

A APRODER (Associação para a Promoção do Desenvolvimento Rural do Ribatejo) tem em curso, desde Setembro de 2018, o projecto "APRODER Empreende 2020". Trata-se de um projecto de apoio ao empreendedorismo na região, que conta com o apoio do Programa Operacional Regional do Alentejo. Integrado neste projecto, foi lançado recentemente, pela APRODER, um conjunto de iniciativas de apoio aos empreendedores cuja actividade se desenvolve dentro dos limites territoriais abrangidos pela associação, a que chamou APRODER – Inovação e Empreendedorismo. Estas iniciativas têm o foco na divulgação de boas práticas empresariais que resultaram em projectos bem-sucedidos, localizados nos concelhos de Azambuja, Cartaxo, Rio Maior e Santarém (com excepção de parte do núcleo urbano da cidade de Santarém), os 4 concelhos ribatejanos cobertos pelo raio de acção da APRODER.

Os 18 projectos seleccionados para divulgação em diversos órgãos de comunicação social da região beneficiaram de apoios comunitários e estão em pleno funcionamento, apesar da pandemia. São empresas de referência, com consciência social e ambiental, que contribuem para o desenvolvimento rural e que estão implantadas numa região onde criam emprego e riqueza. Ao longo de quatro edições, o Correio do Ribatejo, parceiro nesta iniciativa, está a divulgar algumas dessas empresas.



**APRODER**  
ASSOCIAÇÃO PARA A PROMOÇÃO  
DO DESENVOLVIMENTO RURAL DO RIBATEJO

Ana Alves - Fábrica da Alegria

## “Temos tido um impacto positivo na economia local”

**A ‘Fábrica da Alegria’ é uma empresa de animação turística com sede nas Marinhas de Sal de Rio Maior. Configura actualmente uma empresa de estrutura familiar, alicerçada numa equipa de técnicos especializados em várias áreas, em que as questões de segurança e o respeito pelo ambiente são a prioridade. Ana Alves, sócia-gerente da empresa desde 2015, onde actualmente desenvolve funções como directora executiva, acompanhou desde a primeira hora o início deste projecto, em 2004, que nasce pela vontade de três amigos que tinham em comum o sonho de voar e por isso resolveram criar a empresa como forma de promover a actividade do balonismo e também actividades de animação com equipamentos de diversão, nomeadamente insufláveis.**



**Que empreendimento é este?**

A Fábrica da Alegria é uma empresa de animação turística, sediada nas Marinhas de Sal de Rio Maior e que tem como objectivos promover o desenvolvimento turístico das regiões, através da realização de eventos integrados no meio natural, cultural e social, proporcionar momentos

de pura diversão a todas as idades, dinamizando actividades que promovem o convívio entre gerações e estimular a observação e a descoberta do património natural e cultural, através de actividades na natureza, contribuindo para uma maior consciência ambiental. Desenvolvemos

actividades de animação turística, nomeadamente programas que promovem experiências e vivências com ligação ao território, que se querem inesquecíveis, e que vão desde a descida ao coração da terra (espeleologia), à subida aos céus num balão de ar quente (balonismo), passando pelos percursos pedestres, passeios de bicicleta, em Moto4 ou de Jeep, para pequenos grupos. Temos projectos inovadores em parceria com entidades públicas, que promovem o desenvolvimento local, através da divulgação dos valores naturais e culturais das regiões onde se inserem, serviços de animação com equipamentos insufláveis e outros.

**Que nível de impacto na economia local?**

Podemos dizer que tem tido um impacto positivo na economia local na medida em que os espaços físicos que ocupa inserem-se no concelho de Rio Maior, concretamente nas Marinhas de Sal, consome sempre que possível produtos locais, os recursos humanos alocados também provêm da região, nomeadamente do Instituto Politécnico de Santarém, e as dinâmicas que cria no território, seja no Jardim Municipal seja nas Salinas, têm contribuído para a divulgação e promoção desses espaços e dos serviços associados aos mesmos, ao nível da restauração, alojamento, comércio tradicional e consequentemente da região.

**Quais são as suas ambições relativamente à expansão do negócio?**

Relativamente às nossas ambições a curto e médio prazo, pretendemos consolidar a nossa oferta em termos de turismo de natureza na zona das Salinas e na área do PNSAC, e contribuir desta forma para a promoção deste território. Para tal necessitamos de fazer algum investimento base relacionado com toda a logística afectada à recepção e enquadramento dos visitantes e, por outro, lado aumentar o número de colaboradores.

**Que relação tem a sua empresa com a APRODER?**

A ‘Fábrica da Alegria’ tem uma relação de proximidade com a APRODER há já alguns anos, tendo participado em diversas acções de capacitação e eventos promocionais que esta tem vindo a desenvolver. Teve ainda a oportunidade de estar presente em algumas feiras nacionais, para promover os seus serviços e estabelecer contactos. A APRODER pode ter, e tem efectivamente, um papel decisivo num pequeno empreendimento como é o nosso. Sendo uma entidade que contribui para o desenvolvimento integrado do Ribatejo, possui mecanismos que permitem alavancar as empresas que vão para além da implementação dos programas comunitários, nomeadamente o apoio técnico e toda a divulgação das empresas.

Rui Manuel Silva Franco - Vinhos Franco

## “A produção do vinho é um ciclo vivo”

**Fundada como empresa familiar, a história da “Vinhos Franco” está alicerçada no conhecimento de várias gerações para as quais, durante muito tempo, a produção de vinho foi o único meio de subsistência. O actual projecto nasceu no ano 2000 para dar continuidade à tradição, a que se acrescenta uma “enorme vontade” de homenagear os antepassados e a região do Tejo, produzindo e comercializando vinhos de qualidade, aliando os velhos saberes às novas tecnologias. Os “Vinhos Franco” distinguem-se pela personalidade, elegância e harmonia que revelam toda a magia do “terroir” do Cartaxo.**

**Como surgiu a empresa?**

Esta é uma empresa familiar. O meu sogro vivia da produção de vinho, começo por vender a granel e, depois, já com a minha colaboração, em garrafas. Posteriormente, passámos a vender em bag-in-box, com a marca ‘Ponte da Serra’. Por volta do ano 2000, como part-time, criei a marca de vinho engarrafado ‘Barroca da Pata’. Fui acompanhando a actividade do meu sogro ao longo do tempo e, há cerca de nove anos, quando a actividade ia cessar devido à idade e à falta saúde dele, decidi pegar no projecto, ‘lavar-lhe a cara’ e deixar o escritório para me dedicar ao vinho. Foi uma decisão ponderada, mas arriscada, uma vez que a sustentabilidade só seria possível se o património vínico fosse superior a 25



hectares e nós só tínhamos seis... Tivemos de adquirir mais de 20 hectares, o que conseguimos.

**Como se chegou a este empreendimento?**

Dediquei-me ao projecto do vinho há apenas 10 anos, como referi. A partir daí, investi em terrenos, plantei 22 hectares de vinha, iniciei a certificação de vinhos e fui investindo em equipamento para a adega. Em 2015 foi inevitável iniciar o projecto da adega, fiz obras adjacentes ao edifício principal e, no ano passado, iniciei as

obras no edifício mais antigo. Este faseamento permitiu-nos trabalhar sem parar em nenhuma altura do ano.

**Qual a dimensão do investimento global e que apoios recebeu?**

Investi cerca de 1 milhão de euros em todo o projecto: 50% em equipamento e o restante no edificado. Candidatei-me a vários apoios, nomeadamente para aquisição de maquinaria para a vinha, furos de captação de água e rega gota a gota e obtive resposta favorável e apoios por parte da APRODER. Candidatei-me também a um projecto de recuperação e ampliação da adega e aquisição de equipamento para a mesma, mas este ainda se encontra em apreciação. Desde 2016 que iniciámos o processo e foram surgindo muitos entraves, muita burocracia a nível central. Nem sempre foi possível facultar a documentação exigida. A minha actividade não pode parar, nem esperar... A produção do vinho é um ciclo vivo e a determinada altura foi imprescindível adquirir equipamento e pô-lo a funcionar.

**Qual é o seu volume de negócios e de produção?**

Produzimos anualmente 200 a 300 mil litros de vinho. O ano passado foi um ano atípico. No entanto, e porque investimos na contratação de um comercial e lançámos alguns vinhos, tivemos a felicidade de duplicar o volume de negócios.

**Quais são as suas ambições relativamente à expansão do negócio em termos de localização, colaboradores e volume**

**de vendas, exportação, criação de novo negócio noutra área de actividade?**

O lançamento anual de novos produtos mantendo a qualidade é bastante importante. Em termos de desenvolvimento de produto temos algumas ideias, ainda embrionárias, no que concerne ao segmento da bag-in-box, com o objectivo de contribuir para a desmistificação deste produto. Para o ano talvez seja boa altura as lançar. Além do comércio de vinho, estamos a apostar no enoturismo. Em breve abriremos a nossa adega-museu e temos interesse em dinamizar esta área de negócio, uma vez que, como empresa familiar, marcamos pela diferença nesta área.

**Que nível de impacto na economia local? Quantos postos de trabalho?**

Neste momento empregamos a tempo inteiro três pessoas, incluindo eu, e temos cerca de 20 colaboradores sazonais para os trabalhos na vinha.

**Qual a ligação à região?**

Nasci, cresci, casei e construí a minha vida nos Casais Penedos. A ligação à terra é inevitável e é bom contribuir para o seu crescimento. Ao nível da região vitivinícola, o Tejo é uma região promissora e com características muito marcadas que gosto de fazer valer nos meus vinhos. Por cá encontramos um microclima especial que dá origem a uma elevada qualidade, mas a produções muito reduzidas comparativamente com a charneca e com campo. Este ‘terroir’ milenar faz toda a diferença nos nossos vinhos.