apoiar os negócios de gastronomia atingidos pela enchente em Porto Alegre, Ju Palma, que comanda a Palma Conteúdo, empresa focada em gestão de redes sociais para negócios do segmento, criou o projeto Apoiar Gastronomia POA (@apoiagastronomiapoa). A iniciativa tem como objetivo dar visibilidade a bares e restaurantes afetados e entender quais as demandas de cada negócio neste momento.

O insight para criar o projeto veio a partir da impossibilidade de atuar na linha de frente no amparo às vítimas das enchentes. Ju conta que, próximo do feriado de 1º de maio, quando começaram os impactos das enchentes em diversos pontos do Estado, foi a Curitiba e ficou impossibilitada de retornar para Porto Alegre. “Fiquei angustiada de não saber como ajudar, vendo amigos colocando a mão na massa, indo para a linha de frente, e só conseguia ajudar doando dinheiro e compartilhando no Instagram”, conta.

Assim, surgiu a ideia de usar a sua expertise na comunicação e produção de conteúdo para gastronomia como um ativo para ajudar restaurantes e bares neste momento adverso. “Além dos meus clientes de gastronomia, comecei a reparar que vários bares e restaurantes que frequento, empreendedores de gastronomia que consumo, tiveram suas casas ou seus negócios alagados, ou estavam



Ju Palma está à frente do Apoiar Gastronomia POA, projeto que tem como meta divulgar os estabelecimentos que sofreram prejuízos

fechados por causa da falta de fornecimento de água. Vi várias iniciativas surgindo, de apoiar os negócios e os produtores gaúchos. Como já trabalho com gastronomia, resolvi criar esse projeto para ajudar os bares e restaurantes desse ramo”, explica a empreendedora.

Através de um formulário, Ju recolhe informações sobre os negócios atingidos e entende o que mais precisam neste momento: ajuda na limpeza, retomar o fluxo de clientes, doações em dinheiro, conquistar novos públicos. “Pego uma fala dos empreendedores e compartilho a necessidade deles”, explica.

Através do Instagram (@apoiagastronomiapoa), ela divulga informações sobre as

operações, como a proposta do negócio, de que forma estão operando e quais foram os principais impactos.

“Com o passar dos dias, quero trazer mais conteúdos. Não quero que esse Instagram seja só um guia de lugares, mas que a gente possa trazer outros conteúdos sobre esse momento e achar maneiras de ajudar esses espaços”, pondera a empreendedora.

Por vivenciar há anos o segmento da gastronomia, ela pontua como é difícil ver lugares clássicos, como operações do Centro Histórico, região que foi duramente atingida pelas águas, correndo risco de não conseguirem retomar.

“Podemos ajudar dando

voz para esses restaurantes que foram bem atingidos. São lugares queridos, que a gente não gostaria de ver fechados. Queremos que eles retomem a sua clientela de antes, que os clientes não desistam de ir nos lugares”, projeta Ju, que também desenvolveu outra frente de contribuição, desta vez pensada para os produtores do Estado.

Em parceria com a jornalista Bruna Paulin, criou a iniciativa Guia do Produtor Gaúcho (@guiadoproductorgaucha), que tem como foco dar visibilidade para produtores do Rio Grande do Sul e conectar esses negócios com o restante do País.

“A Bruna, minha amiga, teve a ideia e eu executei.

Como estamos divulgando os produtores do Sul, a ideia é conectar pequenos produtores que vendam em outros estados e as pessoas não sabem, ou que até nem vendam, mas abrirem essas portas para que outros empórios, armazéns, comprem desses produtores”, explica sobre o projeto, destacando que a ideia é fortalecer toda a cadeia que envolve a gastronomia, dos fornecedores de insumos aos bares e restaurantes.

“Nossa economia é um círculo, restaurando um, restauramos todos”, acredita.

Até o momento, a iniciativa conta com cerca de 700 seguidores e 16 negócios divulgados.

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC