

---

---

## ANEXO 1

### ANTECEDENTES PROMOCIONALES DE LA COMPAÑÍA

La siguiente información fue recabada tanto de la página web de la compañía como del libro de Brant: “GROWTH COMPANY: Dow Chemical’s First Century” publicado en 1997.

La entrada de Dow al mundo de los negocios en 1895 fue arduamente animada por un espíritu de libre empresa y competencia libre. Los primeros años de vida de Dow fueron de batalla, ya que se encontró con un sistema de carteles, the United Alkali Company de Gran Bretaña que dominaba junto con Deutsche Bromkonvention de Alemania el mercado de brominos. Así que, Herbert Dow visitó directamente y a través de agencias las empresas consumidoras de bromino para ofrecer su producto. Fue hasta 1902 que hizo arreglos para vender bromino directamente a las compañías Mallinckrodt y Powers-Weightman-Rosengarten. Las agencias que utilizó la compañía fueron the Fred G. Clarke en Cleveland, y desde principios de 1903 Edward Hill Son & Company de Nueva York.

En 1904 Dow estableció su primer departamento de ventas y en 1905 llevó un anuncio acerca de la creación del departamento de ventas a *Oil, Paint & Drug Reporter*, lo que representó su primer esfuerzo publicitario.

En la guerra del arancel Herbert Dow fue el primero en aprovechar la política nacional. En enero de 1917 el diputado Saginaw le pidió sugerencias a Herbert Dow sobre aranceles químicos. Poco tiempo después Dow aceptó la presidencia del comité arancelario de la Asociación Americana de Fabricantes de Medicamentos.



En el año de 1918 se creó el diamante de Dow para ayudar a resolver problemas en el embarque de productos. Esta marca de diamante fue inmediatamente adoptada y rápidamente se convirtió en el logo universal de Dow. Apareció por primera vez en el anuncio de *Oil, Paint & Drug Reporter* el 9 de septiembre de 1918. En enero de 1919 el logo evolucionó a la forma en que ahora se le conoce.

En 1919 Dow construyó una biblioteca científica, la cual se convirtió en una de las bibliotecas industriales más finas de mundo y reconocidas.

En mayo de 1919 Herbert Dow recibió una carta del artista británico Arthur Henry Knighton-Hammond quien había pintado escenas de las fábricas de British Dyestuffs Corporation, en esa carta mostraba interés en pintar escenas de su planta en Midland, pero él no le dio una respuesta.

En 1920 Herbert Dow visitó la Exposición Nacional Química en la ciudad de Nueva York y observó unas pinturas hechas para la National Anilina & Chemical Company, encontrando en ellas una atractiva y buena publicidad para la empresa. Así que le solicitó al pintor Knighton-Hammond pintara escenas de la planta, de los huertos y jardines de Dow.

Durante más de 20 años las pinturas de Knighton-Hammond fueron puestas en los catálogos de productos y literatura publicitaria. Herbert dio una de las pinturas al Club de Químicos en Nueva York y las demás fueron repartidas en las oficinas principales de la compañía. Algunas de sus pinturas todavía sobreviven en los muros de la Fundación Herbert H. & Grace A. Dow.

El 7 de abril de 1920 se dio el primer encuentro de ventas de Dow, en el centro comunitario de Midland. Ahí se encontraron todos los miembros de la compañía: Los que se encuentran sentados a la derecha son Lee Doan (asistente del administrador de ventas), G. Lee Camp (administrador de ventas). J. E. LeFevre (director de compras) se encuentra sentado en la fila delantera izquierda, el de bigote es Ralph E. Dorland (administrador de la oficina en Nueva York). Herbert Dow esta de pie, es el quinto de la derecha.



Fuente: Brandt, E. N. (1997). *GROWTH COMPANY: Dow Chemical's First Century*. Estados Unidos; Michigan State University Press.

En 1921 Dow lanzó su primera campaña publicitaria, promocionando a Dowmetal. Tommy Milton ganó en Indianapolis la 500 carrera automovilística usando pistones hechos

de magnesio por Dowmetal. En este mismo año, el diamante de Dow fue registrado en la oficina de patentes de Estados Unidos.

En 1925 un miembro de la compañía, William J. Hale fue invitado a participar en una serie de radio llamada “Radio Talks on Science” patrocinado por el Servicio de Ciencia del Consejo de Investigación Nacional, del cual Hale llegó a ser miembro.

Dow patentó el primer proceso comercial para la fabricación de poliestireno en 1930. A Herbert H. Dow le otorgaron la medalla Perkin por logro químico, él murió en ese mismo año

En 1936 se formó la Fundación Herbert H. & Grace A. Dow.

En 1937 se introdujo la resina de poliestireno “Stryron”. Para 1948 los plásticos alcanzaron el 20 por ciento de las ventas totales de Dow. Para 1958 representaron un 35% de las ventas.

En 1951 Dow estudió algunas atractivas concesiones de impuestos que el gobierno estadounidense le estaba ofreciendo a las firmas que quisieran arriesgar su capital para construir comercios estadounidenses en el extranjero -periodo de Harry Truman Como resultado Dow rápidamente organizó dos nuevas subsidiarias de comercio extranjero, Dow Chemical International y Dow Chemical Inter-American.

En 1954 la compañía lanzó una película nacional Saran Wrap plastic, donde se muestra el proceso de producción de Midland y el interés por investigar sobre las mejoras en el trabajo, mostrando las frases “solo haciendo un buen trabajo para nosotros”, “nosotros lograremos un buen producto aquí” (Brandt, 1997).

En el periodo presidencial de Eisenhower, Dow mantiene una fuerte relación con la casa Blanca, alrededor de 1956.



Una de las contribuciones de Dow en 1960 fue el símbolo universal biohazard (de materiales riesgosos), el cual representa colmillos de serpientes de color naranja fuego, desde entonces se convirtió en un signo de advertencia visto diariamente en oficinas de doctores, establecimientos médicos, laboratorios y cualquier lugar donde el riesgo biológico esta presente. Este símbolo significa: “Tenga cuidado, esto podría ser perjudicial a su salud”.

En 1965 de acuerdo a una encuesta se mostró que el 38 por ciento del público americano había escuchado de “The Dow Chemical Company”. Cuatro años más tarde la encuesta indicó que el 91 por ciento del público “conocía algo acerca de Dow”. Lo que hizo famosa a la compañía fueron las protestas contra la guerra de Vietnam en la cual la compañía estaba envuelta. Estas protestas también se encontraban en las portadas de los periódicos y en las noticias en TV durante ese periodo. Durante los años 1966 a 1970 la compañía estuvo envuelta en al menos 21 demostraciones anti-Dow en ciudades universitarias americanas.

En 1985 se introdujo el slogan "Dow le da grandes cosas".

En 1986 Dow es reconocido como el productor mundial de termoplásticos. En ese mismo año Dow fue pionero en promover ambientes de trabajo libres de humo y en establecer áreas externas de los edificios para los fumadores. El Consejo de Seguridad Nacional le otorgó a Dow el premio por su logro en seguridad ocupacional y salud.

En 1990 The Dow Chemical Company, Huntsman Chemical y el departamento interior estadounidense anunciaron un programa para reciclar plástico, vidrio y aluminio en Parques Nacionales Americanos. Estos programas educacionales fueron: "Recicla esto", "ChemTV", y "Chemapoolooza".

En 1993 la revista *Fortune* reconoció a Dow como uno de los "10 campeones ambientales" de América.

En 1995 se introdujo el slogan "Hay una gran química entre nosotros". En 1996 cambió por "Qué pensamiento bueno puedo hacer".

En 1999 la empresa figuró en la posición 50 de la revista *Fortune* 500. En noviembre de ese mismo año se creó MyAccount@Dow la cual es una conexión comercial electrónica con ofertas e información de las transacciones hechas por los clientes. El éxito de esta conexión influyó para que en el 2000 Dow con otros fundadores establecieran un mercado electrónico business to business llamado Elemica.

En el año 2001 se lanzó el slogan "Viviendo. Mejorando diariamente". En ese mismo año la compañía fue reconocida como líder en el manejo del desarrollo sustentable en la industria química por el índice Dow Jones. Al año siguiente el Presidente George W. Bush honró a The Dow Chemical Company con la Medalla Nacional de Tecnología "por la visión de crear gran ciencia innovadora y tecnologías en la industria química y por impacto positivo que la comercialización de esta tecnología ha tenido sobre la sociedad."