

BATATA - SINOPSE VIRTUAL

06/2015

Batata sobe 73% em janeiro e eleva o custo da cesta básica em Curitiba

Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2015/02/batata-sobe-73-em-janeiro-e-eleva-o-custo-da-cesta-basica-em-curitiba.html>

Data: 06/02/2015

Ano começa com alimentos variando 6,33%, de acordo com o Dieese.
Variação entre dezembro e janeiro teve queda no preço do leite.



Batata foi o produto que ficou mais caro em Curitiba
no mês de janeiro. (Foto: Reprodução RPCTV)

O custo da cesta básica subiu 6,33% neste primeiro mês de 2015, em Curitiba. De acordo com Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), para uma família de quatro pessoas comprar os 12 produtos considerados essenciais, durante o mês de janeiro, foram necessários de R\$ 1.007,46. Os valores foram divulgados nesta sexta-feira (6).

O item que mais contribuiu para o aumento no valor da cesta básica foi a batata, que subiu 73,98% de dezembro para janeiro. Em contrapartida, o leite teve o preço reduzido em 5,34%. A carne, apesar de não ter tido uma grande variação (1,58%), é o item que mais pesou na hora da compra, comprometendo 16,17% do salário.

Com o levantamento, o Dieese concluiu que um trabalhador que vive sozinho e recebe um salário mínimo precisou trabalhar 93 horas e 45 minutos para comprar os itens da cesta, que para uma pessoa saiu por R\$ 335,82.

Com base nestes números os pesquisadores identificaram que, para ser capaz de arcar com as necessidades vitais básicas da família - moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social -, o brasileiro deveria receber um salário mínimo de R\$ 3.118,62.

Cenário nacional

A cesta básica ficou mais cara em 17 das 18 capitais pesquisadas, conforme o Dieese. As maiores altas foram observadas em Salvador (11,71%), Aracaju (7,79%), Goiânia (7,48%) e Brasília (7,26%). Manaus foi a única cidade onde a cesta ficou mais barata (-0,89%).

O maior custo da cesta, em janeiro, foi registrado em São Paulo (R\$ 371,22), seguido de Porto Alegre (R\$ 361,11) e Florianópolis (R\$ 360,64). Os menores valores médios foram observados em Aracaju (R\$ 264,84), Natal (R\$ 277,56) e João Pessoa (R\$ 278,73).

Tecnologia para racionalizar água e agroquímicos apresenta bons resultados em plantações de batata em Perdizes

Disponível em:

http://www.olhardireto.com.br/agro/noticias/exibir.asp?noticia=Tecnologia_para_racionalizar_agua_e_agroquimicos_apresenta_bons_resultados_em_plantacoes_de_batata_em_Perdizes&edt=0&id=18270

Data: 10/02/2015

A forte estiagem que o Brasil vem enfrentando nos últimos meses causa sérios problemas não só nas cidades como também na atividade agrícola. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), cerca de 70% de toda a água disponível no mundo é utilizada para a irrigação, uma das principais atividades para a sobrevivência das plantações. No Brasil, esse índice chega a 72%. E com a crise da água, agricultores de várias regiões do país buscam alternativas para não prejudicar a produção. No Triângulo Mineiro, uma ferramenta comprovadamente eficaz e que adota técnicas de agricultura de precisão foi adquirida pelo bataticultor Roberto Bergamasso em uma área de 36 hectares de batata irrigada em sua fazenda em Perdizes. Em apenas 35 dias de implantada, a tecnologia Hemisphere Pro alcançou resultados satisfatórios e promissores

e que foram apresentados em um Dia de Campo realizado no dia 30/01 para produtores líderes que cultivam batata nas regiões de Perdizes, Patrocínio e Araxá, entre eles: Grupo nascente, Agro Beloni, Grupo Montesa, Irmãos Bergamasco, Grupo Maeda, Terra Viva, Alex Mussi, Sérgio Petrachi, Irmãos Varaldo, Iço Cereais, Carlos Cantelle. Os produtores visitaram a área de plantação, na qual foi implantada a tecnologia Hemisphere Pro, desenvolvida pela empresa brasileira Olearys, que visa a racionalizar com inteligência e de forma integrada o uso da água da irrigação e do agroquímico na lavoura, permitindo assim um melhor resultado econômico através da diminuição dos custos de produção.

Os resultados mostram que o número de aplicações de agroquímicos e de irrigação da lavoura foi reduzido, assim como houve uma economia de quase R\$ 10 mil em investimento. “Inicialmente tivemos receio de diminuir as aplicações que fazíamos praticamente de 5 em 5 dias. Hoje já estamos há 16 dias sem aplicação de fungicida, o que também evitou deixarmos de gastar cerca de R\$ 9 mil com a entrada de avião. A assertividade e a precisão do monitoramento impressionam. Com essa eficiência técnica conseguimos atuar com um calendário equilibrado e ainda evitamos perdas e danos seja na área ambiental ou econômica”, afirma Tiago Santos Rocha, gerente agrícola responsável pela lavoura. “As informações coletadas indicando que as condições não estão favoráveis para as doenças nos deixa mais seguros. Não tenha dúvida que o projeto segue com 100% de aprovação interna”, completa.

A tecnologia - Neste período de estiagem da água e imprevisibilidade cada vez maior do clima, faz-se necessário o uso do monitoramento do micro clima das lavouras para se alcançar uma maior eficiência técnica, econômica e ambiental. “Instalamos equipamentos de precisão que possuem sensores com alta exatidão para monitorar a umidade do solo e do ar, além da temperatura, da chuva e dos orvalhos nas lavouras. Tanto usamos a água para a irrigação de maneira mais racional quanto os agroquímicos na dose certa e no momento correto, promovendo um maior desenvolvimento sustentável da propriedade agrícola”, explica Vitor Balbi, coordenador da Olearys.

Segundo ele, ao planejar melhor a irrigação, além de reduzir o consumo da água sem afetar o desenvolvimento das plantas, é possível diminuir o tempo em que as folhas permanecem molhadas no campo, reduzindo a infecção e a proliferação das doenças que provocam grandes perdas econômicas na cultura da batata.

Para irrigar a lavoura, a plataforma indica, em tempo real, dados sobre a umidade de solo em faixas de 10cm até 60cm de profundidade, apontando com precisão a quantidade e frequência das irrigações. “Já para aplicar o agroquímico, índices de severidade são disponibilizados, indicando a favorabilidade climática para a ocorrência das doenças. Por exemplo, nos primeiros 22 dias de janeiro, a plataforma Hemisphere Pro indicou total ausência de condições favoráveis para a infecção de fungos como o da Requeima, o que propiciou uma enorme segurança ao agricultor em não pulverizar produtos neste período”, informa Balbi, completando que tanto o momento de irrigar quanto o de pulverizar agroquímicos são adotados de forma precisa e segura.

Bem Brasil inova nas embalagens e obtém economia de mais de R\$ 2 milhões

Disponível em: <http://www.diariodearaxa.com.br/Noticia/Cidade/2015/1/Bem-Brasil-inova-nas-embalagens-e-obtem-economia-de-mais-de-R-2-milhoes/15090.aspx>

Data: 16/01/2015

O processo de aperfeiçoamento foi desenvolvido por uma equipe de 11 colaboradores.



A Bem Brasil Alimentos, a maior fábrica de batatas pré-fritas do país, começa o ano de 2015 com a previsão de uma economia que pode chegar a R\$ 2,6 milhões em uma das frentes de produção da indústria das mais relevantes, a embalagem e estocagem da produção.

Trata-se do Projeto de Redução de Embalagens Plásticas e Caixas de Papelão, uma conquista obtida pela equipe de Manutenção da empresa, elaborado e implementado depois de muito estudo e planejamento. O processo de aperfeiçoamento foi desenvolvido por uma equipe de 11 colaboradores e consiste na otimização das dimensões das embalagens usadas para o acondicionamento dos pacotes de batata pré-frita e demais produtos da indústria, com a redução do espaço nas caixas de papelão. Os ganhos contabilizam uma redução geral dos insumos de produção, armazenagem e na logística, facilitando o escoamento da produção.

O gerente de produção da Bem Brasil, Celio Zero, informa que a implementação das mudanças trará uma série de ganhos para a empresa, a começar pela ampliação da capacidade de estocagem, estimada em cerca de 20%. "Hoje, nossa capacidade é de 15 mil toneladas e com a implementação plena, devemos chegar a 17,5 mil toneladas", explica. "A redução de custos com a redução do tamanho e a utilização de espaço interno das embalagens terá um impacto positivo direto no custo de compra desses insumos", acrescenta Zero.

O supervisor observa que os produtos fabricados na Bem Brasil são congelados e exigem amplas câmaras frias para o armazenamento da produção. "Com a esperada expansão do mercado consumidor e da produção, sem essa inovação, logo teríamos a necessidade de ampliar as câmaras frias, com custos elevadíssimos. A viabilidade desse projeto amplia a capacidade de estoque sem que haja essa necessidade".

Uma série de outros ganhos virá ainda em decorrência das medidas, como a redução de custos de transportes, uma vez que carretas levarão cargas maiores, redução de mão de obra e equipamentos no processo produtivo e diminuição no consumo de energia elétrica, com a compactação das câmaras frias. "Tudo isso se traduzirá em um melhor atendimento aos clientes, evitando devoluções e reclamações de produtos ou retorno de cargas", prevê o supervisor.

Inovar hoje, na Bem Brasil, é tão importante, que o plano de incentivo às novas ideias será integrado ao Planejamento Estratégico da empresa, em 2015. Inovação, qualidade e sustentabilidade são conceitos incorporados ao dia a dia da maior empresa de batatas pré-fritas congeladas do país. Tais ideias estão arraigadas na própria essência dessa indústria pioneira, já que, para que o empreendimento fosse levado adiante quebrou-se paradigmas internacionais, ao questionar processos, vencer verdades consolidadas e olhar a produção com olhos empreendedores. "E já que a empresa nos provou que podemos olhar além dos limites que nos impõem, por que não rever os processos de embalagem? Foi assim que a gente inovou mais uma vez", celebra Zero.

Candidata a governadora na Bolívia financiará campanha vendendo batatas

Disponível em: <http://noticias.r7.com/internacional/candidata-a-governadora-na-bolivia-financiara-campanha-vendendo-batatas-16012015>

Data: 16/01/2015

A indígena Felipa Huanca, candidata a governadora de La Paz nas eleições de março, afirmou nesta sexta-feira que financiará sua campanha eleitoral vendendo batatas in natura e desidratadas, conhecidas no país como "chuño". Felipa, que concorre pelo partido do presidente Evo Morales, o Movimento ao Socialismo (MAS), disse à imprensa local que não tem dinheiro para pagar uma propaganda eleitoral "da moda". "Todos perguntam: 'Felipa, de onde tirará o dinheiro?' Nós não temos", declarou categórica a candidata. Ela explicou que fará a campanha "com toda a humildade" e com o apoio da Federação de Mulheres Indígenas Bartolina Cava. A Bolívia realizará em 29 de março as eleições municipais e regionais nas quais a população elegerá os prefeitos e governadores de nove departamentos do país. Atualmente, o MAS governa sete departamentos e a oposição dois: a região amazônica de Beni (nordeste) e a de Santa Cruz (leste). EFE Icl/cdr

Três empresas de Jaraguá se preparam para iniciar exportações

Disponível em: <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/geral/an-jaragua/noticia/2015/01/tres-empresas-de-jaragua-se-preparam-para-iniciar-exportacoes-4685054.html>

Data: 21/01/2015

Ramo de alimentação abocanhou 12 das 50 vagas do Exporta-SC. As selecionadas de Jaraguá do Sul se dedicam a produzir batatas recheadas, cookies integrais e pães de mel.



Rogério Manske e Jerusa De Marchi, da Vitalin, apostam na preparação da empresa para conquistar o mercado internacional com segurança

Os ingredientes que eles mais gostam

Com dois anos e meio de atuação, a Voitila conquistou o mercado nacional e está presente nas principais capitais do Brasil. Agora, o que motiva os sócios Thiago Roger Machado, de 26 anos, e João Paulo Alves, de 24, é a preparação da estrutura para iniciar a fase de **exportações das batatas recheadas congeladas**. Thiago Machado aposta que o produto terá uma ótima aceitação entre o público norte-americano, pois combina os três ingredientes que eles mais consomem: batata, bacon e queijo.

_ Estamos planejando a venda de 30 mil unidades, ou seja, de 15 a 20 toneladas no primeiro bimestre de atuação nos **Estados Unidos** _ diz ele, confiante.

Atualmente, a empresa fabrica cerca de quatro toneladas ao mês, com uma equipe de oito funcionários. Os sócios da Voitila já viam os Estados Unidos e a Europa como mercados muito promissores, mas não tinham condições de investir sozinhos para alcançar este público. Thiago Machado afirma que o apoio do **Sebrae** e a seleção para o **Exporta-SC** estão sendo fundamentais para o projeto.

_ Exportar veio como um "up", mas não podemos minimizar o mercado interno, precisamos continuar crescendo aqui _ planeja Machado, revelando que um dos planos da empresa é montar uma nova fábrica em Jaraguá do Sul para atender à crescente demanda.

Sabor natural na porção certa

A Vitalin também comemora a participação no programa, mas planeja o futuro de forma mais cautelosa. Os sócios Jerusa De Marchi e Rogério Manske salientam que antes que a primeira **venda ao exterior** aconteça, é preciso concretizar outras etapas, como por exemplo a readequação do site e da embalagem dos produtos, que devem receber informações em outros idiomas.

_ Queremos conhecer melhor o mercado norte-americano e ter estrutura para que a exportação venha de forma contínua e com qualidade _ aponta Jerusa.

Outra etapa importante é a **certificação internacional** com a ISO-9001, que a Vitalin vai receber em abril.

_ É uma conquista que vem de um trabalho de quatro anos e nos capacita para este projeto audacioso, que é a exportação _ completa.

Jerusa destaca que entre os diferenciais da marca estão a qualidade dos **cookie**, feitos com ingredientes naturais e **sem glúten**, e as embalagens em tamanho reduzido, chamadas de **porções individuais**.

_ Como um dos maiores problemas dos americanos é a **obesidade**, acreditamos que nosso produto possa ajudá-los a encontrar uma vida mais saudável e com a quantidade ideal para uma pessoa.

Biscoitos caseiros de qualidade

Há quase 29 anos no mercado, a empresa Arco-íris abraça o Exporta-SC como a grande oportunidade para conquistar de forma permanente o **mercado exterior**. A fabricante de biscoitos instalada em **Jaraguá do Sul** chegou a realizar vendas para Cingapura e Indonésia entre 2004 e 2005, quando o dólar em alta se traduzia em resultados mais volumosos para os produtos brasileiros.

_ Também tentamos contatos com a América Latina, mas não prosperou. Por ser uma empresa pequena, não temos estrutura para manter um funcionário fora do Brasil, mas

agora será possível exportar pois teremos todo o suporte do Sebrae, apoio administrativo, fiscal, jurídico e operacional _ explica o fundador Emílio da Silva Neto. Segundo ele, o pão de mel da Arco-íris é feito através de um processo de lenta maturação, o que garante uma qualidade superior do produto, capaz de conquistar o paladar americano. A estimativa é que o faturamento cresça 5% com as vendas internacionais até o final do programa.

Empresas do Vale do Itapocu foram selecionadas para o Exporta-SC do Sebrae

Jundiaiense importa ideia da Bélgica

Disponível em: <http://www.jj.com.br/noticias-11775-jundiaiense-importa-ideia-da-belgica>

Data: 10/02/2015

Após experimentar a batata na Bélgica, o jundiaiense Lucas Machado resolveu “importar” a ideia e abriu uma loja em sua cidade; hoje já são seis em funcionamento.

Durante uma viagem de férias à Bélgica em 2012, uma fila de pessoas chamou mais a atenção do jundiaiense Lucas Machado do que os pontos turísticos da cidade. Muitas pessoas esperavam a chance de comprar a batata frita belga, coberta com vários tipos de molho. “Fiquei curioso e resolvi experimentar. Na fila tinha muitos brasileiros, conversei com eles sobre o que achavam de trazer a ideia para o Brasil e todos disseram que a aceitação provavelmente seria boa. Era a ideia que me faltava para realizar o desejo de empreender que eu já tinha comigo há alguns anos”, conta Machado.

De volta a Jundiaí, o jovem empreendedor de 24 anos resolveu apostar na ideia que teve na Europa. Como já tinha experiência no comércio – ele ajuda o avô até hoje em uma lanchonete – Machado investiu R\$ 70 mil em recursos próprios e abriu a primeira unidade da Belga Mix no centro da cidade. “Minha preocupação principal era o sabor da batata. Fiz muitas perguntas lá na Bélgica e colhi informações para tentar manter o máximo da originalidade do produto”, conta.

A aceitação foi imediata e poucos meses depois ele abriu uma segunda loja, também na região central de Jundiaí. “O produto caiu no gosto dos jundiaenses e as vendas superaram minhas expectativas. Acredito que o fato de trabalharmos com batatas frescas – a maioria das lanchonetes de fast-food trabalham com o produto congelado – influenciou bastante nessa aceitação”, diz.

Franquia – A ideia de franquear a marca surgiu de pedidos dos próprios clientes. Machado diz que muitos moradores de cidades vizinhas, como Várzea Paulista, Campo Limpo Paulista, Francisco Morato, etc, que consumiam a batata em Jundiaí pediam para ele abrir uma loja em suas cidades. “No início do segundo semestre de 2013 resolvi partir para o franqueamento. Investi cerca de R\$ 100 mil na contratação de uma consultoria que me ajudou na formatação do negócio e passei a divulgar a marca no site”, conta. Pouco tempo depois apareceram interessados de vários cantos do Brasil e hoje a Belga Mix está presentes nos estados de São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul e Bahia. “Eles vieram para cá e conheceram a loja e o produto, gostaram da ideia e investiram.”

O interesse pelo negócio, acredita Machado, tem ligação com o fato de o foco da marca ser trabalhar com um produto único. “É mais fácil de administrar e o retorno é rápido. Só vendemos batata frita com molhos tradicionais e especiais, além de bebidas”. Atualmente. A Belga Mix tem três lojas próprias e seis franquias em funcionamento. Ao todo, no entanto, são 18 contratos já assinados e novas unidades serão abertas em breve. “Meu objetivo é abrir três lojas por mês e chegar ao fim do ano com pelo menos 50 unidades ao todo”, adianta Machado.

Perfil – Para abrir uma unidade da Belga Mix, o franqueado precisa investir cerca de R\$ 65 mil (com taxa de franquia inclusa). O acompanhamento para identificação da viabilidade do ponto é feito pelo próprio Machado, que é também quem faz as entrevistas com os investidores interessados. “Procuramos pessoas com comprometimento e que tenham interesse em tocar elas mesmas a unidade. Acreditamos que a chance de sucesso é maior dessa forma”, diz. Outra característica da marca é a localização. Todas as unidades são lojas de rua e, segundo o dono da franquia, não há alterações previstas nessa questão no curto prazo.

Quer aprender a fazer Pringles em casa? Então assista

Disponível em: <https://catracalivre.com.br/geral/gastronomia/indicacao/quer-aprender-a-fazer-pringles-em-casa-entao-assista/>

Data: 10/02/2015

Se você gosta de ficar de bobeira em casa comendo Pringles, essa receita vai te agradar. O Ana Maria Brogui ensina a fazer a batata, igualzinha a vendida no mercado. Confira:



Ingredientes:

1 xícara de água morna
1 xícara de farinha de arroz (não pode ser outra)
1 xícara de purê de batatas instantâneo
1/4 colher de chá de sal
1/4 de colher de chá de fermento químico (é beeeem pouco mesmo)
1 colher de sopa de amido de milho
Óleo de coco ou de amendoim para fritar

Assista ao vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=E55rRK3bMpA>