

Especial

La tradición de Ramo recorre varios países



La compañía espera aumentar 54% sus exportaciones al cierre del año.

Esfuerzo exportador

En los últimos cinco años, la tradicional empresa Productos Ramo le ha puesto el acelerador a la expansión internacional.

Ese plan y sus resultados fueron los que tuvo en cuenta el jurado calificador de los Premios Portafolio 2023 para otorgarle el premio en la categoría Esfuerzo Exportador.

Según explica esta empresa que celebra 72 años de historia, la internacionalización la ha forjado gracias a una estrategia que tiene varios componentes: un enfoque incansable en la innovación, la mejora continua y una vocación exportadora como fundamento del negocio internacional.

Ramo ha desarrollado su capacidad de adaptación a las diversas necesidades de mercados globales, forjando estrategias que permitan entender las particularidades de cada mercado.

Actualmente, la empresa está presente en varios países del mundo.

Sus productos llegan a Estados Unidos, Canadá, Chile, México, Australia, Nueva Zelanda, España, Francia, Holanda, Bélgica, Alemania, Inglaterra, Italia, Portugal, Noruega, Austria, Polonia, Finlandia y Suecia.

Próximamente, estarán presente en los mercados de países de la región Andina como Ecuador, Venezuela y Panamá. Durante 2021,



Según la empresa, en julio del 2023 sus ventas crecieron un 587% vs. la venta de igual mes del año pasado”.

las ventas al exterior registraron un crecimiento de 85% respecto a 2020, en 2022 un crecimiento del 128% frente al 2021.

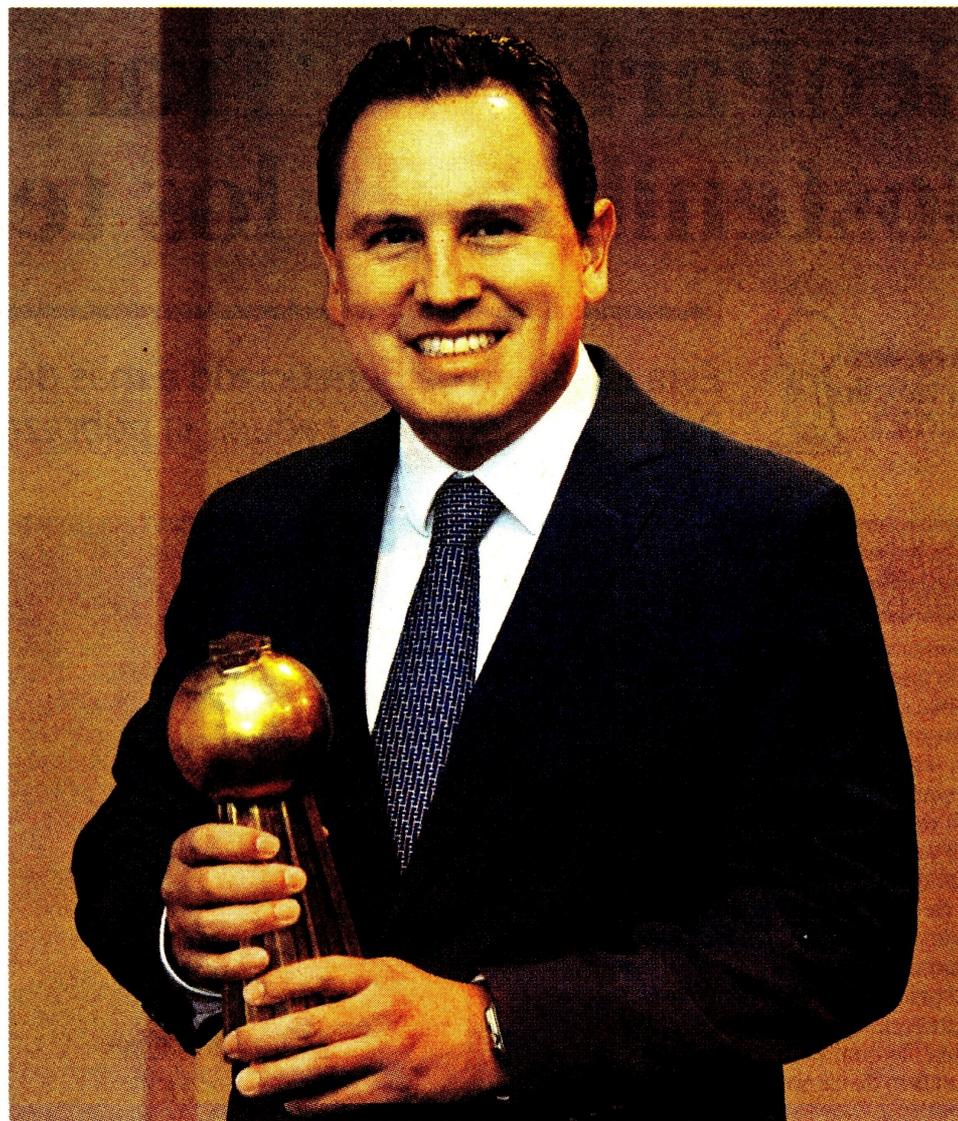
La expectativa para el cierre de este año es alcanzar un crecimiento de 54%.

Según reporta la empresa, en julio del 2023 sus ventas crecieron un 587% vs la venta que tuvo en igual mes del año pasado.

“Mensualmente vendemos a nivel internacional alrededor de 1.300.000 unidades de distintas referencias como Choco Cake, Cake Bar, Choco Brownie, Ponqué Felicidades, Maizitos, Tostacos, Nachos y Achiras”, afirma.

Durante los últimos años ha logrado obtener primeras posiciones en puntos de venta en la Florida. En esa zona de Estados Unidos ha logrado la codificación en Publix y Sedano's, entre otros.

De igual forma en la Zona Triestatal (Nueva York, New Jersey, Connecticut) regis-



Santiago Molano, director de Negocios Internacionales de Ramo. Diego Cauayo/Portafolio

tra un crecimiento del 47% acumulado, dando apertura a nuevas zonas en Brooklyn y Pensilvania.

Gracias a su plan de visibilidad, por ejemplo, ha ubicado 12.000 displays y 80 exhibidores en puntos de venta como Food Bazaar, Key Foods, Trade Fair, City Town y Supremo, entre otros.

En el mercado norteamer-

icano también llega a Texas incursionando en cadenas de conveniencia como nuevo canal, y codificando en HEB, El Rancho y Fiesta.

“Durante décadas hemos trabajado con pasión y altísima calidad para conquistar con éxito corazones y paladares”, destaca la compañía.

Y agrega que a esta histo-

ria de “amor rentable y sostenible” se ha sumado un nuevo hito, con su producto más icónico, el Chocoramo, que ha logrado sumar nuevos destinos mundiales.

Últimamente ha entrado a Europa, entregando no solo calidad, sabor y frescura sino también la identidad alegre y diversa de nuestro país. ☺

Asfalto modificado, novedad de Ecopetrol

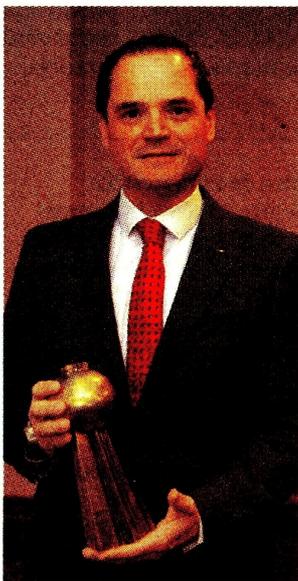
Innovación

Desde finales del 2021 Grupo Ecopetrol empezó a pensar en un proyecto de economía circular que incluyera productos de su portafolio petroquímico e industrial y que aportara a la sostenibilidad del planeta.

Ese es el origen del asfalto modificado con plástico reciclado que mereció a la compañía el Premio Portafolio en la categoría Innovación. Según la empresa, el

proyecto es fruto de un “gran trabajo en equipo que ha involucrado a nuestros clientes de asfalto y polietileno, vicepresidencias de Comercialización y Mercadeo, Upstream, HSE, Asuntos Corporativos y secretaría general, así como a empresas del Grupo Empresarial como Esentia”.

Este material está hecho para todas las vías en Colombia que aplican o requieren asfaltos modificados y para todas las vías en instalaciones industriales del



Felipe Trujillo, gerente de Productos y Petroquímicos de Ecopetrol. Diego Cauayo/Portafolio

Grupo Ecopetrol. Además, el plástico posconsumo incorporado en el asfalto es recolectado por recicladores en todo el país, con lo que la mayor compañía del Colombia aporta a la dignificación de quienes se dedican a este oficio.

Con esta iniciativa se busca reducir la cantidad de plástico que actualmente llega a las fuentes hídricas y rellenos sanitarios y sustituir los polímeros originales importados que hoy se usan para la modificación del asfalto por plásticos reciclados de procedencia nacional.

De paso, con este producto se da valor a plásticos flexibles (bolsas) fabricados



Da valor a los plásticos flexibles (bolsas) fabricados con polietileno de baja densidad, que antes no tenían precio en el mercado del reciclaje”.

con polietileno de baja densidad que anteriormente no tenían valor en el mercado del reciclaje y por lo tanto se desechaban y generaban mayor contaminación a los ecosistemas.

Desde el año pasado, cuando empezó a operar en forma la producción de este asfalto modificado numerosos proyectos lo han incluido.

La empresa destaca como un indicador de lo que ha logrado con esta innovación la gestión con las entidades del Estado que, a la vez, son los mayores contratantes de obras en el país con el propósito de establecer como política pública el uso de este nuevo material.