OLEOFINOS MAGAZINE

OLEOFINOS®

INDUSTRIA LIMPIA
PAN PRO EXTRA
DÍA DE LA TIERRA
ALIMENTOS EMPACADOS

Año 5, número 2

BIENVENIDOS

www.oleofinos.com.mx

CARTA EDITORIAL

¡Bienvenidos a una nueva edición de su revista Oleofinos Magazine!

En esta edición hablaremos de nuestra grasa para panificación que ha tenido un gran crecimiento este año: Pan Pro® Extra. Entre sus principales ventajas es que es una grasa que ayuda al fácil amasado en la panadería tradicional, además es saludable y ligera, lo que la convierte en una grasa ideal para las panaderías tradicionales, ¡te invitamos a conocerla!

Más adelante hablamos de Industria Limpia, un programa que otorga un certificado en temas ambientales, el cuál se obtiene a través de una serie de auditorías. En el artículo te platicamos a detalle de qué trata y el por qué es de suma importancia para nosotros.

También hablamos del Día de la Tierra, un día que se conmemora desde hace algunos años, y que nos recuerda lo importante que es cuidar nuestro planeta y el ambiente donde vivimos y trabajamos. En esta ocasión dimos un enfoque con la situación actual que enfrentamos a nivel mundial, en donde abordamos la serie de retos que hay que afrontar tanto de manera individual como en colectivo.

Para finalizar tenemos un artículo de Mundo PMMI (medio de comunicación acerca de empaques y procesamiento de alimentos y bebidas) donde mencionamos el área de oportunidad que existe con los alimentos empacados, una tendencia que viene a la alza desde hace varios años.

Muchas gracias por leernos y esperemos disfruten de la lectura de esta nueva edición de Oleofinos Magazine.

Comité Macoo

NUESTRO DIRECTORIO

PLANTA ZAPOPAN
Francisco Montejano Palacios #25
Col. La Venta del Astillero
Zapopan, Jalisco 45221
Tel. (33) 3777-4800
Fax. (33) 3777-4832

PLANTA CHINAMECA
Ignacio Altamirano #219
Col. Maseca
Chinameca, Veracruz 95980
Tel. (922) 2250-590

OFICINA CIUDAD DE MÉXICO
San Francisco # 657-A Int 1-B
Col. Del Valle
Deleg. Benito Juárez, México DF
03810 Tel. (55) 1107-8758
Fax. (55) 5543-1248

Blvd. Benito Juárez No. 10 int H3, San Mateo Cuautepec, Desarrollo Tultipark II Tultitlán, Edo. de México, C.P. 54948

OFICINA SANTA CATARINA, NUEVO LEÓN
América del sur #139
Col. Unidad Industrial II 66367
Santa Catarina, Nuevo León.
Tel. (81) 8059-2691

OFICINA LEÓN, GUANAJUATO
Lambda #403-C
Fracc. Industrial Delta 37545
León, Guanajuato
Tel. (477) 194-4988

OFICINA ORIZABA, VERACRUZ
Héroes de Chapultepec #545
Col. Barrio Nuevo, Orizaba, Veracruz
C.P. 94340
Tel. (272) 115 32 39

OFICINA HERMOSILLO
Camelia #531, entre Carlos Caturegly y Leandro P. Gaxiola, Colonia Santa Isabel
Hermosillo, Sonora, C.P. 83130

OLEOFINOS®

Oleofinos @oleofinos

Todos los contenidos de esta publicación son propiedad de OLEOFINOS. Está prohibida su reproducción parcial o total. Si usted desea hacer uso de algún contenido, de favor envíe una solicitud a mkt@oleofinos.com.mx

Pan Pro® Extra.

La grasa de fácil amasado

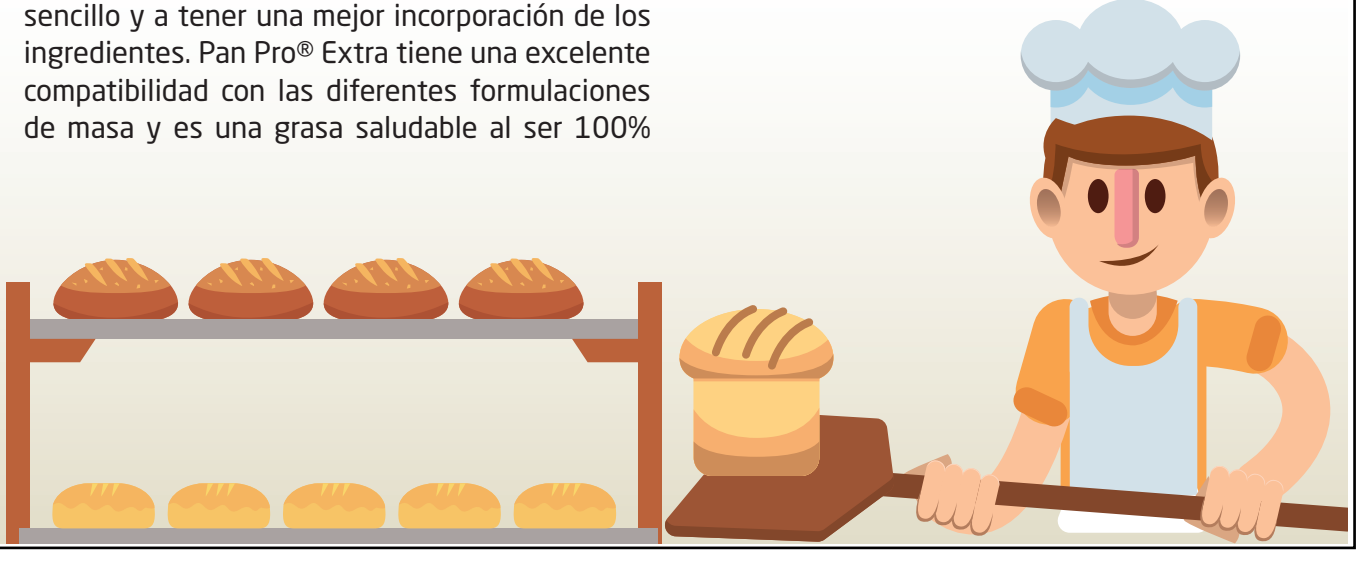
La mejor opción en grasa para panificación, gracias a las diversas características que la vuelven saludable.

Pan Pro® Extra es una de nuestras grasas con mayor crecimiento en el ámbito de panaderías, además es funcional en diferentes giros de la industria alimenticia, como la galletería y freído, o para la elaboración de tortillas de harina, churros, donas, pizzas, pan pita y tamales.

Dentro de sus características principales está su suavidad, que ayuda a que el amasado sea más sencillo y a tener una mejor incorporación de los ingredientes. Pan Pro® Extra tiene una excelente compatibilidad con las diferentes formulaciones de masa y es una grasa saludable al ser 100% vegetal, sin hidrogenar y libre de ácidos grasos trans.

Pan Pro® Extra cuenta con un sabor neutro para que el sabor de los alimentos quede intacto sin alterar el proceso de elaboración del pan.

Todas estas características la convierten en una de las mejores grasas saludables del mercado.



Conoce la certificación Industria Limpia

El Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA) se creó en 1992 bajo iniciativa de la Profepa, y se le conoció como Industria Limpia. El Programa consiste en una serie ordenada de actividades necesarias para fomentar la realización de auditorías ambientales. El ingreso al programa es de carácter voluntario al cual pueden adherirse las organizaciones productivas que así lo deseen con la finalidad no sólo de ayudarse a garantizar el cumplimiento efectivo de la legislación, sino mejorar la eficiencia de sus procesos de producción, su desempeño ambiental y su competitividad.

La auditoria ambiental tiene como finalidad conocer y examinar la situación que guarda la empresa, identificar áreas de oportunidad para hacer ajustes y correcciones en donde existan condiciones que dañen o puedan afectar el ambiente, promoviendo la mejora del desempeño ambiental de la instalación.

Como herramienta técnica, identifica las áreas ambientalmente críticas de una instalación empresarial y sus procesos, permitiendo formular soluciones técnicas y de gestión apropiadas.

Es una evaluación sistemática, documentada y objetiva de la efectividad de las acciones realizadas para cumplir con la legislación ambiental y lograr un desempeño superior al exigido por la misma, debe ser independiente y capaz de identificar los problemas presentes y futuros.

Los pasos básicos de una auditoría son la obtención de información ambiental, la evaluación de ésta y el establecimiento de conclusiones que incluyan la identificación de aspectos que deban ser mejorados.

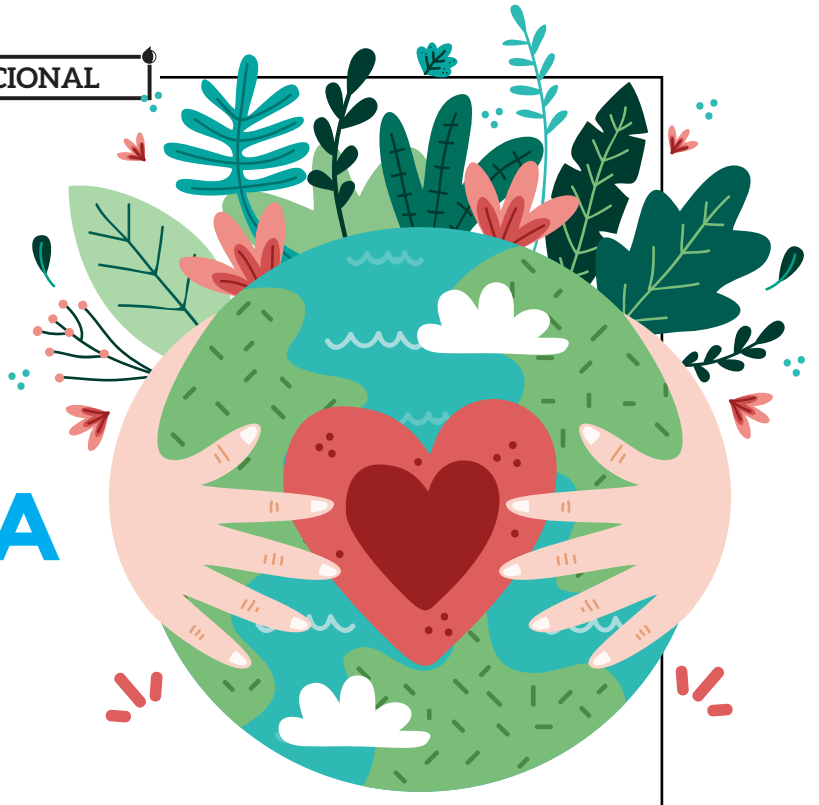
Las auditorías ambientales revisan dos aspectos:

- El cumplimiento de la ley
- La implementación de buenas prácticas ambientales.

Como resultado de ésta revisión la PROFEPA otorga un certificado ambiental, siempre y cuando las instalaciones operen en óptimas condiciones.

Este certificado es de suma importancia para Oleofinos, ya que nos permite desarrollar nuestros procesos de manera más eficiente y con menor impacto en el medio ambiental.

En Oleofinos, tenemos un fuerte compromiso con el medio ambiente, observando puntualmente los procesos de este programa.



DÍA DE LA TIERRA, EN MEDIO DE UNA TEMPORADA DE RETOS

El día 22 de abril de 2020 se celebró el Día Internacional de la Tierra en su 50 aniversario. Una fecha para recordar el lugar que habitamos, la importancia de cuidarlo, de dejarlo respirar.

Prueba de ello son los efectos que ha tenido el aislamiento por el Coronavirus: reducciones históricas de gases contaminantes en todo el mundo; la caída de la contaminación acústica; la imagen del agua, ahora más cristalina que nunca; o el atrevimiento de los animales a acercarse a las zonas más urbanas.

Según la Organización Mundial Meteorológica (WMO, por sus siglas en inglés), durante los últimos 5 años se han registrado las temperaturas más altas en la historia, además, según la organización, la tendencia continuará creciendo.

De acuerdo con las estimaciones del Centro Líder para la predicción del clima anual durante las décadas, de la WMO, durante el período 2020-2024 se espera que se establezcan nuevos récords de temperatura.

Para la organización, la crisis del COVID-19 ha permitido la reducción de los gases de efecto invernadero, pero ha imposibilitado la discusión sobre las medidas para reducir el cambio climático.

"Tenemos que aplanar la curva de la pandemia y del cambio climático", señaló Petteri Taalas, secretario general de la WMO.

También llamó a que la unidad internacional que se ha desarrollado para combatir la pandemia de COVID-19 continúe, para combatir también los estragos que actualmente existen en el clima.

Además, alertó que, con la pandemia la crisis climática no desaparece, sino que complica la situación de los distintos países; sobre todo en el caso de aquellos que ya enfrentan las consecuencias del cambio climático.

En ese sentido, acusó que los países que enfrentan el Covid-19 con debilitados sistemas de salud están menos preparados para atender, por ejemplo, los casos de los afectados por las olas de calor o las consecuencias de fenómenos naturales como los tornados y tormentas.

En relación con la pandemia y la crisis climática, el secretario general de la ONU, Antonio Guterres, también se pronunció.

"Hay otra y más profunda emergencia, la creciente crisis ambiental que enfrenta el planeta. La biodiversidad tiene un fuerte declive y la crisis ambiental está llegando a un punto de no retorno, dijo Guterres.

Por ello, llamó a que todos participen de las acciones encaminadas a proteger el medio ambiente y al mismo tiempo combatir la crisis por coronavirus que azota al planeta.

Además, señaló que la recuperación de la crisis por COVID-19 es una oportunidad de empezar a hacer las cosas bien, en el objetivo de luchar contra el cambio climático.

El COVID-19 obligó a todo el planeta a responder de forma inmediata a un problema de salud que creció repentinamente, pero que no está desligado a décadas de abusos a la naturaleza. La incertidumbre ronda en los temas ambientales y económicos, pero los expertos coinciden en que volver al escenario previo a la crisis sería la peor opción.

Hoy más que nunca una de las mayores dudas en el mundo es qué pasará con el planeta, no solo durante la pandemia del Covid-19, sino después de que termine la crisis sanitaria.

Para el Día Internacional de la Tierra, que se conmemora el 22 de abril, las Naciones Unidas reflexionan sobre el sufrimiento de la naturaleza. No se pueden olvidar los recientes incendios en Australia y anteriormente los ocurridos en la Amazonia, o la peor invasión de langostas de los últimos 70 años en Kenia.

Hoy, la pandemia causada por el virus Covid-19 es la más reciente angustia y no solo está relacionada con la salud humana, sino con la salud de los ecosistemas. ¿Cómo empezar a gestionar los ecosistemas y los sistemas de producción? ¿Qué políticas y compromisos deberían surgir? En otras palabras, ¿qué futuro le espera a nuestro planeta?

Sin duda, estas preguntas no son fáciles de responder. De hecho, todavía es difícil determinar el curso que tomará la pandemia y son muchas las dudas que existen en torno al virus y el control de la crisis. La ciencia encuentra nueva evidencia cada día y las medidas que se tomaron semanas atrás pueden replantearse rápida y constantemente. El medio ambiente y la economía no son ajenos a todo lo que pasa y, por paradójico que suene, lo único seguro, según los expertos, es que sigamos en un escenario de incertidumbre.

La crisis sanitaria mundial ha traído efectos visibles y aparentemente positivos como la mejora de la calidad del aire o la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero debido a las cuarentenas que se desarrollan en muchos países. Sin embargo, si no se generan cambios a largo plazo, estas mejoras no serán más que temporales.

"Ahora nos enfrentamos al Covid-19, una pandemia sanitaria mundial con una fuerte relación con la salud de nuestro ecosistema. El cambio climático, los cambios provocados por el hombre en la naturaleza, así como los crímenes que perturban la biodiversidad, como la deforestación, el cambio de uso del suelo, la producción agrícola y ganadera intensiva o el creciente comercio ilegal de vida silvestre, pueden aumentar el contacto y la transmisión de enfermedades infecciosas de animales a humanos", reconocen las Naciones Unidas.

Por otra parte, las Naciones Unidas han asegurado que el brote del Covid-19 representa un riesgo enorme para la salud pública y la economía mundial, pero también para la diversidad biológica. Sin embargo, también ha dicho que la biodiversidad puede ser parte de la solución, ya que una diversidad de especies dificulta la propagación rápida de los patógenos.

No cabe duda que esta situación representa un excelente tiempo de reflexión y análisis sobre el cuidado que hacemos con todo el medio ambiente que nos rodea.

Fuentes: ONU, National Geographic, Notimex.

Amplio menú de oportunidades para la industria de alimentos empacados en México.

En 2019 las ventas repuntaron hasta alcanzar un valor ligeramente superior a 1 billón de pesos mexicanos, impulsadas por la expansión de los minoristas, la innovación en los productos y la conciencia de los hábitos alimenticios.

Por Lilián Robayo

La industria de alimentos empacados en México ha experimentado en los últimos dos años un crecimiento moderado de ventas en volumen, que se acelerará en los próximos años de acuerdo con las predicciones realizadas por Euromonitor International, en su informe "Packaged Food in Mexico 2019" ("Alimentos Empacados en México 2019").

La incertidumbre ha sido un factor presente en la escena económica mexicana durante los últimos dieciocho meses. La candidatura y posterior elección de Andrés Manuel López Obrador como nuevo presidente, así como las demoras en la renegociación de los tratados de comercio con Estados Unidos y Canadá ocasionaron una desaceleración, que se tradujo en una disminución durante 2018 en las ventas minoristas de alimentos empacados. Una vez despejadas algunas expectativas, en 2019 las ventas repuntaron hasta alcanzar un valor ligeramente superior a 1 billón de pesos mexicanos, impulsadas por factores como la expansión de los minoristas, la innovación en los productos y la conciencia cada vez mayor que tienen los consumidores en temas relacionados con sus hábitos alimenticios. Para el año 2024 Euromonitor International prevé un crecimiento anual promedio de 6,3 %, cercano a los 1,5 billones de pesos mexicanos.

Ante la reducción de la incertidumbre política se esperan mayores inversiones en el país, así como un avance económico en términos generales. Se prevé que los alimentos envasados registren un crecimiento acelerado durante el período de pronóstico del estudio (2019-2024) en comparación con lo observado durante el período de revisión (2014-2019).

El agitado ritmo de vida de las ciudades y el aumento del consumo de alimentos fuera de los hogares, entre otros factores, dinamizan la industria de los productos empacados y van dejando algunas categorías por fuera, como la de alimentos básicos, que podrán ser desplazados por alternativas más convenientes como carnes precocinadas, comidas y ensaladas preparadas, entre otras opciones cómodas y asequibles.

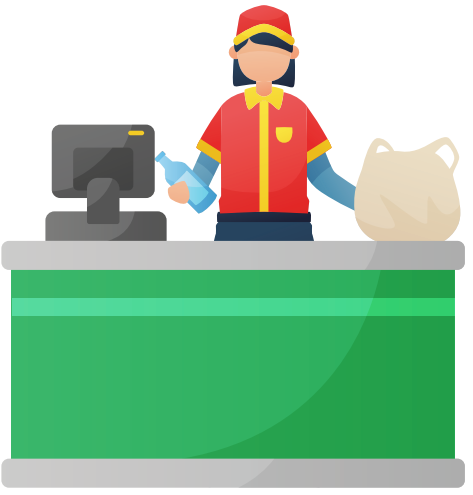
Productos empacados y alimentos preparados

La conveniencia tanto en los empaques como en los contenidos, la preferencia por opciones naturales y nutritivas y la expansión de las alternativas que ofrecen las grandes compañías han sido impulsores de la innovación y el desarrollo de productos más competitivos en diferentes áreas del mercado. Esto se puede evidenciar en ofertas como las de sustitutos de la leche, bebidas de soya, arroz, avena, entre otras, que han tenido un crecimiento dinámico en ventas; se espera, además, que aumenten su variedad para el periodo de predicción del análisis.

Si bien en México el pan, la carne y el queso siguen siendo ampliamente vendidos en sus versiones frescas y no empacadas, factores como la comodidad en el almacenamiento, la duración y el uso han impulsado el crecimiento de estos productos en los formatos empacados tanto entre los distribuidores minoristas como entre los consumidores.

En el futuro es probable que artículos como las pechugas de pollo enlatadas ofrecidas por Member's Mark, en los clubes de almacenes (Sam's Club), o la marca Butterfield Farms, en los supermercados, ganen popularidad entre el público mexicano.

Por su parte, en 2019 algunas de las empresas líderes en alimentos básicos enfocaron su esfuerzo en desarrollar ofertas con mayor valor y sofisticación, incluyendo recetas y comidas listas para consumo que se pueden comercializar a precios más altos. Se espera que, al igual que con los productos empacados, esta tendencia crezca en los años siguientes y que marcas como La Costeña, Bachoco, La Huerta, Dolores, Tuny y Chata extiendan su portafolio de productos; así mismo, se prevé que la participación de nuevas marcas como Sinaloa, El Gallo, Guisy y Avilés impulse el crecimiento de esta categoría.



Adaptación y optimismo

En los últimos años los vendedores minoristas modernos han adaptado su oferta y la disposición de los productos para ser más eficientes y atraer a sus clientes; este cambio ha sido determinante para el crecimiento en ventas de productos empacados, ya que se ha reducido o eliminado la venta de productos a granel en estos comercios para dar cabida a refrigeradores donde se exhiben los productos previamente empacados. Con esta nueva dinámica se ha dado mayor importancia al empaque y a la información que este contiene, y se está incentivando en las empresas la innovación y el desarrollo de diferentes formatos, ajustados a las necesidades de los consumidores y los vendedores.

Comidas fuera de casa

Cada día es mayor la cantidad de personas que come por fuera de sus hogares para evitar desplazamientos prolongados en las grandes ciudades, comportamiento que ha determinado la manera de consumir los alimentos de importantes segmentos de la población. Por ello los servicios de alimentos cada vez ganan más importancia y las compañías se están enfocando en ofrecer sus marcas a estos operadores. Formatos pequeños y porciones individuales de salsas, aderezos, chile en polvo, entre otros, se encuentran disponibles no solo para el consumo sobre la marcha, sino también como productos de uso individual dentro de un comercio de alimentos. A esto se suma el crecimiento de los servicios a domicilio impulsado por plataformas como Uber Eats, que estimula el consumo de productos en formato individual.

Para satisfacer esas nuevas necesidades de los consumidores, los operadores de servicios de alimentos buscan cada vez más productos preparados o enlatados que faciliten la operación, agilicen la atención y disminuyan los costos operativos.

Para ello cuentan con empresas como Pacific Star (PFS de México) que ofrece una amplia gama de productos, servicios y una logística organizada que garantiza la calidad y trazabilidad en los alimentos. Por su parte, algunos operadores pequeños se inclinan por almacenes mayoristas de autoservicio como City Club, Wal-Mart o Costco.

Para los operadores en general, el precio sigue siendo el principal factor en la decisión de compra, pero se espera que en los próximos años ganen relevancia la calidad y el servicio y que se estimule la competencia en este sector.

Alimentos y combustibles

Uno de los canales de distribución de alimentos empacados que se está desarrollando ampliamente en México son las tiendas en las estaciones de servicios. Con la reforma energética de 2013, que abrió el mercado de combustibles a compañías privadas, se aumentó el número de empresas que ingresaron a este canal.

Marcas como OXXO y 7- Eleven (tiendas de conveniencia) lanzaron sus estaciones de servicio, OXXO Gas y Petro-7, mientras que marcas líderes en la venta de combustibles como Total, Repsol, BP y Shell, entre otras, también comenzaron a establecer o comprar estaciones de servicio existentes, en las que incluyen la venta de productos empacados.
La hora del café

La expansión de las tiendas especializadas en café y té contribuye a que esta categoría lidere las ventas en los servicios de alimentación. Igualmente, están apareciendo nuevos competidores como cafeterías independientes o pequeñas cadenas y tiendas de conveniencia que ofrecen productos frescos de pastelería, barras de cereal y pasabocas. Un atractivo especial de estos puntos de venta es la oferta que generalmente tienen de espacios de trabajo con conexión de Internet inalámbrico, una propiedad que atrae a clientes jóvenes que buscan un espacio para trabajar y reunirse con amigos.

En términos generales, el informe de Euromonitor International sobre el mercado de alimentos empacados en México señala que existen buenas perspectivas para el negocio y para el consumidor. En la medida en que la incertidumbre disminuya y con la entrada de varios competidores en el mercado y los planes de inversión anunciados por los principales actores, se espera un desempeño general positivo, impulsado, además, por la apertura de nuevos puntos de venta y el aumento en el turismo. Recursos como la inclusión de proveedores nacionales y mejoras en el servicio al cliente servirán a las empresas para continuar enfrentando los desafíos que presenta la industria e impulsarán el crecimiento de las ventas en los próximos años.

Fuente original del artículo:
https://www.mundopmmi.com

Grasa de textura suave

Pan-Pro®

EXTRA

Grasa para Panificación y Freído

Grasa saludable.
100% vegetal.
Libre de olores o sabores.
Libre de ácidos grasos trans.
Sin hidrogenar.
Sin colesterol.

industrializadora oleofinos
oleofinos @oleofinos
www.oleofinos.com.mx

OLEOFINOS®
800 822 4035

En 2020 queremos verte bien

GALARDÓN Jalisco A LA EXPORTACIÓN 2019