

NOVEDADES DE LA INDUSTRIA

El grupo Pérez Companc adquirió Bolland

Tres años después de haber regresado al sector de petróleo y del gas, en noviembre último el Grupo Pérez Companc concretó una operación que le permitió duplicar su volumen de negocios en esta industria con la adquisición de Bolland, compañía nacional del rubro con 81 años de trayectoria, que con sus más de 1200 colaboradores, es uno de los actores más diversificados y relevantes del sector de servicios petroleros.

Bolland se complementa estratégicamente con Pecom. En operaciones y mantenimiento brinda servicios en zonas geográficas en las que PECOM no participa (Santa Cruz Norte - Sur Mendoza). Pero además tiene unidades de negocios complementarias con un claro liderazgo en el mercado de productos químicos y en la fabricación de bombas mecánicas con tecnología propia que sin duda permitirán agregar valor a la oferta de servicios de PECOM a sus clientes. Por último, y al igual que con la reciente adquisición de Tel3, Bolland agrega valor sumando clientes muy relevantes.

En lo operativo, Bolland se integra a PECOM consolidando una compañía en inmejorable posición para encarar los desafíos que Vaca Muerta representa en reservorios no convencionales. Los nuevos servicios y la experiencia consolidada le permitirán ofrecer una gestión integral de yacimientos además de asegurar su expansión afuera de la Argentina, a partir de la presencia

que la compañía adquirida tiene en varios países de la región (Brasil, Bolivia, Colombia).

Con esta adquisición, PECOM se transforma en una compañía de más de 5000 empleados y un volumen de facturación anual en torno a los USD 800 millones. Así se posiciona como la mayor compañía nacional de servicios petroleros y ocupa un rol destacado en servicios y obras de energía eléctrica y telecomunicaciones.

“La adquisición de Bolland nos permite convertir a PECOM en el mayor jugador de capitales nacionales en el mercado de servicios petroleros. En Oil&Gas la nueva PECOM tendrá la ventaja competitiva de ofrecer a los operadores soluciones integrales, desde O&M hasta bombas mecánicas; a eso suma electricidad y telecomunicaciones, ofreciendo un servicio completo a nuestros clientes”, puntualizó Pablo Antunez, CEO del Grupo Pérez Companc.

Por su parte, Luis Pérez Companc aseguró que “en energía, dimos un paso muy importante en 2015, y en poco más de 3 años con el crecimiento orgánico y la incorporación de Tel3 y luego Bolland, duplicamos la compañía para enfrentar con éxito los desafíos que el crecimiento de la Argentina plantea para este sector”.

“Esta adquisición reafirma la visión estratégica del Grupo Pérez Companc de ser referentes y protagonistas en la construcción de un futuro mejor para nuestro país, y nuestro aporte como grupo empresario se materializa en inversiones como esta y en el esfuerzo que las 10.000 personas que lo conforman hacen por generar valor todos los días”, concluyó.



Pampa Energía y Vestas donan energía eólica a dos escuelas



Pampa Energía y Vestas, en convenio con la Asociación Argentina de Energía Eólica (AAEE), financiaron la construcción, la instalación y la capacitación para tareas de mantenimiento de un aerogenerador de 350W de potencia. Las instituciones beneficiadas son el Jardín de Infantes Rural Matrícula Mínima N° 4 y la Escuela Primaria Rural N° 6 Hipólito Irigoyen, ubicada en la localidad de Calderón, partido de Coronel Rosales, provincia de Buenos Aires.

Junto a la instalación del aerogenerador que abastecerá de energía eléctrica sustentable a las dos instituciones educativas, se realizará una capacitación a para su uso, operación y mantenimiento a 24 alumnos procedentes de las Escuelas Técnicas N° 2 y N° 4 de Bahía Blanca. Unos 36 alumnos de las escuelas técnicas N° 1 de punta alta, N° 2, N° 3, N° 4 y el Instituto Técnico La Piedad de Bahía Blanca.

El aerogenerador que se instala es de eje horizontal, tripala, de 350W de potencia nominal (1,8m de diámetro de aspas) es de diseño Piggott (www.scoraigwind.com), y se fabrica en el mundo desde hace más de 30 años. Varias ONG lo utilizan en la actualidad con fines

sociales, por su sencillez de diseño, su robustez y su bajo mantenimiento.

Pampa y Vestas se unieron a la AAEE, debido a que esta asociación realiza habitualmente este tipo de proyectos educativo-sociales con el fin de capacitar a un grupo de personas en la fabricación de un aerogenerador desde cero, luego instalan el equipo en una comunidad, escuela, etc. Mediante este enfoque, acerca el conocimiento a la zona de implementación, de manera de dar sostenibilidad al proyecto, así la comunidad local luego puede replicar la experiencia y fabricar otros equipos, además de dar correcto mantenimiento al equipo fabricado e instalado.

Pampa Energía posee en Bahía Blanca el Parque Eólico Ing. Mario Cebreiro, inaugurado en mayo de este año y está construyendo otros dos parques en la zona, uno de ellos, ubicado dentro del partido de Coronel Rosales.

YPF mostró la fábrica de su lubricante estrella: Elaion

La empresa YPF abrió las puertas del Complejo Industrial La Plata y en una actividad a la que sumó a los automovilistas de TC2000, Agustín Canapino y Federico Villagra exhibió su planta de lubricantes, en la cual desde 1993 produce su línea Elaion.

En su complejo bonaerense, la planta industrial más grande de la Argentina, la empresa produce naftas, gasoil, lubricantes, asfaltos y variedad de petroquímicos. Allí, esta semana se realizó una presentación que





involucró al gerente del servicio técnico de Lubricantes y Especialidades, José Luis Durán, quien explicó la tecnología que utilizan los vehículos de competición y describió el futuro del mercado a partir de la irrupción de los automóviles eléctricos.

“La electricidad como vector de impulsión es una realidad, hoy se busca optimizar el rendimiento de las baterías y el aumento de la autonomía de uso”, explicó

Durán, uno de los máximos especialistas en lubricantes de nuestro país. En esa línea estimó que “las grasas siliconadas tendrán una producción masiva acompañada de nuevos aspectos tecnológicos, sin necesidad de lubricar aros y otras autopartes, solo se aplican a los ejes de los componentes del electropropulsor”.

Del encuentro participaron el ministro de Ciencia e Innovación de la provincia de Buenos Aires, Jorge Elustondo, autoridades locales, directivos y técnicos de YPF, empresarios y medios de prensa.

Luego de la charla pública (de Canapino, Durán y Villagra) hubo una recorrida por la planta de lubricantes donde los responsables de las distintas áreas explicaron cómo se producen los lubricantes, cómo se envasan y cómo mediante un sistema inteligente se preparan y embalan los pedidos a todos el país y a gran parte de Latinoamérica. Elaion lidera el mercado local con más de cuatro millones de clientes.

El cierre fue a todo motor. En una zona de parque, perfectamente delimitada, los pilotos exhibieron sus capacidades de manejo acompañados por algunos de los visitantes. Ambos son pilotos oficiales de YPF.



Schneider Electric: tres lecciones para la transformación digital

No cabe duda: el papel del CIO en el mundo digital actual está cambiando más rápido que nunca. Ya no solo administramos sistemas y servicios informáticos para toda la empresa. En cambio, ofrecen un aporte clave para formular e impulsar la estrategia de transformación digital de la empresa, asegura un comunicado de la empresa especializada en electricidad Schneider Eléctrico.

Después de todo, asegura, los servicios digitales son inherentemente propuestas de valor centradas en el cliente, así que nuestro rol es fundamental para garantizar que cada nivel de la empresa tome al cliente como eje.

É incluye aquí algunas lecciones concretas para iniciar este viaje:

Definir los pasos evolutivos: digitalización versus digital

Comencemos por el principio. Hace mucho que los CIO lidiamos con los términos “digitalización” y “digital”, a veces sin pausa, para aclarar confusiones o hacer distinciones relativas a estos dos conceptos muy diferentes. Jeanne Ross, la principal especialista en investigación científica del Centro para la Investigación en Sistemas Informáticos del MIT, brinda una explicación clara (en inglés). Nosotros comprendemos la diferencia estratégica, pero ¿la entiende el resto de la empresa?

Veamos un ejemplo claro de la industria aeronáutica ¿Recuerdan que hace diez años debíamos interactuar con un representante de la aerolínea a fin de obtener nuestra tarjeta de embarque y esperar a que el representante escribiera velozmente en su computadora para que la tarjeta impresa llegara a nuestras manos? Ahora, las aerolíneas han digitalizado ese proceso, es decir, está automatizado. Pero eso no es todo. La mayoría de las aerolíneas ahora ofrecen servicios digitales, es decir, crearon una experiencia de usuario que le suma valor a la digitalización en relación con el cliente, por ejemplo, con aplicaciones u ofreciendo terminales de autogestión amigables que eliminan el misterio y la complejidad de obtener la tarjeta de embarque. Los servicios digitales son un imperativo comercial en la mayoría de los sectores, y la digitalización es una herramienta importante que posibilita estos servicios. Sin embargo, solo la digi-

talización no convierte a un negocio en una empresa digital. Es crucial que comuniquemos el significado de estos términos a los equipos que impulsan las transformaciones digitales en procesos con menor visibilidad.

Recorrer la empresa para comunicar su estrategia digital

Comunicar la propuesta de valor digital global en toda la empresa es fundamental. De esta forma se inspira a los empleados y se brinda herramientas para que se concrete la transformación digital. En cuanto tengan una estrategia y una planificación digital definida y con una dirección concreta, compártanla con toda la empresa. Y no se preocupen si el mensaje se distribuye varias veces por diferentes medios.

En mi experiencia, las visitas regionales son una prioridad para garantizar que la organización informática de nuestra empresa cuente con los conocimientos y las herramientas necesarias para sostener una transformación digital integral (por ejemplo, para fusionar aplicaciones y sistemas diversos en experiencias unificadas y perfectamente integrados, como nuestro sistema de gestión de clientes o las herramientas para trabajo en colaboración, como Microsoft Teams y Box). Durante el recorrido por la empresa, tómense el tiempo de conectarse con sus empleados para:

- Preguntarles sobre las actividades habituales.
- Conocer información interna para avanzar de lo global a lo local.
- Simplificar, simplificar, simplificar.

Transformar al personal para que la empresa pueda transformarse

Cada empresa transita una curva de madurez digital particular en todas sus operaciones. Asegúrense de que la organización informática de su empresa esté a la cabeza. Dada la constante evolución de las tecnologías, el aprendizaje y la capacitación continuos son clave. Incorporar capacidades hace que sus profesionales informáticos lideren el cambio y, a la vez, despierta su curiosidad y deseo por adentrarse en las nuevas tecnologías fascinantes, como las de análisis de datos, inteligencia artificial, aprendizaje automático, chatbots, asistentes virtuales, automatización de procesos por robótica y muchas más. Alinear los programas de capacitación con la estrategia digital de la empresa les ofrecerá herramientas a sus empleados para que lleven la transformación digital a buen puerto.



Con este enfoque, comienza a ocurrir algo fantástico: se estimula a las personas para pensar de modo diferente y cuestionar respetuosamente las formas de hacer las cosas de manera pertinente. En resumen, se fomenta una cultura en la que cada uno puede aportar para acelerar la transformación digital de la empresa con la conducción de los evangelistas digitales del grupo, que están motivados a desafiar los límites de lo posible.

Las bases de la transformación digital

Para nosotros, la transformación digital no es una idea ilusoria de marketing. En la práctica, estamos estableciendo a gran velocidad las bases de lo que realmente significa digitalizarse y prestar servicios digitales, en base a cómo resolvemos problemas específicos de nuestros clientes. Como CIO, espero que sientan tanto entusiasmo como yo en lo que se refiere a hacer las cosas de modo diferente (digitalización) y hacer cosas diferentes (soluciones digitales). Y lo que es más importante, espero que sus clientes se entusiasmen también.

Nuevo Director Comercial de pinturas en Dow

Dow anunció recientemente a Charly Eid como nuevo Director Comercial del negocio de Pinturas y Monómeros de Desempeño para América latina y presidente de Dow en la Región Andina. El ejecutivo reemplaza a Daniella Souza Miranda, quien asumió el cargo de Vicepresidenta Comercial de Embalajes y Plásticos Especiales para América latina.

En el nuevo cargo, el ejecutivo será responsable de la conducción de estrategias comerciales, creación de iniciativas para generar valor y resultados financieros. Su desafío estará respaldado por la amplia presencia geográfica del negocio en América latina, con fábricas



en Brasil y México, y la amplia cartera de innovaciones que Dow ofrece en los segmentos industrial y arquitectónico. El director tendrá su base en Bogotá (Colombia) y además será el responsable de impulsar el crecimiento de Dow en la región andina.

Charly tiene licenciatura en Ingeniería de Sistemas de Información por el Tecnológico de Monterrey y MBA en Gestión Internacional de Thunderbird, School of Global Management. El ejecutivo se unió a Dow en 2007 en México como Gerente del Sistema de información e instalaciones. También actuó como Gerente de Cadena de Valor, Desarrollo de negocios y sustentabilidad para el área de Plásticos y embalajes Especiales (P&SP) en Los Ángeles, Estados Unidos. En 2014, asumió el cargo de Gerente de Marketing de Alimentos y Embalajes Especiales (F&SP) en São Paulo, y en 2016, fue nombrado Director de Producto de Gas Phase y Slurry para América latina.

Pan American Energy puso en marcha su primer parque eólico

Comenzó a generar energía el Parque Eólico Garayalde, el primer desarrollo de Pan American Energy (PAE) en el mercado de las energías renovables, con una inversión cercana a los 40 millones de dólares.



El Parque Eólico Garayalde, ubicado en la provincia de Chubut, a unos 200 km de Comodoro Rivadavia, entró en funcionamiento con una potencia instalada de 24,15 megavatios y capacidad para satisfacer el consumo eléctrico anual de más de 20.000 hogares.

Situado en el cruce con la Ruta Provincial N° 30, de acceso a la localidad chubutense de Camarones, el emprendimiento pertenece a Parque Eólico del Sur, una sociedad conformada por Pan American Energy, compañía operadora con una participación del 55%, y 3 Gal (45%).

Este desarrollo significa el ingreso de PAE en el mercado de las energías renovables, con un aporte al Sistema Interconectado Nacional (SIN) de más de 114.000 MWh/año.

El Parque Eólico Garayalde fue el primer proyecto en firmar, en enero de 2017, un contrato de abastecimiento de energía eléctrica renovable con CAMMESA en el marco de la Ronda 1 del Programa RenovAr. Esta iniciativa fue lanzada por el Gobierno nacional en mayo de 2016 con el objetivo de incorporar fuentes renovables a la matriz energética de la Argentina.

El parque genera energía eólica a través de 7 aerogeneradores e incluyó la construcción de una subestación transformadora que permite aportar al MEM (Mercado Eléctrico Mayorista) la energía generada.

La inversión demandada fue cercana a los 40 millones de dólares y se inició con el trabajo de suelo en las 700 hectáreas que conforman el predio. Se construyeron las bases portantes para las torres de 85 m de altura donde fueron montados los aerogeneradores de la marca danesa Vestas que poseen una hélice tres palas con un diámetro de 126 m.

A su vez, fue necesario realizar un estudio previo de vientos y obras complementarias, como el trazado de caminos internos y el tendido eléctrico que funciona como vínculo con la red del SIN a través de la línea de 132 Kv que va desde Florentino Ameghino hasta Comodoro Rivadavia.

La construcción del parque eólico contó con la participación de pymes locales de la provincia de Chubut y demandó el trabajo de un centenar de personas de la región.

Parque Eólico Garayalde en cifras

- **7** aerogeneradores instalados
- **40** millones de U\$D invertidos
- **700** hectáreas de parque
- **24,15** MW de potencia instalada
- **20.000** hogares abastecidos
- **114.000** MWh al año generados

Características de los aerogeneradores

- **Modelo:** Vestas V136-3.6MW
- **Potencia:** 3,45 MW
- **Diámetro rotor:** 126 m
- **Largo de pala:** 63 m
- **Altura torre:** 85 m
- **Velocidad media:** 8,5 m/s
- **Velocidad mínima:** 3 m/s
- **Velocidad máxima:** 22,5 m/s

Galileo: primera flota de camiones a GNL del país

El acto se realizó en la Central Termoeléctrica de Anchoris, Provincia de Mendoza, y estuvo acompañado de la exitosa carga de gas natural licuado (GNL) en los tanques de seis camiones Scania G340 especialmente motorizados para consumir el nuevo combustible.

Propiedad de la transportista mendocina Andreu, la nueva flota movilizará a los tráileres del Gasoducto Virtual, el sistema con el que Galileo Technologies distribu-



ye gas como combustible líquido. “Cuando esta flota de camiones al servicio de Galileo comience a rodar por las rutas argentinas, demostraremos que el GNL es el combustible más adecuado para el transporte de cargas, ya que es nacional, limpio y barato”, señaló Osvaldo del Campo, Presidente y CEO de Galileo Technologies, con motivo del anuncio.

Equipados con dos tanques criogénicos de combustible que permiten cargar 265 kilogramos de GNL, los camiones poseen una autonomía de combustible de 1.100 kilómetros. Durante sus recorridos, que incluyen rutas de montaña y ripio, los nuevos camiones remolcarán a los tráileres con los que Galileo lleva GNL desde pozos dispersos en Mendoza y Neuquén hasta la recientemente inaugurada Central Termoeléctrica de Anchoris, que lo consume como combustible.

Con el reemplazo de los camiones gasoleros por los nuevos a GNL, Galileo Technologies espera alcanzar mayores niveles de eficiencia ambiental y económica en cada flete. Menores emisiones de los escapes y menores costos de combustible en cada flete, que se abaratarán hasta en un 50%.

Andrés Leonard, director general de Scania Argentina, destacó que “es la primera vez que se ingresan al país vehículos pesados que funcionan completamente a gas, y más específicamente a GNL. Nos enorgullece ser pioneros no solo por el hecho de introducir nueva tecnología al país, sino también porque la misma colabora de manera directa con la reducción del impacto ambiental”.

“Obsesionados por la innovación y por ser más eficientes y sustentables, decidimos invertir en la compra de estos camiones acompañando a Galileo en este desafío”, señaló Eduardo Andreu, Director de Transportes Andreu.

El próximo plan

En el mediano plazo, Galileo Technologies presentará un Corredor Azul de estaciones de carga de GNL para que el GNL esté disponible en las rutas argentinas. El plan incluirá la oferta de surtidores de GNL para centros logísticos.

Esos surtidores funcionarán sin conexión a la red de gas natural y serán abastecidos por Gasoducto Virtual, bajo un sistema SCADA de monitoreo remoto.

“En 1984 impulsamos con éxito el gas natural comprimido (GNC). Ahora, con tecnología propia, extendemos el uso del GNL como combustible profesional y de alta potencia para ampliar la frontera productiva del país”, concluyó del Campo.

¿De dónde proviene el GNL?

El GNL es gas natural licuado directamente en áreas de pozo que están fuera del alcance de los gasoductos en las provincias de Neuquén y Mendoza. Es gas nuevo y totalmente nacional. La tecnología de licuefacción desarrollada por Galileo Technologies permite su aprovechamiento y distribución como combustible líquido.

Sobre Galileo Technologies

Desde sus inicios en los años ochenta, cuando fue pionero en el desarrollo del gas natural comprimido (GNC) para consumo vehicular en la Argentina, Galileo Technologies ha evolucionado hasta convertirse en un referente mundial en toda la cadena de valor del gas natural. Actualmente, sus productos y soluciones de energía están presentes en 70 países y tiene sedes en la Argentina, los Estados Unidos y el Reino Unido.

Cefas inauguró su segundo horno en San Juan

Con una inversión de 13 millones de dólares, Cefas, empresa miembro del Grupo Calidra, inauguró en su Planta de San Juan su segundo horno Maerz con



capacidad para producir 300 toneladas de cal por día. De esta manera alcanzará una producción de 300.000 toneladas anuales de cal de alta reactividad y pureza.

La puesta en marcha del segundo Horno Maerz permitirá abastecer la demanda creciente de actividades mineras, de la construcción, la siderurgia y otras que utilizan este insumo estratégico en la Argentina y Chile. Los hornos se encuentran preparados para utilizar gas natural o carbón pulverizado, en forma indistinta, o bien una combinación de ambos combustibles. Esto brinda un diferencial y una gran flexibilidad de economía de costos y permite asegurar el suministro de calidad a nuestros clientes los 365 días ante falencias de combustible para la calcinación.

Este horno posee la mayor eficiencia térmica, eléctrica y de uso de las reservas minerales alcanzada por la tecnología hasta el momento. Además produce respetando las más exigentes normas de cuidado del medio ambiente y es el del país instalado hasta la fecha.

Cefas confirma así su condición de líder en el mercado en la región, abasteciendo productos de alta calidad para la minería, la siderurgia y el tratamiento de aguas. Asimismo seguimos invirtiendo para acompañar el desarrollo de la industria de la construcción en la Argentina, nuestra empresa calera produce y comercializa marcas líderes como Cal El Milagro, Sublime, Malagueño y Cal Santa Elena.



Dow lidera una alianza para combatir la eliminación de plásticos

Dow, miembro fundacional de la *Alliance to End Plastic Waste* AEPW (Alianza para el Término de los Residuos Plásticos), tomó un rol de liderazgo frente a la conformación de esta nueva alianza que persigue como único fin avanzar en soluciones que eliminen residuos plásticos en el medio ambiente, fundamentalmente en los océanos.

Esta nueva organización, conformada recientemente por cerca de 30 compañías en el nivel mundial, compromete una inversión inicial de más de mil millones de dólares y tiene el objetivo principal de alcanzar USD 1.500 millones durante los próximos cinco años. Esta alianza global desarrollará y llevará a escala recursos que minimizarán y gestionarán los residuos plásticos y promoverán soluciones para colaborar y permitir llegar a una economía circular para plásticos. Los miembros de la Alianza representan compañías globales y organizaciones localizadas en América del Norte y Sur, Europa, Asia, África y Medio Oriente.

“Mantener nuestro medio ambiente libre de residuos es importante para el futuro de Dow y de la industria, pero aún más importante, para el futuro de nuestro planeta”, enfatizó Jim Fitterling, CEO de Dow. “Esta iniciativa alía compañías, gobiernos, ONG y consumidores para acelerar esfuerzos que conduzcan a la innovación, proporcionen los tan necesitados recursos y para tomar acciones decisivas que pongan fin a los desechos plásticos en el medio ambiente”.

La Alianza es una organización sin fines de lucro e incluye toda la cadena de valor de los plásticos: empresas que producen, utilizan, venden, procesan, recogen y reciclan plásticos. Esto incluye fabricantes de químicos y plásticos, compañías de bienes de consumo, revendedores y empresas que trabajan con gestión de residuos, junto a la colaboración estratégica del Consejo Mundial de Negocios para el Desarrollo Sustentable (*World Business Council for Sustainable Development*).

La Alianza invertirá recursos e impulsará avances en cuatro áreas clave:

- Desarrollo de infraestructura para recolectar y realizar la gestión de los residuos, además de aumentar el reciclado.
- Innovación para progresar en el desarrollo y escalado de nuevas tecnologías que faciliten el reciclado y la recuperación de plásticos y que agreguen valor a todo el plástico posconsumo.
- Educación y compromiso firme de gobiernos, empresas y comunidades para promover acciones y comunidades.
- Limpieza de áreas concentradas de residuos plásticos ya existentes en el medio ambiente, en particular los mayores canales de desperdicio, como ríos, que llevan los desechos plásticos de la tierra al océano.

“Resolver este desafío mundial tan crítico requerirá de un conjunto diverso de soluciones desarrolladas por

un igualmente diverso grupo de interesados”, señaló Fitterling. “La Alianza para terminar con los residuos plásticos pone en contacto algunas de las mentes más innovadoras del mundo, permitiéndonos explorar, desarrollar e implementar dichas soluciones”.

El liderazgo que muestra Dow en la AEPW es otro ejemplo enfático de las acciones, compromisos e inversiones de la compañía para ayudar a eliminar los residuos plásticos del ambiente y especialmente en los océanos. Recientemente la compañía:

- **Ha invertido en personas y compañías trabajando en las soluciones:** en octubre pasado, Dow anunció que se convirtió en una de las inversoras fundacionales de *Circulate Capital*, un esfuerzo de 100 millones de dólares para incubar y financiar compañías e infraestructura que prevengan residuos en los océanos. La misión de *Circulate Capital* es la de demostrar la viabilidad de la inversión en los sectores de gerenciamiento de residuos y reciclado con el fin de atraer los capitales institucionales de inversión necesarios para poner en escala compañías de reciclado y gerenciamiento



de residuos e infraestructura a lo largo y a lo ancho del sur y sudeste de Asia.

- **Se ha comprometido con el gobierno:** Dow es miembro del Foro Económico Global - *Global Plastic Action Partnership*, diseñado para alinear a los negocios, la sociedad civil, los gobiernos locales y nacionales, grupos comunales y expertos en el nivel mundial, con el fin de resolver la contaminación plástica. Esta alianza ha sido inicialmente financiada por los gobiernos de Canadá y el Reino Unido, además de Dow y otras firmas globales, con el objetivo de establecer soluciones viables hacia el 2020, que podrían ser adaptadas e implementadas en otros países. El primer proyecto es una colaboración con el gobierno de Indonesia.
- **Ha participado en la limpieza de residuos existentes:** la reciente campaña de Dow #PullingOurWeight, que se inició en otoño de 2018, contó con la participación de más de 5.600 empleados, familias y amigos de Dow, actuando en 55 limpiezas globalmente, removiendo más de 24.000 kg de basura y desperdicios de playas y canales acuíferos.
- **Ha innovado para la reciclabilidad:** la innovación de producto es otro elemento fundamental de los esfuerzos de Dow para terminar con el residuo plástico en el medio ambiente. La tecnología de Dow *RecycleReady* permite a los productores desarrollar empaques que pueden calificar para la etiqueta de la Coalición de Empaques Sustentables *How2Recycle* y pueden ser reciclados a través de corrientes recicladoras de polietileno, como los sistemas de recolección de supermercados en los Estados Unidos. Dow continúa enfocada en tecnologías compatibilizadoras que permiten que materiales de empaques de múltiples capas sean reciclados en nuevos productos.
- **Ha avanzado en proyectos de conversión de residuos a energía:** en 2014, Dow comenzó la

iniciativa de recuperación *Hefty®EnergyBag®* que consiste en coleccionar plásticos difíciles de reciclar y convertirlos en recursos de valor. Al mes de julio del 2018, el programa *Hefty®EnergyBag®* ha recolectado más de 176.500 bolsas y desviado más de 115 toneladas de plásticos de rellenos sanitarios, el equivalente aproximado a 92 millones de bolsitas de snacks o 546 tambores de combustible diésel. Dow anunció recientemente otros USD100.000 en fondos para organizaciones para el establecimiento de programas en sus comunidades.

- **Ha trabajado muy de cerca con ONGs líderes:** Dow también anunció en octubre de 2018 que está donando un millón de dólares adicionales a *Ocean Conservancy* los próximos dos años para ayudar en la colecta de residuos y en las soluciones de reciclado en los países del sudeste asiático. Este dinero será utilizado para proyectos que creen la capacidad de organizaciones locales no gubernamentales y para alianzas con líderes de las ciudades con el objetivo de desarrollar, escalar y replicar soluciones que se puedan implementar.
- **Ha invertido en soluciones de reciclado y gerenciamiento de residuos:** otro paso que Dow está dando para complementar sus actividades de economía circular es el de conducir el desarrollo de nuevos modelos de negocios comerciales de reciclado y estrategias de crecimiento para monetizar los flujos globales de reciclado plástico de residuos.
- **Continúa colaborando a través de la cadena de valor:** Dow también es miembro fundacional de la *Sustainable Packaging Coalition*, que colabora con los convertidores de empaques y los dueños de marca para aumentar la producción de bolsas *stand-up* que pueden ser recicladas a través de corrientes existentes de reciclado de película de polietileno.