

**GE APOIA****reconstrução, mercado**

# Negócios do 4º Distrito iniciam retomada

A região, fortemente impactada pelas águas em maio, vive momento de reestruturação, com negócios retomando operações em busca de mitigar prejuízos

**ISADORA JACOBY,  
JAMIL AIQUEL E  
JÚLIA FERNANDES**

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

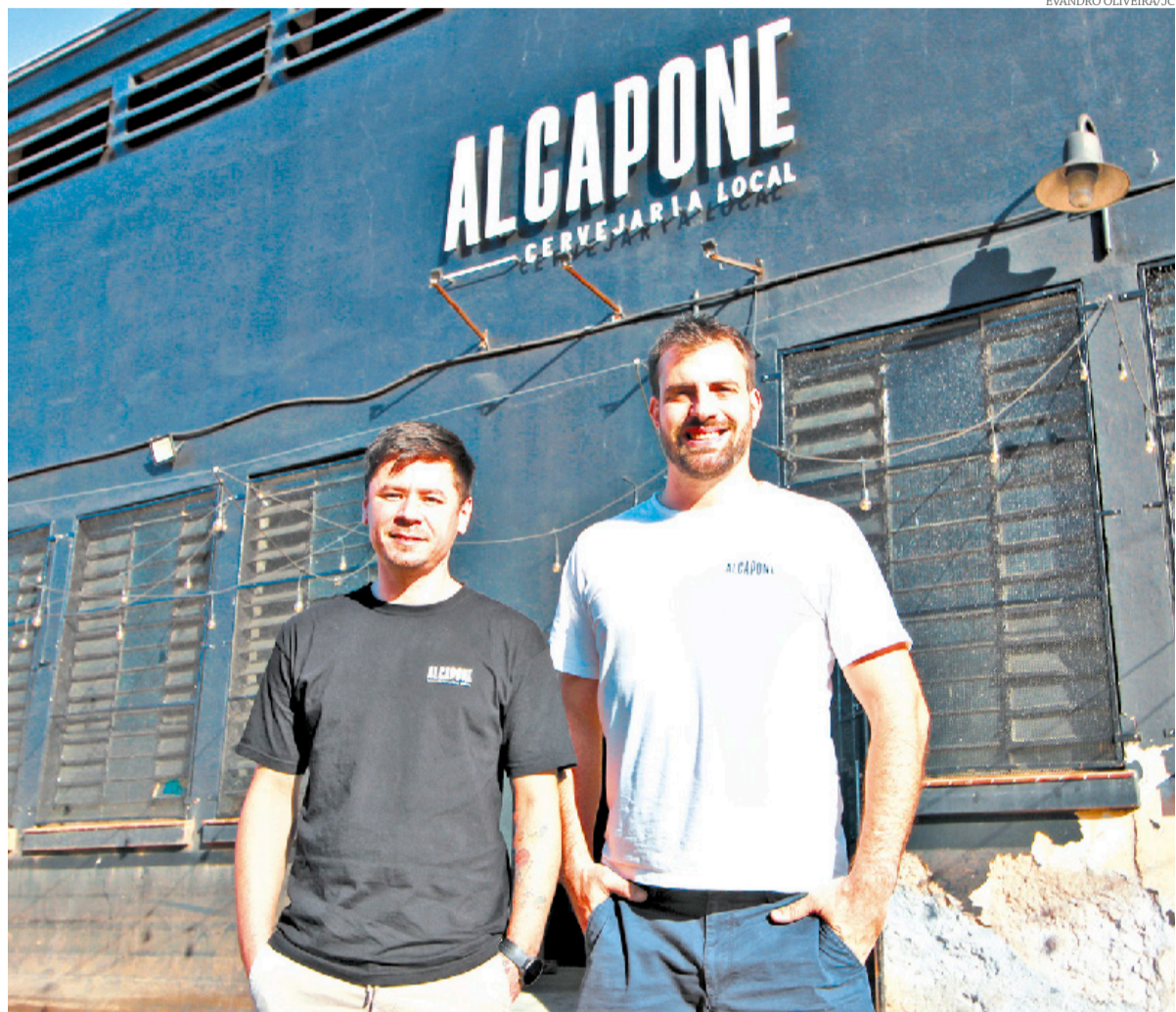
A região do 4º Distrito de Porto Alegre foi uma das mais afetadas pelos alagamentos em maio. Agora, negócios do entorno vivem momento de reconstrução, contabilizando prejuízos e retomando as atividades em busca de restabelecer a região como um ponto pujante da Capital. Uma dessas empresas é a cervejaria Alcapone que, desde 2017, tem sua indústria e o bar que leva o nome da marca, o Alcabar, na travessa São José, nº 515. O pavilhão de 2 mil m² teve cerca de 1,6 metro de água. Há três semanas, o trabalho é intenso para limpeza tanto da indústria quanto do bar.

Andrews Calcagnotto, um dos sócios da Alcapone, estima que o prejuízo na fábrica da cervejaria seja aproximadamente de R\$ 1,5 milhão. “A fábrica está inoperante ainda. Por mais que os tanques sejam de inox, a parte eletrônica, bombas, tudo ficou embaixo d’água. A nossa envasadora, que faz as garrafas, e a pasteurizadora ficaram completamente submersas. Nem temos um número fechado para mensurar o prejuízo. Mas estamos estimando algo entre R\$ 1 milhão e R\$ 1,5 milhão. Isso nem considerando a falta de venda, só perda de estoque, de insumos e de maquinários”, diz o empreendedor, que chegou a preparar o espaço antes da chegada das águas para evitar prejuízos, mas sem sucesso. “Pensamos que ia entrar água, mas como a fábrica tem uma subidinha, achamos que ia chegar no joelho, cintura no máximo. Subimos o que deu, e foi trabalho em vão. Quando entramos aqui, a água já estava

a 1,6 m com tudo submerso. O bar todo debaixo d’água. Foi um cenário bem caótico de destruição”, relata Andrews. Na parte da frente do pavilhão, fica a operação do Alcabar, enquanto nos fundos opera a indústria. Cláudio Roberto Meireles, gestor do Alcabar, conta que todo mobiliário da operação foi destruído. “Mesas e cadeiras do bar pararam no fundo da fábrica. Balcão refrigerado virado com as pernas para cima.”

No entanto, apesar das adversidades, o trabalho é intenso para retomar as atividades. A reabertura do Alcabar está marcada para este sábado (22), enquanto a indústria, que tem capacidade produtiva de 60 mil litros por mês, tem como meta retomar parte da produção ainda em junho. Andrews conta que, logo que começou a enchente, a Alcapone começou a produzir em outras cervejarias a fim de reduzir os impactos. “Em duas semanas, já conseguimos ter um pouco de produto para vender. Produzimos em outras cervejarias cerca de 5% do que seria a nossa capacidade. Mas estamos há 40 dias sem faturar. Conseguimos vender um pouquinho, tínhamos garrafas que deixamos em um segundo andar. Mas de 30 mil garrafas, conseguimos salvar 5 mil. Em maio, nosso faturamento foi entre 5% e 10% do que era para ser. Em junho, se chegarmos a 30% vai ser muito”, projeta.

Uma das estratégias para driblar a falta de produtos foi a criação do clube de assinatura da cervejaria, cuja venda está sendo feita de forma antecipada e a entrega acontecerá quando a produção for normalizada. As assinaturas têm pacotes semestrais, com custo de R\$ 150,00 mensais, em que o cliente recebe um box de 12 produtos por mês. Outra opção é a assinatura de três meses, com custo de R\$ 168,00 mensal. A iniciativa foi bem recebida pela comunidade da Alcapone, como conta Andrews. “Recebemos contato de pessoas do Brasil inteiro se sensibilizando, querendo ajudar. O clube deu muito certo, muita gente aderiu mesmo sabendo que não iria receber agora. Mas



**Cláudio Meireles, gestor do Alcabar, e Andrews Calcagnotto, sócio da Alcapone, preparam retomada do espaço**

sabem que não estão fazendo um Pix sem receber nada em troca. O pessoal está comprando para ajudar e vai receber em casa um produto bom, até exclusivo”, diz o empreendedor. Na mesma perspectiva, o Alcabar lançou uma pré-venda de combos para serem consumidos quando o bar voltar a operar. As opções vão do kit com cinco pints de cerveja Pilsen por R\$ 50,00 ao combo experiência, com hambúrguer e cerveja, por R\$ 100,00. “Muitos clientes entraram em contato para saber como poderiam ajudar o bar. Temos muitos clientes que têm esse carinho, que querem que retorne. O pessoal começou a aderir à venda antecipada para realmente ajudar na reabertura do bar. Aumentou muito o engajamento das nossas redes sociais com o pessoal preocupado com o retorno do espaço”, conta Cláudio.

Há 12 anos no mercado e presente em oito estados do País, a Alcapone foi uma das

operações precursoras da região, segundo Andrews, e deve permanecer no local. “Chegamos no 4º Distrito quando ninguém apostava, não era nem de perto o que é hoje. Conseguimos, na época, fazer uma boa negociação. Hoje, se eu for mudar para um bairro que não foi afetado pela enchente, primeiro que vai ser muito difícil encontrar um espaço desse tamanho, e, se eu achar, vai ser cinco vezes o valor. Outra opção seria mudar de cidade, mas daí não consigo ter o bar”, pondera Andrews, contanto que essa não foi a primeira vez que a indústria foi atingida pela água. “A Alcapone completou 12 anos, a festa era para ter ocorrido no dia 18 de maio. Iniciamos fazendo em casa e a nossa primeira fábrica era em Canoas. Essa não é a primeira enchente que a Alcapone passa. Ficávamos no bairro Niterói, em Canoas, e teve uma chuvarada, as bombas não funcionaram, e inundou a nossa fábrica na altura do peito.

Mas escoou muito mais rápido”, compara Andrews.

Segundo o empreendedor, a retomada da Alcapone, assim como de outros negócios, dependerá dos incentivos governamentais para empresas. “Estamos vendo no Estado inteiro a economia ainda muito devagar. Mas achamos que vai retomar, que as coisas vão voltar a ter vida. Esperamos que, a partir de agosto, as coisas voltem ao normal. Mas muito lugar está fechando. Se não tiver linhas de crédito, vai fechar muita coisa. Por enquanto, vemos tudo muito retraído ainda, mas no Rio Grande do Sul, porque meu distribuidor de São Paulo estaria comprando até mais se tivéssemos produto para entregar, porque o produto gaúcho está muito no foco. As pessoas querem comprar produto gaúcho para ajudar, mas o problema é que não tem produto para entregar, pelo menos para quem foi atingido pela enchente”, afirma Andrews.

EVANDRO OLIVEIRA/JC