

Número **27** • 2º semestre de 2012

# Oleum

magazine de actualidad de



Lubricantes

A photograph of two men shown in profile, facing each other. The man on the left is older, with grey hair, wearing a brown jacket over a striped shirt. The man on the right is younger, with dark hair, wearing a white shirt. They are positioned against a white background.

## SÁINZ TO SÁINZ

### AMPLIANDO FRONTERAS:

### Competir es desafiar nuestros límites



+ INNOVACIÓN + ACTUALIDAD + COMPETICIÓN + TECNOLOGÍA + MUCHO MÁS

# Oleum #27

## SUMARIO

- 4 GRUPO CEPSA:**
- Séptimas Jornadas PROAS de especialización tecnológica
  - Crecen los puntos descuento *Porque Tu Vuelves* con el Banco Santander
  - Aumentan las prestaciones en red desde el portal de Internet
  - Reconocido éxito de las campañas publicitarias recientes
  - Instauración de los Premios a las Actividades de Mejora
  - Edición 2013 del Mapamax ibérico de CEPSA
- 6 CEPSA LUBRICANTES EN EL MUNDO**
- Visita del distribuidor ruso B&K Oil a las instalaciones de Málaga y Algeciras
  - Curso de formación técnica en Avant Trading y valoración del mercado euroasiático
  - La estrella de CEPSA en el salón del automóvil búlgaro de Plovdiv
  - Too Lans presenta a CEPSA Lubricantes en Kazajistán
  - Presencia en el europeo de Dragbike de Hungría
  - La buena imagen de CEPSA Lubricantes en Rumanía pasa por Materom
  - Crecer mejorando el servicio es el objetivo de Unión Técnica Automotriz en Chile
  - Con Cenlubsa en las carreras y expandiendo CEPSA gracias a Lubricentro Dugos en Costa Rica
  - El cetro guatemalteco de automovilismo se lo adjudica Rodas con patrocinio de Importaciones Navarra
  - Curso para Euroil México S.A. destinado a clientes y distribuidores
  - Nuevo acuerdo en México con Lubricantes Ibéricos para Bosch
  - Automechanika Shanghai
  - Automechanika Frankfurt
- 10 ÓRBITA CEPSA**
- Proveedores muy involucrados
  - La navidad en nuestros talleres
  - Promoción en talleres y estaciones de servicio
  - Para los amantes de las motos
- 11 ENTORNO CSM**
- Auditorías: ISO 9001 / ISO TS 16949 / PECAL 2120
  - Lubrication Academy Houston 2012
- 12 REPORTAJE ESPECIAL**
- Los procesos de envasado y expedición del lubricante
- 14 EN PRIMERA PERSONA:**
- Sáinz to Sáinz
  - Entrevista con los pilotos Carlos Sáinz y Carlos Sáinz Jr.
- 20 PRODUCTO:**
- Catálogo de Lubricantes para Automoción 2012
  - Ceras Parafinas
  - Indicaciones en el packaging
  - Modificaciones en especificaciones de aceites hidráulicos
- 24 LA INNOVACIÓN DE OTROS:**
- Makro
- 25 ESPECIAL FORMACIÓN**
- Éxito del seminario de CEPSA en Tenerife
- 26 LUBRICANTES MARINOS:**
- Mobilgard 560 VS
- 28 COMPETICIÓN**
- Los pilotos de CEPSA acapararon 26 podios internacionales
- 30 RINCÓN ECOLÓGICO Y GASTRONÓMICO**
- Vía verde: La Lonja - Monte Abantos
  - Estofado de Charolés
  - Árboles con historia: El árbol de los candelabros
- 32 INTERNET, MÁS CERCA**
- Twitter: Lo bueno si breve...
- 33 HUMOR**
- 34 FLASHES**

Si tienes alguna noticia que quieras publicar o alguna sugerencia, por favor, envíala al e-mail: [lubricantes@cepsa.com](mailto:lubricantes@cepsa.com)

Si deseas realizar alguna consulta técnica sobre cualquiera de nuestros productos/servicios, escribe tu e-mail a: [st.lubes@cepsa.com](mailto:st.lubes@cepsa.com)

Dirección de Internet: [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com)

Dirección y edición: Dpto. de Marketing de CEPSA Lubricantes, S.A.

Han colaborado en este número: Alejandro Valcárcel, Alicia Cuervo, Alvaro Macarro, Beatriz Calvo, Beatriz Cervera, Belén Romero, Carlos Sáinz, Carlos Sáinz (junior), Carlos García, César Guarnido, Cristina de los Ríos, Diego Martínez, Eduardo Gómez, Eva Pavón, Francisco Rodríguez, Inmaculada Abadía, Iñiqui Ibarra, Jaime Sastre, Joaquín Calleja, Jorge Gallego, José Antonio Tirado, José Herrero, José Luis Prieto, Laura Cuesta, Luis Mingorance, Luis Nuevo, Luis Zamora, María Jesús Peláez, Marisa Hernández, Marta García de Vitoria, Marta Luginis, Miguel Angel Higuero, Paloma Martínez, Pablo Ureña, Ricardo Mosquera, Stephane Barthelemy, Trinidad Espinosa, Vanessa Cardenosa y Vicente Calero.

Muchas gracias a todos.

Diseño, coordinación y maquetación:

**creartelia** comunicación

Impresión: OFFSETTI

Redacción: Aurora Lozano  
Alberto Yagüe  
Goyo Ybort

Edición semestral de distribución gratuita.  
Tirada: 8.500 ejemplares castellano  
2.500 ejemplares inglés  
Depósito legal: 50580

# José Luis Prieto

Director General  
de PROAS



## *El viaje continúa*

Como ya habréis podido comprobar, seguimos dedicando el tema central de nuestra revista Oleum a la internacionalización.

En los últimos meses he vivido, personalmente, lo que realmente significa ese “Ampliando fronteras” y os diré que es imposible no sentirse orgulloso de lo que estamos consiguiendo. He visto personas que viven a miles de kilómetros de España emocionarse por nuestra marca, demostrar su convencimiento de nuestras posibilidades de futuro y agradecernos la oportunidad de trabajar con nosotros. Es un logro que tiene que ver con el buen trabajo del Departamento de Exportaciones pero también con el de cada Departamento de CLSA.

Sin un equipo detrás que soporte lo que decimos, que aporte su experiencia y buen hacer, ellos, nuestros clientes y distribuidores internacionales, no tendrían ese alto grado de satisfacción.

En CEPSA Lubricantes sabemos pensar en el largo plazo, a la vez que conseguimos nuestros objetivos en el corto plazo. Sabemos gestionar un modelo que estamos consiguiendo implantar en nuestra expansión internacional: el de una compañía con una gran marca, una estrategia sólida y una oferta atractiva, muy bien conectada con una oferta local adaptada a las necesidades locales, con un distribuidor que conoce de primera mano la idiosincrasia de su entorno. Éste es el modelo que tenemos en España con nuestros distribuidores, pues son bien diferentes las circunstancias en Galicia, en Andalucía o en Cataluña, por ejemplo.

Gracias a nuestra experiencia en España, estamos haciendo lo mismo en los distintos países en donde nos implantamos. Os aseguro que es un modelo que funciona. Podríamos resumirlo en “Una gran marca adaptada localmente”. ¿No os recuerda un poco al “Innovando para ti”?

No puedo dejar pasar la oportunidad de este editorial para despedirme de toda la gran familia de CEPSA Lubricantes pues, como ya sabéis, desde el 28 de noviembre de 2012, he pasado a ocuparme del negocio de asfaltos, en PROAS.

He vivido quince años en CLSA, con distintas responsabilidades, y os aseguro que son unos años inolvidables para mí. En CLSA he tenido la oportunidad de crecer profesionalmente y he aprendido mucho de todas las personas con quienes he compartido estos años.

Recuerdo todo lo pasado en “Gunes”, convenciones, viajes o reuniones. He reído y he llorado. En resumen: he vivido. Me llevo un profundo sentimiento de agradecimiento, pues he sido feliz a vuestro lado. Gracias.

Para terminar, os diré que van pasando los años y sigo enamorado de esta revista. No cabe duda alguna de que está hecha con la salsa que condimenta los mejores productos: cariño, trabajo e ilusión.

**Os deseo todo lo mejor para el futuro.**



# Las Jornadas PROAS de especialización tecnológica alcanzaron en Zaragoza su séptima cita



En los salones del Hotel Palafox de Zaragoza, a falta de poco más de un mes para que finalizara el año, se celebraron las séptimas Jornadas de Especialización Tecnológica PROAS (empresa del Grupo CEPSA) sobre Betunes y Mezclas asfálticas.

Esta sesión, dirigida principalmente a técnicos del sector de la carretera, se planificó con el objetivo de actualizar e informar a los profesionales del sector acerca de las innovaciones más relevantes en materia de betunes asfálticos, convirtiéndose en un foro técnico de intercambio de conocimientos.

Las jornadas contaron con el apoyo de la Dirección General de Carreteras del Gobierno de Aragón y congregaron a un centenar de profesionales de la citada Dirección, de las diputaciones provinciales, de Fomento y de las principales empresas de la zona.

Fue el propio director general de carreteras de Aragón, Miguel Ángel Arminio, el encargado de abrir una sesión en la que también intervino, como coordinador, Félix Edmundo Pérez, catedrático de Caminos de la Universidad Politécnica de Catalunya, junto a acreditados ponentes que expusieron nuevas tecnologías y normativa vigente sobre betunes y mezclas asfálticas.

El coloquio final sirvió para ratificar la importancia y alcance de estas jornadas entre los profesionales del sector.

## Crece los puntos descuento Porque Tu Vuelves con el Banco Santander

Gracias al acuerdo suscrito entre ambas compañías y dentro de la promoción denominada CEPSA-Banco Santander, cuando el usuario abone en establecimientos CEPSA y tiendas DEPASO (también en Mini Stop y Minimarket adheridos) con tarjeta del Banco Santander acumulará puntos descuento "Porque Tu Vuelves" en ella, sin que sea preciso pasar la tarjeta "Porque Tu Vuelves".

Como añadido, si el usuario pertenece al plan "Queremos ser tu Banco" (Santander) puede multiplicar sus descuentos hasta por diez.

En concreto, los clientes de Banco Santander que no pertenezcan a "Queremos ser tu Banco" acumularán 5 puntos descuento por cada litro repostado. Quienes sí pertenezcan al citado plan acumularán 30 puntos descuento por litro cualquier día de la semana, a excepción del miércoles que

recibirán 50 puntos descuento por litro. En todos los casos, los titulares de la tarjeta de Banco Santander obtendrán 2 puntos descuento adicionales por litro repostado en su estación de servicio CEPSA habitual y 15 puntos por cada euro de compra en tienda o servicios de la estación.

Para poder canjear estos puntos descuento el titular de la tarjeta deberá facilitar a CEPSA los datos requeridos en el formulario al efecto, a través de [www.cepsaconbancosantander.com](http://www.cepsaconbancosantander.com) o de [www.santander.es](http://www.santander.es), lo que supondrá el alta del usuario en el área reservada del sitio [www.porquetuvuelves.com](http://www.porquetuvuelves.com) y la posibilidad de llegar a todos los productos y servicios que CEPSA ofrece a sus socios.

La promoción CEPSA-Banco Santander tiene vigencia en toda España y hasta el 22 de octubre de 2013.

## Aumentan las prestaciones disponibles en el sitio web de CEPSA

El sitio web de CEPSA sigue siendo un canal de comunicación muy próximo a los usuarios, basten tres detalles como muestra de sus múltiples servicios: los denominados *CEPSA Cerca de Ti*, *El Frío no Avisa* y *Mínimo Precio*.



La aplicación **CEPSA Cerca de Ti** (accesible desde la dirección [www.cepsacercadeti.com](http://www.cepsacercadeti.com))

permite localizar la estación de servicio, el taller Órbita y el punto de venta de gas butano y propano más próximos a la ubicación del usuario o a la dirección deseada, ofreciendo la dirección completa del establecimiento, teléfono incluido, datos de los productos y servicios que se ofrecen y las tarjetas de fidelidad y de pago que se admiten.

La comunicación **Mínimo Precio** muestra la fórmula para lograr el precio mínimo garantizado y la máxima calidad en los repostajes, pudiendo localizar la estación de servicio mínimo precio al instante desde la web, descargándose la aplicación o mediante la lectura del código adjunto.

Tras el epígrafe **El Frío no Avisa** está la promoción en torno al Gasóleo Calefacción CEPSA: los pedidos de combustible se convierten en participaciones para acceder a un concurso que sortea una estancia para dos personas en el hotel más lujoso del mundo en Dubai.



CEPSA

## Reconocido éxito de las campañas publicitarias recientes



Durante el pasado periodo estival, CEPSA desarrolló una campaña de publicidad en medios para apoyar la novedosa promoción **Mínimo Precio Garantizado**. Al tratarse de un periodo de campaña y de promoción tan amplio, se lanzaron hasta 5 oleadas alternando los diversos medios disponibles.

Esta campaña de publicidad, desarrollada bajo el concepto **“Repostar en CEPSA es ser muy listo”**, ha contado con dos spots emitidos en cadenas nacionales, TDT y temáticas, así como con cuñas en informativos y tertulias matinales de las principales emisoras de radio. Además, la campaña ha tenido un fuerte apoyo tanto en el medio *on line* como en *mobile*. Adicionalmente a los formatos más tradicionales, la campaña se potenció con acciones especiales para ahondar en la promoción, en las secciones de deportes y el tiempo en varios informativos de distintas cadenas de TV y menciones en radio.

La campaña, conocida por **“Más listo que Calisto”** o **“Más listo que los ratones coloraos”**, ha supuesto el máximo índice de notoriedad y branding de la historia publicitaria de CEPSA, incluida la media del mercado publicitario nacional.



## Instauración de los Premios a las Actividades de Mejora en la Planta de Mezcla y Envasado de CLSA en San Roque

En este ejercicio han quedado instaurados los Premios a las Actividades de Mejora, siendo quienes estrenaron el palmarés Miguel Ángel Benavente Ruiz, Pedro Cano Galán, Joaquín Mateo Mari, Ricardo Mora Boltadzija, Antonio Mora Muñoz, Fernando Quintero Suárez y Cristóbal Suárez Agüera.

Benavente se hizo acreedor del primer premio merced a su trabajo de “Mejora en la línea de distribución de las Bases LB-VC y aditivos en Bidón por DDU a tanque Bach”; en tanto que el proyecto Unicarbide de etiquetado de Cano Galán valió el segundo premio.

El equipo formado por Mateo, Mora B., Mora M., Quintero y Suárez se adjudicó el primer premio por la “Instalación de un traceado de cobre en la línea del cargadero de parafinas Petrolatum”.

Los galardones fueron entregados por Stephane Barthelemy, jefe de Operaciones, Alicia Cuervo y María Jesús Peláez de Area Técnica-PASCAL-Innovación.

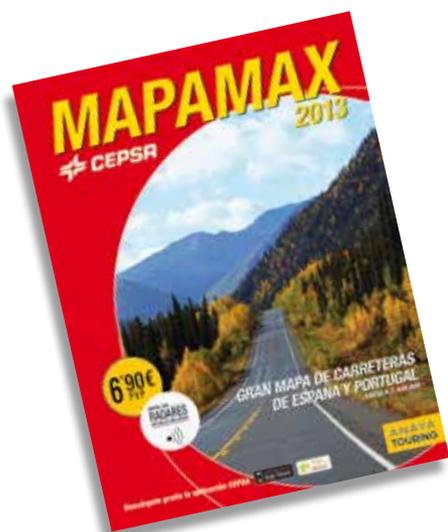
Con ellos se pretende premiar las ideas y sugerencias de mejora, desde los principios y valores de la calidad, constituyendo un incentivo en la innovación y optimización de procesos de productividad en la planta de mezcla y envasado.

Los premios están convocados, con periodicidad semestral, para todo el personal de la planta tanto de CEPSA Lubricantes como de Contrata -a excepción del jefe de aquella-, y en categoría individual y por equipo (máximo de cinco miembros). El galardón individual está dotado con 200 euros para el ganador, con 150 euros para el segundo

mejor trabajo y un obsequio para el tercero; mientras que en categoría de equipo la dotación es de 400 y 300 euros, respectivamente, manteniéndose el obsequio como tercer valor.



Primer Premio: “Mejora en la línea de distribución de las Bases LB-VC y aditivos en Bidón por DDU a tanque Bach”



## Edición 2013 del Mapamax ibérico de CEPSA

CEPSA, en colaboración con Anaya Touring, lanza la edición 2013 de su ya habitual Mapa de Carreteras de España y Portugal MAPAMAX. En la nueva edición impresa se pueden localizar todas las estaciones de servicio de CEPSA y también conocer la ubicación actualizada de los radares, con ánimo de contribuir a una conduc-

ción adecuada, responsable y segura. De gran ayuda será, igualmente, la nueva aplicación gratuita de CEPSA para Apple (iPhone, iPod Touch, iPad) y Android, con la que se pueden establecer rutas, conocer incidencias del tráfico, saber dónde se ha dejado el coche o localizar productos y servicios CEPSA, entre otras muchas utilidades.



## Visita del distribuidor ruso B&K Oil a las instalaciones de Málaga y Algeciras



La compañía rusa distribuidora de CLSA visitó la planta andaluza de Lubrisur después de asistir a una presentación del Grupo CEPSA en la que se trataron las actividades y estrategias en las exportaciones de CEPSA Lubricantes antes de finalizar el año.

Hasta Málaga se trasladaron no solo el representante de la empresa rusa, **Dmitry Budilin**, director general de **B&K Oil**, sino también cuatro clientes clave en el mercado de aquella región, como **Evgeny Kovalev**, gerente de **TehMashInter Ltd.** (distribuidor en el área de Siberia); **Aleksandr Gorburov**, director general y propietario de **TehMashInter Ltd.** (distribuidor en el área de Siberia); **Ivan Chursin**, director general de **KST Ltd.** (distribuidor en la zona sur de Rusia); y **Andrey Abryvin**, en calidad de director general de **SpetsOil Ltd.** (cliente de KST).

Ejercieron de anfitriones Álvaro Macarro, export manager de CLSA, y Carlos García, export area manager de CLSA, y que fue quien dirigió el comité de bienvenida a la delegación rusa a su llegada a Málaga.

Además de las visitas guiadas a la planta de mezclas y al almacén automático, y del oportuno intercambio de impresiones entre los responsables de mercados, la comisión tuvo ocasión de conocer las excelencias de una importante bodega andaluza y asistir a una cata de sus caldos.

## Curso de formación técnica en Avant Trading y valoración del mercado euroasiático

Durante el penúltimo mes del ejercicio 2012, representantes de CLSA -encabezados por la responsable de exportación para Asia, **Inmaculada Abadía**- realizaron una visita a Azerbaiyán para impartir un curso de formación técnica en la compañía distribuidora de CEPSA Lubricantes en ese país euroasiático, **Avant Trading**. El curso estuvo destinado tanto al propio director de **Avant Trading**, **Mehdi Aghayev**, como a tres miembros de su departamento comercial.

**Avant Trading** pertenece a un gran holding que interviene en distintos segmentos del mercado, tales como alimentación, construcción o automoción, entre otros, y dispone de sede en algunas ciudades europeas, con Londres a la cabeza.

Dado que Azerbaiyán es un país con sólo 9 millones de habitantes, que posee petróleo y gas pero no refinerías, se espera que el volumen de compras de la compañía local pueda alcanzar las 120 toneladas métricas.

El encuentro sirvió también para conocer mejor las demandas y necesidades del mercado en auge que constituye ese clave emplazamiento entre Europa y Asia.



## La estrella de CEPSA presente en el interesante salón del automóvil búlgaro de Plovdiv

Como es habitual, durante la última semana de septiembre se celebró la conocida como ITF (Feria Técnica Internacional) o lo que es lo mismo, el salón del automóvil de Plovdiv, en Bulgaria. Una cita que alcanzó en 2012 su 68ª edición y en cuya organización opera la Asociación de Fabricantes de Coches y sus Representantes Autorizados para Bulgaria.



CEPSA Lubricantes tuvo brillante presencia en este **Motor Show Plovdiv** que reunió a 1.250 compañías expositoras procedentes de 43 países. Prueba de lo interesante de esta muestra es que en esta última edición participaron más de 170 nuevas empresas, un centenar de ellas de fuera de Bulgaria, contando con cien mil visitantes. La ITF, inaugurada por el primer ministro búlgaro **Boyko Borissov**, arroja excelentes datos comerciales con respecto al año anterior: un 74% más de contactos entre empresas para el desarrollo de nuevos negocios y un 55% más de posibles mercados objetivo dentro de Bulgaria.

Por otro lado, la buena imagen de la compañía petrolera española también se puede ver por las calles búlgaras gracias a la nueva decoración de los vehículos comerciales del importante grupo local **Didi'94**.

## Too Lans presenta a CEPSA Lubricantes como marca de gran calidad en Kazajistán

Otros de los puntos de interés entre Asia central y Europa radica en el mercado kazajo. De la mano de la acreditada firma **Too Lans**, CEPSA Lubricantes se ha introducido con solvencia en Kazajistán.

**Too Lans** es una compañía familiar avalada en el sector del repuesto de automóviles, que tiene su sede en la capital comercial de este país euroasiático, Almaty; distribuye filtros y productos de diferentes marcas de lubricantes, a lo largo de un territorio poblado por alrededor de 17 millones de habitantes.

La intención de los máximos responsables de **Too Lans** es dar a conocer a CEPSA en su país y posicionarla como una marca de gran calidad, manteniendo su actividad en este sentido con continuos pedidos de producto.



## Presencia en el europeo de Dragbike de Hungría

CEPSA Lubricantes está presente en las competiciones húngaras de Dragbike, merced a ser uno de los patrocinadores principales de **Kunmadaras Motorsport**, en cuyo calendario de eventos destaca la prueba estival, también valedera para los campeonatos de la Unión Europea de Motociclismo.

En el verano de 2012, la carrera de Kunmadaras (competición de velocidad por eliminatorias) reunió a pilotos de motos de hasta 15 categorías, comprendidas entre las de 50 cc y las máquinas más potentes, y de 13 para automóviles.

La prueba reina, al ser la penúltima puntuable para la Copa de Europa Dragbike fue la de Super Street Bike, que se disputó a más de 30 grados de temperatura y donde algunas máquinas superaron los 310 kilómetros por hora; en ella se dio triplete británico, con triunfo de **Richard Stubbins** (Suzuki 1300) y segundo puesto de **Graham Balchin** (Kawasaki 1300), quien semanas después se proclamó ganador de la Copa de Europa.

El húngaro **Lencsés Donát Dániel** (Suzuki 1300) fue el primer local, acabando noveno, siendo también el mejor de su país a la conclusión del certamen continental. En la carrera de Kunmadaras hubo otros tres pilotos magiares que se metieron entre los quince primeros, **Gal, István** y **Levente**.



## La buena imagen de CEPSA Lubricantes en Rumanía pasa por Materom

El cliente distribuidor de CEPSA Lubricantes en Rumanía, **Materom**, ha completado con éxito un sinnúmero de acciones que derivan en la mejor imagen de CLSA en ese país.

**Materom**, que trazó un eficiente plan de marketing para el segundo semestre de 2012, lo presentó formalmente a sus representantes de ventas, demostrando el claro beneficio de sus actuaciones. Ciertamente es que la prestigiosa corporación que constituye **Materom** en el mercado rumano se apoya no sólo en un plan estratégico, sino en acciones promocionales complementarias, incluso en soportes mediáticos como la revista *Diálogo*, propagando las excelencias de los productos de CEPSA Lubricantes.

El éxito de alguna de las campañas desarrolladas llevó a que se agotaran las existencias de los productos promocionados o publicitados. Otro de los soportes que emplea **Materom** son los cursos de formación, con los que completan su plan de mercado.



## Creer mejorando el servicio es el objetivo de Unión Técnica Automotriz en Chile

El distribuidor de CLSA en Chile, **Unión Técnica Automotriz S.A.**, se marcó en el ejercicio 2012 y venidero seguir creciendo en el mercado de su país y mejorar en el servicio a sus clientes.

Respaldado por CEPSA en la búsqueda del objetivo, **Unión Técnica Automotriz S.A.** elaboró un plan que permitiera superar las expectativas comerciales con CEPSA Lubricantes. Ese plan incluía el desarrollo de cursos de capacitación para ahondar en el conocimiento de la gama de productos, el posicionamiento de los mismos,



la valoración de la competitividad y la instrucción del personal de ventas, no sólo de la empresa, sino también de filiales o clientes, con ánimo de potenciar la marca y de acercarla al usuario.

Pero el programa de **Unión Técnica Automotriz S.A.** también contemplaba la mejora en la logística para optimizar la distribución de los productos CEPSA entre las sucursales más distantes a través de la adquisición de vehículos **MAN** para el transporte y de avances en el funcionamiento de los propios almacenes, aumentando en medios, clasificación y capacidad de almacenaje.

## Con Cenlubs en las carreras y expandiendo CEPSA gracias a Lubricentro Dugos en Costa Rica

**Central de Lubricantes S.A., Cenlubs**, emprendió una acción de imagen en la competición, patrocinando al piloto guatemalteco, establecido en Costa Rica desde hace más de una década, **José Carlos González**, habitual de los podios en las pruebas de su categoría.

Pero la distribuidora **Cenlubs** también ha impulsado, desde el último verano, la expansión de los productos de CLSA en el país centroamericano desde un importante punto de referencia como **Lubricentro Dugos**, ubicado en la provincia de Alajuela.

**Lubricentro Dugos**, dirigido por **Francisco y Jorge Durán**, se ha convertido en el centro de servicio de referencia a la hora de acercar, identificar y lograr la fidelidad del cliente final de CEPSA Lubricantes, con un considerable consumo de bidones por mes. Los señores Durán apostaron fuerte por la implantación en su región del producto de la estrella, desde el moderno centro de servicio que han puesto en marcha.



# CEPSA LUBRICANTES EN EL MUNDO

## El cetro guatemalteco de automovilismo se lo adjudica Rodas con patrocinio de Importaciones Navarra

El campeón de Guatemala de automovilismo, **Juan Pablo Rodas**, ha reeditado su éxito con el nuevo título en la categoría TGCA tras la Carrera de 100 kilómetros que cerraba el Campeonato Nacional 2012.

**Rodas** luce en su vehículo de competición la imagen de CEPSA Lubricantes gracias al acuerdo sellado, esta misma temporada, entre el campeón y el distribuidor de CLSA en Guatemala, **Importaciones Navarra**. La acción de patrocinio dio buenos frutos desde la primera prueba, en que **Rodas** alcanzó la victoria, lo que sumado al título final y a las incursiones del piloto en carreras de países vecinos ha supuesto un importante alcance en medios de comunicación y redes sociales.

## Curso para Euroil México S.A. destinado a clientes y distribuidores



En pleno otoño español CEPSA preparó un curso para **Euroil México S.A. de C.V.** con el objetivo de llegar al cliente final y a posibles distribuidores de la marca en el país más meridional de Norteamérica.

CEPSA Lubricantes opera en el mercado mexicano desde hace más de ocho años y este dato, junto con el convencimiento por parte de **Euroil México S.A. de C.V.** de que disponen del mejor producto en el mercado, ha propiciado que desde agosto de 2012 se haya iniciado un proyecto de expansión fundamentado en el desarrollo de distribuidores de la marca, que posibilite un acercamiento del producto en diferentes regiones del país.

Esta distribuidora mexicana ofrece a sus clientes y socios comerciales lubricantes y productos de mantenimiento del automóvil de la más alta calidad e innovación, lo que redundará positivamente en la vida útil del motor, a la vez que se reducen las emisiones contaminantes y se ahorra en combustible. Su presencia incluye los segmentos de automoción, industria y marino, garantizando servicio y soporte, con precios competitivos, al consumidor de la marca CEPSA.

El mencionado curso fue todo un éxito al servir de muestra de la calidad con la que trabajan **Euroil** y CEPSA Lubricantes en México, como también de la gama de productos disponibles y sus utilidades, para mayor valoración de los clientes a la hora de emplear el producto adecuado para sus motores, de acuerdo con las especificaciones de los fabricantes, y con ello lograr mejor rendimiento y cuidado de sus máquinas.

## Nuevo acuerdo en México con Lubricantes Ibéricos para Bosch tras el curso impartido por CLSA

A casi un mes de la finalización de 2012, el distribuidor de CLSA en México DF, **Lubricantes Ibéricos S.A. de C.V.** y **Robert Bosch México** rubricaron el acuerdo por el que se promocionarán los lubricantes de CEPSA directamente en la red de concesionarios de talleres **Bosch Car Service**. Fue el licenciado **José Mújica**, representante para **Bosch Car Service** y **Diesel Service**, quien dio oficialidad y publicidad al citado acuerdo.

Este convenio aconteció tras el curso desarrollado por CLSA para **Lubricantes Ibéricos** y que alcanzó los intereses de una de las compañías más prestigiosas del sector automoción, como es **Bosch**.



Escanee con su smartphone este código para ver contenido adicional online

# AUTOC

## AUTOMECHANIKA FRANKFURT

### Las novedades de CLSA no faltaron a la gran cita europea de Frankfurt



CEPSA Lubricantes presentó sus novedades en la feria Automechanika Frankfurt 2012, la feria líder mundial de la industria del automóvil, celebrada del 11 al 16 de septiembre en la ciudad alemana, que supone un punto de encuentro para el *aftermarket* del automóvil y la plataforma más efectiva de negocios del sector.

El stand de CEPSA sirvió para que el equipo de exportaciones de la compañía mostrara todas las referencias de su catálogo ante doce de los principales distribuidores internacionales y frente a más de 150.000 visitantes, procedentes de más de 180 países.

Entre las novedades mostradas en Frankfurt se encontró la gama CEPSA XTAR para vehículo ligero, con productos de última generación, adaptados a todo tipo de motorizaciones y sistemas de reducción de emisiones, capaces de dar respuesta a las necesidades de los turismos con motores de alta tecnología.

De entre toda la gama XTAR destacó de forma especial el novedoso lubricante CEPSA XTAR Hybrid 5W20, un

# ESPECIAL OMECHANIKA

## AUTOMECHANIKA SHANGHÁI



producto especialmente recomendado para automóviles híbridos y equipados con sistema Start/Stop, así como para turismos propulsados por motores de gasolina con exigencia en materia de ahorro de combustible.

El espacio de CEPSA brilló de manera singular en las sesiones en las que estuvo presente el piloto CEPSA de *freestyle* **Dany Torres**, campeón del mundo del Red BullX-Fighters World Tour 2011, que firmó autógrafos y conversó con todos los visitantes que se acercaron al stand para saludarle.



### CEPSA Lubricantes se dio a conocer al mercado chino en la feria Automechanika de Shanghái

La acreditada feria Automechanika de Shanghái, celebrada del 11 al 14 de diciembre de 2012, constituyó un importante escaparate del catálogo de CEPSA Lubricantes ante el amplio mercado chino.

La exposición se celebró en el New International Expo Centre de Pudong y reunió a más de 4.000 expositores procedentes de 37 países, cifra récord que demostró el crecimiento de la feria tanto en participación extranjera como en la de origen chino.

El constante proceso de innovación, la perspectiva internacional que caracteriza a CEPSA y la colaboración de dos aliados de excepción como **Bergé Automoción** y **APSIS**, posibilitaron la presencia de la compañía en esta cotizada exposición para presentar su gama de lubricantes de automoción.

**Bergé Automoción** es una compañía perteneciente a **Bergé y Cía S.A.** y es el mayor importador privado de automóviles en la Península Ibérica y Latinoamérica; actualmente representa un total de

26 marcas y se encuentra presente en 6 países, tanto en Europa (España y Portugal) como en Latinoamérica (Chile, Perú, Colombia y Argentina).

**APSIS** es una empresa fundada en 2005 por **SAIC**, líder del mercado de automoción en China, y por el **National Center of Supervision and Inspection on Motor Vehicle Products Quality** (Shanghái). Sus dos principales líneas de negocio son la distribución de componentes de automoción y los centros de servicios de valor añadido (repuestos, componentes y reparación). Por su parte, **SAIC Motor** es el mayor productor de vehículos en China, con unas ventas de 4 millones de unidades en el año 2011.

Como refuerzo a la acción promocional en la Feria, **APSIS** organizó paralelamente un evento en el que fueron presentados tanto CLSA como sus productos a más de 200 invitados del mundo de la automoción; el encuentro contó con la presencia de los directores generales de **APSIS** y **SAIC** y la de **José Luis Prieto** -antiguo director general de CLSA- y **José Aramburu**, nuevo director general de CEPSA Lubricantes.

CEPSA Lubricantes no podía haber elegido mejores compañeros de ruta para la aventura de Shanghái, por lo que desea agradecer desde estas páginas a **Bergé Automoción**, **APSIS** y a **SAIC** la confianza depositada en los productos y la experiencia de CLSA, garantizando que el compromiso y la innovación que caracterizan a la marca no faltarán en este camino que comienza en 2013.



## PROVEEDORES MUY INVOLUCRADOS

Los proveedores de los talleres Órbita CEPSA han tenido una actividad notable en el último trimestre gracias a las encuestas de satisfacción y prospección de proveedores como GTMotive y Legálitas y a las campañas con ofertas especiales como las de Jarcar, Rivolta, Bardahl, Coner, Nikitas Kutsurais y Viajes Iltrida Barcino.

Además, el nuevo proveedor Velyen, del grupo Istobal, ha lanzado una oferta a los talleres para maquinaria de elevación de vehículos y equipos de engrase.

Por otro lado, Órbita CEPSA organizó con Robert Bosch España un curso de formación presencial en diagnóstico avanzada (MIT2) dirigido a los talleres de la red en Madrid y provincias limítrofes.

## LA NAVIDAD EN NUESTROS TALLERES

El cambio de aceite en los talleres de Órbita CEPSA tiene premio. Por cada cambio realizado en los meses de diciembre y enero, el cliente podría obtener una memoria USB de 4 GB de regalo.

## PROMOCIÓN EN TALLERES Y ESTACIONES DE SERVICIO

Cruce de promociones entre los talleres Órbita CEPSA y las Estaciones de Servicio CEPSA.

En verano, cada cliente que repostaba conseguía un cupón de 3 euros de descuento al realizar el cambio de aceite. Y si hacía una operación de mantenimiento, lograba una tarjeta descuento en combustible Óptima al repostar en una estación de servicio CEPSA.

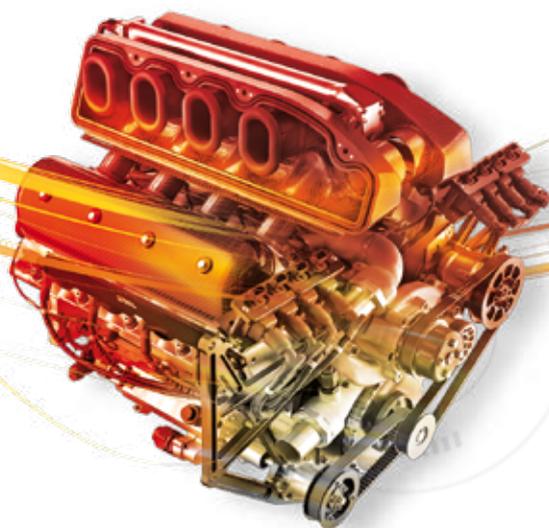
Los más de 400 talleres Órbita CEPSA están repartidos por todo el territorio nacional. En ellos, personal cualificado y en continua formación, especialistas en diagnóstico, lubricación, neumáticos y mecánica ofrecen un trato personalizado y cercano a la hora de reparar o realizar el mantenimiento del automóvil y sin perder la garantía del fabricante.

## PARA LOS AMANTES DE LAS MOTOS

Los aficionados al mundo de la dos ruedas que asistieron a Motoevent, la Feria de la Moto de Campo, y los que utilizaron la estación de servicio donde se celebró el Oasis CEPSA, camino del Gran Premio de Jerez, disfrutaron de promociones como el regalo de unos guantes de nitrilo con el cambio del aceite en los talleres Órbita CEPSA asignados o consiguiendo GRATIS un sistema de diagnóstico para el vehículo CEPSA Motorcheck mediante un "Rasca y Gana".



## ¿Le gustaría conocer la salud del motor de su vehículo?



# CEPSA MOTORCHECK

Sistema de diagnóstico para motores de turismos

DISPONIBLE ÚNICAMENTE EN TALLERES ÓRBITA CEPSA



Encuentra el taller Órbita CEPSA con servicio CEPSA MOTORCHECK en [www.orbitacepsa.com](http://www.orbitacepsa.com)  
Teléfono de atención al cliente del Programa Órbita CEPSA: 91 337 76 66

# AUDITORÍAS: ISO 9001 / ISO TS 16949 / PECAL 2120

La Planta de mezcla y envasado y Almacén Automático de San Roque y las oficinas de Madrid y Las Palmas han superado en octubre las auditorías previstas para este año de renovación de las normas vigentes en CLSA (ISO 9001:2008; ISO TS 16949:2009) y PECAL AQAP Serie 2120. **CEPSA agradece al personal auditado su colaboración para ejecutar las inspecciones.**

En lo que respecta a la norma ISO 9001:2008, sobre el diseño, la producción, la comercialización y el servicio posventa de productos lubricantes y parafinas, no se han detectado no conformidades. En este sentido, se han destacado siete puntos fuertes, se han descrito diez oportunidades de mejora y cuatro observaciones.

Sobre la norma PECAL 2120, referente a la producción de envases de lubricantes, parafinas, extractos aromáticos y aceites lubricantes marinos, de automoción e industriales para el Ministerio de Defensa, se ha comunicado una no conformidad

menor. Se detectan riesgos asociados al suministro de aceites lubricantes no incluidos en el análisis de riesgos actualmente en vigor, en contra de lo indicado en la norma de referencia. Los auditores han destacado cinco puntos fuertes y siete oportunidades de mejora, además de realizar ocho recomendaciones.

Finalmente, en lo que respecta a la norma ISO TS 16949:2009 se han detectado dos no conformidades. Por un lado no se evidencia que todos los auditores que han realizado la prueba interna al sistema de gestión se encuentren calificados

para inspeccionar los requisitos de ISO TS. Y por otro lado se detecta una operación de seguimiento y medición del producto y del proceso establecida en el plan de control, para la que no existe registro de la persona que autoriza la liberación de producto a etapas sucesivas.

Todas las no conformidades han sido solventadas de forma inmediata. Tras las auditorías, se renuevan los certificados que acreditan la calidad de su servicio a los clientes.

## LUBRICATION ACADEMY HOUSTON 2012

Analizar las últimas tecnologías tanto en formulación como en análisis para el diagnóstico de aceites de turbinas ha sido el objetivo del curso celebrado en octubre en Houston.

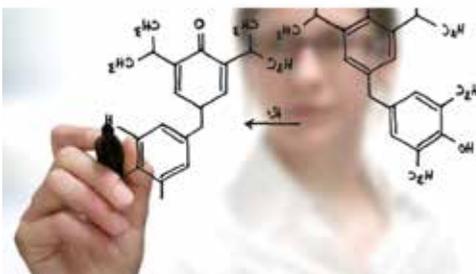
Los rápidos cambios sufridos en la industria en la última década han obligado a los fabricantes de lubricantes a adaptarse a las nuevas tecnologías y, por ello, reformular sus productos para cubrir las necesidades de los equipos.

Las causas principales de las modificaciones han sido las exigencias de los productores para que los aceites de turbinas funcionen en las complicadas condiciones en que trabajan, las mejoras en las tecnologías de refinado de las bases lubricantes y el esfuerzo por reformular para aumentar la diferenciación y revalorización de los productos.

Como consecuencia de estos avances, la monitorización de las condiciones del aceite y las tecnologías de control de contaminantes utilizadas hasta ahora han quedado obsoletas. El futuro en estas aplicaciones iría hacia estudios ad hoc de cada cliente/equipo que permitan diagnosticar de forma correcta y anticipada si el equipo está funcionando bien o no, y así evitar costes de mantenimiento o parada tan importantes y elevados en estas aplicaciones.

Al curso asistieron expertos en Quimiometría como Dave Wooton; esta disciplina está enfocada a la aplicación de métodos estadísticos sobre datos químicos, y se va a poner en marcha en el Laboratorio de Lubricantes del Centro de Investigación en 2013.

A esta cita asistió por parte de CEPSA Trinidad Espinosa Castilla, responsable del Laboratorio de Lubricantes del Centro de Investigación, además de empresas del sector tan importantes como Air Liquide, Lubrication Engineers, Lubrication Technologies, Testoil, Thomas Petroleum, Siemens, Shell, Chevron, Petrocanada o Fluitec, cuyo intercambio de experiencias permitirá avanzar en este campo.



## Los procesos de envasado y expedición del lubricante

En el número anterior hemos podido conocer el proceso de fabricación de lubricantes. Ahora vamos a dar a conocer los siguientes pasos: su envasado y distribución.

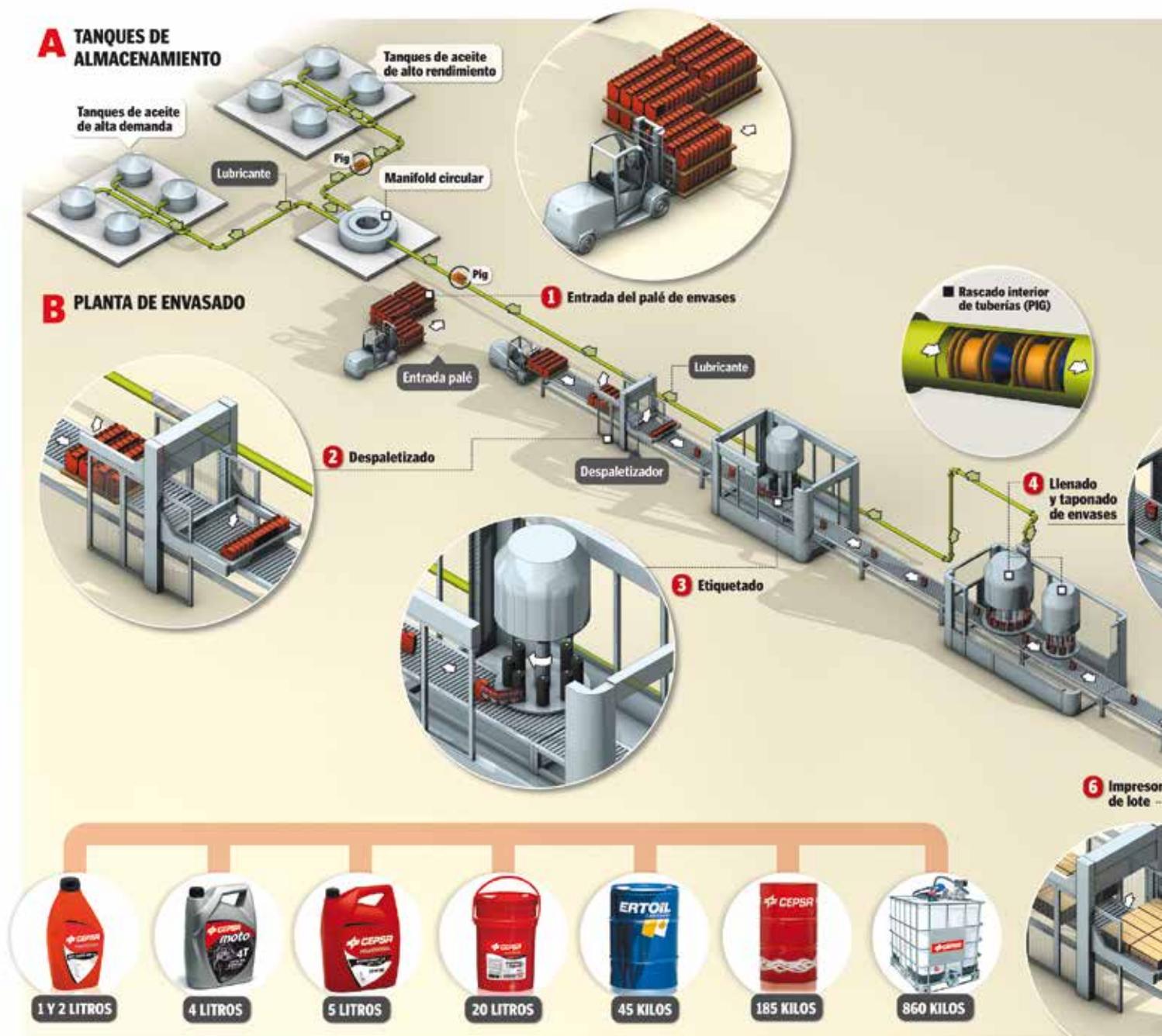
El área de envasado de la planta de CLSA cuenta con varias líneas de llenado. En las líneas de envasado de botes de uno, cuatro y cinco litros, el proceso comienza con la despaletización de envases vacíos, que discurren por los sistemas de transportes hasta la aplicadora de etiquetas (que pega en cada bote la etiqueta que le corresponde) y la llenadora, donde se dosifica la cantidad de producto deseado. Posteriormente cada bote pasa a la sección de taponado, control de peso y detección de tapón colocado. Si el peso no es el correcto o el tapón no está bien colocado, el bote se aparta de la línea de envasado.

A continuación, en la formadora de cajas, éstas se pesan para detectar la falta de algún bote; si esto ocurriera, la caja se rechazaría apartándola del resto.

Más adelante, las cajas entran en el paletizador, que agrupa un número determinado de cajas por palet, y de ahí pasan al almacén.

En el caso de los cuñetes de 20 litros, se procede primero al llenado de los envases en su línea de llenado, después se coloca la tapa de la garrafa y, tras la colocación de la etiqueta, se procede al paletizado mediante un manipulador ingrávito.

La línea de envasado de contenedores de 1.000 litros representa el 50% del total en toneladas envasadas de toda la planta. El proceso ubica el contenedor encima de la línea llevando a cabo el llenado y dosificación



del producto, a continuación, el transportador desplaza automáticamente el contenedor a la sección de salida, desde donde se envía al almacén mediante un protocolo de traslado, asegurando así el trasiego sin incidentes.

Los controles de calidad establecidos son muy estrictos. El Laboratorio Central de Refinería analiza todos los productos fabricados. Solo si el producto cumple con todas las especificaciones puede ser envasado. Además, se hace un control de calidad a la primera unidad envasada de cada lote fabricado.

Por último, el área de expedición consta de cinco muelles de carga automatizados,

que controlan la carga por medio de un sistema lector de códigos de barras inalámbrico al que llegan los pedidos desde SAP por red WIFI.

La expedición a granel de producto terminado se produce en el cargadero automático en una operación totalmente segura y automatizada que dura, aproximadamente, veinte minutos para el llenado de una cisterna.

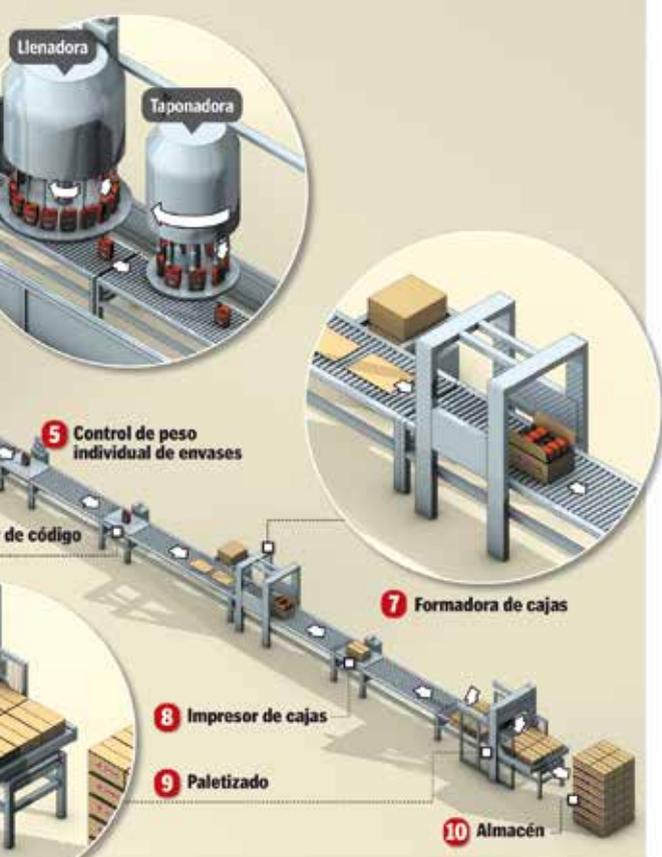
El almacén donde se recoge todo el producto antes de su expedición es un depósito de transición, antes de que se envíe al almacén automático. Éste último se encuentra situado cerca de la planta y está dotado de la última tecno-

logía en almacenamiento; cuenta con una nave silo de 4.000 metros cuadrados de superficie, una altura de 20 metros y nueve muelles de carga.

Dicho almacén, al estar completamente automatizado, minimiza al máximo el error humano, agilizando la entrada y salida de mercancías y el control del stock.

Dispone de seis transelevadores que recogen y depositan la mercancía a lo largo de los catorce niveles de carga en cada una de las doce aceras, permitiendo un flujo de trabajo de entrada y salida de un palet por minuto.

*Infografía descriptiva de las distintas áreas de la planta de envasado de lubricantes de CLSA*



En primer lugar persona





Escanee con su smartphone  
este código para ver  
la entrevista en vídeo

De los rallies al circuito pasando por casa

# Sáinz to Sáinz

## Competir es desafiar nuestros límites

EL PRESENTE Y EL FUTURO DEL AUTOMOVILISMO MUNDIAL SE DAN LA MANO CADA DÍA EN UN MISMO HOGAR MADRILEÑO, LA CASA DE LOS SÁINZ.

Una circunstancia poco habitual en el seno de la misma familia, cuyo cabeza es Carlos Sáinz, tricampeón mundial al volante de un automóvil techado, y cuyo pupilo, Carlos Sáinz Vázquez, al volante, generalmente, de vehículos monoplasas.

El sénior de los Sáinz, que retorna al Dakar 2013 en buggy dentro de un equipo americano, atesora dos cetros mundiales de rallies y uno más de rallies todo terreno, con un palmarés de impresión en el que suma victorias en todos los grandes y legendarios rallies del planeta, incluido el rallye-raid por excelencia, el Dakar.

El junior de los Sáinz, recién cumplida la mayoría de edad y ya con carné de conducir automóviles convencionales, sigue meticulosamente los pasos hacia la Fórmula 1. Como muchos de los pilotos que alcanzan la máxima disciplina en circuito, Sáinz Vázquez, madrugó para subirse a un kart, logrando su primer éxito internacional a finales de 2007, con solo 13 años, en el Open MotorLand Aragón. La última campaña, con la estrella de CEPSA, concluyó con el número 5 en Fórmula 3 y habiendo cosechado un total de catorce podios, seis de ellos triunfos.

*N.R.: En la entrevista, para distinguir la opinión de cada uno, emplearemos la leyenda "CS Jr" para identificar a Carlos Sáinz junior y "CS" para hacerlo con Carlos Sáinz sénior.*

**Rompamos el hielo: ¿qué agobia más, una víspera de un examen o una víspera de una carrera? ¿Y qué reporta mayor satisfacción personal, una buena nota o un buen crono?**

**CS Jr:** Depende del examen y de la carrera; por ejemplo, agobia más un examen del colegio de última evaluación, que una carrera. Un buen crono reporta más satisfacción.

**¿Prefieres un test de estudios o uno sobre el monoplasa de carreras?**

**CS Jr:** Uno sobre el monoplasa, sin duda.

**¿Cómo conjuga un padre las malas o buenas notas en estudios con los buenos o malos registros en la pista?**

**CS:** Se ha llevado de manera bastante difícil, pues es complicado buscar el equilibrio entre prioridades. Desde el inicio, una de las condiciones para que Carlos se dedicase a esto era terminar los estudios. Este último año ha sido duro y ha supuesto roces y desgaste.

**¿Qué desea Carlos Sáinz padre en la formación y futuro de su hijo, en general?**

**CS:** Lo que cualquier padre, que por encima de todo sea una buena persona, con principios, buen amigo de sus amigos, que sepa valorar la familia; que el deportes es fundamental, pero lo otro está por encima.

**Más allá de la pista ¿qué te gustaría hacer?**

**CS Jr:** Soy muy aficionado al deporte, pero estoy pensando hacer una carrera a distancia o una formación destinada a business y economía de cara al futuro.

**Un padre quiere lo mejor para la evolución de un hijo. ¿Ha incidido esto para la formación en circuito, es un paso más o los tiempos cambian?**

**CS:** Es algo natural, empezó muy joven en karting y el paso natural es correr en circuito. Para rallies hay que tener 18 años y él lleva corriendo desde los 9; es lógico correr en circuito. A eso, hay que sumar el momento en que en España es más popular el circuito que los rallies y que ha coincidido con el boom de Fernando Alonso.

**¿Cuál es la escala lógica actual desde el karting hasta la F1? ¿Y si fuera hasta el mundial de rallies, dónde cambiaría el proceso?**

**CS Jr:** Empezar en el karting, hacer dos o tres categorías, luego pasar a iniciación y aprendizaje, como pudo ser para mí la Fórmula BMW. Intentar tu primer campeonato como la Fórmula Renault 2.0, para luego pegar el salto a la F3, con un coche no con muchos más caballos pero con más aerodinámica y más completo; y de ahí a la antesala de la F1 que son la GP2 o las World Series o la GP3, que es probable que yo haga la próxima temporada. Si te ha salido todo rodado y llegas en el momento justo, pues llegaría el momento F1.

**CS:** Para rallies, el proceso habría que cambiarlo ya, con 18 años puedes empezar a correr rallies para coger experiencia. Él es el que decide, quiere intentar su sueño,

que es llegar a la F1, algo muy, muy, difícil. Yo, lo primero que le dije, es que era un reto tremendamente complicado y que lo más probable es que no llegue, así se va preparando. Pero tener retos y sueños es fundamental en la vida. Trato, como padre, de ayudarle en su sueño, aunque hay que respetar su iniciativa, más ahora que ya tiene 18 años.

**En casa, además de repasar matemáticas u otras asignaturas, ¿también se hace con trazadas o estrategias de carrera?**

**CS Jr:** La verdad es que no, aunque después de las carreras hacemos balance y él me da su opinión, pasos de curva, velocidades o tratar alguna situación en carrera, pero poco más. Cada fin de semana dedicamos 10 minutos a eso, a poner encima nuestros puntos de vista y llegamos a un acuerdo.

**CS:** En casa no estamos solos los dos, también mi mujer y mis dos hijas. Cuando hablamos de competición lo hacemos los dos solos y repasamos la letra gorda, que digo yo, la actitud, y un análisis tras la competición. Preguntarse qué hubiese podido hacer para mejorar el resultado, aún ganando, siempre es muy bueno. Analizar las carreras en detalle está bien, pero creo que mi función es ayudarle más en la actitud, para el detalle tiene su ingeniero y los medios técnicos para ello.



**Te ha llegado a imponer respeto el palmarés de tu padre o simplemente ha sido un estímulo para ti?**

**CS Jr:** Respeto, por supuesto, por el mérito de adquirir esos resultados y ser tan bueno. Cada vez que lo pienso, me impone, y soy consciente de que cuando me dice las cosas no me lo está diciendo cualquiera, me lo está diciendo un campeón del mundo, que podría haber sido cuádruple o quádruple campeón.

**Sáinz rallyman ha sido querido y respetado, al menos, en equipos de ocho grandes marcas, incluso por los rivales. ¿Cuál es la virtud? ¿Y cómo se puede transmitir?**

**CS:** Una de las cosas que he hecho durante toda mi vida es trabajar y tener un objetivo, un reto, un sueño. A mí no se me pasaba por la cabeza ser campeón del mundo, yo me lo ponía más a corto plazo. Lo importante es tener ilusión, ganas, pasión por lo que haces. Que hay que ser un deportista muy humilde, estar centrado

en el campeonato que está haciendo en la temporada sin mirar tan lejos como la F1. Hay que intentar aprender y ganar en la categoría en la que uno se encuentra, y mejorar y mantener la ilusión por el reto. Si trabajas con seriedad, método y sacrificio, los resultados llegaran tarde o temprano. Creo que talento le sobra, hace falta el trabajo constante.

**¿Qué recomiendas a un niño que sueñe con ser piloto?**

**CS Jr:** No me lo había planteado nunca antes, porque siempre me lo habían dicho a mí, yo nunca he recomendado. Cuando empiezas en el karting hay que centrarse en disfrutar y alejar la presión de la competición; se trata de disfrutar del kart. Yo siempre me lo he pasado bien y lo he disfrutado, pensaba que, en ese momento, en vez de estar en el colegio estaba entrenando en un circuito. Siempre me ha ido bien subirme a un coche y disfrutarlo. Cuanto más lo disfrutas más vas hacia delante.

**¿Cómo se queda uno cuando tiene que aceptar la decisión deportiva del otro, desestimando el consejo ofrecido?**

**CS:** Al final, en mi caso, la labor es muy sencilla, decirle lo que yo pensaba y razonársela, pero el que tiene que tomar las decisiones es él. El que va encima del coche y trabaja es él. El que adelanta es él. Con



**“EL ACEITE ES FUNDAMENTAL, ES LO QUE CONSERVA LA VIDA DEL MOTOR”**

18 años es lógico que, teniendo más experiencia y estando más formado, tome su camino, su forma de ser, sus decisiones. En mí tendrá siempre el referente y le daré mi opinión para que él decida.

**CS Jr:** Lo fácil siempre es aceptarlo y decir “papá, tienes razón”, pero cada vez me gusta más discutir y preguntarle por qué. Desde dentro del coche las cosas se ven diferentes, cada vez me gusta más hablarlo, no discutir, con él y preguntarle por qué, para saber.

¿Podrías ordenar por prioridad estas tres circunstancias: ser campeón del mundo, saber educar a un hijo social y deportivamente, que un hijo sea campeón del mundo?

**CS:** Lo primero es saber educar, la vida del deportista es corta y hay una vida entera por delante, con familia y amigos. Primero respetar eso, las relaciones. Luego, que él consiga cumplir sus objetivos, porque yo los míos los he cumplido y, en

ese sentido, no tengo ambición deportiva que no haya podido conseguir.

En cuanto a relaciones personales y ambiente, ¿qué valoras más de un campamento en medio del Dakar?

**CS:** Te das cuenta que hay mucha gente que vive ese reto, esa ilusión, y que mucha gente hipoteca mucho con tal de estar allí, por eso ya es feliz. Oyes historias de gente que va absolutamente al límite, económico, de fuerzas, de muchas cosas, es la esencia del esfuerzo, del deporte, que vive para cumplir ese reto. La parte humana del esfuerzo que supone alcanzar lo que uno quiere.

¿Qué valoras más de un paddock actual?

**CS Jr:** Diría que una persona de confianza (ya sea tu padre, ya sea Juanjo Lacalle) siempre ayuda. En el paddock haces que te llevas bien con todo el mundo, ríes y compartes, pero todos

---

**“YO LO HE ECHADO DE MENOS, CREO QUE DEBERÍA HABER MÁS EDUCACIÓN VIAL EN LOS COLEGIOS”**

---

son rivales y competidores. La lección de mi padre dice “o muerdes o te muerden”, entonces, no puede haber muchos amigos.





A los dos Sáinz les une, en estos momentos, haber llevado los colores de productos vinculados a la marca Cepsa en momentos decisivos de sus carreras. Carlos Sáinz sénior en su debut en el mundial de rallies y también en su primer gran raid con Ford y Ertoil, y Sáinz junior apoyado como nuevo talento por Cepsa en la última temporada de F3. ¿Se puede llegar a sentir un piloto hombre de marca por esos patrocinios en momentos clave?

**CS:** La alta competición, sin patrocinio, no existiría. El hecho de que haya marcas como Cepsa que apuesten por el mundo del motor y por deportistas españoles es un lujo. Es fundamental que haya patrocinadores y que los medios de comunicación difundan las acciones de esas marcas, porque sin esas marcas el deporte, y el automovilismo en concreto, sería imposible que continuara. Por supuesto, la imagen de un piloto se puede asociar a una compañía. De hecho, cuanto más dura la asociación entre un piloto y una marca, más se percibe la unión, incluso por parte del público.

¿Cómo transmitiríais a los usuarios de automóvil la misión que desempeña el aceite en el óptimo comportamiento de un vehículo?

**CS:** El aceite es fundamental, es lo que conserva la vida del motor. Hace que el coche se rompa o no. Hoy en día la tecnología evoluciona, y consecuentemente gasolinas y aceites lo hacen en el

mismo sentido. La competición ayuda a las marcas a llevar al límite ese estudio, ese desarrollo.

¿Habéis vivido alguna experiencia favorable o desfavorable en competición relativa a la presencia del aceite?

**CS Jr:** Cuando alguien rompe el motor la pista se pone imposible, no se puede conducir. Esa bandera de franjas amarillas y rojas anuncia patinazos.

**CS:** He sufrido roturas de biela o gripajes, pero específicamente no puedo decir si ha sido por el aceite o no. Sí puedo decir que un aceite ayuda a que el motor vaya mejor, rinda más, y que un motor se pueda romper o no; lo tengo clarísimo.

---

**“QUE HAYA MARCAS COMO CEPESA QUE APUESTEN POR EL MUNDO DEL MOTOR Y POR DEPORTISTAS ESPAÑOLES ES UN LUJO”**

---

¿Imagináis a corto plazo unas calles llenas de vehículos híbridos? ¿Y alguna competición de envergadura con ellos?

**CS:** La movilidad urbana con los híbridos tiene mucho que ver. En las carreras ya vemos que existen ciertos elementos, pero puede ser algo más de moda. Yo aquí me preocuparía más de las baterías, contaminar menos con los eléctricos. Me preocupa, en un mundo de coches eléctricos, qué pasaría con las baterías, si tenemos tanto cuidado con las pilas para depositarlas, me imagino miles y miles de coches sustituyendo baterías, pero no he oído hablar mucho de ello, hay que tenerlo en mente. También habría que considerar otro tipo de contaminaciones, que no están tan de moda, pero causan gravísimo daño a los océanos o a las montañas y no se habla de ello, siempre se habla más de los coches y quizás, por ello, no seamos muy precisos en esto.

**CS Jr:** A mí no me atraería competir con híbridos, asocio las carreras con el ruido de un motor puro de explosión. Prefiero esperar, si al final se da el caso se hará y será porque todo el mundo se ha puesto de acuerdo, pero personalmente me gustaría que la competición siga estando como está.

¿Te llevarías algún sistema de seguridad de un automóvil convencional a uno de competición?

**CS Jr:** Todo o casi todo lo que hay en el coche de serie está en el mundo de la competición, quizá la única cosa que no hay, pero tiene algo menos de sentido, porque vas más sujeto y atado, sería algún tipo de airbag que pueda ayudarte, habría que investigarlo. Quizás el airbag sería el único elemento, el resto está ya, aumentado y duplicado a veces.

**CS:** Yo creo que no. En F1 o el mundial de rallies se han creado medidas de seguridad que han pasado a los coches de la calle. Todo es bastante seguro, lo que no quiere decir que no haya que seguir desarrollando medidas de seguridad, pero todo está bastante evolucionado.



¿Incluiríais en la vida cotidiana la educación vial y los cursos de conducción?

**CS:** Por ley, la educación vial debería estar en los colegios. Todo lo que se haga para enseñar a los niños a respetar y conocer las normas de circulación es poco: la educación vial es fundamental y necesaria; en cuanto a los cursos de conducción, creo que no sobran. Saber conducir mejor no significa conducir más rápido, sino más seguro.

**CS Jr:** Yo lo he echado de menos. Creo que debería haber más educación vial en los colegios, para tratar los peligros de la carretera. Muchas veces cuando un joven se saca el carné para ganar independencia puede pecar de imprudente; pero si a un niño le adviertes y explicas, sin asustarle, cuando vaya a conducir, al llegar a los 18 años, tendrá una formación más completa que si llega a esos 18 años y lo único que quiere es coger el coche e irse cuanto pueda por ahí.

¿Cuál es tu país o ciudad modelo a la hora de circular por su calles o carreteras? ¿Por qué?

**CS:** En general, los países del norte de Europa son mejor ejemplo que los del sur, se respeta más.

**CS Jr:** Tanto Alemania como Bélgica, me han sorprendido; sobre todo Alemania, donde se respeta el límite de velocidad y todo el mundo circula por la derecha,

sólo se usa la izquierda para adelantar y vuelven después a la derecha. Tienen muy buena base, da gusto conducir y te sientes mucho más seguro.

¿Qué forma de comunicación es la que más empleas en la actualidad?

**CS:** Hoy en día, creo, somos un poco presos de nuestro móvil.

**CS Jr:** Mensajería instantánea.

¿Te imaginas vivir un mundo de competición como el de los años ochenta? ¿Qué te llevarías de este tiempo a las carreras de entonces?

**CS Jr:** La seguridad, sin duda.

A Sainz padre se le han dado bien los deportes de raqueta. ¿Siempre? ¿Por algo?

**CS:** El deporte del motor es muy completo y hay que estar muy bien físicamente, por lo que cualquier deporte que practiques es bienvenido. Tuve la suerte de jugar mucho al squash entre los 16 y los 20 años, una disciplina aeróbica durísima, con velocidad, reflejos, y coordinación que me vino muy bien. Ahora juego al pádel y al tenis y mi recomendación a cualquier deportista y a mi hijo es que cuanto más deporte hagas y diferente, mejor. Si además de tenis y pádel puedes esquiar y jugar al fútbol, pues mejor.

¿Has heredado algunas de esas aficiones de raqueta?

**CS Jr:** Sí, claro, porque a veces echamos partidos de pádel y tenis. Como ha dicho mi padre, cualquier tipo de deporte que se practique bienvenido sea.

A finales de la temporada de 1985, Sainz sénior reconoció en entrevista que, como ilusión, algún día le gustaría correr el, entonces, París-Dakar. ¿Ilusión materializada al máximo posible? ¿Hay alguna nueva?

**CS:** Pues sí, se convirtió en realidad. En la actualidad, correr el Dakar 2013 con un proyecto más de aventura, dentro del equipo de Al-Attiyah con dos *buggies*, de gran potencial, es un plan diferente al que fue hacerlo con una gran marca como Volkswagen. (N.R.: Con ella se



convirtió en el primer español en ganar la prueba en 2010).

Con este antecedente de tu padre ¿cuál es tu mayor ilusión futura?

**CS Jr:** Todos lo sabéis: llegar a la Fórmula 1 es mi ilusión y mi sueño, pero, aparte de todo eso, el Dakar a mí cada vez me gusta más y cada vez me parece mejor la aventura compartida con las carreras. Por otro lado, también me gustaría competir en las 24 Horas de Le Mans y correr algún rally... El tiempo lo dirá.

¿Planes o ilusiones para 2013?

**CS:** El Dakar.

**CS Jr:** Entrar en los planes de Red Bull para correr en GP3.

Por cierto, para finalizar, el mejor domingo ¿de ocio con la familia o en la parrilla de salida?

**CS Jr:** El domingo ideal, cuando era pequeño, era hacer las carreras de karting a las 11, llegar a la hora de comer a casa con la familia y por la tarde ver el GP Brasil de F1.

**CS:** Cuando la pasión es correr, te gusta competir, pero lo cierto es que un domingo disfrutar de familia y amigos es fantástico. Cada cosa a su tiempo.



# Catálogo de Lubricantes para Automoción 2012

A finales del mes de julio se envió a los distribuidores, delegaciones y sucursales de Atlántico el nuevo catálogo de CEPSA Lubricantes para Automoción.

Este nuevo catálogo, en formato revista, incluye las siguientes novedades e innovaciones:

- Actualización de los niveles de calidad ACEAS 2010 (vigentes a día de hoy).
- Códigos QR que permiten acceder desde smartphones a información ampliada de los productos.
- Información sobre los nuevos lubricantes para la gama de vehículo ligero y motos:
  - CEPSA XTAR HYBRID 5W20
  - CEPSA XTAR ECO TECH CRTD C1 5W30
  - CEPSA XTAR ECO TECH HDi C2 5W30
  - CEPSA XTAR MEGA TECH DCi C4 5W30
  - CEPSA MOTO HMEOC 10W30



Por supuesto, dada la vocación internacional de CEPSA, disponemos de versiones de este catálogo para los mercados de exportación en castellano, inglés y francés.

También se encuentra disponible la versión digital de este catálogo, tanto como aplicación descargable desde el sitio web [www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html](http://www.cepsa.com/lubricantes/autocat.html), como en formato PDF accesible desde el área reservada.

Como siempre, la información de productos y formatos y sus hojas técnicas está permanentemente actualizada en el sitio web de CEPSA: [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com).



Portada del encarte de especificaciones de producto

- Nueva imagen de la gama CEPSA Moto.
- Espacios de información útil (titulados "Sabías qué...?") acerca de vehículos híbridos, filtros DPF, sello JASO y sistema SCR.
- Imágenes de los patrocinios de CEPSA en el mundo del motor.

El nuevo catálogo de automoción también incluye un sencillo y práctico encarte con los resúmenes de las principales especificaciones y aplicaciones de los productos, con el fin de mostrar de manera rápida las características más señaladas y los niveles de calidad de estos productos, cada vez más numerosos y complejos.



Capturas de pantalla de la aplicación digital

# Ceras Parafinas

## Nuevo reglamento europeo y certificaciones alimentarias

### INNOVACIÓN ÚTIL

La parafina es una cera extraída del petróleo, sólida a temperatura ambiente, que se emplea para la elaboración de una gran variedad de productos.

El más conocido es la fabricación de velas, aunque mediante el proceso de hidrogenación se elimina cualquier olor y sustancia dañina para personas o animales de la parafina, permitiendo así su utilización alimentaria, ya sea en contacto con los alimentos, por ejemplo el papel parafinado que se utiliza para envolverlos, o formando parte de los mismos, como es el caso de la goma base para el chicle. También es utilizada en cítricos y otras frutas para mejorar la retención de humedad, prolongando su vida y fresca y otorgándoles brillantez. Asimismo, se emplea en productos farmacéuticos y cosméticos, industrias con exigencias reglamentarias muy estrictas.



mediante el cual se establecen las especificaciones de pureza para los aditivos alimentarios.

La nueva disposición agrupa en un mismo texto los criterios de identidad y pureza de colorantes, edulcorantes y aditivos distintos de colorantes y edulcorantes, las normas de identidad y pureza de los colorantes utilizados en los productos alimenticios y las normas de identidad y pureza de los aditivos alimentarios distintos de los colorantes y edulcorantes utilizados en los productos alimenticios, recogidas en tres Reales Decretos 299/2009, de 6 de marzo, 1465/2009, de 18 de septiembre, y 1466/2009, de 18 de septiembre, respectivamente, facilitando, así, el manejo de los mismos.

El 1 de diciembre de 2012 entró en vigor el nuevo reglamento N° 231/21012, aprobado el 9 de marzo por la Unión Europea,



Dado que la cera parafina Cerasur 725 cumple con creces los nuevos requerimientos exigidos a los aditivos E 905, CEPSA Lubricantes S.A. puede seguir suministrando este producto con garantía absoluta a sus clientes europeos de la industria alimentaria.

Además, la compañía considera muy importante destacar dos nuevas certificaciones obtenidas por sus ceras parafinas durante el presente año.

Nos referimos en primer lugar a la certificación Halal, acredi-

tación alimentaria de la religión musulmana. Teniendo en cuenta que los países islámicos tienen una población aproximada de mil quinientos millones de habitantes, esta certificación abre interesantísimas oportunidades de mercado a la compañía petrolera.

De igual modo, CEPSA Lubricantes S.A. ha conseguido la certificación alimentaria Kosher de la religión hebrea. Dada la severidad de sus exigencias, muy pocas compañías del mundo cuentan con ella, lo que constituye un importantísimo logro para los intereses de la empresa española.



Certificación Halal concedida a CEPSA Lubricantes, S.A.



Sello que acredita la certificación alimentaria Kosher

Desarrollo innovador de nuevos envases

# Indicaciones en el *packaging* Identificando la información

El packaging es la ciencia, el arte y la tecnología de crear envases o etiquetados de los productos comerciales para la distribución, el almacenaje y la venta.

Tiene como objetivo primario atraer la atención del cliente y es la principal ventana de comunicación con el consumidor. Por ello es importante que todos sepamos identificar claramente la información que el packaging nos transmite de cara a saber gestionar la reclamación de un cliente o, simplemente, para nuestro propio conocimiento.

Estas son las indicaciones que se pueden encontrar en nuestros envases y su significado.

• **Fecha de envasado y número de lote**

En la parte delantera del envase, justo encima de la etiqueta existe siempre una inscripción impresa. La fecha

de envasado del producto está indicado en las seis primeras cifras, de las cuales, las dos primeras pertenecen al día, las dos segundas al mes y las dos últimas al año. A continuación aparece el número del lote de fabricación. Gracias a este código se consigue la trazabilidad de los envases ante cualquier incidencia, permitiendo identificar la partida de procedencia.

En algunos productos de automoción nos podemos encontrar una inscripción distinta. Concretamente, en los

lubricantes en los que CEPSA certifica la calidad API mediante el denominado "donut API", además de lo descrito anteriormente, aparece la siguiente inscripción: AAC – xxx que corresponde al código de la fórmula del producto. Es una medida que exige cumplir el American Petroleum Institute (API).

• **Fecha de fabricación del envase.**

Nuestro proveedor de envases identifica también en la base de cada uno de ellos la fecha en la que fue fabricada la garrrafa mediante un círculo enumerado y una flecha. El número del centro indica el año, y el marcado por la flecha el mes en el que fue elaborado.



# Modificaciones en especificaciones de aceites hidráulicos

Varios fabricantes de bombas hidráulicas han realizado recientemente cambios en las denominaciones de sus especificaciones, lo que no afecta en absoluto a los requerimientos técnicos de cada especificación.

Varios fabricantes de bombas hidráulicas han realizado recientemente cambios en las denominaciones de sus especificaciones, lo que no afecta en absoluto a los requerimientos técnicos de cada especificación.

Así, Eaton Vickers ha declarado obsoletas las especificaciones Eaton Vickers M-2950-S e I-286-S y las ha unificado en la denominada Eaton Brochure 03-401-2010.

Los productos afectados por este cambio de denominación son:

- CEPSA HIDROSTAR HVLP
- CEPSA HIDROMAX
- CEPSA HIDRÁULICO HM
- CEPSA HIDROSIC HLP
- CEPSA HIDROTRANS OP 10W20
- CEPSA HIDROTRANS OP 68
- CEPSA HIDROPOC
- CEPSA MISTRAL HX
- CEPSA MISTRAL

Por otra parte, tras la adquisición de Cincinnati Machine por parte del grupo MAG-IAS, éste ha decidido eliminar la antigua denominación Cincinnati Machine P-xx y cambiarla por la nueva, MAG-IAS P-xx.

En este caso los productos afectados son:

- CEPSA HIDROSTAR HVLP
- CEPSA HIDRÁULICO HM
- CEPSA MISTRAL HX
- CEPSA MISTRAL

Por último, cuando el grupo Parker Hannifin adquirió al fabricante Denison Hydraulics para su división de bombas hidráulicas, mantuvo la denominación de las aprobaciones como Denison HF-0, HF-1, HF-2; pero a partir de ahora ha añadido Parker en el nombre.

Esta homologación se aplica solo a los grados ISO VG 32, 46 y 68, afectando a los

productos:

- CEPSA HIDROSTAR HVLP
- CEPSA HIDRÁULICO HM
- CEPSA HIDROSIC HLP
- CEPSA MISTRAL HX
- CEPSA MISTRAL



## CEPSA Diésel Turbo 15W40

### Cambios en el lubricante anteriormente conocido como CEPSA Diésel Turbo SHPD 15W40

**Cambio en el literal del producto.** Se elimina la nomenclatura SHPD en el nombre, por lo que pasa a la historia el literal CEPSA Diésel Turbo SHPD 15W40. Sin embargo, se mantiene el código de producto anterior: 52210.

**Revisión de los textos de producto.** Se ha simplificado la literatura del producto en la etiqueta, quedando como sigue: *Lubricante motor "Diésel Pesado" tipo THPD (Top High Performance Diesel)*. Indicado en motores Euro IV y anteriores utilizando gasóleos con hasta 0,5% de contenido en azufre. Supera en protección y limpieza a los niveles SHPD.

**Actualización en los niveles de calidad.** Desde el Área Técnica se a revisado la formulación y a partir de ahora el producto ya cumple los siguientes niveles:

- API CH-4 · ACEA E7-08i2 · MB-Approval 228.3 · Mack EO-M Plus · MAN 3275-1
- Volvo VDS-3 · MTU Type 2 · RVI RD-2/RLD-2 · Detroit Diesel 93K215
- Cummins CES 20071/72 · CAT ECF-1-a · ZF TE-ML 04C/07D

# HACIA LA INNOVACIÓN ÚTIL

## MAKRO: la innovación al servicio del cliente



La filosofía de Makro coincide con la de CEPSA en que ambas empresas consideran esencial la innovación para poder continuar siendo líder de distribución, en este caso, de productos alimenticios y no alimenticios para mayoristas. La empresa pone en marcha constantemente nuevos servicios fruto de su entrega al cliente y con el fin, siempre, de ofrecerle un servicio más personalizado y ajustado a sus necesidades.

Makro fue la primera empresa que introdujo en España, en 1972, el concepto cash & carry, un modelo de negocio diseñado dentro del sector de venta al por mayor para satisfacer las necesidades de los profesionales que necesitan adquirir todo lo necesario para su negocio en un mismo lugar. Makro se distingue por haber especializado y profesionalizado su surtido, por dirigirse a un público ubicado en un entorno profesional específico que precisa de una amplia gama de productos concretos, de una forma rápida y cómoda, en formatos especiales y con una relación calidad-precio inmejorable.

Desde 2010 se ha abierto un nuevo canal de venta dirigido a la pequeña y mediana empresa de hostelería: el canal de entrega, Delivery. Así, los hosteleros pueden ahora realizar sus compras de manera eficiente y

reduciendo costes logísticos y económicos. Con este servicio los clientes reciben el pedido en su negocio en 24 horas gracias a una flota de camiones isotérmicos. Además, cada cliente está asesorado por un gestor que le garantiza la elección de los productos más adecuados para su negocio, aprovechando las ofertas y los productos de la marca propia.

Y para estar más cerca de esos profesionales, en 2012 se ha inaugurado un nuevo y revolucionario formato de tienda, más pequeña, dirigida a hosteleros y detallistas de la alimentación y que se ubicará en el centro de Madrid. Así, una vez más, se ahorrarán costes en tiempo y dinero.

Todos estos nuevos y exitosos modelos de negocio surgen gracias a la atención y cercanía que Makro presta al cliente. Y para ello son fundamentales las nuevas tecnologías. Entre estas herramientas



hay una destacable que aúna la filosofía de Makro. Es el sistema de Reconocimiento de Clientes, gracias al cual el comprador es reconocido nada más entrar en el centro, el sistema avisa al jefe de sección de su llegada y de sus necesidades particulares y se garantiza de este modo la atención personalizada.

Makro siempre ha querido destacar por sus precios, tratando de ser los más bajos del mercado. Para ello revisa cada quince días la cesta básica de la compra del hostelero y gracias al uso de la tecnología, con las etiquetas digitales, se pueden cambiar los precios del surtido de forma ágil y rápida para llegar antes al cliente.

Y las nuevas tecnologías aplicadas a este modelo de negocio no quedan aquí. Esta empresa líder cuenta con SARA, una guía virtual que da la bienvenida al visitante y le ofrece un recorrido por las principales secciones, aportándole información útil para la compra. En el centro de Alcobendas, por ejemplo, los carros de la compra llevan colocados unos iPad que leen el código QR de cada sección y SARA le ofrece una información específica. Así, el cliente puede recorrer sólo las secciones que le interesan o buscar los productos más económicos.

En definitiva, Makro hace de adelantarse a las necesidades del cliente su bandera. Le escuchan y buscan soluciones a sus necesidades, ya sea en productos, incluyendo en su catálogo todo lo que se pide, como en formatos, adaptándose a las necesidades de los restaurantes.

Todos estos avances han hecho que este año la empresa haya sido una de las 49 certificadas como Top Employers España, una certificación que se otorga sólo a aquellas empresas que alcanzan los más altos estándares de Recursos Humanos. Su puntuación demuestra que tiene excelentes propuestas para sus empleados, porque el principal objetivo de la compañía es la creación de empleo. Gracias a la apertura, este año, de tres centros ha conseguido crear casi mil puestos de trabajo entre directos e indirectos. La confianza del Grupo Metro, al que pertenece, ha sido posible

## Éxito del seminario de CEPSA Lubricantes en Tenerife, cerca de donde prendió la llama



realizar esta inversión en aperturas y, por consiguiente, crear empleo.

### LOS NUEVOS USOS DE LA WEB

Además de la web [www.makro.es](http://www.makro.es) que ayuda a los casi 6.000 clientes profesionales que la visitan cada día a rentabilizar sus negocios, Makro ha lanzado nuevos servicios en internet muy destacables. Es el caso de las webs específicas, centradas en temáticas concretas, porque algunos productos requieren una información más detallada. Y también el de la web de lotes y cestas de navidad, donde se pueden hacer reservas on line, o la página dedicada al gin tonic, que presenta las más de 50 ginebras que pueden encontrarse en Makro y aporta sugerencias de presentación y detalles de esta bebida. También se pueden encontrar en internet de la mano de Makro los menús con escandallos, recetas en las que el hostelero puede consultar el precio de cada ingrediente por ración, para su menú, su carta o sus tapas, ofreciendo siempre platos de temporada y buscando la máxima rentabilidad.

### MAKRO Y CEPSA

**El efecto de la sinergia entre ambas compañías se traduce en una búsqueda continua de acciones innovadoras conjuntas que aporten verdaderas propuestas de valor para los clientes de la cadena número 1 del negocio Cash and Carry.**

**CEPSA se presenta como único proveedor Premium de lubricantes para MAKRO, aportando un producto de alta calidad y su amplia experiencia y liderazgo en el sector del lubricante.**



**Apenas a un par de kilómetros de donde inició su actividad la petrolera española en Tenerife, hace ya 82 años, se celebró a finales de noviembre de 2012 un seminario de reconocido éxito.**

En las magníficas instalaciones -con importante dotación de medios audiovisuales- de la Escuela Técnica Superior de Náutica, Máquinas y Radioelectrónica Naval, y de la mano de su director, el doctor Alexis Dionis, y del profesor Federico Padrón, coordinador de la jornada; el doctor Alexis Dionis, y del profesor Federico Padrón, coordinador de la jornada; el jefe de asistencia técnica de CEPSA Lubricantes, Vicente Calero, fue el encargado de impartir este seminario acompañado del técnico Valentín Fernández.

Un programa muy elogiado, que se prolongó durante tres horas, mantuvo con pleno interés a nada menos que 217 asistentes, entre alumnos y profesores.

El seminario se abrió con la proyección de un film sobre conceptos de tribología y una exposición sobre lo que CEPSA ha llegado a ser, acto al que sucedió un espacio para la identificación de los diferentes tipos de lubricantes que se utilizan en un buque, facilitada por la entrega de un cuadro que ilustraba los distintos compartimentos a lubricar, así como el producto más adecuado para cada aplicación.

Gran parte de la exposición versó sobre criterios tecnológicos, operativos y de mantenimiento para seleccionar el aceite más adecuado para cada función; también sobre tipos de combustible y motor en la lubricación de propulsores, las característi-

cas esenciales de carga y la temperatura en los engranajes, al igual que acerca de tipos de bombas y los contaminantes en hidráulica, entre otros factores de incidencia.

Sin embargo, merecieron atención especial las exposiciones relacionadas con el medio ambiente, tales como la progresiva mejora de calidades de los combustibles, especialmente en las Áreas de Control de las Emisiones (E.C.A.); la introducción de dispositivos de control de los gases del escape en motores rápidos y su impacto en los lubricantes y, para concluir, la progresiva demanda de fluidos y grasas biodegradables en los compartimentos con riesgo de fuga al mar, casos de bocinas, sistemas hidráulicos y algunos otros elementos engrasados.

Para finalizar el seminario, quedó bien expuesta la importancia de los controles analíticos de las cargas de aceite en servicio, tanto por la necesidad de conocer con anticipación su vida remanente, como por la información que el aceite usado aporta desde el punto de vista de la detección temprana de averías.

CEPSA Lubricantes desea expresar su agradecimiento por la excelente organización, difusión e instalaciones de la tinerfeña Escuela Técnica Superior de Náutica, Máquinas y Radioelectrónica Naval, y en especial al doctor Dionis, al profesor Padrón y a todo el cuadro de profesores de la Escuela, reconociendo el interés común por repetir este exitoso encuentro en el futuro.



## Aceite para cilindros de motores marinos diésel

# Mobilgard 560 VS

ExxonMobil ha lanzado a nivel mundial el nuevo Mobilgard 560 VS, un nuevo aceite de cilindros especialmente diseñado para uso en motores marinos de baja velocidad. CEPSA Lubricantes, como fabricante y distribuidor oficial de ExxonMobil en España, Gibraltar y Portugal, ofrece el nuevo producto en estos países a partir de enero de 2013.



**Dada la evolución de las normas internacionales de emisiones y los cambios en las condiciones de funcionamiento de los motores, resultaba más que necesario adaptar los lubricantes de cilindros, especialmente en buques que realicen parte de los tránsitos en Áreas de Control de Emisiones (ECA), operando a la vez con bajos y altos contenidos de azufre en el combustible.**

La solución presentada es un lubricante marino de alto rendimiento diseñado para cilindros de motores de cruceta que funcionan con diésel pesado con niveles de azufre que oscilan entre el 0,5 y 4 %.

Este producto cumple los requisitos de Wärtsilä, MAN Diesel & Turbo y Mitsubishi Heavy Industries para su uso en motores de 2 tiempos marinos.

Tras realizarse más de 68.000 horas en pruebas de campo en más de 40 buques con todos los fabricantes de motores y utilizando combustible con niveles de azufre variable, el nuevo producto demostró conseguir una excelente limpieza del pistón. Además, en buques que trabajan en condiciones extremas de bajas revoluciones y bajas tasas de alimentación, los resultados mostraron que ayuda a minimizar el rayado por fricción y desgaste.

El Mobilgard 560 VS está formulado con aceites base de alta calidad y un paquete de aditivos con tecnología avanzada que combate el desgaste, la corrosión y los depósitos, consiguiendo motores más limpios y emisiones reducidas.

Este nuevo producto que reemplazará al Mobilgard 570 (TBN 70) y al Mobilgard L540 (TBN 40) está disponible a granel y en bidones.

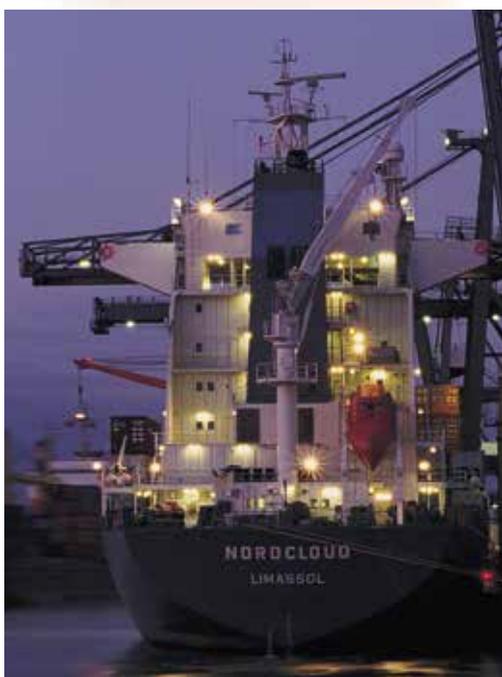
El nuevo Mobilgard 560 VS es totalmente compatible y miscible con Mobilgard 570 y Mobilgard L540, sin requerir especiales condiciones de almacenamiento.

El nuevo Mobilgard 560 VS ayuda a reducir el desgaste y los depósitos, extendiendo la vida útil del motor y garantizando una confiabilidad óptima. Mobilgard™ 560 VS minimiza el desgaste proporcionando una película de aceite más espesa, baja volatilidad y aditivos especiales de soporte de carga para una excelente lubricación.

La tecnología Mobilgard proporciona un ajustado consumo de lubricante y con este nuevo producto se elimina la necesidad de llevar dos aceites para camisas de cilindro, puede operar con combustibles de contenido en azufre inferior al 1% sin generar depósitos en el pistón y también tienen margen de seguridad para operar con contenidos en azufre altos (3,5-4%).

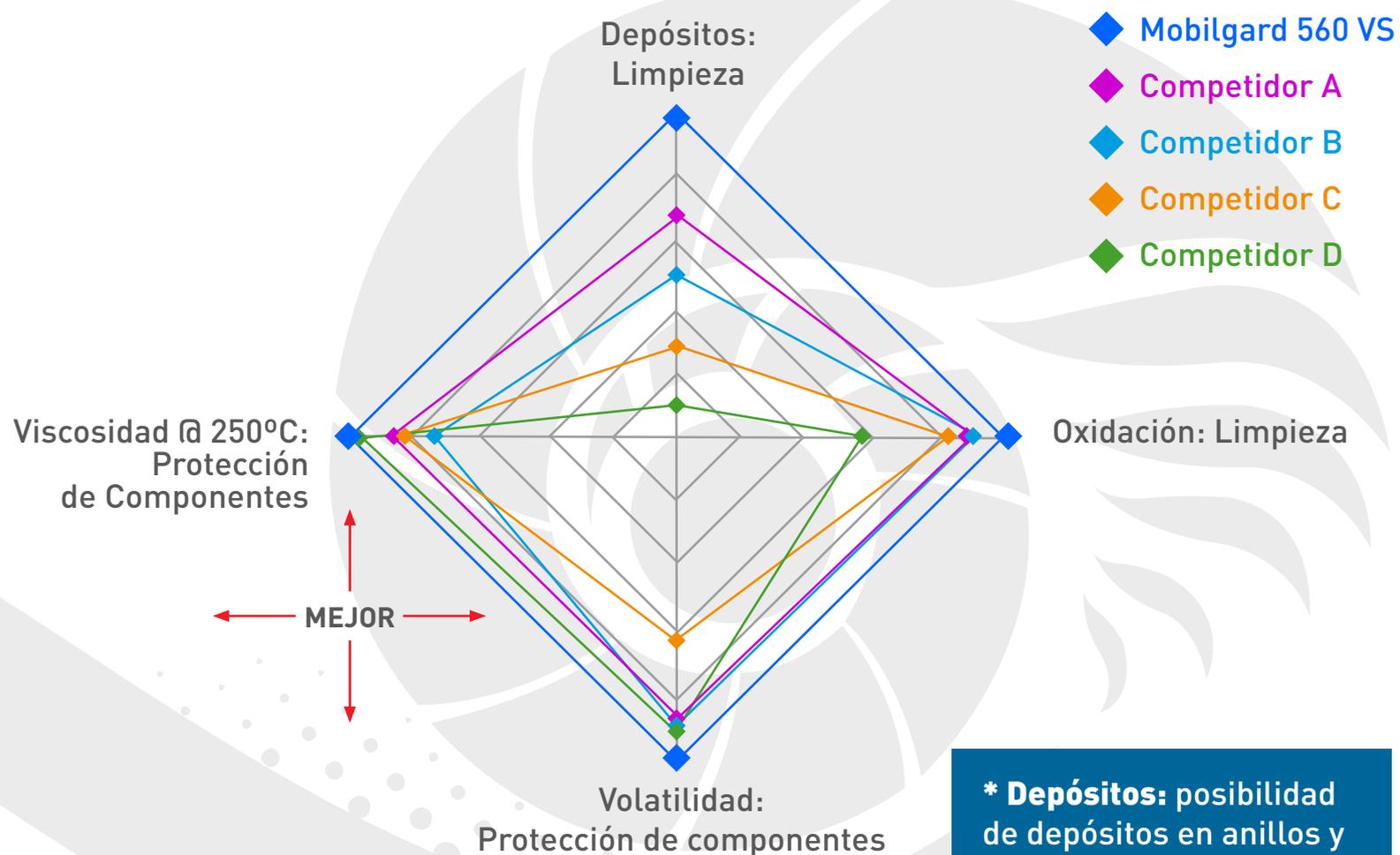
En conclusión, Mobilgard 560 VS puede trabajar con combustibles de alto y bajo contenido de azufre residual, en ambientes con alta carga y baja velocidad y operar con bajas tasas de alimentación de aceite de cilindros; esto se traduce en motores más limpios y emisiones reducidas.

En las pruebas realizadas en banco de laboratorio, diseñadas para simular los requisitos de operación de un motor a altas temperaturas, Mobilgard 560 VS demostró un mejor rendimiento balanceado que los aceites marinos para cilindros fabricados por la competencia.



# ANÁLISIS COMPETITIVO

Mobilgard 560 VS demuestra un mejor rendimiento que la competencia



- \* **Depósitos:** posibilidad de depósitos en anillos y pistones.
- \* **Viscosidad:** conservación de espesor de película de aceite.
- \* **Oxidación:** degradación de la calidad del aceite.
- \* **Volatilidad:** posibilidad de pérdida de producto.



# COMPETICIÓN

## Los pilotos de CEPSA acapararon 26 podios en certámenes internacionales

Con 7 triunfos repartidos entre camión, monoplaza, y motocicleta

El final de la temporada de competición para los deportistas que lucen los colores de CEPSA ha resultado óptimo, ya que solo entre cinco pilotos de velocidad en circuito -en moto, monoplaza o camión-, y de freestyle motociclista han conseguido 26 podios, 7 de ellos victorias, para la marca de la original estrella roja.

Esos artífices han sido Carlos Sáinz junior, Antonio Albacete, Dany Torres y los integrantes del equipo Motorrad, Xavi Forés y Román Ramos.

### Carlos Sáinz Jr.

Cerró su campaña de F3 con su Dallara-Volkswagen con un buen quinto lugar en el Campeonato de Europa FIA -que ganó su compatriota Daniel Juncadella-; después de subirse al cajón en cuatro ocasiones: Alemania, Francia, Gran Bretaña y Bélgica, donde sumó una victoria. Sáinz junior, además, completó el certamen F3 EuroSeries en noveno lugar, teniendo como mejor actuación la de Hockenheim, con dos segundos puestos en las tres carreras.

El piloto madrileño, dentro del equipo Carlin Motorsport en el que hicieron escala a la F1 Kubica, Rosberg, Sato, Alguersuari o el mismísimo Vettel, cierra una temporada con más de medio centenar de competiciones en las que ha cosechado 14 podios, 6 de ellos triunfos. Sáinz tiene su reciente origen en el karting, donde fue subcampeón de España (2008 y 2009) y subcampeón de Europa (2009).



### Antonio Albacete logra su cuarto subcampeonato continental

De los circuitos de asfalto procedían también los éxitos del piloto de CEPSA, Antonio Albacete (Man), que fuera subcampeón nacional de karting en 1980.

El también madrileño concluyó el europeo de camiones en segunda posición, por detrás del alemán Jochen Hahn; lo que significaba el cuarto subcampeonato continental en el palmarés de este tricampeón de Europa.

Albacete ascendió a 10 podios en el certamen 2012, siendo 4 de ellos triunfos (en Italia, Francia-Nogaro, Rusia y República Checa); algo que, sin embargo, no sirvió para renovar el cetro europeo logrado en 2010. Antonio reconocía estar "muy satisfecho, pues no es fácil acabar subcampeón de Europa, aunque después de luchar todo el año por el título y haberlo tenido al alcance se hace duro no conseguirlo".



## Dany Torres finalizó número 3 del mundo en freestyle

El sevillano Dany Torres (KTM) completó su sexta temporada de éxitos en el Campeonato Mundial Red Bull X-Fighters, subiendo al segundo cajón del podio en las pruebas de Munich y Madrid.

Torres no pudo reeditar su título de 2011 y concluyó tercero en este mundial que ganó en neozelandés Levi Sherwood, por delante del francés Thomas Pagès, remontando de este modo un complicado inicio de temporada.

Tras el periplo mundialista por América, Asia, Europa y Oceanía, donde Dany consiguió puntuar en todas las pruebas, el piloto de CEPSA llegó con buen *feeling* a la batalla de maestros del Palau Sant Jordi de Barcelona donde sumó un nuevo podio, deleitando con su truco *backflip lazyflip*, finalizando segundo tras un inmenso Pagès.



Código QR: disfruta de un espectacular video de Dany Torres en el Campeonato Mundial Red Bull X-Fighters



## El equipo Motorrad copó 10 podios en el nacional de velocidad

La acreditada trayectoria del equipo Motorrad -dirigido por Manuel Alonso-, patrocinado por CEPSA, se ha hecho buena en el 77º Campeonato de España de Velocidad, decimoquinta edición bajo el formato CEV.

Los pilotos Xavi Forés (BMW Motorrad) y Román Ramos (Ariane) lograron una decena de podios, de los cuales dos fueron

victorias, en las siete carreras de que constaba el certamen.

Forés, que ya fue campeón de España de la categoría stock extreme hace dos temporadas, se despidió este año con triunfo en 'su' circuito de Cheste, después de haber completado 4 podios más (dos segundas plazas y dos terceras); lo que le supone acabar tercero del nacional pese a ausencias en las pruebas de MotorLand Aragón y Albacete. El título se lo adjudicó Carmelo Morales.

En esta misma categoría, el cántabro Alberto López (BMW Motorrad) finalizó octavo en el nacional, logrando su mejor resultado en la carrera inaugural de Jerez, donde fue cuarto.

Con estas actuaciones, además, BMW Motorrad se convierte en marca subcampeona de España.

En la categoría moto2, el Team Motorrad Competición ha sumado un subcampeonato de España gracias a la labor del también cántabro Román Ramos (Ariane), que cerró la campaña con 5 plazas de podio (dos segundos y dos terceros), una de ellas su primer triunfo logrado en el trazado castellano manchego de 'La Torrecica'. El campeón de moto2 en 2012 ha sido Jordi Torres, que acumuló 5 victorias.

Tras estos resultados, CEPSA Lubricantes agradeció el trabajo y esfuerzo de toda la formación del Team Motorrad Competición.

## La legión de las máquinas verdes luce con estrella roja

Apenas seis meses después de rubricar el acuerdo entre Kawasaki España y CEPSA Lubricantes se han recogido los primeros frutos de imagen, tras una buena campaña del *green team* en la velocidad española. Las máquinas de la legión verde han sido mayoría en la clasificación final del Campeonato de España de Velocidad en stock extreme, incluso llevándose el título de pilotos y también el de marcas.

Además, la nutrida participación probó la salud de la fórmula promocional Kawasaki Ninja Cup, que se adjudicó este año Julio David Palao (Jade Motor) al sumar 22 puntos más que Ignacio Contreras (Extremadura Junior Team) tras las cinco carreras disputadas. Por otro lado, José Carlos Lobo (Lobo Team) se llevó la Ninja Cup Master 30 ante Jorge Gutiérrez (Palmeto TCM).



# RINCÓN ECOLÓGICO y GASTRONÓMICO

## VÍA VERDE: LA LONJA - MONTE ABANTOS

En uno de los parajes más bellos de la sierra oeste madrileña podemos disfrutar de una ruta con una dificultad media-alta que parte y culmina en el mismo corazón del Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial, La Lonja del monasterio. El tiempo estimado en realizarla oscila entre tres horas y media y seis horas, según el recorrido elegido, que puede ser de 11 o 19 km.

La ruta comienza bordeando el monasterio y después de cruzar el Arco de la Compañía, donde giramos a la derecha hasta encontrar una calle sin asfaltar que sube hasta la Fuente de la Bola para alcanzar la Presa del Romeral.

Además de vencejos, águilas perdiceras y buitres leonados, entre otras aves, caminaremos próximos a hozaduras de jabalíes y flanqueados por retamas negras, jaras, pinos resineros, especie principal del monte Abantos, y pinos silvestres, característicos por su corteza anaranjada. Pero también estaremos rodeados de historia, ya que podemos observar, un escalonamiento del terreno practicado en el siglo XIX para la plantación de pinares, y muy cercano a éste, una vez hemos rebasado la cima del monte Abantos y llegando al Alto



Vista del Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial desde el Monte Abantos

de San Juan, nos topamos con la pared maestra de piedra de entre nueve y doce pies de altura que ordenó levantar Felipe II a lo largo de cuarenta y seis kilóme-

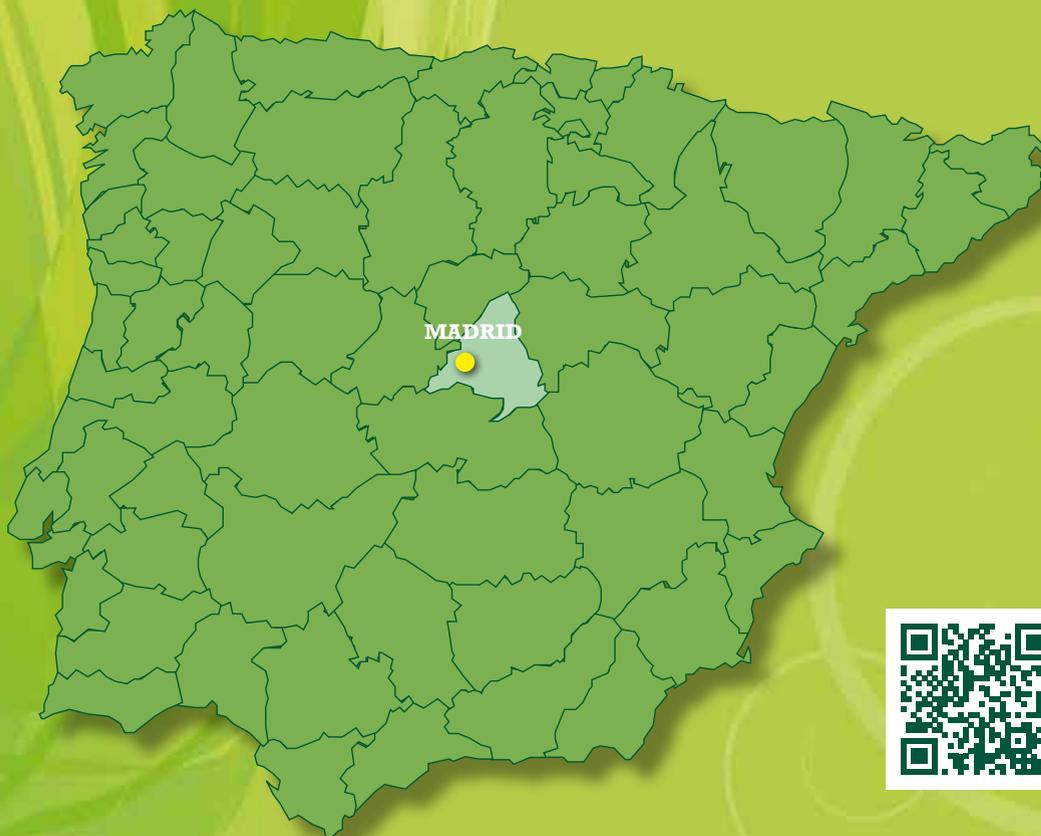
tros. En las inmediaciones del refugio de la Naranjera podemos contemplar unas magníficas vistas sobre la Cruz del Valle de los Caídos y Cuelgamuros.

Desde el refugio comienza el descenso hacia San Lorenzo. Pasando la Fuente de las Negras y tras cruzar el Arroyo del Tobar, a la izquierda, vemos la primera de tres arcas que nos encontraremos de vuelta a La Lonja, el Arca de San Juan. Estas arcas servían para almacenar y distribuir el agua que se necesitaba en el Monasterio y edificios cercanos en tiempos de Felipe II.

Pronto la pista se une con la que viene de la Fuente del Cervunal, alcanzando el Puerto de Malagón, donde todavía se observan los restos de un pozo de nieve. El Camino de los Gallegos sorprende por su biodiversidad y confluye con el Cordel del Valle. Pronto alcanzamos el Arca de la Merinera antes de dar, de nuevo con la Presa del Romeral. Ya en San Lorenzo pasamos junto al Arca del Romeral poco antes de retornar al punto donde iniciamos la ruta.

Más información en:

[www.sanlorenzoturismo.org](http://www.sanlorenzoturismo.org)



## ESTOFADO DE CHAROLÉS

y verduras de primavera  
al aroma de armañac



*Si bien uno de los platos estrella que se cocina a la falda del emblemático monte Abantos, en la estribación más meridional de la sierra de Guadarrama, es el acreditado cocido de Charolés, existe también un guiso exclusivo y propio del periodo en que invierno y primavera se dan la mano: el Estofado de Charolés.*

### Ingredientes para 4 personas:

800 gr. de lomo de Charolés; ocho alcachofas de Tudela; ocho zanahorias de rama; un nabo; un calabacín; dos dientes de ajo morados; una cebolla; 50 gramos de carne de pimiento choricero; 1 dl. de aceite de oliva virgen extra; 1 dl. de Armañac; medio litro de vino blanco; sal y pimienta negra recién molida.

### Elaboración:

Se corta el lomo de Charolés (raza vacuna muy apreciada por sus cualidades) en trocitos no muy pequeños, se salpimenta y se dora hasta que se quede sellado y lo reservamos.

Seguidamente, pelamos las alcachofas dejando un poco de la penca y las reservamos.

En la misma cazuela que doramos el Charolés, ponemos la cebolla, el ajo y la zanahoria, cortados en daditos hasta que se doren un poco.

A continuación, incorporamos el Charolés sellado, antes reservado, el vino blanco y el armañac, dejando que evapore el alcohol y cubriendo de agua. Por último, ponemos la carne de pimiento choricero.

Cuando queden aproximadamente 20 minutos para que esté terminado, incorporamos las alcachofas de Tudela reservadas, siendo el tiempo de cocción total, de dos horas y media.

### Presentación:

Decorar con unos bastoncillos de zanahoria, nabo y calabacín, previamente cocidos, y las alcachofas.

*César de Augusto Alonso.*

*Jefe de cocina del restaurante Charolés, San Lorenzo de El Escorial*

## ÁRBOLES CON HISTORIA: El árbol de los candelabros

Así se le llama al árbol más viejo de Madrid, por sus frondosas ramas que ascienden hacia el cielo de la Villa. Se encuentra en el parterre del céntrico Parque del Retiro y con casi cuatrocientos años de vida, más de seis metros de circunferencia de la base del tronco y cuarenta de altura, se ha escrito que sirvió para que los franceses escondieran bajo sus ramas durante su invasión alguno de sus cañones con los que atacaban la ciudad, pero esto no deja de ser una leyenda.

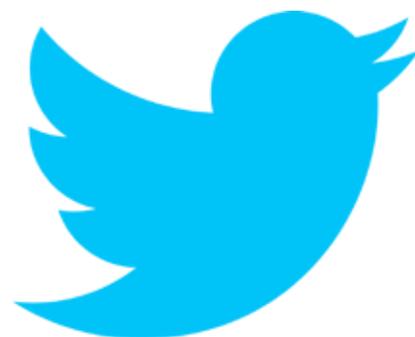
Es muy probable que fuera traído de ultramar por Cristóbal Colón tras alguno de sus cuatro viajes al continente americano, aunque también es posible que fuera Cabeza de Vaca a la vuelta de alguna de sus travesías pero lo cierto es que se desconoce cómo vino a parar hasta aquí.

También se refieren a él como El ciprés calvo aunque nada tenga que ver con la familia de los cipreses. En realidad se trata de un taxodium o ahuehuete, nombre original azteca. De él también se ha comentado que, cobijados por la oscuridad de la noche, se reunían hechiceros para realizar sus ritos y conjuros.

Leyendas aparte, a principios de los noventa y después de encontrarse extrañas alineaciones de piedras de pequeño tamaño y con extrañas formas, el Ayuntamiento de la ciudad decidió instalar una reja rodeando la base del tronco para protegerlo de la cercanía de los visitantes del parque y evitar posibles oscuros rituales.



# TWITTER



## Lo bueno si breve...

Eran las 12.50 horas del 21 de marzo de 2006 cuando Jack Dorsey, un trabajador de la empresa Odeo INC, especializada en podcasting, escribió el primer tweet. "Configurando mi twitr", decía. Nació así una de las redes sociales con mayor éxito en el mundo, Twitter.

El proyecto fue fruto de la necesidad de la compañía por competir con empresas como Apple y otras del sector que le estaban pegando un buen bocado a la tarta de beneficios. Reinventarse o morir, pensaron en Odeo. Y así fue. Tras un tormenta de ideas, surgió la posibilidad de lanzar al mercado un servicio de mensajes de texto entre grupos en los que se podría contar lo que cada uno estaba haciendo en ese momento. A finales de ese mes de marzo, uno de los cofundadores de la empresa escribía otro mensaje "oh, esto va a ser muy adictivo". Razón tuvo. Twitter tiene hoy más de 500 millones de usuarios en todo el mundo.

Y ese éxito responde a que la compañía ha ofrecido una posibilidad de comunicarse que está a medio camino entre la mensajería instantánea, el blog y el chat. De hecho se define como microblogging. A día de hoy, el 73% de los usuarios tuitea varias veces al día como auténticos adictos. Las funciones que cada uno de ellos le da a este servicio son dispares: unos lo usan como entorno profesional para mantenerse al día de las novedades, otros para conocer la actualidad y otros para compartir cosas curiosas que encuentra en la red.

Es una forma de entablar un contacto profesional o de estar cerca de personas a las que no conoces, pero que su actividad te interesa. Cualquiera puede sentirse un poquito más cercano a un actor, deportista de élite o cantante en twitter. De hecho, Lady Gaga, la persona más seguida en la red, consigue nuevos seguidores a un ritmo mayor del que se crean cuentas.

La red representada por el pájaro Larry es una potente herramienta de marketing y de los medios de comunicación, que cuentan minuto a minuto que está sucediendo en todo el mundo. Y todos los mensajes que se lanzan a través de este servicio gratuito se están almacenando en la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos.

Lo único que hay que hacer para utilizar Twitter es registrarse como usuario y aprender lo que significa cada uno de los términos. Su nombre viene de tweet, o el gorgojeo de los pájaros,

o en español, una corta ráfaga de información intrascendente, según sus creadores. Cada usuario puede diseñar su perfil a su medida. Para ello debe elegir un avatar o foto que le va a representar y decidir qué colores y formas llevará su cuenta.

Seis años después de su creación este servicio se ha convertido en uno de los sistemas de comunicación más utilizado. La brevedad y la rapidez de emisión de los mensajes son las claves de esta red. Este nuevo medio tiene un gran impacto social e informativo. En 2009 ya se convirtió en imprescindible para los medios de comunicación y en la segunda red social más utilizada. Los usuarios se sienten libres para compartir información acerca de sus ídolos o de personajes a los que es difícil acceder. Twitter es ya una potente radiografía social.



El equipo de competición CEPSA en Twitter

Twitter es ya una potente radiografía social

Timeline Follow @FF Retweet  
Unfollow TweetUp HashTag DM Tweet  
Tag TT Mensaje Directo RT Trending Topic

## TWICTIONARY

**Tweet:** Frase de 140 caracteres en la que un usuario comparte un pensamiento o algún texto de Internet.

**@:** es el símbolo que precede al nombre de usuario.

**Timeline:** Espacio del perfil donde aparecen tus mensajes y los de aquellos usuarios a los que sigues.

**Follow:** Seguir a un usuario, recibir sus tweets y hacer que los tuyos aparezcan en su timeline.

**Unfollow:** Dejar de seguir a un usuario, sus tweets ya no aparecerán en tu timeline.

**Follow Friday (#FF):** Consiste en un tweet precedido de @FF en el que un usuario recomienda seguir a otros. Se dice Follow Friday porque es una costumbre hacer estas recomendaciones los viernes

**Hash Tag (#):** Es la etiqueta que se coloca en los tweets que abordan temas específicos para que todos aquellos que quieran saber qué se dice sobre ese tema, puedan localizar los mensajes rápidamente.

**Retweet (RT):** Consiste en volver a publicar un tweet de alguien al que sigues y que te ha parecido interesante. De esta manera, tus usuarios que no siguen aún al autor del tweet podrán conocer el contenido de ese mensaje.

**Trending Topics (TT):** Son los temas más populares de Twitter en cada momento. Demuestran la importancia de un evento o noticia en esta red social.

**TweetUp:** Es una reunión informal de tweeteros que acuerdan encontrarse en persona en un lugar y en un sitio pactado por twitter.

**Mensaje Directo (DM):** Es una forma de comunicarte con un usuario de manera privada, sin que los demás vean ese mensaje.

## Twitter y la política



- De todas las redes sociales, Twitter es la que más relevancia política y periodística ha adquirido. Para ambos es un símbolo de innovación que no pueden dejar pasar.
- Las primeras elecciones generales en España en las que se utilizó Twitter fueron las de 2011, aunque ya en las autonómicas de 2009 se empezó a utilizar tímidamente este servicio.
- Twitter permite una bidireccionalidad con el ciudadano que es fundamental tanto en un proceso electoral como en el día a día.
- En el debate de 2011 entre Rajoy (@marianorajoy) y Rubalcaba (@conrubalcaba), el candidato del PP fue nombrado en Twitter más de 500 veces por minuto, mucho más que al socialista.
- El 11 de noviembre de 2011 Alfredo Pérez Rubalcaba mantuvo un encuentro con los ciudadanos en Twitter, donde aprovechó para expresar sus sentimientos y explicar su programa electoral.
- En las últimas elecciones generales se produjeron casi un millón de menciones en Internet entre octubre y noviembre y alrededor de 2 millones de tweets entre el 7 y el 20 de noviembre.
- El ahora presidente del Gobierno era el único que en la campaña electoral de 2011 tenía perfil en las cuatro redes sociales. En Facebook, por ejemplo, acumulaba 66.026 fans.
- En Twitter el líder de la campaña electoral fue Rubalcaba, que aunque no tenía tantos seguidores como Rajoy, consiguió mayor influencia, ya que sus seguidores retuiteaban más sus mensajes.
- Los políticos tampoco se libran de las cuentas falsas en twitter, en las que los usuarios se mofan de los candidatos. Barak Obama tiene @barakobama con 9.000 seguidores. José Luis Rodríguez Zapatero tiene dos perfiles falsos, uno de ellos en inglés. Alfredo Pérez Rubalcaba cuenta con 2.170 seguidores de su cuenta falsa y Mariano Rajoy 540 fans.

## HUMOR por AOT

### Spain is different



# FLASHES

## Xtar Hybrid 5W20 llevó a CEPSA al Premio a la Innovación Tecnológica en Posventa



CEPSA Xtar Hybrid 5W20 es el nuevo lubricante, cien por cien sintético de última tecnología, que cumple con los requerimientos de las especificaciones ACEA A1/B1-10, FORD WSS M2C925-B y ACEA A5/B5-10 (nivel).

Desarrollado para lubricar los motores de modelos híbridos de los principales fabricantes como Toyota (Prius, Prius +, Auris y Yaris), Honda (Insight y CRZ Hybrid) o Lexus (CT200h y RX450h); el Xtar Hybrid 5W20 está especialmente diseñado para contribuir a las prestaciones de automóviles que combinan su propulsión térmica con eléctrica.

El nuevo CEPSA para híbridos posibilita ahorro de combustible y mayor respeto ecológico. Ha sido concebido para dar servicio a los vehículos bajos en emisiones que, según el próximo Plan Nacional de Mejora de la Calidad del Aire, serán los únicos habilitados para circular por el centro de las ciudades y por las zonas urbanas de atmósfera protegida.

Las propiedades del Xtar Hybrid 5W20 también están dirigidas a la reducción de desgaste, exhibiendo una tecnología en modificadores de fricción de última generación; lo que permite minimizar la pérdida de energía que se produce en el motor conservando sus prestaciones durante más tiempo que las tecnologías tradicionales.

Detalles, todos ellos, que han llevado al nuevo CEPSA Xtar Hybrid 5W20 a ser reconocido en la primera edición de los Premios a la Innovación Tecnológica en Posventa, sección recambios, categoría lubricantes. Estos Premios, que fueron concebidos para visibilizar sectorialmente los modelos de marcas más novedosos en el mercado de la posventa del automóvil, se votaron, en primer lugar, a través del portal de internet

www.autoprofesional.com (único del sector auditado por OJD) para, posteriormente, pasar por un jurado cualificado y representativo de los diferentes ámbitos de la posventa, que evaluó, seleccionó y refrendó los resultados, tomando como principal criterio de evaluación el carácter innovador de los productos o servicios que optaban al premio.



Escanee con su smartphone este código para ver contenido adicional online

## Rúbrica del exclusivo acuerdo entre INFINITI y CEPSA Lubricantes en el Centro de Investigación alcalaíno



La marca japonesa INFINITI y CEPSA Lubricantes han sellado un acuerdo comercial de exclusividad por el que la compañía de automóviles de lujo recomendará el uso de los productos CEPSA a todos sus usuarios, a través de los servicios de venta y postventa en España.

Rubricaron el convenio, en el Centro de Investigación de CEPSA en Alcalá de Henares (Madrid), el consejero delegado de INFINITI, Jorge Belzunce; y el director general de CEPSA Lubricantes, José Luis Prieto, tras un recorrido por esta instalación de más de 9.000 metros cuadrados, de los que más de 6.600 están destinados a laboratorios y plantas piloto.

El acuerdo entre ambas compañías estará vigente hasta 2014 y es un nexo entre dos marcas de firme apuesta por las nuevas tecnologías en el mundo de la automoción, como lo suponen, por ejemplo, los automóviles híbridos.

Belzunce reconoció que “estamos muy satisfechos con este acuerdo que nos permitirá ofrecer a los clientes de INFINITI un producto de máxima calidad, en consonancia con el potencial tecnológico de los vehículos que comercializamos y del servicio Premium que ofrecemos”.

Prieto, por su parte, añadió que “para CEPSA Lubricantes es muy positivo este acuerdo, y estamos convencidos de que tanto Infiniti como sus clientes se pueden beneficiar de nuestros productos, que cuentan con las más avanzadas tecnologías para su elaboración y altos estándares de calidad. Contamos con las mejores bases para la creación de nuestros productos, que se pueden adaptar perfectamente a una marca líder como INFINITI”.

## Hubo un verdadero Oasis CEPSA en el camino de Cheste

En la última cita del calendario del mundial de velocidad, cuarta de las que se disputan en España, los motoristas agradecieron de forma especial la existencia del Oasis CEPSA, ubicada en Honrubia.

Esta fórmula de descanso y asistencia iluminada por la estrella de CEPSA, y que data de hace dieciséis temporadas ya, se convirtió camino del Circuit de la Comunitat



Valenciana Ricardo Tormo en un lugar más que reconfortante. Además de privarse de los continuos chubascos, los visitantes del Oasis encontraron, como de costumbre, todas las atenciones y actividades propias de esta estancia, genuina parada y fonda en el tránsito hacia un gran premio motociclista.

Avituallamientos energéticos, repaso a las monturas, limpieza de pantallas de casco, sorteo de seguro y hasta masajes gratis, constituían la base de esta área cuya guinda la ponían los regalos de CEPSA, la tienda DEPA-SO y la zona de asistencia Órbita que CEPSA dirige a la revisión gratuita de automóviles.

## MotoEvent Offroad reunió a más de 12.000 personas con un espacio CEPSA que cautivó

La tercera edición de MotoEvent Offroad, feria de la moto de campo que se celebra en el municipio de Las Rozas de Madrid ya entrado el otoño, ha supuesto la consolidación de una muestra que, pese a las condiciones meteorológicas adversas, superó los 12.500 visitantes y gozó de una importante cobertura mediática, televisión incluida.

El espacio de CEPSA, repleto de colorido, se convirtió en el eje de la exposición, ya que en él se celebraban continuos sorteos de regalos, las entregas de premios de las competiciones convocadas en torno a MotoEvent y que reunieron a 300 pilotos; como también promociones diversas de la compañía -CEPSA Moto, Órbita CEPSA, Motorcheck, Mini 1000 y Gasóleo Calefacción-; siendo uno de los platos fuertes la presencia del campeón mundial de freestyle, Dany Torres, que departió con los aficionados y llevó a cabo una completa sesión de firma de autógrafos.

MotoEvent es una feria activa del offroad motociclista, en la que tiene cabida exposiciones y contacto con modelos 2013 de las principales marcas representadas en España, zonas y circuitos de pruebas, trazado de iniciación, área infantil de seguridad vial y toma de contacto con motos de acceso, exhibiciones y un showroom de compañías aseguradoras, agencias de viajes de este segmento y escuelas offroad; constituyendo novedad en esta edición la zona outlet con motos de ocasión.

## Petronavarra desarrolló una óptima sesión profesional en el Circuito de Los Arcos

Petronavarra, S.A. aprovechó las primeras semanas del otoño para desarrollar una interesante sesión profesional de formación y entretenimiento, dirigida a los clientes del segmento de talleres mecánicos.

La compañía distribuidora de CEPSA Lubricantes reunió a los convocados en las instalaciones del Circuito de Navarra, ubicado en el término municipal de Los Arcos -entre Pamplona y Logroño-, para celebrar unas jornadas de lo más dinámicas y que supusieron un éxito, con presencia de medio centenar de profesionales y representación de cuarenta talleres de la zona.

La matinal se abrió con la presentación de la gama de lubricantes CEPSA para vehículos ligeros y sus aplicaciones, que fue impartida por José María Gonzalo, del departamento de Asistencia Técnica de CLSA, y que contó con la presencia de la dirección de Petronavarra y su fuerza de ventas, así como de Carlos Giner, director comercial de CLSA; de Beatriz Cervera, jefe de ventas de distribuidores; y de Joaquín Calleja, responsable comercial de la zona norte, también de CLSA.

En esta sesión inicial se trató la importancia de la correcta aplicación de los criterios de ACEA para vehículos con diferentes sistemas no contaminantes (SDR, DPF y EGR), relacionándolos con las gamas XTAR



y STAR de CEPSA Lubricantes, así como los requerimientos particulares de los principales fabricantes de vehículos. También se presentó el nuevo CEPSA Xtar Hybrid 5W20 para híbridos, junto con los análisis de las primeras pruebas de campo realizadas con este producto.

El colofón de la jornada lo supuso la competición de karts en el circuito navarro de velocidad, a la que sucedió un almuerzo en el restaurante Bodega Castillo de Monjardín.

Un encuentro realmente positivo, muy valorado por todos los clientes, de forma especial por la sesión técnica. De manera que los convocantes animan al resto de nuestros distribuidores a proponer iniciativas similares, que posibiliten incrementar la presencia en el sector de talleres mecánicos y, con ello, a desarrollar las ventas en grupo I, sobre todo en productos de alto valor añadido (CEPSA Xtar).

Desde CLSA quisieron hacer público el agradecimiento a Petronavarra, por la hospitalidad y el esfuerzo realizado; así como el reconocimiento por el éxito que supuso la organización del evento.





PREMIO A LA  
**INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**  
EN POSVENTA

autoprofesional **NEUMÁTICOS** ACCIONES autoprofesional.com



# CEPSA XTAR 5W20 HYBRID

*¡Carácter innovador!*

**CEPSA**

Innovando para ti