

REVISTA PARA EMPLEADOS

XPRESS

Cerca del cliente

¿Qué quiere el cliente y cómo lo averiguan los equipos de nuestras BU? Sigamos la pista.

PÁGINA 12

Ni rastro
Llega, actúa y desaparece: Velcorin® acaba con las bacterias. Xpress visitó el centro de producción.

PÁGINA 20

¡PREMIO!

La miembro de la Junta Directiva Frederique van Baarle entregó por primera vez el Innovation Award en Colonia.

El triunfo fue para el equipo de LPT por su innovación para eliminar las PFAS. El jurado destacó la rapidez en el desarrollo y la implementación de la propuesta, además del éxito económico. PÁGINA 6

LANXESS
Energizing Chemistry

CONCEDIDO EL PRIMER INNOVATION AWARD

TRANSMITIENDO EL ESPÍRITU



ESTIMADOS COLEGAS:

El equipo ganador del Innovation Award 2025 ha hecho la transición desde la idea hasta el producto final en solo diez meses. En la sesión fotográfica celebrada después de la entrega de premios en la Tower de Colonia, los compañeros de la BU LPT nos contaron cómo trabajaron juntos para conseguirlo (véase la página 6), y no faltó una pequeña lluvia de confeti para celebrarlo. Además, por supuesto, en este número podrán conocer más de cerca a los otros dos equipos finalistas (véase la página 8). Les felicitamos sinceramente por estos logros impresionantes, que sin duda abrirán muchas nuevas oportunidades de mercado para nuestro grupo. Durante la presentación de los proyectos se

percibió claramente el entusiasmo que despiertan sus propuestas en nuestros expertos y la firme voluntad de impulsar la empresa con productos y modelos de negocio innovadores.

Sin duda, este espíritu también ha inspirado a muchos otros compañeros para pensar al margen de lo convencional y buscar soluciones. Hagamos que esta energía positiva fluya por todas las áreas de la organización. Estoy segura de que hay muchas otras ideas creativas sobre las que podremos informar en los próximos meses.

Espero que encuentren muy interesante el número actual.

IDISFRUTEN DE LA LECTURA!

MIRKA STEIN,

DIRECTORA DE INTERNAL RELATIONS



SCAN ME

Aquí encontrarán todos los números también en la red.

El próximo Xpress saldrá en septiembre.
No dude en proponernos temas o enviarnos su opinión a:
xpress@lanxess.com

Aviso legal

Editado por: LANXESS AG,
Corporate Communications

Responsable en el sentido de la ley de prensa: Claus Zemke,
Corporate Communications,
50569 Colonia (Alemania)

Redacción: Mirka Stein,
Kathrin Achenbach,
Annette Westhoff

Diseño y producción:
Westhoff Corporate
Publishing, Bonn (Alemania)

Impresión: Wir machen Druck
GmbH, Backnang (Alemania)

Fotos: LANXESS, Adobe Stock

Xpress-Redaktion,
LXS-COM-ICOM,
Kennedyplatz 1, 50969
Colonia (Alemania), teléfono
0221/8885 2587, fax
0221/8885 6022,
xpress@lanxess.com

Xpress está impresa en papel
100 % reciclado, y solo se utilizan tintas sin aceite mineral.

Declaraciones de futuro: esta revista contiene declaraciones de futuro, incluidas suposiciones y opiniones de la sociedad, así como la reproducción de suposiciones y opiniones de terceras personas. Diversos riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres y otros factores pueden motivar que los resultados, la situación financiera o la evolución económica de LANXESS AG difieran considerablemente de las expectativas aquí expuestas, ya sea de forma explícita o indirecta. LANXESS AG no asume ninguna garantía de que sean ciertas las suposiciones que se toman como base para estas declaraciones de futuro y descarta toda responsabilidad sobre la veracidad futura de las afirmaciones realizadas en esta declaración o la consecución real de las evoluciones futuras aquí expuestas. LANXESS AG no asume ninguna garantía (directa ni indirecta) sobre la información, las estimaciones, las expectativas de objetivos y las opiniones aquí mencionadas, y no se puede confiar plenamente en ellas. LANXESS AG no asume ninguna responsabilidad sobre los eventuales errores o las afirmaciones incompletas o incorrectas que pueda contener la presente publicación. En consecuencia, tampoco ningún representante de LANXESS AG ni de una empresa del grupo o de alguno de sus respectivos órganos asume ninguna responsabilidad que se pudiera derivar de forma directa o indirecta del uso del presente documento.

04 LANXESS mundial



06 iPremio!

En Colonia, se entregó por primera vez el Innovation Award. Hubo tres finalistas, entre los que estuvo el equipo de LPT, que obtuvo el primer premio por una solución para las PFAS.

Presentamos a los tres equipos de las unidades de negocios LPT, MPP y LAB. ¿Cómo se les ocurrieron sus ideas ganadoras? ¿Sus innovaciones han demostrado ya su eficacia en el mercado?

PRODUCTOS Y CALIDAD

10 Del laboratorio a la planta

Roberta Montana, ingeniera de procesos de la unidad de negocios LAB, es una creadora del futuro. Ha logrado aprovechar en la planta las propiedades positivas que mostró en el laboratorio un nuevo catalizador. En una entrevista, nos cuenta cómo lo consiguió sin interrumpir la producción.

12 Uña y carne

Aumentar los márgenes y conseguir que el grupo no dependa de las fluctuaciones económicas solo es posible mediante una estrecha relación con los clientes y un análisis preciso del mercado. Algunas unidades de negocios ya han dado un gran paso en esta dirección.

PERSONAS Y TRABAJO EN EQUIPO

18 ¿Cuántos años tienes realmente?

La discriminación por edad se produce en ambos sentidos. De unos, se dice que son demasiado jóvenes para ocupar cargos directivos y de otros, que son demasiado mayores para seguir desarrollándose profesionalmente. Algunos datos y reflexiones sobre el tema.

20 Compuesto volátil

Velcorin® es notable en muchos aspectos. Funciona a la perfección y parece que se esfuma en el aire al poco tiempo. Hemos visitado las instalaciones donde se fabrica.

23 Lancer/Success iAdivine la solución y gane!

24 Quality Works

Gracias a nuestros colorantes, las obras de arte de los niños brillarán más tiempo con sus colores vivos.

«Profundamente agradecidos»

Alemania/Colonia. Las empresas necesitan a sus clientes tanto como la industria química necesita la energía. «Y muchos de ustedes nos han sido fieles desde nuestros inicios hace 20 años», afirmó Matthias Zachert en su discurso de bienvenida en la Tower de Colonia. El grupo había invitado allí a sus clientes a una recepción en la azotea, seguida de una cena de gala, para agradecerles su apoyo y la magnífica colaboración en las últimas décadas. Los aproximadamente 180 invitados eran en su mayoría clientes importantes, pero también representantes del mundo de la economía, la política y los medios de comunicación. Zachert hizo referencia a la intensa historia de LANXESS y concluyó: «Nada de esto habría sido posible sin ustedes, nuestros clientes. Siempre nos han guiado en la dirección correcta y se han mantenido fieles incluso en los momentos más difíciles. Les estamos profundamente agradecidos por ello». El invitado de honor de la velada fue el presidente de Renania del Norte-Westfalia, Hendrik Wüst, que destacó la importancia del grupo para el estado federado. Otro de los presentes fue Alexander Scheffler, de la unidad de negocios LPT, que afirmó: «El evento ha sido el escenario perfecto para establecer contactos entre diferentes sectores».



«Que hayamos ganado el primer premio del Innovation Award con los nuevos intercambiadores de iones para la filtración de PFAS es un reconocimiento a nuestro gran espíritu de equipo, así como a la orientación al cliente y la actuación rápida y orientada a los objetivos. Estoy muy orgulloso de formar parte de este equipo».

Michael Rockel, director de la BU LPT. Encontrarán más información al respecto a partir de la página 6.

UN PASO POR DELANTE

Alemania/Colonia. Las primeras posiciones en diversas clasificaciones ya lo han demostrado: ahora, LANXESS ha incluido también en su nueva visión su papel pionero en el ámbito de la sostenibilidad. «No queremos ver la sostenibilidad como una carga normativa, sino como una oportunidad para nuestro negocio que nos permite desarrollar junto con nuestros clientes soluciones innovadoras a lo largo de toda la cadena de valor», declaró el CEO Matthias Zachert en la reunión inaugural de la comunidad global de sostenibilidad en Colonia. Mediante hojas de ruta temáticas con medidas claras, el equipo quiere seguir impulsando en los próximos meses las áreas de protección climática y medioambiental, así como la transición hacia una cartera de productos climáticamente neutra. Zachert: «Aunque aún estamos dando los primeros pasos

en la comercialización de productos ecológicos, queremos contribuir a cambiar los mercados. El objetivo declarado de LANXESS en este ámbito es asumir un papel de liderazgo». En nuestra página web sobre sostenibilidad encontrarán un vídeo informativo sobre el nuevo objetivo. También se pueden unir a la comunidad de sostenibilidad en MS Teams.



i25

AÑOS SIN ACCIDENTES!

Este es el hito que ha alcanzado equipo de LAB de Kaohsiung (Taiwán). Durante todo este tiempo no se ha producido ningún accidente sujeto a notificación según las normas de la OSHA.

COMBATIENDO LOS MOSQUITOS TAMBIÉN EN CHINA

China. Los mosquitos son una plaga en todo el mundo. No solo pican, sino que estos pequeños chupasangres también pueden transmitir enfermedades como el dengue, el zika o la malaria. Ahora, un nuevo repelente de mosquitos contiene Saltidin®, un insecticida de alta eficacia. Lo comercializa Liushen, una de las marcas de cuidado personal más conocidas de China. Esta colaboración posiciona a Saltigo como un importante socio tecnológico en el mercado chino de productos de cuidado personal, que registra un rápido crecimiento. El socio del proyecto es Shanghai Jahwa, una destacada empresa de productos de belleza y cuidado personal que lleva más de 30 años liderando el mercado junto con Liushen y otras marcas. El nuevo producto contiene un 20 % de Saltidin® y ofrece más de ocho horas de protección contra los mosquitos.



TRES PREGUNTAS PARA

KIRK HABEL,

director del programa de ciberseguridad POLARIS



«No queremos ser un freno»

Señor Habel, se acaba de publicar el primer pódcast sobre ciberseguridad de LANXESS. ¿Cómo surgió la idea de este nuevo formato?

Kirk Habel: En mi tiempo libre me gusta escuchar pódcast, por ejemplo de camino al trabajo. En poco tiempo se puede adquirir cómodamente muchos conocimientos sobre un tema. Por eso, se nos ocurrió utilizar este formato para profundizar en asuntos que también están presentes en los medios de comunicación, como los casos actuales de ataques de *hackers* o la divulgación de fugas de datos. Con el nuevo formato, queremos abordar y explicar siempre un tema concreto: ¿cómo lo aborda LANXESS? ¿Y qué puede hacer cada persona concreta para proteger sus datos, ya sea en el ámbito profesional o privado?

¿De qué trata el primer episodio?

Trata sobre el tema «Zero Trust» o «confianza cero». Seguro que muchos ya han oido hablar de este término. Mi compañero Ulf Wermann y yo charlamos sobre cómo proteger nuestros datos cuando ya no existe realmente una red interna debido a las herramientas basadas en la inteligencia artificial y las soluciones en la nube. Por eso, en LANXESS estamos implementando una serie de cambios técnicos que garantizan la autenticación inequívoca de los usuarios. No queremos frenar el

negocio, pero siempre hay que sopesar cuidadosamente los beneficios y los riesgos de las nuevas herramientas. Con el pódcast, queremos concienciar a la gente sobre este equilibrio.

¿Qué papel juega la inteligencia artificial en la ciberseguridad en general?

Por así decirlo, es al mismo tiempo una bendición y una maldición. Microsoft utiliza la IA para bloquear cada día miles de correos electrónicos de *phishing* y que ni siquiera lleguen a nuestra bandeja de entrada de Outlook. Por supuesto, esto supone un gran valor añadido. Por otro lado, sin embargo, los delincuentes también son cada vez más rápidos y eficaces gracias a la IA. Por ejemplo, un profesional no tardaría ni dos minutos en crear un Kirk artificial para que llame por teléfono a un compañero y le pida una contraseña. Por eso, en la era de la IA, debemos ser mucho más críticos y preguntarnos: ¿quién me está pidiendo datos y a través de qué canal voy a compartir qué información? Si uno tiene dudas, nuestro equipo de ciberseguridad está siempre a su disposición y agradece cualquier comentario. Solo así nos podemos formar una visión completa de los riesgos ciberneticos a los que se enfrenta actualmente nuestra empresa.



El nuevo pódcast sobre ciberseguridad estará disponible a partir de finales de julio en Xlearn. Si le interesa el tema, le invitamos a unirse a la comunidad de ciberseguridad en MS Teams. Para ello, escanea el código QR (solo es posible con dispositivos de LANXESS) o utilice el código de acceso «cuophka».

AND THE WINNER IS...

Cada semana llegaban nuevas ideas, así que la elección fue difícil. Pero finalmente se tomó una decisión: estos tres son los ganadores! El primer premio fue para Liquid Purification Technology por su innovación en la eliminación de PFAS. El equipo es un ejemplo de rapidez, capacidad de cooperación y rentabilidad: solo transcurrieron diez meses desde la idea inicial hasta la entrega del producto terminado, participaron cinco equipos multidisciplinares y el margen se catapultó de inmediato. No obstante, los otros dos finalistas también convencieron al jurado. Se trata de la innovadora plataforma de lubricantes para juntas de la unidad de negocios Lubricant Additives Business y el nuevo modelo de venta «Pay per Liter» de la unidad de negocios Material Protection Products.

iEnhorabuena a los tres equipos!



... UNA SOLUCIÓN PARA LAS PFAS UNIDOS PARA SIEMPRE

Mejor, imposible: el grupo químico Chemours estaba haciendo más pedidos que nunca. La empresa quería cargar los intercambiadores de iones selectivos y hacerlos aún más eficientes con las PFAS, un producto químico eterno, y eliminar así una mayor cantidad de aguas residuales. A los compañeros de ventas Bart Goossens y Dirk Steinhilber, Application Technology Manager, les encantaba la idea, pero también pensaban: «¿Va a funcionar? ¿Aumentar la superficie de los intercambiadores de iones para que absorban más PFAS? Eso está por ver». Pero, naturalmente, aceptaron el reto.

A continuación, debatieron el concepto con sus colegas de los departamentos de investigación, tecnología de aplicaciones y producción. Juntos buscaron soluciones viables, tanto para su gran cliente como





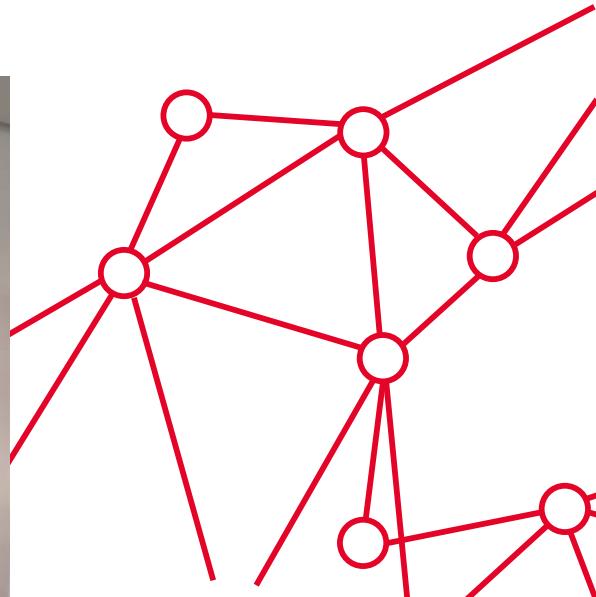
para LPT. Para aumentar la superficie de las esferas de polímero, hay que reducir su tamaño. «La duda era si las esferas seguirían siendo lo suficientemente estables como para permitir el paso del agua residual», explica Steinhilber. Sin embargo, la unidad de negocios ya tenía experiencia en el uso de intercambiadores de iones de perlas finas en la electrólisis de cloro y álcali. En ese caso, las pequeñas bolitas habían funcionado. Los equipos de los laboratorios de Bitterfeld y Leverkusen (Alemania) se pusieron manos a la obra y, al poco tiempo, respondieron: «Si las bolitas de polímero se reducen de 0,6 mm a un diámetro de 0,4 mm, pueden fijar incluso el doble de PFAS». Así, producen la mitad de residuos y son más respetuosas con el medioambiente. Se enviaron al cliente estos intercambiadores de iones selectivos de PFAS del laboratorio para que los probara. «Quedó muy satisfecho y encargó directamente tres lotes», cuenta Steinhilber. Había que suministrar esa cantidad lo antes posible, puesto que Chemours tenía en abril una auditoría con una autoridad medioambiental de los Países Bajos. Dado que las normativas sobre la eliminación de PFAS son cada vez más estrictas también en ese país, el cliente quería demostrar que estaba trabajando con éxito en nuevas soluciones para el

Lenz Kroeck (izq.), Head of Innovation Excellence, y la miembro de la Junta Directiva Frederique van Baarle (2.º por la izq.) entregaron al equipo ganador el premio a los 10 000 euros en Colonia. De izq. a dcha. (junto a van Baarle): Lisa Demes, Dirk Steinkühler, Bart Goossens, Christian Ochsman y Robert Gorgas, así como Ajoy Bhattacharya, de la India, que se conectó por videoconferencia. Con este premio, Bhattacharya se jubila ahora «por la puerta grande».

problema de las PFAS.

La India, lista para empezar

El equipo de LPT se puso manos a la obra de inmediato: «Producimos las bolitas de polímero puro en Bitterfeld y luego las enviamos por avión a Jhagadia», explica Steinhilber. En el proceso participaron cinco equipos multidisciplinares que colaboraron con gran agilidad. El equipo indio ya estaba listo para empezar en cuanto llegaron los polímeros. Los trató químicamente, les añadió los grupos selectivos de PFAS y los volvió a enviar en avión. A principios de enero, llegaron los tres lotes. «Fue una proeza de nuestra logística», afirma Lisa Demes, Global Segment Head Specialized Water. La mayor parte se envió a Chemours, en los Países Bajos, y el resto se envió como muestra a otros clientes interesados. «Recibimos respuestas muy prometedoras». Pero lo más importante era comprobar si el lote grande fun-

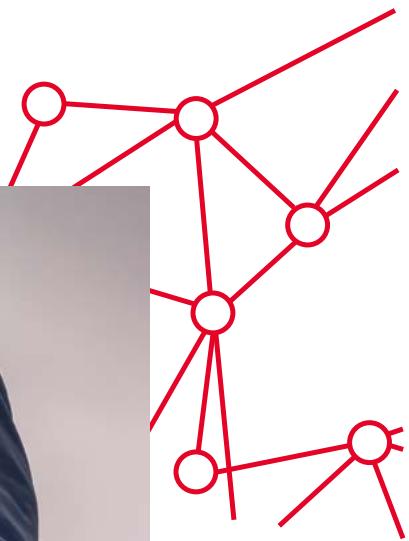


cionaba tan bien como la muestra de laboratorio. Chemours lo confirmó e incluso indicó que ahora podían depurar más del doble de aguas residuales. El cliente quedó extremadamente satisfecho y declaró por iniciativa propia que las bolas de LPT eran superiores a las de la competencia. Sin duda, contribuyó a esta respuesta positiva el hecho de que el equipo de LPT satisficiera los deseos de Chemours en muchos aspectos. En un lapso de diez meses, todo salió a la perfección, desde la primera idea de los intercambiadores de iones hasta la entrega de los lotes, que se suministraron al cliente a tiempo, antes de su auditoría.

El tema de las PFAS sigue siendo actualmente muy importante en Europa. «Aquí detectamos un gran potencial para nuestros intercambiadores de iones selectivos de PFAS», afirma Demes. Este gran cliente se preocupa por la seguridad de los suministros. Por ello, la unidad de negocios prefiere trasladar toda la producción a Bitterfeld. «Eso facilitaría mucho la logística», afirma Demes.

Gran aumento de las ventas

Este nuevo producto, Lewapole® TP 108, ganó el primer premio en el Innovation Award. Se ajusta perfectamente a la idea de este galardón: un producto ya existente se ha mejorado en muy poco tiempo siguiendo los deseos del cliente y, en consecuencia, ahora alcanza un margen varias veces superior al margen medio de LANXESS. Chemours y LPT han colaborado estrechamente para lograrlo. El nuevo producto ha permitido aumentar considerablemente el volumen de negocio y ya hay otros clientes que han expresado su interés. Hay que reconocerlo: mejor, imposible.



Van Baarle (izq.) con el equipo de LAB: Su Mi Beack, Sarah Korwek y Wayne Mackwood. Además de un certificado, recibieron 3000 euros para un evento de equipo.

... UNA NOVEDAD HÍBRIDA

BIEN LUBRICADO, TODO VA SOBRE RUEDAS

Los coches eléctricos están en auge, especialmente en China. Sin embargo, con ellos también surgen nuevos problemas. Por ejemplo, sus baterías no son precisamente ligeras. Un conductor de un vehículo de gama alta como el EQS 580 4Matic de Mercedes, con todo el equipamiento, lleva 3,5 toneladas por la carretera, y un peso así supone una gran carga para las juntas. En este sentido, son fundamentales las juntas denominadas «homocinéticas», que fijan el eje de transmisión y transmiten el par a las ruedas. Y, como es sabido, en los coches eléctricos ese par es mucho mayor que en los de combustión. Las juntas deben estar bien lubricadas, ya que, de lo contrario, se desgastan rápido y producen ruidos molestos.

Todas las ventajas, reunidas

Aquí precisamente entró en acción el equipo de BU LAB. LAB es uno de los líderes del mercado de los lubricantes a base de grasas de sulfato de calcio (CSC). Sin embargo, para los coches eléctricos se utilizan grasas de poliurea (PU). «Pero tampoco son perfectas», afirma Kevin Liu, técnico de aplicaciones de BU LAB en el

AADC de Shanghái. El equipo liderado por Wayne Mockwood, director del departamento de lubricantes de la BU LAB en West Hill (Canadá), tenía claro desde hacía tiempo que unos mejores lubricantes para las juntas sincronizadas serían la puerta de entrada al gran mercado de la movilidad eléctrica, especialmente en el creciente mercado chino. «Queríamos desarrollar la base para lubricantes híbridos que combinaran todas las ventajas de nuestras grasas de sulfonato de calcio con las de las grasas de poliurea», explica Kevin Liu. Y el equipo internacional lo ha conseguido: recientemente, se ha registrado la patente de su nuevo híbrido CSC-PU. Grandes fabricantes de coches eléctricos, como el grupo chino BYD, ya lo están probando en la práctica. «A finales de año deberían estar concluidas todas las pruebas», afirma Liu. Él y sus compañeros son optimistas y creen que su híbrido se impondrá. Wayne Mackwood coincide: «Ofrecemos una protección excepcional contra el desgaste, un nivel de ruido bajo, poca fricción y una larga vida útil para las juntas homocinéticas. Nuestros lubricantes CSC-PU soportan las mayores cargas de peso y par de los vehículos eléctricos,

justo allí donde fallan las grasas convencionales. Así, queremos posicionarnos a largo plazo como uno de los principales fabricantes de lubricantes para juntas en el segmento de los vehículos eléctricos».

Pero eso no es todo. Su Mi Beack, directora de gestión de productos para aditivos de transporte, detecta otras posibilidades de aplicación: «Esta tecnología de lubricantes sirve como plataforma sobre la que podemos adaptar fórmulas para aplicaciones específicas. Nuestros equipos de tecnología y ventas en China ya están empezando a introducir en la fabricación de acero esos productos con diseño especial. También vemos potencial en la lubricación de motores eléctricos industriales». Ella misma aprovechó el viaje a Alemania para asistir a la entrega de premios y reunirse con clientes potenciales en Colonia y Duisburgo. Mackwood está convencido de que la colaboración exitosa entre sus colegas de Canadá, EE. UU. y China es muy prometedora: «Incluso podemos pensar en ampliar esta nueva plataforma con materiales de origen biológico u otros materiales sostenibles».

No obstante, su colega Sarah Korwek, Global Product Manager, lo tiene muy claro: «Sin este nuevo desarrollo de LAB, no habríamos podido acceder a todos estos sectores claves y habríamos perdido una gran área de crecimiento en un segmento con mucho futuro».

... UN NUEVO MODELO DE VENTAS

CÓMO EL DINERO CONSOLIDA LAS RELACIONES

La vida no siempre es justa, y menos aún los negocios: hace años, un ex-trabajador vendió los planos de una planta de Velcorin® a un fabricante chino. Este construyó la planta e intentó arrebatársela los clientes a la BU MPP con un precio más barato. Por supuesto, LANXESS presentó una demanda y finalmente ganó el juicio, pero para entonces ya había surgido otro imitador. «Estos competidores desleales querían ocupar nuestro mercado protegido por patentes comercializando su copia de Velcorin® en el ecosistema que nosotros mismos habíamos creado y operado: bombas dosificadoras, infraestructura de servicio técnico, normativa, etc. Así, el competidor podría haber ofrecido su producto a un precio mucho más barato, ya que no tendría que incurrir en los costes del ecosistema, mientras que nosotros tendríamos que encargarnos de mantener el sistema. Tenemos que protegernos mejor contra estas cosas», afirma Matthias Hüttl, director del área de mercado Beverage & Food, BU MPP. A esto se suma que la patente de Velcorin® expira en 2027. A partir de entonces, cualquier empresa del mercado podrá ofrecerlo como quiera.

Servicio técnico forzado

Hasta entonces, la BU vendía a sus clientes un sistema de dosificación y les ayudaba a formar al personal para que funcionara a la perfección la adición de Velcorin® a zumos

de fruta, vinos o bebidas isotónicas deportivas. Lo mismo ocurría con el conservante natural Nagardo®. «Precisamente Velcorin® es un aditivo que al principio requiere una explicación. También por eso alquilamos nuestros sistemas de dosificación, para que los clientes puedan adquirir experiencia con ellos». El servicio técnico asociado a Velcorin® y Nagardo® llevó finalmente al equipo a la idea del modelo de venta «Pay per Liter» o «pago por litro». En otros sectores industriales existen modelos similares desde hace mucho tiempo. Pensemos, por ejemplo, en las impresoras o las fotocopiadoras.

Con el nuevo modelo, el cliente saca el máximo partido de la dosificación. Se le proporciona la instalación y, a través del sistema de dosificación conectado a Internet, MPP también recibe los datos de consumo del cliente. El cliente determina de antemano la cantidad de bebida que desea tratar con el desinfectante en frío. Entonces, los compañeros de MPP calculan las necesidades y le indican al cliente un pago mensual, de forma similar a lo que hace una compañía eléctrica. Si el cliente no produce nada, no tiene que pagar nada. Además, así se ahorra los elevados costes de inversión que supone la adquisición de un equipo propio. «Nuestro cliente piloto en EE. UU. quedó tan entusiasmado con el principio que incluso añadió Velcorin® a otra bebida», rela-

DATOS



29

proyectos se presentaron como candidaturas al Innovation Award.

3

proyectos se seleccionaron y se nominaron «con gran pesar por el resto» (según van Baarle).

4

equipos de proyecto presentaron también sus ideas junto a los finalistas durante la jornada.

ta Hüttl. Las empresas que no deseen el paquete completo de servicio técnico de MPP también pueden alquilar la instalación. «La ventaja para nosotros es que, si el cliente desea cambiar de proveedor, recuperamos nuestra instalación y suspendemos el servicio técnico. Puesto que controlamos todo el proceso, nos daríamos cuenta inmediatamente si el cliente compra el producto de un competidor». En ese caso, desmontaríamos la instalación. El equipo espera fidelizar así a todos los clientes estratégicamente importantes, incluso después de que expire la patente.

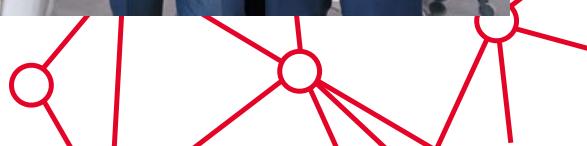
«El mayor problema durante la introducción fue más bien de carácter burocrático. Por ejemplo, nuestro departamento de contabilidad preguntaba qué parte del precio total correspondía al servicio técnico y qué parte al producto. Esto es importante para las autoridades fiscales de muchos países. Además, nuestro sistema SAP se vio un poco desbordado».

Inspirar a los demás

El equipo se presentó al Innovation Award y es uno de los tres finalistas. «Estamos muy contentos y, al mismo tiempo, queremos demostrar que un nuevo modelo de venta ofrece nuevas oportunidades para fidelizar a los clientes. Quizás así animemos a que también lo prueben otros compañeros que se encuentran en situaciones similares», afirma Hüttl.

Junto a Kröck y van Baarle, el equipo de la BU MPP con el certificado y el vale de 3000 euros.

De izq. a dcha.: Lea Hagemeier, Matthias Hüttl y Janmarc Heitmann



DEL LABORATORIO

¿Quién hace avanzar a nuestra empresa? Por ejemplo, personas como la ingeniera de procesos Roberta Montana. Trabaja para la unidad de negocios LAB en la planta de producción de Latina (Italia). El año pasado, ella y su equipo consiguieron utilizar también en su planta un catalizador probado por el equipo de Global Process Development en Elmira (Canadá). Esto permitió acelerar los procesos y producir mayores cantidades del producto final Naugalube® 438 L. En esta entrevista, Montana explica las dificultades que entraña el paso del laboratorio a la planta.

Sra. Montana, ¿resulta difícil trasladar un ensayo de laboratorio satisfactorio a una planta a gran escala?

Roberta Montana: Es un proceso bastante complejo. Sabíamos que el nuevo catalizador para el producto final Naugalube® 438 L presenta una mayor actividad, porque lo habíamos probado en nuestra planta en el año 2023. Queríamos saber si funcionaba tan bien como el antiguo con unos volúmenes de producción tan elevados. Cuando tienes entre manos un pedido millonario, es imprescindible tener esa información de antemano, ya que procuras evitar hasta el más mínimo riesgo. El catalizador cumplía estos criterios y, al principio, estábamos satisfechos con el resultado. Sin embargo, aún no habíamos aprovechado todo el potencial del nuevo catalizador. Su mayor actividad acortaba el tiempo del proceso y, para aprovechar esa ventaja, tendríamos que haber cambiado todo nuestro proceso. En su momento no lo hicimos porque el proceso funcionaba perfectamente y ofrecía un producto de alta calidad. Además, la demanda no era tan alta en 2023.

¿Por qué lo hicieron poco después?

Teníamos que producir cantidades muy elevadas, así que realmente necesitábamos ahorrar tiempo. Para aprovechar todo el potencial, hubo que hacer numerosos ajustes de la fórmula en el proceso global, puesto que no sirve de nada acelerar solo un paso. Hablamos de procesos químicos que dependen unos de otros. Si se acelera un subproceso por sí solo, es posible que no se refleje para nada en el tiempo total que dura el proceso. Todos los pasos



ROBERTA MONTANA

es ingeniera química y trabaja en la sede de LANXESS en Latina desde 2019. Ella dirigió la implementación del catalizador: «Fue un proceso emocionante, porque al principio no sabíamos si funcionaría, pero conseguimos demostrar de qué somos capaces».

parciales de la producción deben estar permanentemente sincronizados.

¿Podría explicarlo con más detalle?

Nuestro proceso consta básicamente de tres pasos: en el primero de ellos, la amina aromática se alquila con tripropileno, es decir, se provoca la reacción química entre la amina y el tripropileno mediante un catalizador. En el segundo paso, hay que eliminar el catalizador, y para ello se filtra. En el tercero, se destila el tripropileno sobrante.

Para aprovechar todo el potencial de la reacción más rápida del primer paso, tuvimos que optimizar también los demás.

¿Cómo lo hicieron exactamente?

Para ello, analizamos a fondo cada uno de los pasos del proceso: ¿qué es realmente necesario? ¿Qué cosas podemos acortar o hacer en paralelo? Por otra parte, el año pasado no nos podíamos permitir una interrupción de la producción para hacer pruebas o reconversiones. En cualquier caso, teníamos que fabricar un producto que cumpliera las especificaciones. Eso era lo prioritario para el cliente. Por lo tanto, incorporamos nuestras ideas al proceso ya existente de la forma más minuciosa posible a fin de optimizarlo. Cada cambio se planificó con mucho cuidado, y los efectos se supervisaron de cerca. Esto supuso un gran esfuerzo, también para los compañeros del control de calidad.

¿Y sirvió de algo?

Por supuesto, al final logramos producir una cantidad mucho mayor con una alta calidad, aunque, dadas las condiciones descritas, tardamos un tiempo en dar con la nueva fórmula perfecta para obtener la máxima productividad. El procedimiento fue muy minucioso.

Sería demasiado extenso enumerar ahora cada uno de nuestros pasos, pero he aquí algunos ejemplos: nuestra planta está muy automatizada, por lo que hubo que reprogramar y adaptar cada cambio. Los pasos que antes se programaban de forma secuencial tuvieron que ejecutarse en paralelo. Eso habría sido imposible sin los compañeros del área de ingeniería de control de procesos.

Además, acortamos algunos pasos del proceso de filtración e incluso suprimimos



¡BIENVENIDOS A LA PLANTA



Roberta Montana
comprueba el nuevo
catalizador con el
futuro supervisor,
Daniele Massa.



Montana visualiza
los siguientes pasos
junto con el
supervisor Vincenzo
Innocenti.



En la sala de control: el operador de
planta Ascenzo Cencia supervisa el
proceso de producción.

algunos. Así, conseguimos un rendimiento mucho mayor, lo que a su vez tuvo consecuencias en el mantenimiento de un aparato de filtración central. Otro problema fue el comportamiento diferente del nuevo catalizador respecto al antiguo. El aparato de filtración tenía que someterse a un mantenimiento más frecuente, lo que nos habría costado valiosas horas de producción. No obstante, el equipo de man-

tenimiento también encontró rápido una solución en este sentido para optimizar el proceso. Por último, en la destilación pudimos ganar tiempo prescindiendo de la etapa de enfriamiento.

¿Pensaron en algún momento que aquello no iba a funcionar?

Bueno, siempre surgen dudas, pero todo se soluciona al final. También sufrimos un

atasco en la estación de llenado de los camiones cisterna que transportan nuestro producto a los clientes. Una producción tan grande como la nuestra no se podía gestionar con la suficiente rapidez. En el peor de los casos, cuando el tanque de producto está lleno, la producción se paraliza. En este caso, hubo que conectar rápidamente una segunda estación de llenado ya existente.

Por último, también había que disponer de una cantidad suficiente de materias primas *in situ*. En las condiciones del año 2024, eso supuso un esfuerzo titánico para el equipo de Supply Chain. Sin embargo, gracias al gran compromiso de los compañeros, al final todo salió a pedir de boca. Fue una sensación muy gratificante para todos nosotros, y seguimos trabajando para optimizar aún más los procesos.



¿Qué quiere el cliente?

¿Qué productos o servicios tienen potencial para el crecimiento económico de los clientes y de LANXESS en el

UÑA- y car-

futuro? ¿Cómo encuentra el grupo exactamente esos productos o servicios?

Solo hay una respuesta: mediante un intenso intercambio de pareceres con los clientes y un análisis minucioso del mercado. ¿Pero dónde se encuentra LANXESS en este proceso?

Sigamos la pista.



ne

Durante décadas, nos hemos concentrado en optimizar nuestras plantas y aumentar su eficiencia. «No debemos perder de vista esos objetivos», afirma el presidente del Consejo de Administración, Matthias Zachert. No obstante, al mismo tiempo, exige un cambio de mentalidad por parte de todos los empleados: «Tenemos que cambiar de enfoque y centrarnos en el cliente. Queremos convertirnos en una empresa basada en el conocimiento e impulsada por la innovación, que tenga siempre en cuenta los mercados y los clientes y desarrolle para ellos ofertas a su medida y con márgenes altos». Para hacer esta transición de la mejor manera posible, se ha creado el Stream Commercial Excellence dentro de Business Excellence. Los conocimientos adquiridos en este Stream se van a trasladar ahora a la empresa para seguir desarrollándose. Roy van Griensven, responsable del Stream, afirma: «Solo podremos identificar nuevas oportunidades de negocio y diferenciar nuestras ofertas si adquirimos un conocimiento profundo de los mercados y los

PRODUCTOS Y CALIDAD

clientes». De eso se trata precisamente, es decir, un aumento continuo del margen con productos y servicios a medida para que LANXESS no dependa tanto de las fluctuaciones en la economía.

Xpress ha preguntado en el grupo empresarial y ha descubierto algunas iniciativas que ya se han puesto en marcha en muchos ámbitos. Por ejemplo, la unidad de negocios Material Production Products (BU MPP) está desarrollando nuevos productos a petición de los clientes. Las unidades de negocios Rhein Chemie (BU RCH) y Lubricant Additives Business (BU LAB) están intensificando las relaciones con los clientes mediante reuniones, seminarios y talleres. Por su parte, la unidad de negocios Liquid Purification Technologies (BU LPT) ha apostado desde siempre por una estrecha colaboración con los clientes, debido a que sus productos requieren una explicación detallada.

Distinción de un cliente

Por ejemplo, la BU RCH ha implementado claramente el tema de la proximidad al cliente con el fabricante japonés de neumáticos Bridgestone. Bridgestone ha distinguido a LANXESS como uno de sus seis proveedores estratégicos. Para ello, la empresa evaluó a la totalidad de sus proveedores a nivel mundial. Como resultado, representantes de la BU RCH, que suministra aditivos de caucho a Bridgestone, fueron invitados a la sede central del grupo en Japón. En abril tuvo lugar la correspondiente visita en sentido inverso a Leverkusen y a la sede central de Colonia. «Por supuesto, estamos muy contentos por este reconocimiento de nuestro cliente», afirma Holger Graf, director de la línea de negocios Functional Tire Additives de RCH.

La BU LAB también apuesta por el intercambio de impresiones y el contacto personal. Con un seminario para unos cien clientes actuales y potenciales sobre la gama de productos ignífugos Reolube®, la unidad de negocios logró el año pasado aumentar sus cifras de ventas en la región de China. «Después del seminario, aumentó considerablemente el número de pedidos», afirma Colin Zhang, director regional de la BU LAB. En su opinión, una de las razones de ese éxito

son los expertos externos que impartieron el seminario. «Esto convirtió el evento en una especie de taller en el que se intercambiaron conocimientos muy valiosos». La gama de productos Reolube® ha demostrado su eficacia en turbinas de centrales eléctricas y en diversas aplicaciones industriales, como la incineración de residuos, el reciclaje, la fabricación de papel, la petroquímica, la siderurgia y muchos otros sectores.

Innovación a petición de los clientes

De una forma algo menos personal, pero igualmente orientada al cliente, la BU MPP está investigando qué nuevos productos o aplicaciones se demandan en el mercado. «En una ocasión, recibimos una consulta de un cliente sobre productos químicos alternativos para el cuidado del hogar y los textiles, y enseguida nos dimos cuenta de que nuestro Oxone® podía ser una opción», explica Hannah Nowotarski, directora de aplicaciones en Wilmington (EE. UU.). Oxone® se fabrica en Memphis desde hace más de 60 años y se utiliza para la limpieza de piscinas, así como en aparatos electrónicos y productos de higiene bucal. «En los últimos años hemos encontrado muchas aplicaciones nuevas para nuestro producto, y ahora lo queríamos utilizar también para el hogar», afirma Kelly Board, directora de aplicaciones de Sudbury, en el Reino Unido. Tras realizar encuestas entre los clientes, se descubrió que la eliminación de manchas a baja temperatura podría ser un campo de aplicación adecuado para Oxone®. Los clientes quieren ahorrar costes y operar de forma sostenible. Más del 60 % de las emisiones de CO₂ generadas durante el lavado provienen del calentamiento del agua. Con la química de



EN EL LABORATORIO DE WILMINGTON: el desarrollo de Ne

Oxone®, hasta las manchas más difíciles se eliminan a baja temperatura sin dañar el tejido circundante.

«Hemos obtenido estos resultados gracias a la colaboración con nuestros colegas de Singapur y el Reino Unido», afirma Ethan Solomon, director de aplicaciones en Wilmington. El equipo de Singapur, dirigido por Melvin Tan y Adrian Cheong, desarrolló un sistema con protocolos que permitían medir y evaluar rápido la eliminación de manchas. Por su parte, el equipo de Wilmington realizó las pruebas con equipos de laboratorio

INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN INTENSIVO: MEJORES SOLUCIONES

«Precisamente gracias al contacto directo y al intercambio de información con Bridgestone, conocemos aún mejor las necesidades de nuestros clientes. Solo así podemos seguir desarrollando estratégicamente nuestra cartera y trabajar mano a mano con el cliente en productos y soluciones mejores y más sostenibles».

HOLGER GRAF,

director de la línea de negocios Functional Tire Additives, BU RCH





SIN LÍMITES

«La nueva aplicación de Oxone® se ha podido encontrar e implementar tan rápido solo gracias a la perfecta colaboración entre distintos países. Desde Wilmington (EE. UU.) hasta Singapur, pasando por Sudbury (Inglaterra), todos nuestros laboratorios han investigado intensamente para encontrar soluciones. Esto demuestra que se pueden lograr muchas cosas cuando todos damos lo mejor de nosotros mismos y compartimos ideas».

ETHAN SOLOMON,
director de tecnología de aplicaciones en Wilmington
(EE. UU.)

Neolone® PH Max requirió muchas series de pruebas. Aquí, con la estudiante Nuri Ferguson.

convencionales en el sector de la lavandería, que normalmente se reservan para la tecnología Silvadur®. «La colaboración ha funcionado a la perfección, y ahora queremos lanzar nuestra nueva aplicación al mercado. También estamos manteniendo conversaciones muy prometedoras con fabricantes de productos de consumo», añade Solomon.

En la tendencia de los «Clean Cosmetics»

Janna Eggert, Head of Marketing Communication, BU MPP, y sus compañeras Melanie Keck, Technical Application Manager, y Vivien Konetzky, Global Product Manager, también pueden presumir de contactos prometedores para su nuevo conservante Neolone® PH Max. El equipo global de Hygiene & Care presentó el conservante reformulado para productos de cuidado personal en la mayor feria internacional de cosméticos y productos de cuidado personal de Ámsterdam. «Tras la ponencia de nuestro compañero Ziang Li, el interés fue enorme», relata Janna Eggert. Ya se han enviado las primeras muestras a los clientes y tenemos más preparadas.

Neolone® PH Max se basa en el conservante clásico fenoxietanol, que tiene un alto efecto antimicrobiano y una buena tolerabilidad cutánea, así como en el ácido pelargónico, una sustancia multifuncional que se obtiene del aceite de girasol. Gracias a este nuevo potenciador, entre otras ventajas, no es necesario utilizar tanto fenoxietanol. Neolone® PH Max destaca por su baja toxicidad, no es sensibilizante y, sin embargo, actúa con eficacia contra bacterias y hongos. Es fácil de usar y apto para muchas cremas, lociones y sérum. «Para nuestros clientes, es muy ventajoso que puedan utilizarlo en sus formulaciones ya existentes en la mayoría de los casos», afirma Keck. Esta es una ventaja que los clientes valoran mucho y que completa la cartera de MPP en esta familia de productos.

Además del conservante clásico «Neolone® PH 100 Preservative», a base de fenoxietanol, la unidad de negocios MPP también ofrece el conservante sostenible «Neolone® BioG Preservative». «Nuestros clientes aprecian ambos productos», comenta Eggert. El conservante sostenible responde a los deseos de muchos clientes finales, pero es algo más caro que un producto convencio-

nal, naturalmente. Además, debido a su composición, no suele ser fácil de incorporar a una fórmula ya existente. «Lo mejor es utilizar el producto como conservante cuando se empieza a desarrollar un nuevo producto sostenible», afirma Keck. Ya hay grandes clientes que están trabajando en nuevos productos con este conservante sostenible.

«Por supuesto, apoyamos su trabajo de desarrollo y les facilitamos muestras», añade Keck. Se apuesta por la fidelización de los clientes a largo plazo. No obstante, el equipo necesita paciencia para ello, ya que el desarrollo de los productos puede llevar varios años. «Así ocurrió también con nuestro Neolone® PH Max», recuerda Keck. «El trabajo de investigación incluyó numerosas normas y regulaciones, nuevas disposiciones y los estudios de inocuidad imprescindibles», explica. «Al final, nuestro conservante debe funcionar perfectamente en todas las condiciones y en las formulaciones más diversas». El equipo global de Hygiene & Care está orgulloso de su nuevo conservante. No es tan caro como Neolone® BioG Preservative, sino que se sitúa en el segmento de precio medio. Además, sigue intacta la tendencia de

los clientes hacia los «Clean Cosmetics» o «cosméticos limpios», es decir, con menos ingredientes pero más rendimiento. «Con nuestro potenciador en Neolone® PH Max, también cumplimos este deseo de los clientes finales», concluye Janna Eggert.

Sin un asesoramiento intensivo al cliente, no hay negocio

«Nunca nos hemos conformado con entregar nuestros productos en la puerta del cliente y dar por terminado el trabajo», afirma Nadja Hermsdorf, Business Development & Applications, BU LPT. Lleva más de diez años trabajando en el área de alimentos de la BU LPT y lo sabe: «Nuestros clientes también se decantan por nosotros porque ofrecemos un servicio integral». Conoce bien a sus clientes en todo el mundo, ya sean de la industria azucarera o fabricantes de bebidas o de edulcorantes a base de almidón. «Les apoyamos incluso cuando quieren ampliar su planta o construir una nueva». Su día a día, afirma, gira principalmente en torno a los deseos, los problemas y las preguntas de los clientes, y es que los intercambiadores de iones con los que se limpian muchas materias primas para la industria alimentaria son efectivamente complicados de utilizar. «Si los

clientes compran nuestros intercambiadores de iones y luego no quedan satisfechos con el resultado, tenemos un problema. Hay que impartirles formación para que saquen el máximo partido a nuestros productos». Por supuesto, esto no siempre es fácil. Para los clientes más importantes, a veces imparte seminarios *in situ* en coordinación con sus compañeros de ventas. «Naturalmente, se trata de nuestros clientes más importantes». Estos, a su vez, tienen varias sedes en todo el mundo y envían a los seminarios a sus empleados, como ingenieros de procesos y operadores de plantas.

«Para llegar a una base de clientes más amplia, también ofrecemos seminarios en línea», explica Hermsdorf. Los cursos sobre el módulo LewaPlus® para la desalinización de alimentos despertaron un especial interés en las regiones de América, EMEA y APAC. Gracias al módulo, los clientes pueden revisar sus plantas desalinizadoras para alimentos y desarrollar nuevas áreas de instalación. Eso les permite optimizar los ajustes y reducir los residuos, los productos químicos o el consumo de agua. «En el último seminario web, establecimos 66 nuevos contactos entre los 97 participantes», comenta Her-

msdorf. El fortalecimiento de los contactos con los grandes clientes y el establecimiento de nuevos contactos se consigue gracias a la transferencia de conocimientos, de la que también se benefician los clientes.

Debido a la estrecha relación y a la necesidad de explicar el funcionamiento de los intercambiadores de iones, la pandemia del coronavirus ha sido un período extremadamente difícil. El contacto exclusivo a través de Teams no es equiparable a una reunión personal. Dado que las ferias no siempre merecen la pena, LPT organiza periódicamente encuentros presenciales en todo el mundo. Así, en agosto de este año se organizará por tercera vez un seminario sobre azúcar junto con el distribuidor de Tailandia. «Después de este tipo de reuniones, cualquier conversación virtual resulta mucho más fácil», afirma Hermsdorf. Los clientes valoran tanto los encuentros directos que incluso están dispuestos a pagar una pequeña contribución por ellos. Así ocurrió hace año y medio. En la Tower de Colonia se reunieron 36 participantes de 21 empresas de 11 países. Además de investigadores e ingenieros de los clientes directos y distribuidores, también participaron los principales fabricantes

CERCA DEL CLIENTE A TRAVÉS DE CURSOS

«Nuestros productos requieren explicación. Por eso, debemos ofrecer a nuestros clientes seminarios y cursos de formación para que puedan sacarles el máximo partido. Por supuesto, esto tiene el efecto secundario de que así conocemos muy bien a nuestros clientes y, a veces, nos ayuda a desarrollar nuevas ideas de productos».

NADJA HERMSDORF,

Business Development & Applications,
BU LPT



de instalaciones y líderes de opinión del campo de aplicación. «En realidad, estos encuentros son lo más valioso», afirma Hermsdorf. «En una conversación, es mucho más fácil transmitir el mensaje que a través de Teams». Y a LANXESS no le ha supuesto ningún coste.

Por supuesto, de todos estos encuentros con los clientes surgen nuevas ideas de productos o servicios. «Pero muchas de ellas resultan demasiado costosas. En algunos casos, tendríamos que remodelar las instalaciones de producción para poner en práctica las nuevas ideas», afirma Hermsdorf. Entonces surge inmediatamente la pregunta: ¿qué potencial tendría una innovación así? ¿Cuándo sería rentable? ¿Es viable para el futuro? La unidad de negocios organiza regularmente talleres de innovación. En el último, celebrado en febrero, participaron unos 30 compañeros de los departamentos de laboratorio, ingeniería de aplicaciones e investigación. «Al final, sacamos en limpio tres ideas nuevas muy prometedoras que hemos seguido desarrollando», explica Hermsdorf. Si alguna de ellas resultara especialmente innovadora, se podría solicitar el presupuesto correspondiente.



ACADEMIA PARA LA CERCANÍA AL CLIENTE

Con la Commercial Excellence Academy, LANXESS entra en terreno desconocido. En la academia, los compañeros de ventas y mercadotecnia de todo el mundo deben agudizar su visión del potencial comercial y trabajar en su implementación.

Diseñar juntos el futuro de la empresa es uno de los objetivos de la recién creada Commercial Excellence Academy. Se dirige a los compañeros de los departamentos de mercadotecnia y ventas. Ya se han seleccionado los primeros 60 participantes para los tres eventos que se celebrarán en junio y septiembre. El CEO, Matthias Zachert, dio la bienvenida a los equipos: «Se les ha seleccionado para este programa porque representan a LANXESS en primera línea y mantienen un contacto directo con nuestros clientes». Y destacó: «Como directivos, juegan un papel decisivo a la hora de impulsar un crecimiento sostenible y ofrecer valor añadido a nuestros clientes en un entorno cada vez más complejo».

La academia transmite a los participantes los conocimientos más recientes en el ámbito de Commercial Excellence. El programa se inicia en EE. UU. y la región de las Américas.

PRESENTACIÓN EN LA FERIA: Neo-lone® PH Max fue uno de los productos destacados de la unidad de negocios MPP en la mayor feria mundial de productos cosméticos y de cuidado personal celebrada en Ámsterdam.

«Esto no es por casualidad, ya que esta región reviste una gran importancia estratégica para nosotros y contribuye decisivamente a nuestro éxito mundial», afirmó Zachert.

En la academia, los participantes identificarán y trabajarán, entre otras cosas, en proyectos de crecimiento en sus respectivas regiones. Estos pueden ser específicos de una unidad de negocios, pero también pueden incluir otras unidades. Los equipos trabajarán en estos proyectos durante 90 días con el apoyo de experimentados instructores empresariales. «Los instructores atesoran muchos años de experiencia en la industria química. Así, queremos mejorar nuestro enfoque para ganar y crecer juntos en el mercado», afirmó Zachert.

Al final, los participantes tendrán la oportunidad de presentar sus resultados e ideas ante un panel de altos ejecutivos. A continuación, se seleccionarán las mejores ideas y se ayudará a los equipos a implementarlas a mayor escala.

La Academy se implantará gradualmente en todo el mundo.

¿CUÁLES ES REALMENTE TU EDAD?

Los *boomers* cancelan sin pestañear una cita aparentemente importante a las cinco de la tarde, la generación Z lleva ya mucho tiempo inmersa en un diálogo agotador con su niño interior... Así son los prejuicios. La discriminación por edad existe en ambos sentidos, y esto afecta a LANXESS tanto como al resto de la sociedad. Con motivo del Diversity Day, hemos recopilado algunos datos y reflexiones sobre el tema.



ANTES INCLUSO QUE EL GÉNERO, LA EDAD ES LA CAUSA MÁS FRECUENTE DE DISCRIMINACIÓN EN EL TRABAJO.

Russell Reynolds Associates, D&I Pulse 2023

30 %

de los trabajadores actuales no estarán disponibles en los próximos cinco años en Alemania, ya que se jubilarán. LANXESS se está preparando para ello mediante diversas herramientas de gestión del conocimiento.

¿Cuáles son los valores más importantes en tu vida?



BOOMERS

1. Salud
2. Familia
3. Libertad



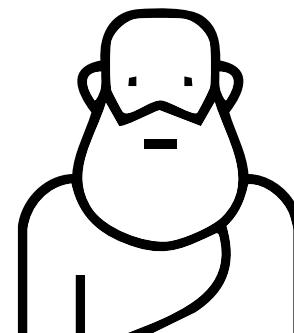
GENERACIÓN Z

1. Familia
2. Salud
3. Libertad

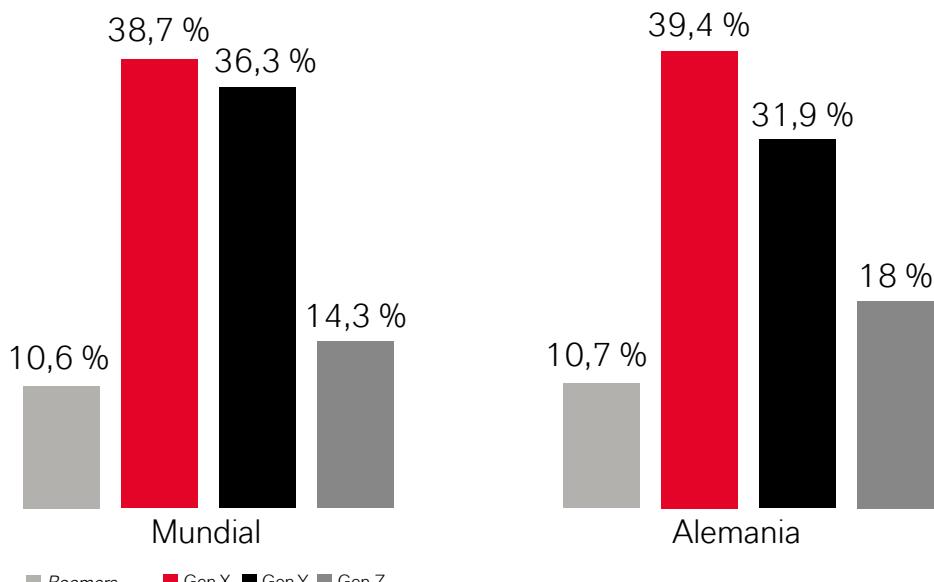
Estudio «Juventud en Alemania», mayo de 2023

El tema del conflicto generacional ha existido desde siempre.

«La generación joven es perezosa, viste mal y es un peligro para la sociedad», se quejaba ya el filósofo Aristóteles.



GENERACIONES EN LANXESS



Durante una semana, identifica cada día los **prejuicios relacionados con la edad!**

Forma un equipo intergeneracional: **¿qué podéis aprender unos de otros?**

PUNTOS DE REFLEXIÓN

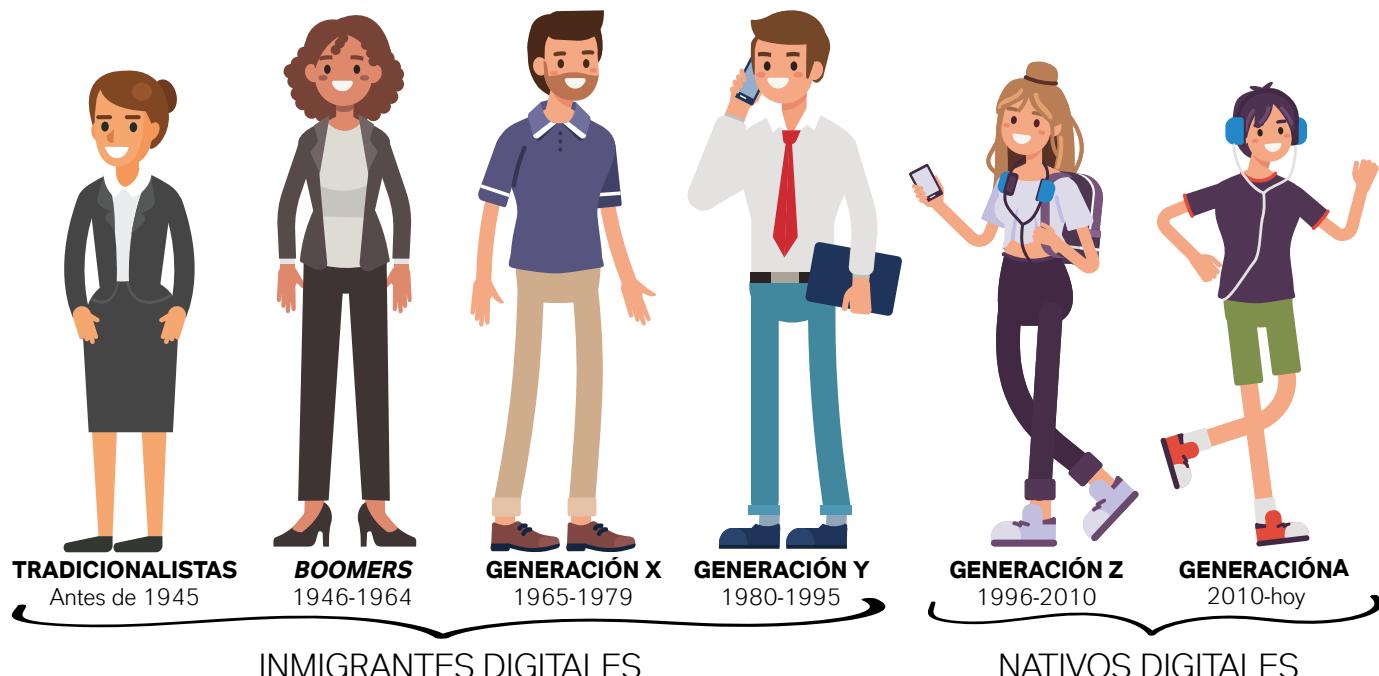
¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE LE PEDÍS-

TE FEEDBACK EN EL TRABAJO A ALGUIEN DE MENOS DE 30 AÑOS?

¿CONTRATARÍAS A ALGUIEN MAYOR DE 50 AÑOS PARA TU EQUIPO DE REDES SOCIALES?

SEIS GENERACIONES BAJO UN MISMO TECHO

Los *boomers* son la generación más veterana en el mercado laboral. La generación X ha vivido muchas cosas: crisis económicas, avances tecnológicos, desempleo y catástrofes medioambientales. Considera importante tener unos buenos ingresos y un puesto de trabajo seguro. La generación Y está considerada como la primera generación de nativos digitales. La generación Z conoce los medios digitales desde que nació. A partir de 2026, los miembros de la generación alfa entrarán en el mercado laboral. En ese momento, LANXESS empleará a seis generaciones.



COMPUESTO VOLÁTIL

Una empresa con su propia flota de vehículos, un «guardia de planta» y un producto que desaparece casi sin rastro en un abrir y cerrar de ojos: la planta de Velcorin® de la BU MPP, con sedes en Dormagen y Krefeld-Uerdingen (Alemania), es única en muchos sentidos. Visitamos las instalaciones del fabricante del desinfectante en frío.

Andreas Gratz es experto en mimosas. Sin embargo, no es botánico aficionado ni terapeuta conductual. Este ingeniero químico es el segundo director de planta de LANXESS y tiene que lidiar con un producto realmente delicado. Se trata del dimetil-dicarbonato, que LANXESS comercializa bajo la marca Velcorin® y es una especie de «gran diva» de los productos químicos: «Nuestro producto se descompone con extrema facilidad. Es sensible a la humedad del aire, a la temperatura y a todos los materiales con los que entra en contacto. Por eso, la fabricación de nuestro desinfectante en frío es especialmente exigente», explica el segundo director de planta.

DOS SEDES, UN SOLO EQUIPO

Afortunadamente, el equipo de Velcorin® está formado por auténticos expertos que destacan por sus profundos conocimientos y su amplia experiencia de varias décadas

en la producción. En 1963 se puso en marcha la planta de Velcorin® en Krefeld-Uerdingen, y en 2005 se inició la producción en Dormagen. «Dos sedes, un solo equipo: ese es prácticamente nuestro lema», afirma Nils Brinkmann, primer director de planta de las dos instalaciones de Velcorin®.

La particularidad radica en que las dos plantas de producción se turnan. La producción se realiza en una sede durante unos seis meses y, a continuación, la planta se detiene, se somete a mantenimiento y se repara, mientras que la otra sede se encarga de la producción. «Hemos establecido esta redundancia a petición de nuestros clientes, porque en el caso de Velcorin® somos fabricantes exclusivos. Si se produjeron paradas imprevistas en la producción y no pudieramos cumplir nuestros plazos de entrega, también se detendría la planta del cliente, y eso es algo que hay que evitar a toda costa», continúa Brinkmann.

«Nuestros clientes elaboran bebidas de alta calidad y no quieren utilizar conservantes estándar. A diferencia de estos, Velcorin® no solo ofrece una protección fiable, sino que también es totalmente inodoro e insípido».

MATTHIAS HÜTTL,

director del segmento de mercado de bebidas y alimentos, BU MPP

Por eso, en el equipo hay que cubrir regularmente la función de «guardia de planta», que se encarga de supervisar que todo esté en orden cuando las máquinas están paradas. «Quién sabe, quizás algún día deje de ser necesario este puesto. La demanda de nuestro producto ha aumentado tanto que, a medio plazo, es posible que no podamos seguir adelante con una sola planta», afirma orgulloso el director de la planta.

IGUALES, PERO DIFERENTES

Por supuesto, fabricar un producto alternando dos sedes exige una gran flexibilidad por



El jefe de turno adjunto Robert Getz toma una muestra del reactor. El producto final debe tener una pureza superior al 99,9 %.



El capataz de expedición Muzaffer Kalayli prepara una lata de aluminio con el producto terminado para su envío.



40 años de competencia

- En la planta de Uerdingen se produce desde 1978 dimetildicarbonato, es decir, Velcorin®. En 2005 entró en funcionamiento la planta de Dormagen, que entonces todavía formaba parte de la BU Saltigo. Desde 2011, ambas plantas pertenecen a la unidad de negocios MPP.
- El equipo de la planta cuenta con un total de 48 empleados: 35 empleados en turnos rotativos y el equipo de expedición y administración con otros ocho compañeros, así como los cinco compañeros del departamento técnico.
- Ambas plantas cuentan con certificación alimentaria, kosher y halal, y se someten a diversas auditorías anuales ■



La planta de Velcorin® en Dormagen comparte edificio con la planta 1 de Saltigo (parte gris del edificio). La ventaja de la proximidad radica en la corta distancia para transportar la materia prima más importante, el CAME.



A 45 kilómetros de Dormagen se encuentra la otra planta de producción de Velcorin®, en el Chempark de Krefeld-Uerdingen.

PERSONAS Y TRABAJO EN EQUIPO



El equipo directivo de la empresa (de izq. a dcha.):
B. Kelemen (maestro de expedición),
A. Gratz (2.º director de planta),
N. Brinkmann 1.er director de planta),
M. Kalayli (capataz de expedición),
M. Maubach (maestro de planta),
Ch. Hachenberg (ingeniero de área y de planta),
G. Lienesch (director de HSEQ).

Velcorin® está homologado para su uso en la industria alimentaria. Por tanto, debe cumplir estrictas normas de higiene. El llenado se realiza en una denominada «sala blanca», y para acceder a ella hay que cambiarse la ropa de trabajo.



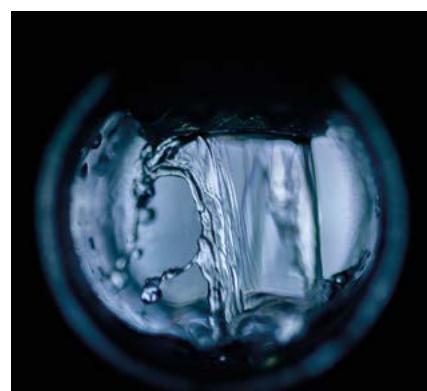
parte del equipo. Por un lado, el lugar de trabajo cambia regularmente y, a veces, es necesario hacer desplazamientos espontáneos. Sin embargo, esto no supone ningún problema gracias a la flota de vehículos de empresa. No obstante, el trabajo del equipo también es complejo desde el punto de vista técnico: «Ambas plantas emplean el mismo proceso de fabricación, pero hay detalles que las diferencian, ya que, por ejemplo, los aparatos están fabricados con materiales diferentes. Además, trabajamos con dos sistemas diferentes para el control de procesos», explica Christian Hachenberg, director del departamento técnico. «Por lo tanto, calculamos que tardaremos entre un año y un año y medio en impartir la formación adecuada a los nuevos compañeros en ambas plantas».

EXIGENCIA DE PUREZA

Además de la fiabilidad en el suministro, los clientes consideran extremadamente importante la pureza y la calidad. Velcorin® es un aditivo alimentario autorizado, y ambas plantas se someten a auditorías

anuales según la norma FSSC 22.000. «La alta pureza también es importante para la durabilidad de este producto que se degrada con tanta facilidad. Aquí alcanzamos un valor del 99,9 %», explica el maestro de planta Markus Maubach. «Esto solo se consigue si todos los parámetros del proceso son correctos». Por lo tanto, sin un control de calidad preciso, no sale del almacén ni uno solo de los bidones de aluminio de 5 y 28 litros. Por ello, cada planta cuenta con su propio laboratorio. Sin embargo, la inspección final siempre se lleva a cabo en la planta de Preventol® en Uerdingen, es decir, a cargo de una entidad independiente.

En estos momentos, algunas muestras de Dormagen están recorriendo los 45 kilómetros que separan ambas plantas. Una vez que el laboratorio díe luz verde, se puede empezar el llenado para que el palé salga del almacén con la mercancía destinada a un cliente extranjero. Dentro hay un «producto invisible» fabricado por un equipo que destaca visiblemente por su gran motivación.



Sensibilidad extrema

- Velcorin® es un desinfectante en frío para el sector de las bebidas. Entre otros productos, se utiliza para zumos, refrescos, cervezas mixtas y vino.
- El producto de LANXESS se fabrica en Dormagen y Krefeld-Uerdingen y desde allí se envía a todo el mundo.
- El dimetildicarbonato (Velcorin®) se degrada con mucha facilidad: en unas cuatro horas se hidroliza en la bebida y se convierte en metanol y CO₂, de modo que se hace indetectable.
- Velcorin® es un aditivo alimentario y tiene su propio número E (E242).

iADIVINE LA SOLUCIÓN Y GANE!

1. LÁPIZ, PAPEL Y... ¡AL ATAQUE!

Hay que llenar los espacios en blanco con los números del 1 al 9 de manera que no se repita ningún número en el correspondiente cuadrado pequeño ni en toda la línea en sentido horizontal y vertical.

5				8		
	2		7		4	
8	7	5			1	
	8	1		6		
3		2	9			1
	1		6	9		
1			5	2	8	
5		6		3		
	2					6

2. ¿QUÉ SIGNIFICA «SALA BLANCA»?

- a. Todos los aparatos de la sala son blancos.
- b. Todos los que están en la sala van vestidos de blanco.
- c. Todos los que entran en la sala deben ponerse una bata blanca limpia.

3. JUEGO DE LOS ERRORES

En la imagen inferior hay cinco diferencias. ¿Es capaz de encontrarlas?



LANXESS
SIGNIFICA...

► Lancer: compañero de IA

De buen humor, eficiente y nunca enfermo... Seamos sinceros, ningún compañero es así. ¿O sí? Ahora, los empleados de LANXESS pueden disfrutar de él. Se llama Xchat. Su puesto, asistente de IA. El nuevo compañero de IA es multitarea y, por ejemplo, puede copiar notas manuscritas en un correo electrónico, comparar dos documentos o crear una presentación de PowerPoint a partir de un PDF. Para acceder a Xchat por primera vez, primero es necesario aceptar la ventana emergente de Microsoft. En el Knowledge Portal hay documentos donde se explica cómo usar la herramienta.

► Success: jugando en casa

En el año del aniversario de LANXESS, la Chemspect Europe 2025 se celebró en Colonia. El grupo aprovechó la ocasión para presentarse con seis unidades de negocios en uno de los estands más grandes, con una superficie de unos 160 m², y el esfuerzo mereció la pena. Jenny Boettger, BU LPT, afirmó: «Las conversaciones fueron más interesantes que nunca. Para mí, resultaron especialmente valiosos los nuevos contactos en el área de la salud, ya que es precisamente este tipo de intercambio de opiniones lo que impulsa nuestro negocio». Christoph Schaffrath, BU SGO, también hizo un balance positivo: «La feria fue un éxito rotundo para Saltigo y, en solo dos días, mantuvimos más de 170 reuniones que desembocaron en muchos contactos nuevos, sobre todo en el sector ajeno al agrícola, en el que nos estamos focalizando específicamente».

PARTICIPE



¿Quiere ganar una elegante radio con look retro? Participe y envíe la **respuesta correcta a la pregunta 2** en un correo electrónico a xpress@lanxess.com.

Pueden participar los empleados de LANXESS y sus filiales (excepción de los empleados de Corporate Communications). Cada participante solo puede concursar una vez. Queda excluida la vía legal. Desvelaremos la solución en el próximo número de Xpress. El ganador del concurso de Xpress 01.2025 es **Sven von Kothen**, de Alemania. La solución correcta a la segunda pregunta era la respuesta A.

QUALITY WORKS.

VUELTA AL COLE

La lista de material escolar parece interminable, pero la dependienta de la papelería sabe bien lo que se hace, por suerte. El que no quiera encontrarse con las estanterías vacías debe adelantarse unas semanas al comienzo del curso y comprar subrayadores, bolígrafos y rotuladores de punta fina para los más pequeños.

Los colorantes de la unidad de negocios Polymer Additives garantizan unos colores brillantes y duraderos. «Muchos de ellos contienen nuestros colorantes especiales de las series Bayscript®, Spezial, Nigrosin y Pyranin, así como las dispersiones de pigmentos de la gama Levanyl®. Entre otras cosas, garantizan un color de alta intensidad y la durabilidad de los artículos de escritura», afirma Morten Christensen, Global Product Manager de la unidad de negocios Polymer Additives. Los colorantes son a base de agua y carecen de disolventes. Por lo tanto, también son una buena opción para unos artículos de papelería sostenibles y respetuosos con el medioambiente.