

# Oleum

Número 15  
2º semestre de 2006

**CEPSA online**  
Guía de Lubricación  
online, aun mejor

**PRODUCTOS**  
Nueva gama de Grasas  
CEPSA ARGA

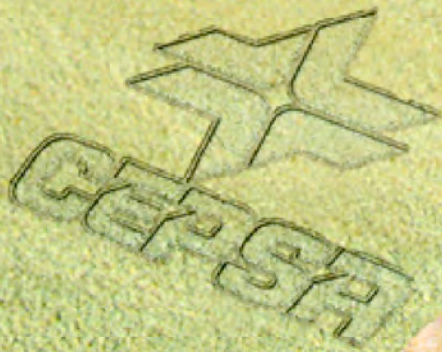
**Entorno CSM**  
Especial Real Decreto  
sobre Aceites Usados

**COMPETICIÓN**  
Antonio Albacete,  
Bicampión de Europa

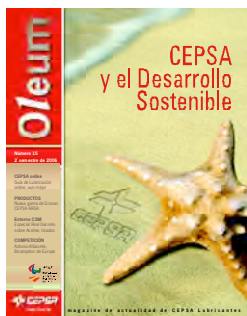


**CEPSA**  
LUBRICANTES

# CEPSA y el Desarrollo Sostenible



magazine de actualidad de CEPSA Lubricantes



Dirige: Mercedes Gómez Varela  
Responsable de Marketing Comunicacional de CEPSA Lubricantes, S.A.

Han colaborado en este número:

Adoración Villalobos, Alicia Cuervo, Álvaro Macarro, Amalia Puigdendolas, Angel Luis Ortega (Talleres X), Belén Machado, Elena Carrasosa (Action Team Motociclismo-CEPSA), Emilio Díaz Rangel, Emilio Gómez, Francisco Javier Pulgar, Florencio Pérez, Ines Sá de Vieira, Javier Migoya, Jesús Velasco, José Antonio Márquez, José Luis Dorado, José Luis Prieto, José M<sup>o</sup> Hernández Carmona, José Vicente Marqués, Luis Zamora, Marcos Pallás, Mario Bustos Rodríguez (mxfull.com), Marta Lugris, Michel Delgado (Driver), Paloma Martínez, Profesor Lubrik, Susana Alcaide.

Muchas gracias a todos.

Maquetación e impresión: **Allian Producciones S.L.**

Edición semestral de distribución gratuita.

Tirada: 8.500 ejemplares

Depósito legal: 50580



Si tienes alguna noticia que quieras publicar o alguna sugerencia, envíala por favor a:

**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/lubricantes](http://www.cepsa.com/lubricantes)**

## Sumario



### 4 GRUPO CEPSA:

- Nueva campaña de publicidad: A CEPSA siempre vuelves... con nuevas historias.
- Actualidad refinerías.

### 6 CEPSA ONLINE:

- Guía de Lubricación Online: ¿Quién puede cuidar mejor de tu vehículo que nosotros?.
- La nueva sección "Responsabilidad Corporativa" en [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com).

### 7 PRODUCTOS EN CONSTANTE EVOLUCIÓN:

- Nueva gama de grasas CEPSA ARGA.

### 8 CEPSA LUBRICANTES EN EL MUNDO:

- Automechanika Frankfurt 2006 bate récords.
- Seminarios en Guatemala y República Dominicana, impartidos a clientes de nuestros distribuidores.
- EXPOMOBILE 2006 en Guatemala.
- Nuevas distribuciones en el mundo.
- Actualidad en Portugal.

### 10 TEMA DE PORTADA:

- CEPSA y el Desarrollo Sostenible: mucho más que un concepto de moda.

### 13 ENTORNO CSM (Calidad, Seguridad y Medio Ambiente):

- Real Decreto de Aceites Usados: nace el SIGAUS.
- Renovación de nuestras certificaciones de calidad.

### 14 CEPSA LUBRICANTES EN PRIMERA PERSONA:

- Entrevista al gerente de Talleres X y a Grupo Driver.

### 16 CEPSA LUBRICANTES EN EL MAR:

- CEPSA Lubricantes realizará la lubricación integral del remolcador polivalente Don Inda.
- Nuevos catálogos de productos CEPSA/Mobil y Ertoil para usos marinos.
- Inspección del motor del buque Tenerife Car.

### 18 CONSULTORIO DEL PROFESOR LUBRIK:

- ¿Cómo interpretar una etiqueta de lubricante?.
- ¿Cómo elegir el grado SAE adecuado?.

### 20 COMPETICIÓN:

- Nacho Gabari se adjudica la Copa Hyundai Coupé V6 2006.
- Espectacular doblete de Antonio Albacete y CEPSA: Bicampeones de Europa de Camiones 2005 y 2006.
- Oasis Motociclismo CEPSA Chestre.
- Actualidad Action Team.
- Un año más campeones de Motocross, en Supercross terceros.

### 24 FLASHES:

- Yamaha Motor España y CEPSA Lubricantes renuevan un año más su acuerdo de colaboración.
- CEPSA Lubricantes y MAN V.I. renuevan sus alianzas.
- El camión de CEPSA Lubricantes "on the road".
- Expotecnauto Madrid 2006: el futuro del sector a debate.
- XIX Congreso de Ancera: Sevilla, la capital de la posventa.

### 26 ESCENAS DE LA HISTORIA DEL PETRÓLEO:

- Cuestión de precio (II).



# CEPSA Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

## Editorial



Sostenibilidad, desarrollo sostenible, términos nuevos que reflejan conceptos que parecen nuevos, o que al menos están de moda, si juzgamos la cantidad de veces que los hemos oído mencionar o leído en los últimos tiempos. Recientemente entré en Internet, en uno de los buscadores más potentes y tecleé “desarrollo sostenible”; el resultado es que aparecieron 1.780.000 posibles entradas disponibles (solo en idioma español); posteriormente repetí el experimento con “sostenibilidad” y mi asombro fue que aparecieron 4.790.000 referencias, páginas de empresas, cursos, másters y tesis doctorales, recomendaciones de gremios, organismos, cadenas de distribución, particulares, y así una larga lista de colectivos preocupados por los conceptos que hay detrás de estos términos.

¿Y a qué conceptos no estamos refiriendo? No hablamos de nada etéreo, intangible o teórico, nos referimos a la propia vida, al bienestar, al medio ambiente, a la naturaleza. No es otra cosa que **mejorar las condiciones de vida de los seres humanos a través de una explotación de los recursos racional y respetuosa con el medio ambiente**. O como afirma la declaración de Dublín sobre este asunto: *“El medio ambiente depende de nuestras acciones colectivas, y el medio ambiente de mañana de nuestras acciones de hoy”*.

El llegar a conseguir un desarrollo auténticamente sostenible implica un cambio de mentalidad, pues en el ser humano subyace la creencia de que está por encima de la naturaleza y ejerce control sobre ella, suponiendo, además, que la Tierra dispone de una cantidad ilimitada de recursos a nuestra disposición. Pero sabemos que un cambio de mentalidad no es inmediato, supone, entre otros, un cambio de mensajes y de valores.

En esta nueva situación cobran especial relevancia la educación, la formación, la comunicación.

Parece que, como no podía ser de otra manera, estos conceptos van calando en la sociedad; cada vez son más las encuestas a consumidores que valoran, además de las típicas respuestas relacionadas con la calidad y el precio, otros conceptos como la ecología, la capacidad de reciclado, el uso de componentes no perjudiciales y otros relacionados con estos temas. También, los clientes empiezan a valorar a la empresas suministradoras, además de por sus productos y servicios, por la atención que prestan al medio ambiente. Y esto es bueno, y esto es importante, y esto es necesario porque nos estaremos asegurando el futuro.

El Grupo CEPSA a lo largo de toda su historia se ha caracterizado por estar a la vanguardia en sus compromisos con el medio ambiente y con la sociedad, aunando la gestión empresarial eficaz con la atenta vigilancia del impacto en el entorno. Principios como respeto, compromiso, transparencia, calidad y seguridad son pautas de actuación en las que CEPSA ha basado su comportamiento, y que se recogen en nuestra **Memoria de Sostenibilidad**, de la cual se ha publicado recientemente su tercera edición.

CEPSA Lubricantes, empresa que opera en un ámbito tan sensible al medio ambiente, participa activamente en ese compromiso de impulsar un crecimiento económico compatible con un entorno sano. En este sentido, favorece actuaciones destinadas a incrementar la seguridad, como las campañas dirigidas a sus propios empleados, o la impartición de cursos de Seguridad Vial en centros escolares, o impulsando todos los años los “Proyectos Elan”, paradigma de la calidad, mejora continua, atención al cliente, protección ambiental y rentabilidad. Y recientemente ha participado activamente a través de la Asociación Española de Lubricantes (ASELUBE) en la creación de un Sistema Integral de Gestión de Aceites Usados (SIGAUS), que al amparo del Real Decreto 679/2006 regulará la gestión de aceites lubricantes usados, encargándose de su recogida y posterior tratamiento, evitando así destinos no deseados para los lubricantes usados y que pudieran ir en perjuicio de nuestro entorno.

En definitiva, **todos**, Administración, empresas y particulares **tenemos por delante un gran reto**, una apasionante aventura de defender la naturaleza, en la que todas las aportaciones son necesarias y de la que nos sentiremos reconfortados cuando comprobemos que nuestros hijos tienen una conciencia ecológica más sensible que la de sus padres.

**Florencio Pérez**  
DIRECTOR DE VENTAS  
CEPSA Lubricantes, S.A.



El simpático Bobby, protagonista de la campaña

Marta Llugris Llerandi  
Responsable de Publicidad del Grupo CEPSA

## Grupo CEPSA

# Nueva campaña de publicidad: A CEPSA siempre vuelves... con nuevas historias

*Este otoño se ha presentado excitante y animado si hablamos en términos de publicidad e Internet. Porque en CEPSA hemos lanzado una nueva campaña en octubre, y por si fuera poco, ha coincidido con la segunda edición de Historias CEPSA.*

"A CEPSA siempre vuelves". Éste es el eslogan de nuestra nueva campaña corporativa, que tiene como producto estrella la VISA CEPSA Porque Tu Vuelves. Continuando con la línea que iniciamos en octubre de 2005, contamos una pequeña historia de la vida real de nuestros clientes. El protagonista de la campaña es un perrito que, estando perdido, sabe perfectamente dónde encontrar a su dueño: en una Estación de Servicio CEPSA, porque sabe que allí, su dueño, siempre vuelve.



Porque hay muchos motivos para volver a CEPSA: en esta ocasión se trata de la VISA CEPSA PTV y sus descuentos, pero en otras es el mejor servicio, los lubricantes que hacen que el motor de tu coche tenga una vida más larga, la amplia variedad de productos de DEPASO... Seguro que cada espectador encuentra el suyo.

Y éste es nuestro objetivo más ambicioso. Hoy en día la inmensa mayoría de nosotros seleccionamos nuestras marcas favoritas, no por los beneficios funcionales o prestaciones que nos ofrecen, sino por la vinculación emocional que establecemos con ellas. En CEPSA queremos que nuestros clientes, y el público en general, nos sientan cerca de ellos, porque cada día trabajamos para ellos. Si lo logramos, estaremos en una óptima posición para seguir creciendo en el futuro.

Además, hemos puesto en marcha la segunda edición de **Historias CEPSA**. La iniciativa, que se inició el año pasado con la promoción Historias CEPSA, consiguió mostrar a nuestros clientes que de verdad nos preocupamos por ellos, que es cierto que nos interesamos por lo que les sucede en su día a día. En la pasada edición de Historias CEPSA fueron muchos los que nos contaron su historia, y el ganador pudo ver la suya convertida en un anuncio de televisión (ver Oleum nº 14).



Se han recibido más de 2.400 fotografías en el site

Y como es verdad que seguimos compartiendo muchas historias juntos, este año invitamos a todos los que quisieron a formar parte de la nueva campaña CEPSA.

¿Cómo? Con una breve aparición en nuestros anuncios. Sorprendente la idea, ¿no crees? Podemos decir que CEPSA es pionera en cerrar el círculo de su comunicación: de la foto a Internet y de la Red a la televisión. Porque los ganadores, además de su propio spot en Internet... ¡¡¡Han conseguido casi dos segundos de fama en TV!!!

Los tres primeros ganadores fueron José Gómez, M<sup>re</sup> Victoria González y Esther Chamorro. En una segunda ronda, fueron Paola Pardini, Sergio Figueiras y Moisés Veiga quienes disfrutaron de su momento de gloria.

Y hay más, porque todos los participantes han entrado en el sorteo de fantásticos premios, como un viaje a Hollywood que ha ganado Silvia Díaz y cinco cámaras digitales.

La campaña de TV ha permanecido en antena entre octubre y noviembre y el microsite sigue online, para que los internautas puedan recrearse con el resultado de su participación.

# REFINERÍAS

## Grupo CEPSA



### REFINERÍA "GIBRALTAR-SAN ROQUE": AVANCES EN MEDIO AMBIENTE

**Firma de acuerdos voluntarios con la Junta de Andalucía**

La Refinería "Gibraltar-San Roque" tiene una capacidad de tratamiento de más de 12 millones de toneladas anuales de crudo. CEPSA es consciente de su responsabilidad en la gestión racional de estos recursos y de la necesidad de hacer compatibles la producción y comercialización de hidrocarburos combustibles y otros derivados del petróleo con la protección del medio ambiente. Por ello, viene dedicando recursos económicos, técnicos y humanos a la prevención y el control de la contaminación proveniente de las instalaciones industriales en las que opera.

Los acuerdos voluntarios son un instrumento adecuado para la consecución de objetivos ambientales, basados en la colaboración entre la Administración Ambiental y las empresas.

Con el acuerdo suscrito el pasado mes de septiembre con la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, enmarcado dentro del Plan de Calidad Ambiental del Campo de Gibraltar, la Refinería "Gibraltar-San Roque" de CEPSA se ha comprometido a **invertir más de 138 millones de euros** (60% en inversiones directas y 40% en indirectas), en una serie de actuaciones dirigidas a la reducción de olores y emisiones, a la minimización de emisiones fugitivas y mejoras en la red de vigilancia.

La empresa también pondrá en marcha una serie de medidas destinadas a mejorar la calidad de los vertidos de aguas residuales, suelos, residuos y aguas subterráneas, así como un estudio de ruidos y una evaluación del impacto visual.

### REFINERÍA "LA RÁBIDA": FINALISTA DEL PREMIO EUROPEO DE LA CALIDAD

El pasado 7 de noviembre, CEPSA Refinería "La Rábida", representada por su director, Juan Manuel Díaz Cabrera, recibió en Budapest (Hungría) el **premio de finalistas 2006 que otorga la Fundación Europea de Gestión de la Calidad (EFQM)**, la entidad de mayor prestigio continental en la valoración de los procesos de Gestión de la Calidad.

El premio es especialmente significativo ya que es la primera compañía andaluza que recibe un reconocimiento de esta índole, además de ser, en esta edición, la única empresa española, no Pyme, que accede al reducido grupo de finalistas en la categoría de unidades operacionales o centros operativos.

La Refinería "La Rábida" presenta una amplia trayectoria en gestión de calidad, jalonada de premios como el Andaluz a la Excelencia, en 2002, o el de Reconocimiento por Excelencia Empresarial de los premios EFQM 2004.

### REFINERÍA "TENERIFE": JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

**Descubre la Refinería "Tenerife", un mundo que te sorprenderá.** Bajo este lema dieron comienzo, el pasado 10 de noviembre, las Jornadas de Puertas Abiertas de la refinería, que se prolongarán hasta mediados del mes de diciembre con una visita semanal.

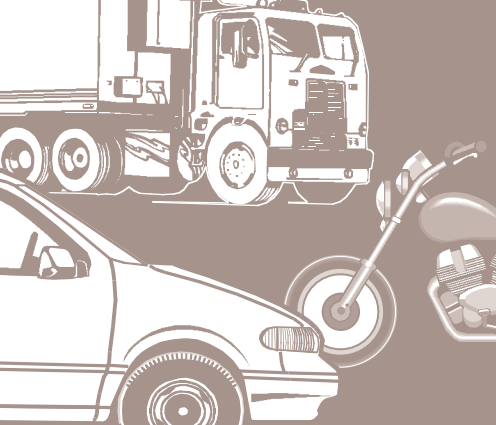
Con esta iniciativa se pretende provocar un acercamiento de la refinería a los vecinos de Santa Cruz de Tenerife y a cualquier persona interesada en conocer cómo es por dentro: sus instalaciones y procesos de trabajo, las medidas de seguridad que adoptan, su compromiso con el medio ambiente, etc.

La Jornada comienza con una presentación donde se explica de manera didáctica la llegada de la materia prima a la refinería, los procesos de refinado y tratamiento del crudo, el almacenaje en tanques, el trasiego de productos, la obtención en línea de los productos terminados, las medidas de ahorro energético, los medios de defensa contra incendios..., haciendo especial hincapié en el compromiso de esta fábrica con la seguridad y el respeto al medio ambiente como pilares fundamentales de su actividad diaria, junto a la calidad de los productos que ofrece al mercado.

Posteriormente, se realiza un recorrido guiado en autobús por las instalaciones. Antes del fin de la visita se muestra un punto neurálgico de la refinería, vital para la estabilidad, la seguridad y la optimización de la producción, como es la Sala de Control y el punto final lo pone un cóctel en el propio comedor de empleados, donde se crea un ambiente distendido propicio para fomentar el contacto con los visitantes.

Estas jornadas pretenden ser un reflejo de la transparencia de la gestión de CEPSA Refinería "Tenerife", así como contribuir a dar a conocer esta instalación de refinado, dando respuesta a las cuestiones que más inquietan o que más curiosidad despiertan entre sus vecinos.

Unas 400 personas visitarán las instalaciones a raíz de estas jornadas, que se repetirán en primavera, cuando se vuelvan a abrir las puertas de la refinería.



## CEPSA online

### Guía de Lubricación Online: ¿Quién puede cuidar mejor de tu vehículo que nosotros?

Nuevas funcionalidades para mejorar su uso. Entra en [www.cepsa.com/lubricantes](http://www.cepsa.com/lubricantes)



La Guía de Lubricación online es un servicio que CEPSA Lubricantes presta a todos los usuarios de su web, profesionales o conductores particulares, desde el cual se puede consultar qué aceite de motor, transmisiones, líquido de frenos... son los adecuados para cada turismo, moto, camión o maquinaria industrial y agrícola.

La Guía, que ya lleva tres años en funcionamiento, dispone actualmente de más de 55.000 modelos de 1.503 fabricantes, de los cuales más de 11.000 son turismos o furgonetas de 242 marcas.

Para mejorar las utilidades de la Guía **acabamos de incorporar links directos** que van desde la página de recomendaciones propia de cada modelo, **a las páginas que publican toda la información sobre los productos recomendados.**

¡El asesoramiento completo! No solo te desvelamos cuáles son los productos idóneos para tu vehículo o máquina, sino que puedes informarte con todo lujo de detalle acerca de ellos (imagen, aplicaciones, especificaciones de calidad, envases disponibles) y descargar tu hoja técnica.



La creación de una sección de Responsabilidad Corporativa en la web de CEPSA obedece a la necesidad de dar a conocer en un espacio unificado sus políticas, prácticas y programas, en el marco de la Responsabilidad Corporativa.

### La nueva sección "Responsabilidad Corporativa" en [www.cepsa.com](http://www.cepsa.com)

Desde hace algún tiempo, las empresas están siendo observadas en todas sus actuaciones y valoradas, cada vez más, no solo por los resultados económicos y la rentabilidad obtenida, sino que otros conceptos, como "responsabilidad y compromiso", están pasando a formar parte de esa valoración.

Se hacía necesario dar a conocer las acciones que CEPSA estaba desarrollando en los ámbitos económico, social y ambiental y los resultados que, año tras año, se están alcanzando. Con este objetivo se publicó, hace tres años, la primera "Memoria de Sostenibilidad".

El siguiente paso era conseguir una mayor difusión de la información que, por su creciente volumen, requería un acceso más flexible. Para ello, y en colaboración con los responsables de la página web de CEPSA, se ha trabajado en una sección alojada en la propia página web que aporta además la posibilidad de un diseño más dinámico y atractivo y que nos va a permitir una adaptación y actualización rápidas, en base a las posibles demandas de información.

#### El contenido de la sección

Para dar a conocer esta nueva sección se ha diseñado un "banner" que nos conduce directamente a algunos de los conceptos más importantes de la compañía: su Misión, Visión, principios institucionales, estrategia ligada a la responsabilidad, etc., a través de las preguntas y respuestas de distintos personajes.

Los otros apartados que conforman la sección son:

**Los desafíos** que CEPSA debe afrontar para llevar a cabo sus actuaciones como empresa, manteniendo al mismo tiempo una conducta responsable:

- Abastecimiento energético
- Los gases efecto invernadero (GEI)
- Los centros de producción
- La seguridad en los productos

**La gestión** diaria de sus compromisos con sus grupos de interés: clientes, empleados, comunidades, etc.

**Memoria de Sostenibilidad**, donde se pueden descargar, en formato "pdf", completas o por capítulos, las memorias de los ejercicios 2003, 2004 y 2005.

**Calidad**, donde se detallan todas las certificaciones a la gestión de calidad, tanto de CEPSA como de su grupo de empresas.

**Seguridad**, en el que se encuentran las certificaciones y las actividades que se desarrollan en el ámbito de la seguridad y salud laboral.

**Medio Ambiente**. En este apartado se detallan las certificaciones y se pueden consultar y descargar las declaraciones y políticas medioambientales de los centros de producción de CEPSA (refinerías y plantas químicas).

Con esta nueva sección, CEPSA avanza en su compromiso de dar a conocer de forma continua y transparente todas sus actuaciones relacionadas con la responsabilidad corporativa.

**Te invitamos a conocer este nuevo espacio de nuestra web.**





Nuevo envase de 5 Kg

**CEPSA Lubricantes productos**



en constante evolución

# Nueva gama de grasas CEPSA ARGA

## CEPSA unifica su portafolio de grasas bajo la marca CEPSA ARGA

Para CEPSA Lubricantes, las grasas constituyen una gama estratégica, ya que son el producto perfecto para la lubricación en ciertas aplicaciones, industriales y de automoción. Además, disfrutamos de una participación importante dentro del mercado, que ahora deseamos reforzar a través del relanzamiento y la unificación en una marca, concebidos para dar un mejor servicio.

Este deseo de ofrecer un mejor servicio se apoya en la optimización del portafolio, que implica la incorporación de las grasas Ertoil a la marca CEPSA, constituyendo una magnífica oferta de productos y manteniendo todas las referencias de las que disponemos en la actualidad.

El relanzamiento gira en torno a tres ejes:

### Integración de la marca Ertoil en la marca CEPSA. Listado de equivalencias:

Producto Ertoil	Producto CEPSA equivalente
ERTOIL LEDA/2	CEPSA ARGA CALCIO 2
ERTOIL TARSIS/2	CEPSA ARGA LITIO 2
ERTOIL TARSIS/3	CEPSA ARGA LITIO 3
ERTOIL TARSIS EP	CEPSA ARGA EP ESPECIAL
ERTOIL ONUBA SM/2	CEPSA ARGA AUTOGRASA ESPECIAL
ERTOIL ONUBA PLEX/2	CEPSA ARGA TÉRMICA

Producto Ertoil	Producto CEPSA equivalente (nuevos en la gama)
ERTOIL ONUBA 000	CEPSA ARGA ONUBA 000
ERTOIL ONUBA EP/2	CEPSA ARGA ONUBA EP/2
ERTOIL TARSIS G/3	CEPSA ARGA TARSIS G/3

### Resto de la gama CEPSA ARGA

CEPSA ARGA CÁLCICA G.M./2  
 CEPSA ARGA EP 400  
 CEPSA ARGA EC  
 CEPSA ARGA COMPLEX LITIO 2  
 CEPSA ARGA DISBIT 3 SUPER  
 CEPSA ARGA BLAMEDOL GB2  
 CEPSA ARGA WR EP (marina)  
 CEPSA ARGA COMPLEX LITIO EP (marina)

### Una oferta más amplia:

La gama se completa con la incorporación de una grasa atóxica para la industria cosmética y alimentaria denominada CEPSA ARGA BLAMEDOL GB 2, una grasa asfáltica denominada CEPSA ARGA DISBIT 3 SUPER, y con dos grasas específicamente desarrolladas para usos marinos, con características especiales de resistencia al agua y ambientes salinos: la CEPSA ARGA WR EP y la CEPSA ARGA COMPLEX LITIO EP.

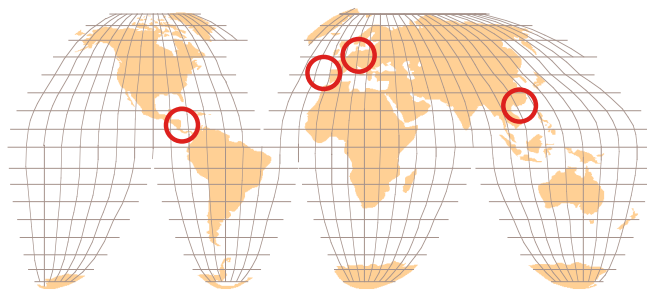
### Nuevo Packaging:

Manteniendo los formatos de envase actuales, se ha acometido una renovación total de la imagen del envasado menor (5 Kg, 2 kg, 1 L. y cartuchos de 400 g) para dotar a la gama de un "traje" acorde con su posicionamiento de calidad y la mejora producida en la oferta. Desde el diseño de un nuevo logotipo para CEPSA ARGA, hasta el desarrollo de una nueva ilustración de fondo.

La gama de Grasas Marinas también cambia la imagen de sus etiquetas para sus envases fabricados en plástico, ideal para su uso en ambientes marinos.



Envases de 18 Kg y 5 Kg para grasas marinas



## CEPSA Lubricantes en el mundo

### Seminarios en Guatemala y República Dominicana, impartidos a clientes de nuestros distribuidores

#### Automechanika Frankfurt 2006 bate récords

Del 12 al 17 del pasado mes de septiembre tuvo lugar Automechanika Frankfurt, la feria para profesionales de la automoción más importante de Europa, que contó -como adelantábamos en Oleum nº 14- con la presencia de CEPSA Lubricantes. Se trata de la etapa más importante de esta propuesta itinerante, con 10 sedes establecidas en tres continentes, lo que la convierte en la feria del sector número 1 en el mundo.

Este año en Alemania se han batido todas las cifras de pasadas ediciones, con más de 165.000 visitantes de 130 nacionalidades y 4.658 exhibidores procedentes de 72 países.

Y hemos de celebrar el enorme éxito del stand de CEPSA Lubricantes, con numerosos contactos establecidos a nivel europeo, africano y de Oriente Medio, llamando positivamente la atención la receptividad creciente de los visitantes de Europa del Este y de Israel.

CEPSA Lubricantes se ha mostrado muy competitiva con su catálogo, lidiando con soltura con otras marcas importantes a nivel mundial.

Del 12 al 21 de junio se celebraron en Guatemala y la República Dominicana cuatro seminarios impartidos por Emilio Díaz Rangel, Jefe del Departamento Técnico de CEPSA Lubricantes, organizados conjuntamente con nuestros distribuidores locales de cada país. Han sido dos jornadas en cada uno de los países, que han versado sobre automoción y lubricación en general, y han estado enfocadas a los vehículos ligeros y pesados.

Los mercados centroamericano y del Caribe constituyen un objetivo prioritario dentro de los planes de expansión internacional de nuestros productos, y hacia ellos focalizamos gran parte de nuestros esfuerzos.

En **Guatemala** las sedes de los seminarios han sido Ciudad de Guatemala, en el Centro Español, y **Quetzaltenango**, la segunda ciudad del país. El anfitrión, **Importaciones Navarra, S.A.**, nuestro distribuidor desde 2001, además de haber hecho gala de su buena organización, se muestra muy activo tanto en volumen de negocio como a nivel de marketing, y su ritmo de crecimiento es prácticamente exponencial en estos cinco años.

En la República Dominicana, los seminarios fueron impartidos en Santiago de los Caballeros, ciudad del distribuidor de CEPSA Lubricantes, **Castalosa**, y en la capital, Santo Domingo. Castalosa distribuye nuestros productos desde 2005, y esta actividad docente ha constituido el inicio de sus acciones orientadas a la fidelización de clientes.

Estos seminarios, que se han celebrado después del horario laboral, han gozado de un carácter muy social y han sentado bases muy interesantes de cara a la fidelidad de nuestros clientes. Los responsables de CEPSA Lubricantes implicados se han mostrado más que satisfechos con los resultados.



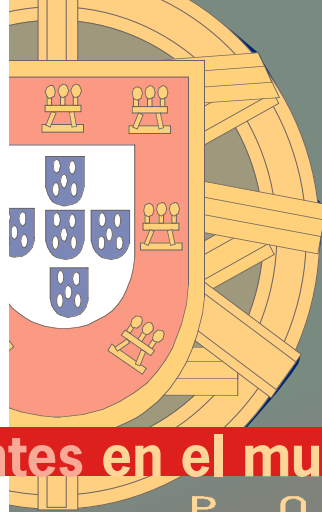
Emilio Díaz Rangel en Guatemala



Uno de los seminarios en República Dominicana







# CEPSA Lubricantes en el mundo



## P O R T U G A L

### EXPOMOBILE 2006 en Guatemala

Los días 18, 19 y 20 del pasado mes de agosto tuvo lugar en el Parque de la Industria de Ciudad de Guatemala, la feria Expomobile 2006. En esta su sexta edición el éxito de nuestro distribuidor, **Importaciones Navarra, S.A.** -que contaba con stand propio por segundo año consecutivo- ha sido rotundo.

Nuestro distribuidor ha valorado muy positivamente los resultados de la feria y ha comentado que le ha proporcionado buenas posibilidades de negocio, a pesar de la fuerte competencia allí presente.

### Nuevas distribuciones en el mundo

CEPSA Lubricantes afianza su expansión en el exterior, iniciada con fuerza en 1998, con la incorporación de tres nuevos distribuidores:

En **Corea** la nueva distribución corre a cargo de Euro Energy Co. Ltd., y se suma a las ya existentes en Tailandia y Malasia, dentro de la zona del Sureste Asiático.

En **Panamá** nuestro distribuidor será Partes Diésel, S. A., gracias a las buenas gestiones de CEPSA Panamá.

Y finalmente en **Hungría** nuestros productos saldrán al mercado a través de HPS LUB KFT.

En total, y tras menos de una década de expansión internacional, CEPSA Lubricantes cuenta ya con 28 distribuidores a nivel mundial.



### Campaña de publicidad en taxis urbanos

Nuestra filial CEPSA Portuguesa de Petróleos ha puesto en marcha una campaña de imagen dirigida a usuarios finales, utilizando un soporte de tanta rotación y notoriedad como los taxis urbanos.

La campaña está centrada en la publicidad de nuestra gama alta para motores de turismos CEPSA Star, y se extiende a 23 taxis en la turística ciudad de Faro (Algarve) y 13 en la capital lusitana, Lisboa.

### Promoción CEPSA Moto en la red portuguesa de Estaciones de Servicio

Una divertida promoción en la que se invitaba a los clientes "moteros" a rellenar cupones con una frase, la más creativa, con la condición de que incluyese las siguientes palabras: CEPSA, MOTO y LUBRICANTE.

Durante más de un mes y hasta el 31 de octubre se recogieron las ideas de los clientes en cada una de las 170 Estaciones de Servicio que CEPSA tiene en Portugal, hasta que un jurado escogió las consideradas más creativas. Los ganadores se llevaron un fantástico casco Shiro a casa.

### Viaje de incentivos al G.P. Camión de España

CEPSA Portuguesa ha llevado a sus 10 mejores clientes del segmento profesional de flotas y a los 4 mejores gerentes de los centros Precision Auto-Care, al G.P. de España de la Copa F.I.A. de Camiones celebrado el pasado 1 de octubre.

Este incentivo, premio para los clientes que han cumplido los objetivos marcados al inicio del año, fue una magnífica experiencia para ellos al poder disfrutar in situ de la emoción de estas pruebas y de la maestría de nuestro campeón Antonio Albacete.



### Campaña en la cadena "Precision Auto-Care"

Este verano, con cada cambio o revisión de aceite CEPSA realizado en cualquiera de los 24 centros Precision Auto-Care de Portugal (una de las mayores redes de talleres del país), los clientes tenían la posibilidad de dejar una postal escrita para poder participar en el sorteo de un magnífico viaje a Cabo Verde. En la imagen, el cartel con la frase ganadora y el nombre del afortunado cliente que la ingenió.



# CEPSA y el Desarrollo Sostenible

Mucho más que  
un concepto de  
moda

En los últimos años nuestra lengua está viendo la aparición de nuevos vocablos que emergen de los noticiarios, la publicidad... En muchos casos son palabras utilizadas para renombrar conceptos ya existentes, pero que hemos empezado a considerar políticamente incorrectas. Así, ahora hablamos de "ciudadanos y ciudadanas", "afroamericanos", etc... Incluso se acaba de editar en Alemania una Biblia en la que Jesús ya no dice "Padre", sino "nuestra Madre y Padre que están en los cielos". Modas y gustos.

Más allá de las tendencias, lo que perdura es la propia evolución del ser humano, y la del entorno, que provocan el origen de nuevos conceptos. A veces, por culpa de un hecho puntual (en la Primera Guerra del Golfo se comenzó a hablar de los tristemente famosos "daños colaterales"), y en otras ocasiones, como la que es objeto de este artículo, el concepto es el resultado de la evolución de varias disciplinas y necesidades.

Nos referimos al "desarrollo sostenible", del que a estas alturas todos (y todas) hemos oído hablar. Por definición, hablamos de "el desarrollo que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades". Aunque haciendo historia, la

primera definición reconocida de desarrollo sostenible ya aparece en el documento conocido como **Informe Brundtland (1987)**, elaborado por la Comisión de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea en 1983. Dicha definición se asumiría en el **Principio 3 de la Declaración de Río en 1992**.

Visto esto, es patente que el concepto de desarrollo sostenible, si bien procede de la preocupación por el medio ambiente, no responde a temas fundamentalmente ambientalistas, sino que trata de superar la visión del medio ambiente como un aspecto aparte de la actividad humana que hay que preservar. El medio ambiente es implícito a la actividad humana, y la mejor manera de protegerlo es tenerlo en cuenta en toda decisión adoptada.

El concepto de **desarrollo sostenible tiene un vector ambiental, uno económico y uno social**. No se puede negar que estos tres vectores son comunes al ámbito de cualquier actividad económica y, más concretamente, al mundo de la empresa.

Aplicando el concepto al universo empresarial, el desarrollo sostenible deriva en la llamada **Responsabilidad Social Corporativa**.



### RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA = CRECIMIENTO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Para el Grupo CEPSA la Responsabilidad Social Corporativa implica:

- El establecimiento de políticas formales en los ámbitos económico, social y medioambiental.
- La transparencia respecto a los resultados alcanzados en dichos ámbitos.
- El escrutinio realizado por terceros sobre las prácticas sociales y medioambientales de las empresas.

No se trata solo de calidad, no es solo respeto por el medio ambiente, y no solo velar por la Prevención de Riesgos Laborales, ya que esto es algo ya obligatorio en cualquier actividad. Es un paso más, necesario para contribuir al crecimiento responsable: un nuevo modo de entender la empresa.

Por eso **nuestra VISIÓN** se resume en “*ser responsables en la gestión de los recursos y en todas las actuaciones frente a la sociedad*”, para cumplir la **MISIÓN** de “*ser una empresa energética y petroquímica competitiva, orientada a los clientes, respetuosa con el medio ambiente y comprometida con la sociedad*”.

¿Cómo? A través de los siguientes compromisos con:

- **Nuestros clientes:** ofreciéndoles productos y servicios de calidad en aras de su satisfacción. Dirigiéndonos a ellos a través de comunicados comerciales responsables que respeten sus datos personales.
- **Nuestras operaciones:** avanzando continuamente en materia medioambiental.
- **Nuestros empleados:** a través de la formación, para que todos y todas alcancen la excelencia en el desempeño de sus cometidos con la máxima seguridad.
- **Las comunidades que nos rodean:** Desarrollando y apoyando numerosas actuaciones sociales, culturales, medioambientales y deportivas en colaboración con diferentes entidades, expertos e instituciones.

Todo ello está recogido en nuestra **Memoria de Sostenibilidad**, de la cual se ha publicado recientemente su tercera edición, correspondiente al ejercicio 2005. Con ella se ha dado un importante paso a favor de la transparencia. Una de las novedades que aporta es la verificación por una firma externa, siguiendo los criterios de la Norma ISAE 3000. Asimismo, y por segunda vez consecutiva, el Global Reporting Initiative (GRI) -organismo internacional independiente dedicado a la definición y difusión de las directrices para la elaboración de este tipo de informes- ha calificado la Memoria de CEPSA “In Accordance”, es decir, que cumple en sus contenidos las pautas marcadas por el GRI ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).



## CEPSA Lubricantes tema de portada

### LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE CEPSA LUBRICANTES

CEPSA Lubricantes, como integrante del grupo de empresas al que pertenece, es consciente de que opera en un sector sujeto a crecientes exigencias relativas a la conservación de la naturaleza y la responsabilidad social. Y a través de sus acciones participa de dichas inquietudes y realiza su aportación haciendo un uso racional de los recursos, estableciendo normas de conducta éticas e impulsando un crecimiento económico compatible con un entorno sano.

En este año 2006, cabe destacar:

**La constitución en el marco de ASELUBE (Asociación Española de Lubricantes) de un Sistema Integral de Gestión de Aceites Usados, "SIGAUS"**, nacido al amparo del Real Decreto 679/2006 sobre recogida, recuperación y tratamiento (primando la regeneración) de aceites industriales usados.

*Compromiso con nuestras operaciones*

**La campaña dirigida a empleados "Tu Seguridad nos importa, ¿y a ti?"**, que desde 2004 está dirigida a mejorar las condiciones de conducción de los trabajadores de CEPSA Lubricantes, en especial las de los equipos comerciales, y en general las de todos los que utilizan el automóvil como herramienta de trabajo de forma habitual. A principios de este año, y coincidiendo con la entrada en vigor del "Carnet Por Puntos", se puso en marcha su segunda fase, que incluye un Curso de Seguridad en la Conducción en el que, desde mayo y hasta diciembre, han participado profesionales de CEPSA Lubricantes.

El objetivo es el mismo que hoy comparte toda la sociedad española y que no es otro que el de contribuir a la reducción del número y la gravedad de los accidentes de tráfico.

*Compromiso con los empleados*

**Los Cursos de la Escuela Itinerante de Seguridad Vial**, impartidos desde hace varios años por CEPSA Lubricantes -en colaboración con Yamaha Motor España y con la supervisión de la Dirección General de Tráfico- en centros escolares, institutos de enseñanza media y otros colectivos de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Estos cursos tienen por objetivo que los jóvenes se diviertan aprendiendo las normas de seguridad vial, en clases teóricas y prácticas con ciclomotores.

*Compromiso con los agentes de interés (stakeholders)*

**El Proyecto ELAN**, implantado en 2003 y en constante desarrollo y mejora, que persigue aunar los objetivos económicos y de rentabilidad de nuestra empresa con los objetivos de calidad. En estos años nos ha permitido conseguir un aumento de la rentabilidad del negocio existente que redunde en nuestros clientes, así como una mejora significativa en nuestra relación con ellos, como demuestra la excelente valoración obtenida en las encuestas de calidad realizadas hasta la fecha. Este proyecto también abarca acciones formativas dirigidas a cubrir las necesidades de los clientes internos.

*Compromiso con nuestros clientes y con los empleados*

# tema de portada

# Calidad

Trabajo en equipo + Calidad  
+ Innovación + Servicio =  
Satisfacción del Cliente

**CERO DESVIACIONES EN ISO 9001 POR TERCERA VEZ**  
CEPSA Lubricantes lleva tres años consecutivos con cero desviaciones en la Auditoría realizada para la certificación ISO 9001/2000, y dos años con una sola desviación menor en la renovación de la ISO TS16949/2002. Alicia Cuervo, responsable de Protección Medioambiental, Seguridad y Calidad de CEPSA Lubricantes, relaciona estos excelentes resultados con **"la colaboración de las personas que están haciendo un gran esfuerzo, sobre todo los auditores internos, que son voluntarios sin remuneración"**. Además, CEPSA Lubricantes acaba de renovar su certificación PECAL 2120 del Ministerio de Defensa con tan solo una desviación menor.

## CEPSA Lubricantes entorno CSM



## Real Decreto de Aceites Usados: Nace el SIGAUS

El día 1 de enero de 2007 comenzará su operativa el Sistema Integrado de Gestión de Aceites Usados (SIGAUS) como respuesta al Real Decreto 679/2006, aprobado el pasado 2 de junio, por el que se regula la gestión de aceites industriales usados. La nueva legislación se basa en los principios de responsabilidad del productor y de responsabilidad compartida, priorizando la regeneración de los aceites usados. Todo un reto ecológico.



Alicia Cuervo, declarando para Oleum

*"Este real decreto nos dice a los fabricantes: usted es responsable de su residuo, tiene que recoger ese aceite usado, garantizar su correcta gestión y para ello asumir la obligación de pagar un canon, establecido en euros por kilo puesto en el mercado. Este canon ha de ser trasladado desde el fabricante hasta el consumidor final"*.

Las palabras las pronuncia Alicia Cuervo, responsable de Protección Medioambiental, Seguridad y Calidad de CEPSA Lubricantes, empresa que ha participado de forma muy activa en la creación del Sistema de Gestión desde ASELUBE, la Asociación Española de Lubricantes y su Comisión creada especialmente para la constitución del SIGAUS, sociedad sin ánimo de lucro instituida para cumplir los requerimientos del Real Decreto 679/2006.

SIGAUS es hoy una realidad de la que CEPSA Lubricantes participa e informa a sus clientes: *"En este aspecto acabamos de remitir a todos nuestros clientes, junto con una carta de cobertura, una información inicial a partir de los dípticos sobre SIGAUS elaborados por ASELUBE. Es importante que*

*todos conozcamos y entendamos la obligatoriedad que establece el Real Decreto de pagar un canon, a través de toda la cadena de distribución. El fin de este canon es financiar las actividades de SIGAUS, que como hemos comentado, es una sociedad sin ánimo de lucro.*

*Igualmente se nos exige a toda la cadena el que esta tasa finalista sea desglosada en factura (en línea aparte del precio) y antes de IVA; hay que tener en cuenta que existirá un auditoría anual para verificar que se ha abonado el canon conforme a los kilos de producto comercializados"*.

Alicia Cuervo, personalmente muy implicada en todo este asunto, añade: *"CEPSA Lubricantes ha potenciado muchísimo el hecho de que esto funcione a la mayor brevedad posible. La política de CEPSA Lubricantes es colaborar siempre con la sostenibilidad y el Ministerio de Medio Ambiente. Estamos apostando por la responsabilidad social. No podemos negar que nos enfrentamos a un gran reto en lo referente a dar respuesta a plazos y cumplimiento de los objetivos que nos han marcado, pero por ello desde ASELUBE se ha venido haciendo una labor magnífica para que el Sistema Integrado de Gestión se constituyera, como así ha sido, en un plazo récord desde la publicación del Real Decreto"*.



Portada del díptico editado por ASELUBE



# Talleres X

## CEPSA Lubricantes en primera persona

### Tradición familiar, servicio del nuevo siglo

Tres generaciones de profesionales están detrás de los servicios que ofrecen los Talleres X, un establecimiento con solera en la población murciana de Pliego, de antiguo castillo. Desde que abrieron al público, han apostado siempre por estar al día. Y desde ese momento también apostaron por ofrecer nuestra marca a nuestros clientes. Hace más de 50 años, su humilde puerta de madera estaba señalizada con dos llaves fijas en forma de X.



En la imagen, dos generaciones de Talleres X reunidas

Según nos cuenta su actual gerente y técnico especialista en automoción, Ángel Luis Ortega López, las dos simples llaves cruzadas "simbolizaban que allí dentro se arreglaba algo". Eran otros tiempos, corría su año fundacional de 1950. Pero queremos saber más, sobre todo acerca del presente y del futuro de la empresa dirigida por Ángel, que es desde hace tiempo, uno de los nuestros.

**Oleum (O).** Se dice pronto, pero son tres generaciones de una misma familia al frente de los talleres...

**Ángel Ortega (AO).** Mi abuelo comenzó arreglando sus propios coches, y luego los de sus amigos, hasta que montó el negocio. Pero falleció muy pronto, en el año 57. Entonces mi padre, José, que por cierto se acaba de jubilar, con 17 años decidió continuar y ponerse manos a la obra. Al principio era un "trocito de taller", que ha evolucionado hasta los 450 m2 en la planta baja, y hay otras dos plantas de unos 300 m2 cada una, a las que se accede a través de un montacargas.

**O.** También hay mujeres arrimando el hombro.

**A.O.** Sí, mi mujer, Francisca, es gerente de una correduría de seguros, que también complementa, en una oficina anexa, los servicios de los talleres. Y mi hermana María lleva la contabilidad y la administración.

**O.** ¿Este negocio se lleva en la sangre?

**A.O.** Claro que sí. Mientras tu padre te dice: espérate un rato, niño... tú ya empiezas a tocarlo todo y poco a poco vas aprendiendo.

**O.** ¿Cuáles son vuestras especialidades?

**A.O.** Siempre ha sido un taller de mecánica, porque como cuenta mi padre, en los años 40 y 50 era muy difícil encontrar neumáticos y aceite... Actualmente nos dedicamos al mantenimiento integral de turismos y camiones, con las especialidades de cambio de aceite y filtros, alineado de dirección, frenos y amortiguación.

**O.** ¿Por qué elegisteis para vuestros servicios los lubricantes CEPSA? Lleváis muchos años de fidelidad.

**A.O.** Cuenta mi padre que hace muchos años, en la época del monopolio, sólo se podían comprar dos marcas, y resulta que el que llevaba CEPSA en Pliego era muy amigo de mi padre, y le hacía buen precio, cuando en esa época el aceite sólo se podía comprar en las Estaciones de Servicio. Evidentemente, si hemos sido fieles durante tantos años a la marca ha sido por una cuestión mucho más importante que el precio.

**O.** Somos todo oídos...

**A.O.** Pues en primer lugar, por la variedad de gama. Hay un lubricante para cada exigencia, para todos los motores. En segundo lugar, la calidad de los aceites, que la demuestran cambio tras cambio. Cada vez los cambios son más largos y el residuo es más limpio.

**O.** ¿De qué manera incide la operación de cambio de aceite dentro de vuestro negocio?

**A.O.** Es muy importante. Supone entre un 30% y un 40% de las operaciones, con lo cual la repercusión económica de esta operación incide directamente en el negocio.

*"Evidentemente, si hemos sido fieles durante tantos años a la marca ha sido por una cuestión mucho más importante que el precio".*

**O.** ¿Qué tipo de información sobre lubricantes necesitas para atender a tus clientes?

**A.O.** Actualmente, cuando entra un coche, están muy claros la viscosidad y el tipo de aceite que necesita, y si surgen dudas, me meto en Internet, en la Guía de Lubricación de CEPSA.. La mayor dificultad que tienen los coches de ahora es la interpretación del cuadro electrónico de instrumentos, para cada marca necesitamos un manual.

**O.** ¿Qué imagen crees que tiene la marca CEPSA entre la clientela de Talleres X?

**A.O.** Los clientes la conocen sobradamente, con las campañas de marketing tan fuertes que hacen en televisión, el "Sí" y todo eso... Genera confianza, incluso en usuarios de coches de gama alta como Mercedes o BMW. Y en concreto, lubricantes sintéticos como el CEPSA EUROTRANS 10W40 SHPD están consiguiendo cambios de aceite cada 100.000 kilómetros en algunos modelos de camión.

**O.** ¿Y qué valor añadido supone estar asociado a una red como el Grupo Driver? ¿Creéis que hay futuro fuera de una red?

**A.O.** El Grupo Driver nos aporta potencia, información y capacidad de compra. Y, definitivamente, el taller independiente no puede sobrevivir por sí solo.

**O.** Háblanos del futuro de Talleres X

**A.O.** Lo que me queda por hacer es seguir trabajando a través de la modernización de todo lo necesario y relacionado con el sector. Siempre que hemos generado beneficio lo hemos invertido en mejoras. Hasta hace cuatro años no terminamos las reformas, con el montacargas, que soporta hasta 1.000 kilos. Yo también llevo desde los 17 años en el taller, trabajando y estudiando al mismo tiempo.

**O.** ¿Y la continuidad familiar?

**A.O.** Pues tengo una nena de tres años y viene otra en camino...

## Tres cuestiones para Michel Delgado, Responsable de Marketing del Grupo Driver

1. Uno de los puntos fuertes del Grupo Driver es el conocimiento del mercado, ¿En qué sentido trabajáis para conocer las necesidades y las soluciones más satisfactorias para vuestros asociados?

*En un grupo todas las partes de la organización deben trabajar en equipo para que la suma del trabajo de todos se traduzca en un resultado más eficiente.*

*Si partimos desde el inicio, hace ya once años, la mayoría de integrantes de la red tenían como principal actividad el neumático. Desde la dirección del grupo se hizo gran hincapié en la necesidad de diversificar el negocio de los Driver para darle mayor servicio a nuestro cliente al precio más competitivo, y así, de esta forma, rentabilizar todas las visitas que reciben los centros.*

*Como Driver se fundamenta en la relación con todos sus partners, en ese momento se estrechó la colaboración con las compañías líderes en los segmentos a los que se quería diversificar. Tras años de colaboración se han creado sinergias para tratar la información entre fabricante y red de servicio al usuario, y así poder ofrecer en el mercado soluciones actuales a las necesidades de los clientes.*

2. ¿De qué manera incide la operación de cambio de aceite dentro del negocio de Driver?

*Aunque incide de forma menor que en los talleres generalistas, cada año crece en importancia en la actividad de los centros Driver.*

*La expectativa para los próximos ejercicios es continuar creciendo, sobre todo en los productos sintéticos, y que el cliente perciba a la red Driver como una solución profesional y competitiva para dar este servicio en segmentos de alta calidad y así darle un servicio integral en el mantenimiento de su vehículo.*

3. ¿Cómo crees que podría CEPSA Lubricantes ayudar a aumentar la rotación de vuestro negocio?

*Aumentar la rotación del negocio de forma sostenible es algo que se debe trabajar a la par entre CEPSA Lubricantes y Driver para de esta forma crear proyectos estables que no perjudiquen ni modifiquen la actual situación con nuestros clientes.*

*La mayoría de clientes de Driver son conductores que utilizan el vehículo como herramienta de trabajo, y por ello son los mejores test para demostrar la calidad del producto y del servicio. Actualmente, tras once años de presencia en el mercado, Driver sigue aumentando su cuota y su rotación en el punto de venta; esto se consigue por la calidad de los partners de la organización y por la estrategia flexible de más de 170 negocios independientes que trabajan por objetivos comunes. De CEPSA Lubricantes esperamos que siga manteniendo la calidad de producto que tiene y nos ayude a estar informados de los nuevos productos y la especificación adecuada para cada modelo de vehículo, a través de sus herramientas.*



## CEPSA Lubricantes en el mar



# CEPSA Lubricantes realizará la lubricación integral del remolcador polivalente Don Inda

*El buque Don Inda, de reciente factura y perteneciente a la Sociedad de Salvamento y Seguridad Marítima, dependiente del Ministerio de Fomento, estará destinado al salvamento en el mar, a la prevención y la lucha contra la contaminación marina, y a la extinción de incendios.*

Se trata del remolcador polivalente más grande de Europa (junto con su gemelo María Zambrano, cuya lubricación correrá también a cargo de CEPSA Lubricantes), tiene 80 m de eslora, 18 m de manga y un puntal a cubierta principal de 8,25 m (19,50 m a puente). Está concebido para navegar y actuar en las condiciones climatológicas más adversas, y estará activo en la zona de Finisterre, en Galicia, con sede en el coruñés puerto de Corcubión. Aunque la misión principal del Don Inda es la prevención, está capacitado para la complicada tarea de la absorción de fuel en el mar, con depósitos que pueden albergar 1.750 m<sup>3</sup> de crudo, y con dispositivos de barreras para aislar el fluido antes de absorberlo. Como remolcador, posee una potencia de tiro a punto fijo de 240 toneladas, y cuenta con un cable de acero de 1.300 m de longitud, que llegaría a soportar una carga de más de 400 toneladas sin romperse. Su sistema de cañones contra incendios lanza hasta 2.400 m<sup>3</sup> de agua por hora, su autonomía es de 9.000 millas, e incorpora las últimas tecnologías, como un puesto de mando en cada lateral desde donde el capitán

puede dirigir con precisión cada tarea, protegido contra cualquier tipo de contaminación química, nuclear o bacteriológica. Su dotación es de 18 tripulantes, más 6 de reserva, y puede rescatar a 29 personas.

Don Inda es parte del refuerzo habilitado para el Nuevo Plan de Salvamento Marítimo, que se puso en marcha a raíz de la catástrofe medioambiental provocada por el buque Prestige. Toda una apuesta para prevenir desastres de este tipo y paliar en la mayor medida posible las consecuencias de accidentes de diversa índole que pudieran acaecer en el futuro.

CEPSA Lubricantes es la empresa encargada de la lubricación integral del polivalente Don Inda, que se lleva a cabo gracias al Plano de Lubricación desarrollado previamente por nuestros ingenieros.

El navío está protegido por el sistema integral de seguimiento de lubricantes en servicio (SIGPAT) que, mediante la toma periódica de muestras de aceite, permite analizar síntomas, prevenir anomalías incipientes y, dado el caso, proponer las correcciones adecuadas de lubricación en muy breve tiempo.

Don Inda está bien preparado, pero esperamos que tenga poco trabajo.





El buque Tenerife Car

## CEPSA Lubricantes en el mar



### Nuevos catálogos de productos CEPSA/Mobil y Ertol para usos marinos

Los nuevos catálogos incorporan mejoras, con descripciones de las aplicaciones de cada producto más exhaustivas e informativas.

El nuevo diseño agiliza la búsqueda del producto que el cliente necesita, debido a una mejor organización y clasificación de la referencias.

Se ha conseguido una mayor eficiencia también a través de la optimización visual de las presentaciones.

Cada día avanzamos para dar a nuestros clientes el servicio que se merecen, el mejor servicio.

Si deseas recibir los nuevos catálogos, solicítalos a tu asesor comercial a partir del mes de enero.



## Inspección del motor del buque TENERIFE CAR

José María Hernández Carmona  
Departamento de Marina  
Área de Asistencia Técnica

### Perfecto estado con más de 26.000 horas de funcionamiento

Se ha procedido a la inspección del motor del buque Tenerife Car, construido en 2002 en los astilleros Hijos de J. Barreras de Vigo. Se trata de un car ferry con más de 130 metros de eslora, destinado al transporte de vehículos con capacidad para 1.365 coches en su interior (ó 795 coches y 54 tráilers), perteneciente a la flota del Grupo SUARDIAZ, una de las primeras y más modernas en cuanto a buques Car Carrier y Ro-Ro.

El Tenerife Car posee dos motores propulsores Wartsila tipo 9L 38B, con 6.500 KW (8.840 CV) de potencia a 600 rpm, y utiliza (desde salida del buque) el aceite MOBILGARD M 50, fabricado y comercializado por CEPSA Lubricantes, como toda la gama de aceites Mobil para Marina en España.

Además está integrado en el programa SIGPAT Mar Online, el servicio de gestión de mantenimiento preventivo que está a disposición de nuestros clientes 24 horas al día los 365 días del año, y que permite analizar síntomas, prevenir anomalías incipientes y proponer correcciones en tiempo récord.

Hay que tener en cuenta que el fabricante del motor recomienda el cambio de aceite a las 10.000 horas, sin embargo con nuestro programa de seguimiento y prevención, además de la alta calidad del aceite utilizado, el cambio se realizó a las 20.431 horas.

**Y los resultados de la inspección del buque realizada a las 26.758 horas de funcionamiento no podían ser mejores:**

- Pistones y aros en buen estado.
- Cojinetes cabeza de biela y bancada sin anomalías que resaltar.
- Zona de refrigeración de pistones (cooling gallery) con buen aspecto y limpia.
- Camisas con desgastes normales de acuerdo a las horas de funcionamiento.
- Excelente limpieza en las paredes del cárter y zona del árbol de levas.



Árbol de levas en el momento de la inspección y previo a su limpieza



# Profesor LUBRIK

## CEPSA Lubricantes consultorio del Profesor Lubrik

### ¿Cómo interpretar una etiqueta de lubricante?

#### Todo lo que debes saber para elegir el aceite adecuado

El mundo de la automoción ha evolucionado a un ritmo trepidante en los últimos diez años. Siglas como GTI, DTI, ABS, ESP, etc... ya forman parte de nuestra cultura y conversaciones diarias. Esta evolución no solo ha afectado a los constructores, sino también a otros actores del mercado, fabricantes de componentes como nosotros, los fabricantes de lubricantes.

Desgraciadamente, la nueva nomenclatura y diversidad existentes en el campo de la lubricación no están igualmente extendidas, ni entre los profesionales del motor, y mucho menos en el usuario final, quien ha visto cómo su factura del cambio de aceite crecía en los últimos años sin saber en ocasiones a qué se debía este aumento.

Los factores son múltiples, y muchos tienen un mismo origen: el desarrollo de nuevas tecnologías y fórmulas para alcanzar las necesidades de las modernas y potentes motorizaciones.

Este desconocimiento acerca del valor añadido creciente del aceite lubricante afecta, por extensión, al momento de la elección del producto idóneo. La variedad de especificaciones y grados SAE se ha multiplicado. Y la elección incorrecta de lubricante a la hora de cambiar o rellenar el aceite de un motor puede aumentar los desgastes, disminuir su vida útil, reducir sus prestaciones e incluso afectar de manera muy negativa e irreversible a los sistemas de posttratamiento de gases. En casos extremos, el daño podría llegar a ser total.

**ESPECIFICACIONES DE CALIDAD** Es fundamental leer el manual del vehículo para comparar las especificaciones recomendadas por el fabricante con las que figuran en la etiqueta del aceite. Aunque el fabricante de vehículos recomiende una marca en concreto, está obligado a indicar en el manual las especificaciones que exige. Podemos elegir un aceite de cualquier marca mientras cumpla con el grado de viscosidad y las especificaciones marcadas por el fabricante del vehículo. Las más empleadas en Europa son los niveles de ACEA (Asociación Europea de Constructores de Automóviles) y las propias de cada fabricante. Actualmente ACEA determina 7 niveles: 4 (A1/B1, A3/B3, A3/B4 y A5/B5) para los motores gasolina y diésel convencionales; 3 (C1, C2, C3) para clasificar los aceites "bajos en cenizas" destinados a motores equipados con filtro de particuladas. Los lubricantes CEPSA cumplen con las últimas especificaciones ACEA y API.

**CERTIFICACIÓN API** Esta certificación de calidad, denominada "donuts" API por su forma característica, es un diseño del American Petroleum Institute y solo es utilizada por aquellos lubricantes certificados por el mencionado organismo. API realiza muestreos aleatorios entre los aceites disponibles en el mercado de los fabricantes certificados para comprobar que su calidad se ajusta a sus estándares. Aunque en Europa no es una organización muy importante, en EE.UU, Asia y Latinoamérica es la referencia. Los niveles de calidad API son "retrocompatibles", es decir, aceites con nivel superior -por ejemplo un SM/CF- se pueden emplear en motores que exijan un SL/CF.



ETIQUETA FRONTAL



ETIQUETA TRASERA

**CÓDIGO DE BARRAS** Espacio reservado para el código de barras del producto.

**CAPACIDAD** Debe ser perfectamente legible el volumen del contenido, según la legislación vigente.



**Nuestro experto en el mundo de la lubricación compartirá a partir de ahora toda su sabiduría con los lectores de Oleum**

*"Es un placer compartir con vosotros todo lo que sé sobre los lubricantes Cepsa. Espero que disfrutéis con mis consejos. De profesional a profesional".*

*Profesor **Lubrik***



**CEPSA**

## Aprende con el profesor Lubrik

### ¿CÓMO ELEGIR EL GRADO SAE ADECUADO?

Los fabricantes de automoción modernos han realizado inversiones notables en el desarrollo de maquinaria, que permite "tolerancias de ajuste extremadamente finas" en el montaje de las piezas del motor, con nuevos motores que -a igualdad de cilindrada interior- ocupan un volumen exterior sensiblemente inferior (motores compactos), para dedicar un mayor espacio al habitáculo de pasajeros y maletero.

La selección de la viscosidad idónea de un aceite de motor depende de la velocidad a la que gira, la carga que soporta y la temperatura de funcionamiento.

En motores antiguos, de tolerancias amplias, se recomiendan viscosidades altas: 20W40 ó 20W50, o monogrados SAE 40 y SAE 50.

Para un motor moderno, la utilización de estas viscosidades, impediría la libre circulación del aceite de unas zonas a otras del motor (debido a los finísimos caminos por los que tiene que discurrir), con consecuencias catastróficas para las zonas no regadas por el lubricante.

En consecuencia, ¿cuál debe ser la viscosidad técnicamente más recomendable para un aceite de motor moderno? La respuesta es: 0W30 ó 5W30. Aunque siempre nos hemos de referir a las recomendaciones publicadas por el fabricante en el manual del vehículo.

Con lubricantes de viscosidades tan bajas, podría pensarse que el riesgo de rotura de la película lubricante fuera alto, con resultados de contacto metal-metal y el consiguiente desgaste. Sin embargo, los aceites de motor modernos controlan esta situación con dos herramientas fundamentales:

**1. Utilización de bases 100% sintéticas**, las moléculas de una base sintética (como una PAO) se adhieren con más fuerza a las superficies metálicas que las de las bases minerales, formando una capa microscópica, pero muy tenaz, que proporciona excelentes condiciones de lubricación límite. Además las bases sintéticas tienen menor volatilidad que las minerales, por lo que los aceites de motor actuales, fabricados con estas bases, presentan menores consumos de aceite de motor.

**2. La utilización de modernos aditivos antidesgaste**, que potenciados, forman recubrimientos sobre las superficies metálicas de los componentes del motor, de modo que cuando cada par pieza-pieza friccionan, el recubrimiento en aditivo es el que soporta el esfuerzo mecánico de cizalla, protegiendo del desgaste el alma de la pieza, reduciendo la fricción y promoviendo la larga vida del motor sin averías.

Además, los severos cumplimientos de la legislación sobre limpieza de humos de los escapes, la actual EURO 4 y la próxima EURO 5 del futuro 2008, obligan a la utilización de modernos aditivos de muy bajos contenidos en cenizas sulfatadas, así como bajos contenidos en azufre y fósforo (aceites Low SAPS). El diseño de lubricantes con bases sintéticas y aditivos de última generación nos permite disponer de modernos aceites de alta tecnología, pero también de un coste más elevado.

**MARCA Y GAMA** En la parte delantera figura la marca del fabricante y la gama a la que pertenece el producto. En este ejemplo se trata de la gama Star, desarrollada para atender las demandas de los motores de turismos.

**OTRA INFORMACIÓN** En la etiqueta delantera se incluye otra información básica para la correcta identificación del lubricante: su nombre comercial (en este caso Megatech LS), el grado de viscosidad SAE (en el ejemplo: 5W30), su aplicación (gasolina, diésel o mixto; estos últimos son una tendencia habitual hoy en día), y el contenido expresado en litros.

**GRADO DE VISCOSIDAD SAE** La Sociedad de Ingenieros de Automoción -Society of Automotive Engineers o SAE- creó una clasificación para los estándares de aceite de motor -la J300- y una nomenclatura para los diferentes grados de viscosidad en los aceites multigrado, expresada a través de dos números separados por la letra "W" -winter: invierno-. El primero de los números, seguido de la W-0W, 5W, etc...- representa la viscosidad en frío. La segunda cifra (30, 40, 50, etc...) representa la viscosidad a altas temperaturas de trabajo.

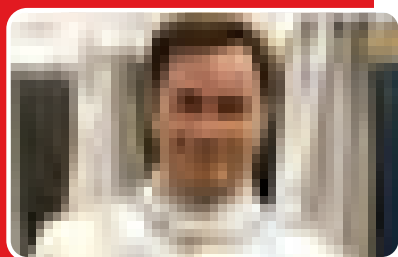
**TEXTO EXPLICATIVO** En él se resumen las características y aplicaciones más importantes. Para obtener una información más detallada o la hoja técnica de cada producto, debemos acudir a la web: [www.cepasa.com/lubricantes](http://www.cepasa.com/lubricantes).

**DESARROLLO SOSTENIBLE** Cepsa Lubricantes pertenece a ECOEMBES (sistema de gestión para residuos/envases), y así lo manifiesta en la etiqueta con el símbolo "Punto Verde", además de incluir una advertencia de seguridad en caso de uso o ingestión involuntaria del producto. Toda esta información se encuentra ampliada, en su correspondiente Hoja de Seguridad, disponible a través de nuestra red comercial. Pronto se incluirá información alusiva al SIGAUS (Sistema Integral de Gestión de Aceites Usados).



**CEPSA Lubricantes competición**

# Nacho Gabari se adjudica la Copa Hyundai Coupé V6 2006



## El debutante Rafael Gallego gana la Copa Getz

La Copa Hyundai Coupé V6 se despidió el fin de semana del 11 y 12 de noviembre -al menos hasta las pruebas de resistencia Hyundai-CEPSA de diciembre- con las carreras celebradas en el Circuit de Catalunya.

Tras liderar el certamen monomarca patrocinado por CEPSA de principio a fin en sus seis pruebas disputadas, Nacho Gabari se ha hecho con la victoria final de la IX Copa Hyundai Coupé, con Gonzalo M. de Andrés subcampeón. El gran protagonista en Catalunya fue, no obstante, el portugués Luis Miguel Lourenço Neto, vencedor de las dos carreras puntuables.

En cuanto a la **debutante Copa Hyundai Getz Diésel 2006** –concebida como una competición para iniciación de pilotos y una apuesta de la marca coreana por el mundo de los diésel, ha llegado a manos de su primer campeón, también en el Circuit de Catalunya. Se trata de Rafel Gallego, piloto que compite dentro del equipo de Duvaz Sport.

Gallego llegó líder con su Getz 1.5 CRDi a la última cita, donde demostró su dominio ciñéndose la corona ya en la primera Gran Final. Gallego, que ha sumado cuatro triunfos y nueve podios esta temporada, podrá disputar la próxima temporada la Copa Coupé, la hermana mayor. El segundo clasificado fue Jordi Masdeu.

De esta manera, Hyundai se ha convertido nuevamente en pionera en el mundo del deporte del motor al crear la primera competición monomarca que utiliza motores diésel en Europa, ya que hasta ahora solo existía en Bélgica un certamen de estas características, aunque para carreras de resistencia, no al sprint.

Al cierre de esta edición, tan solo queda disfrutar la emoción de la clásica prueba de resistencia “Los 1.000 km. Hyundai-CEPSA”, en el madrileño circuito del Jarama. Este año también se celebrará otra prueba similar “Los 500 Km. Hyundai-Getz Copa Diésel”. Prometen ofrecer un intenso espectáculo el fin de semana del 15 y 16 de diciembre, con la potencia de los motores Hyundai y el rendimiento de los lubricantes CEPSA, en dos pruebas en las que se desafían sus límites.





EL CAMIÓN	
• Modelo:	MAN TGA 410
• Motor:	MAN D 2866
• Cilindrada:	11.968 cc
• Potencia:	1.100 cv
• Peso:	5.500 Kg (60% eje delantero y 40 % en eje trasero)
• Cambio:	Manual
• Frenos:	De disco HALDEX
• Aceleración:	de 30 a 160 Km/h en 6 segundos
• Lubricante:	CEPSA Eurotrans SHPD 5W30
	Caja de cambios: CEPSA
	Transmisiones FE+LD 75W80
• Carburante:	CEPSA Diesel Óptima
• Velocidad máxima:	160 Km/h (limitada por reglamento)
• Toma de datos:	Magnetti Marelli



Campeón de Europa FIA de Carreras de Camiones 2006. En la temporada 2006, Antonio Albacete ha obtenido 7 victorias, además de 2 segundos puestos y 3 terceros. Con lo que ha logrado estar en el podio 12 veces de 16 posibles

## CEPSA competición CEPSA

# Espectacular doblete de Antonio Albacete y CEPSA: Bicampeones de Europa de Camiones 2005 y 2006

### Nuestro piloto elogia el rendimiento de los lubricantes CEPSA

Al principio de la temporada, que arrancó con el maestro madrileño como Campeón de Europa de Camiones, conseguir otra vez el título era todo un reto. Pero el equipo CEPSA iniciaba el curso 2006 con renovadas energías, mucha ilusión y el desafío de hacerse de nuevo con la victoria.

En la primera cita, en el Circuito de Catalunya en abril, Albacete se tuvo que conformar el primer día con la tercera plaza, después de una gran actuación de los dos Freightliner de Vrsécky y Körber. El domingo, Albacete, saliendo desde el tercer puesto, aprovechó un fallo de los dos pilotos de Buggyra, consiguió la primera posición, y se situó en el primer puesto de la general.

En mayo tuvo lugar el Gran Premio de Italia, en Misano. Las pruebas se saldaron con sendas victorias de Albacete, la segunda tras un arriesgado adelantamiento a Hahn, que lo situaba finalmente a 27 puntos de ventaja del segundo clasificado.

Pero llegó el Gran Premio de las Naciones, irónicamente en el Circuito de Albacete, y con él los problemas para el piloto madrileño. En la primera carrera una desafortunada salida de pista, y en la segunda un golpe con Lacko,

penalizado, lo dejaron fuera de los puntos. La victoria correspondió a Körber, seguido de Oestreich y Hahn. Albacete quedó segundo en la general.

Ya en el mes de junio, en el Gran Premio de Francia disputado en Nogaro, Albacete volvió a tener problemas. El desventurado fin de semana situó a Antonio en la tercera de la general, a 28 puntos de Körber y 38 del líder Hahn.

El circuito de Most fue el escenario del Gran Premio de la República Checa, con los calores de agosto. Dos poles y dos victorias en las dos pruebas checas hicieron alcanzar a Albacete la segunda posición en la general, a solo 12 puntos de Hahn.



En septiembre, el Gran Premio de Bélgica, en Zolder, supuso para nuestro piloto sendas terceras plazas y encabezar de nuevo el campeonato, 12 puntos por delante de Körber. Y de vuelta en casa, en el Circuito del Jarama, el 1 de octubre, tras dos victorias claras, Albacete consolidó su liderato en el campeonato y se proclamó además Campeón de la Copa de España de Carrera de Camiones.

En las últimas jornadas, las del mítico Circuito de Le Mans, Albacete volvió a repetir resultado en ambas: pisó sobre el 2 en el cajón y, naturalmente, se proclamó Campeón de Europa de Camiones por segundo año consecutivo.

Al final de esta aventura victoriosa, sólo recordar unas palabras de Antonio Albacete acerca del rendimiento de los lubricantes CEPSA: "Es excelente. Su evolución ha acompañado al desarrollo de nuevas tecnologías en las máquinas temporada tras temporada. Es fundamental la comunicación entre el fabricante de lubricantes y los desarrollos de las marcas. Algo que en CEPSA Lubricantes funciona muy bien, especialmente en el caso de MAN. Nuestra vara de medir es la fiabilidad, y los lubricantes CEPSA nos la aseguran al 100%".



## CEPSA Lubricantes competición

### Oasis Motociclismo CEPSA Cheste

Como cada año, la mejor afición del mundo transformó el asfalto de la A-3 en una marea de motoristas con un destino en común, el GP de Valencia, y dos paradas de obligado cumplimiento, si no querías restar puntos de tu carné de «buen motorista»: los Oasis Motociclismo CEPSA. Llenos de satisfacción, hemos sido tu punto de encuentro y el de 8.000 motoristas más para ofrecerte, desde el kilómetro cero, las mejores atenciones para el motorista: zona de repostaje, servicio de asistencia, cambio de neumáticos, terraza, regalos... En las Estaciones de Servicio CEPSA de Honrubia y Requena.

CEPSA Moto continuó escribiendo la historia de los motoristas a través de su área de asistencia, surtida con lo más innovador de su gama de lubricantes y otros nuevos productos que desde este momento son ya imprescindibles en los kit de supervivencia de todo motero.

Dunlop aportó una promoción del 45% de descuento para cambiar los neumáticos en el propio Oasis, Red Bull nos dio alas a todos y nuestro speaker favorito, Paco AVECILLA, puso su voz a la gran fiesta de la moto. Desde el tráiler CEPSA Moto no paró de repartir regalos de la marca, subir la temperatura del ambiente y hacemos sonreír.

Como siempre, la camiseta de los Oasis fue el objeto más codiciado del fin de semana y, por primera vez, ¡se nos agotaron! Se entregaron más de 6.000 camisetas en los Oasis de Honrubia y Requena, así como en la carpa del Action Team en Cheste.

¡¡¡2007 será otra historia llena de páginas que escribir juntos, siempre, siempre, sobre dos ruedas!!!

### El Club, de luto

Se nos fue Darío Hernández



Muy querido por todos, afectuoso, amable, simpático, emprendedor, Darío era un apasionado de la moto que disfrutaba con su trabajo. Darío tenía 31 años y era natural de Salamanca a donde se escapaba en cuanto podía para montar en moto. Darío lideraba desde su creación la campaña SI a la Moto Verde y tuvo a su cargo numerosas promociones y actividades de Action Team y de la revista Motociclismo.

**Le falló lo más grande que tenía, su corazón. Todos le recordaremos siempre. Descanse en paz.**



**El Action Team Motociclismo CEPSA se ha convertido en algo más que un club de moteros. Actualmente somos ya casi 40.000 motociclistas unidos por una forma única de vivir la pasión por la moto desde dentro. Éste ha sido el año de nuestro décimo aniversario, y éste es el resumen de las actividades con las que lo hemos coronado.**

### Action Festival

Coincidiendo con la mítica prueba de resistencia, las 24 Horas de Catalunya, Action Team celebró la gran fiesta del décimo aniversario del club programando un fin de semana lleno de actividades para el motorista: el Action Festival Ruta 24. Sin duda, la forma más representativa para conmemorar diez años en acción.

Los socios pudieron probar los modelos más populares de 50 cc y 125 cc de Yamaha, Aprilia y Derbi, en un circuito de pruebas gracias a CEPSA Moto; realizar tandas dentro del trazado del Gran Premio; visitar la fábrica de Yamaha Motor España o disfrutar de las rutas por la Costa del Maresme sobre la mítica Derbi Mulhacen 659.



### Motocross de las Naciones

Con motivo del décimo aniversario de CEPSA Lubricantes y Action Team Motociclismo CEPSA, se sorteó un viaje al Matterley Basin (Gran Bretaña), para disfrutar de la sexagésima edición del Motocross de las Naciones. De entre todos los socios que participaron en esta promoción de gran éxito, Francisco Cuadrado y su acompañante fueron los agraciados y pudieron disfrutar del viaje, la estancia y dos entradas para acudir a la carrera. El sábado por la tarde tuvimos la oportunidad de hablar con ambos: "Ha sido verdaderamente espectacular. Con los americanos aquí, la rivalidad entre ellos y el resto del mundo es enorme", comentaron.



Los ganadores del viaje al Motocross de las Naciones



## CEPSA Lubricantes competición



# Un año más campeones de Motocross, en Supercross terceros

Este año también hemos saboreado las mieles del triunfo en el mundo del offroad con nuestros campeones de las dos ruedas.

Carlos Campano se ha alzado con el título nacional de Mx2 (superando el subcampeonato de 2005), tras una temporada donde su dominio ha sido aplastante. No en vano, ha ganado 8 de las 14 mangas disputadas a lo largo del campeonato. Este todavía joven piloto que ha crecido con nosotros desde las categorías inferiores, ya está acumulando palmarés y experiencia para colocar su nombre entre los grandes.

Y acompañándole en los 5 primeros puestos del Mx2 nacional han estado otros 3 pilotos CEPSA Moto:

Francisco J. Millán, que quedó -este año también- tercero; Juan Pérez de la Torre y su cuarto puesto; y Paul Panés, quinto en la general, a la vez que subcampeón en el Campeonato de Mx Junior.

En la categoría reina, el Mx1, Álvaro Lozano ha quedado subcampeón detrás del imbatible García Vico, en lo que ha sido la recompensa a una temporada tremendamente regular.

En la otra gran especialidad offroad, el **Supercross**, también hemos puesto un pie en el podio con el tercer puesto de Mikael Muskin en la clasificación final.

Con los objetivos alcanzados, el reto de nuestra Escudería es ya la temporada 2007, que comenzará como siempre con el Nacional de Motocross, seguido en el periodo estival del Supercross. Mientras tanto, nuestros ingenieros y pilotos ya están preparando los productos y las máquinas para repetir y superar los éxitos de esta temporada.



Carlos Campano, el Campéon



Campano, de nuevo, en acción



Álvaro Lozano (izquierda) en uno de sus muchos podios de la temporada



## CEPSA Lubricantes flashes

### Yamaha Motor España y CEPSA Lubricantes renuevan un año más su acuerdo de colaboración

CEPSA Lubricantes y Yamaha Motor España han renovado el acuerdo que desde 1994 ha permitido que los usuarios de motocicletas, scooters, motores fueraborda y motos acuáticas Yamaha puedan beneficiarse de productos desarrollados específicamente por CEPSA Lubricantes para sus motores.

La renovación del acuerdo permitirá cubrir la temporada 2007 e incluye, además de los acuerdos de preconización y distribución de productos genuinos para Yamaha en la red de concesionarios y Jet Center de Yamaha y del suministro de productos para la primera monta en serie de todos los vehículos Yamaha, un buen número de actividades de apoyo y promoción de la motocicleta a nivel deportivo y de educación vial. Como ejemplo de estas actividades caben destacar las ya clásicas Challenges Yamaha-CEPSA de Enduro y de Velocidad; la participación en los campeonatos de España de Enduro, Motocross y Supersport; y los Cursos de Seguridad Vial impartidos en colegios y ayuntamientos, con la colaboración de los distribuidores Yamaha o CEPSA de la zona.

### CEPSA Lubricantes y MAN V.I. renuevan sus alianzas

#### 14 años juntos en el mercado del Diesel Pesado

CEPSA LUBRICANTES y MAN V.I. ESPAÑA continúan juntos en su camino como líderes en el mercado del Diesel Pesado, al renovar por cuatro años más el acuerdo que les une desde hace ya casi tres lustros.

La firma de este acuerdo fue rubricada por los máximos responsables de ambas compañías: Klaus-Peter Tessmann, Director Gerente de MAN V.I. en España y José Eulogio Aranguren y Federico Bonet, Presidente/Consejero Delegado y Director General de CEPSA Lubricantes, respectivamente.

El acto, celebrado el pasado 28 de noviembre, selló la continuidad de un exitoso ciclo durante el cual MAN ha alcanzado hitos tan importantes como ser el primer fabricante de vehículos industriales en España capaz de introducir en la totalidad de su red de concesionarios productos lubricantes sintéticos de alto valor añadido para sus clientes, como el **MAN 3477 High-Tech 10W40**. El citado aceite genuino desarrollado con el soporte tecnológico de nuestra compañía, responde al máximo nivel de exigencias que imponen los motores MAN bajo la normativa de emisiones Euro 4 y cubre las necesidades específicas de sus motores Euro 4 con EGR.

La colaboración entre CEPSA Lubricantes y MAN V.I. tiene como objetivo fundamental el buscar siempre la mejor tecnología de lubricación para atender las exigencias de los usuarios de la marca alemana, se extiende al desarrollo de otros productos para motor y transmisiones, e implica el trabajo conjunto de los Departamentos de Posventa, Recambios y Marketing de MAN V.I. España y de nuestro departamento comercial de Consumo y de I+D+I especialmente.







## CEPSA Lubricantes flashes

### El camión de CEPSA Lubricantes "on the road"

Durante casi un mes y hasta el pasado 30 de noviembre, el camión de CEPSA Lubricantes visitó más de 40 Estaciones de Servicio de toda España para dar a conocer la promoción de puntos extra vigente, dirigida a los Socios del Trans Club de CEPSA.

Desde el 15 de octubre todos los poseedores de la tarjeta del club recibían hasta 1.000 puntos extra por la compra de uno de los tres productos de mayor cobertura y calidad de la gama de lubricantes CEPSA para Diésel Pesado (EUROTRANS 10W40 SHPD, EUROMAX 15W40 SHPD y DIESEL TURBO 15W40 SHPD), lo que suponía un gran valor de rescate para el socio, ya que la cantidad de puntos regalados equivalía a un descuento en precio de hasta un 12%.

Tanto la actividad y animación en las Estaciones como la promoción han sido un éxito. En CEPSA Lubricantes ya estamos pensando en nuevas acciones para que nuestro camión salga de nuevo a la carretera para ofrecer a todos nuestros clientes las mejores promociones del mercado.

### Expotecnauto Madrid 2006: el futuro del sector a debate

Con la colaboración de ASETRA y el patrocinio de CEPSA Lubricantes, se celebró el pasado 23 de noviembre el Expotecnauto más importante de los celebrados en 2006, el que tiene por sede la capital de España.

Los Expotecnauto, organizados por General de Ediciones, son un punto de encuentro para profesionales de la automoción. Como eje del sector, los talleres son los principales asistentes, pero se convoca también a recambistas, especialistas en neumáticos y, en general, a todos aquellos profesionales que hacen posible el mantenimiento y la reparación de los vehículos o alguna de sus partes.

Los temas más destacados de este encuentro fueron *"Las nuevas tecnologías de la información en el taller"*, a través de la presentación de la segunda fase del Proyecto Pantera, que apoya mediante subvenciones la modernización de las empresas del sector; y *"El taller y sus obligaciones con el medio Ambiente"*, que fue desarrollado por ASETRA.

Una vez más estuvimos al lado de los numerosos participantes, actores como nosotros de la cadena de la posventa, repasando los grandes temas y problemas que afectan a estos profesionales y apuntando ideas para un mejor futuro desarrollo y rentabilidad de sus negocios, que es el futuro de todos los implicados en el mercado de la posventa de automoción.

### XIX Congreso de Ancera: Sevilla, la capital de la posventa

#### El poder de la comunicación

CEPSA Lubricantes ha patrocinado nuevamente la gran cita del recambio, celebrada los días 5 y 6 del pasado octubre, que un año más ha estado a la altura de las expectativas.

Centrado esta vez en la comunicación de las empresas del sector, el XIX Congreso de la Asociación Nacional de Comerciantes de Equipos, Recambios, Neumáticos y Accesorios para Automoción (Ancera) ha resultado, en opinión de los más de 300 asistentes acreditados, ameno e interesante.

Como no podía ser de otra forma, Miguel Ángel Cuerno, presidente de Ancera, pasó revista a todos los temas en los que la asociación está trabajando. En relación al Reglamento 1400/2002, el presidente de Ancera incidió en la necesidad de pensar en lo que acontecerá a partir de 2010.

La jornada centró su atención en el debate sobre la mejora de la imagen ofrecida por el sector, instando a los asistentes a aprovechar las oportunidades que éste brinda para *"llegar al usuario con el mensaje del propio Reglamento de Distribución"*; ya que según un reciente estudio sobre la posventa europea elaborado por la consultora London Economics, *"el consumidor europeo aún no entiende el término Recambio Original"*, y *"factores como el precio ocupan un bajo lugar en su escala de preferencias"* a la hora de decantarse por un producto.

Otros actores de la cadena de posventa, como los talleres –a través de sus asociaciones CONEPA y CETRAA– o AEDRA (Asociación Española de Desguazadores y Reciclaje del Automóvil), participaron activamente en el Congreso, lo que contribuyó a enriquecer el resultado de las jornadas.

Después de la aparición de las primeras transacciones de crudo en los EE UU, en los tiempos de la Guerra Civil entre el Norte industrial y el Sur agrícola, llegamos al segundo y penúltimo capítulo de la serie "Cuestión de precio", en el que asistimos al nacimiento de los pozos surgentes, los gusher, y al increíble arrojido de los barqueros que transportaban el crudo por el río Oil Creek, con total desprecio por el enorme riesgo que corrían. Además conoceremos más a fondo la figura de John Davidson Rockefeller, personaje clave de la historia del petróleo.

# Escenas de

## Cuestión de precio (II)

Francisco Javier Pulgar.

Asesoría Jurídica de CEPSA Lubricantes y CEPSA Gas Licuado

**F**reshet, pond freshet!!" (¡¡Riada, riada artificial!!) Se oía gritar a alguien desde la orilla del río Allegheny.

El barbero con la navaja de afeitar en la mano y su cliente con la cara embadurnada de espuma, un contable con sus manguitos, el herrero con su mandil y martillo, la chiquillería de la calle, mujeres con cestas y gente de todas clases acudían, dejando lo que estuviesen haciendo para acercarse a la orilla del río a contemplar el acontecimiento que normalmente acabaría en tragedia.

La buena gente de Oil City, población surgida en la confluencia del río Allegheny con el Oil Creek, sabía que cada vez que se anunciaba riada -y se hacía dos veces por semana- tenía el espectáculo gratuito que proporcionaba la llegada en tromba de doscientas o trescientas barcazas apiñadas y sin control, cargadas cada una con sesenta u ochenta barriles de petróleo crudo, o simple y llanamente con la bañera convertida en depósito de alquitrán a cielo abierto.

A pesar de que su escaso calado y la rapidez de la corriente las hacían ingobernables, un hombre sobre cada embarcación, intentaba vanamente con una pértiga evitar en lo posible la colisión violenta y el naufragio consiguiente, cuando, al coincidir los ríos, el torrente rapidísimo del Oil Creek por el que descendían, remansaba sus aguas repentinamente en los vados del Allegheny. Era el año 1870.

Las barcas, de forma cuadrada, producían un gran estruendo chocando entre sí, y si alguna se atravesaba más de la cuenta, la colisión producía la inevitable rotura y el vuelco de ambas, derramando todo el crudo en las frías aguas del río y tiñendo éste de negro. Muchos niños lo recogerían con cazos y recipientes para su reventa. Una de cada cuatro veces se incendiaba el petróleo flotante y en más de una ocasión el incendio terminaba generalizándose, haciendo arder embarcaciones y superficie del agua varios kilómetros río abajo.

Desde hacía más de cien años, los madereros de los montes del valle del Oil Creek habían aprovechado las riadas naturales para el transporte de los troncos, hasta zonas desde las que su manejo y envío fuese más fácil que desde las escarpaduras donde eran talados.



Barcazas cargadas con barriles de crudo en Oil Creek.

El Oil Creek es un río de poco calado excepto en primavera, cuando el deshielo le hace ganar caudal y eleva su nivel. Nace de un pequeño lago, el Canadohta, varios kilómetros río arriba, y en sus orillas existen numerosos molinos de aserrar, batanes y maquileros, cada uno con su correspondiente cauce molinar y presa cerrada con compuerta. Poniéndose de acuerdo todos los

molineros en almacenar agua cerrando las compuertas y liberándolas a un tiempo, el caudal del río aumenta transitoria pero eficazmente haciéndolo navegable aguas abajo, no solamente por los troncos arrojados a la orilla sino por barcas de fondo plano.

Los propietarios de pozos y perforadores se dieron cuenta en seguida de que este medio de transporte les resultaba de menor coste -al distribuirse entre todos los productores el precio que cobraban los molineros por retener y liberar el agua de forma organizada- que las carretas bamboleándose trabajosamente montaña abajo. Los riesgos eran enormes en pérdidas de producto e incluso en vidas humanas, pero aun descontando estas mermas y desgracias, la alternativa compensaba los precios abusivos de los arrieros.



Tancaje de la época.

Pocas imágenes reflejan mejor la indiferencia por el riesgo de los primeros petroleros que la de los hombres subidos en las barcazas rebosantes de alquitrán, pértigas en mano luchando en el rafting enloquecido de la confluencia de los ríos Oil Creek y Allegheny.

El periodo que media entre 1861 y 1873 se ha definido por los estudiosos de la historia de la Industria del Petróleo en EE.UU. como "los años formativos", porque todos los tramos del proceso de la industria -producción, transporte, refinó y comercialización- se desarrollaron partiendo de cero hasta alcanzar una estructura conjunta que, en lo sustancial, no difiere mucho de la actual.

En tan solo diez años el valle del Oil Creek valorizó una sustancia antes sin valor alguno que, para cuando comenzaba 1870, representaba el tercer recurso minero más importante de los EE UU. Con una facturación de 19,3 millones de dólares, únicamente era precedido por la antracita y el carbón bituminoso, pero mientras que estos requerían del trabajo de 40.000 ó 50.000 trabajadores, el petróleo únicamente requería del trabajo de una décima parte de éstos: 4.488.

El 94% de todo el petróleo que entonces se consumía en el mundo provenía de Pensilvania y el 74% de éste se producía en el valle del Oil creek.

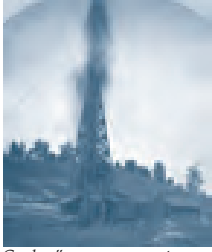
Asombra la osadía y el atrevimiento con los que se acometieron en este periodo la perforación y el transporte del petróleo, con un desconocimiento casi total de las mínimas medidas de seguridad en el manejo de productos tan volátiles. Ya vimos que Drake era fumador de puros al pie mismo donde se extraía y almacenaba un producto de tan alta inflamabilidad, y junto al cual habitaban las familias de sus operarios. Cualquier chispa, cualquier brizna mal apagada podía provocar incendios o explosiones de dramáticas consecuencias.

Al principio, al ser los primeros pozos poco profundos, por la necesidad que tenía el petróleo de ser bombeado para su extracción, a los perforadores se les llamaba "bomberos", por ello el *tancaje* no constituye una preocupación prioritaria, pero a principios de los sesenta aparecieron los primeros pozos surgentes o fluyentes, que no necesitaban de bombeo para que manaran con la fuerza de la presión de que se les liberaba.

Henri Rouse fue uno de los primeros propietarios de pozos que tuvieron la fortuna de dar con uno de estos pozos surgentes, llamados *gusher*. Frustrado por la escasa producción conseguida con una perforación de 150 pies (46 metros), aparejó lo necesario para alcanzar una profundidad mayor. Cuando llegó a los 300 pies (92 metros), la barrena dio con una



# La historia del petróleo



"Gusher" o pozo surgente.

bolsa de gas natural además de un depósito de petróleo. La intensa presión del gas lanzó al aire un chorro de petróleo a 60 pies de altura (18 metros), manando a una intensidad de 3.000 barriles por día. Nadie estaba preparado para manejar tal cantidad nunca vista antes. Ante el fenómeno nadie tomó precauciones. En escasos momentos se produjo una tremenda explosión que hizo arder el pozo, los edificios de alrededor y toda la gente que se había arremolinado para ver la maravilla.

Un empleado de Rouse que sobrevivió lo describió una década más tarde de esta forma: "En un instante, un acre (4.000 m<sup>2</sup>) de terreno con dos pozos y su tancaje, un granero y gran número de barriles se pusieron a arder y desde alrededor se podía ver correr a los que observaban como envueltos en sábanas de llamas que ascendían muy por encima de sus cabezas y que se alimentaban con el petróleo vertido sobre sus vestiduras por la explosión...". El periódico de la época Eclectic Magazine describía también el hecho: "...Un jet d'eau de petróleo se prendió fuego, en un momento todo el aire se llenó de llamas rugientes, tan pronto como el gas ardió, la cabeza del jet de petróleo se convirtió en una gran llamarada líquida, cayendo como agua de una fuente sobre un espacio de 100 pies (30 metros) de diámetro, cada gota de petróleo caía como un globo flameante de petróleo hirviendo... en un instante todo el terreno ardía, incrementándose el fuego con el petróleo que seguía cayendo sin cesar...".

Al referirse al propio Rouse, continúa: "...Cuando él llegó, no tenía sobre sí ningún vestigio de su ropa, excepto los calcetines y las botas. Su pelo había ardido totalmente, y también, sus uñas, sus orejas y sus párpados, dejando los globos oculares crispados mirando hacia ninguna parte...".

A los lectores de la época les fascinaban estos relatos tanto como unos años antes, los relatos de la caza de la ballena.

A pesar de estos hechos, el desprecio por el riesgo y la avidez que proporcionaba el derecho de captura animaron el empleo de técnicas más arriesgadas todavía y de suspuesta eficiencia, como la aplicación de torpedos de nitroglicerina para reactivar pozos de poca producción o pozos atascados o cegados por lodo o escombros. La práctica parecía de locos en la aglomeración de pozos y depósitos de materia tan volátil, donde ya estaba prohibido fumar y las lámparas únicamente se podían emplear en el interior de las viviendas.

Como es de suponer, la introducción de tal práctica costó gran número de vidas humanas y desastres materiales tanto en su empleo, como en el transporte de los peligrosos explosivos. El Coronel E.A.L. Roberts, veterano de la Guerra Civil, comenzó esta técnica con una patente de su invención consistente en frascos de acero llenos de pólvora, que eran explosionados mediante un peso que se dejaba caer sobre el pozo hasta el detonador. Como los resultados fueron buenos, pronto empezó a cobrar entre 200 y 300 dólares por carga, más un royalty de 1/15 sobre el exceso de producción conseguido.



Calle de Oil City.

Todo esto revela lo caótico del momento, no solo de los sistemas de perforación de los primeros diez años de esta industria, sino de los fenómenos sociológicos de las áreas de producción, generándose en ellas poblamientos y despoblamientos rapidísimos motivados por las zonas de hallazgos, con la llegada masiva a estas áreas de gente de toda condición, desde grupos con prácticas religiosas tradicionales y vida conservadora y sus respectivas Iglesias, hasta aventureros,

buscadores de fortuna, delincuentes y marginados, haciendo surgir la infraestructura de la época: hoteles, tabernas, casas de juego y de lenocinio, en edificaciones de madera de aspecto provisional y degradado.

La enorme volatilidad de la creación y despoblación de ciudades, como el caso de Pithole junto al Pithole Creek -población que nació, creció y desapareció en el periodo de apenas 20 meses-, era paralela a la enorme inestabilidad de los precios de la producción, oscilando en meses desde los 50 centavos a los 17 dólares el barril, debido a las incertidumbres y excesos de aquella, ocasionando a su vez la inestabilidad y convulsión del resto de la cadena.



Carruaje de transporte de Nitroglicerina para su empleo en los pozos.

Un personaje excepcional en la historia contemporánea, John D. Rockefeller, intervino en este estado de cosas desde un enfoque personal, intuitivo, metódico y riguroso para ordenar esta incipiente industria.

La biografía de Rockefeller es larga y llena de aspectos de enorme interés. A pesar de ser hijo de un vendedor ambulante, su infancia transcurrió en un ambiente rural. Comenzó a trabajar a los dieciséis años como contable de una empresa mayorista de comestibles y mercancías de toda clase en la industriosa Cleveland, situada junto al gran lago Erie y a orillas del río Cuyahoga; y muy pronto formó su propia empresa comisionista y revendedora de cualquier género de producto.

Incluso en aquellos días de medios de transporte lentos, podía irse de Titusville a Cleveland en un día, por lo que la noticia del descubrimiento de Drake, del surgimiento de diez desvencijadas refineries a lo largo de las apartadas orillas del Oil Creek y de toda aquella tumultuosa actividad, llegó pronto a la ciudad donde Rockefeller tenía establecido su negocio.

Muchos industriales de Cleveland llevaban tiempo refinando aceite de iluminación a partir de la pizarra bituminosa y, naturalmente, se encontraban interesados en el proceso de destilación de la "nueva" sustancia: el petróleo. Las historias que se contaban sobre las grandes y rápidas fortunas hechas por los buscadores de petróleo no eran menos excitantes para la gente de Cleveland.

Aunque probablemente ya en 1860 hubiera negociado algún cargamento de crudo entre las muchas otras mercancías con que traficaba, Rockefeller tuvo el primer contacto cierto con la industria del petróleo a través de un amigo y paisano de su socio Maurice Clark, llamado Samuel Andrews. Ambos Clark y Andrews, eran inmigrantes ingleses nacidos en el mismo pueblo, Wiltshire.

Andrews, un rubicundo y campechano químico autodidacta y mecánico emprendedor, había llegado en 1850 y trabajaba desde entonces en la refinaria de otro inglés, C.A. Dean, donde había adquirido gran experiencia fabricando velas, sebo y queroseno de carbón. En 1860, Dean recibió el primer cargamento de diez barriles de crudo de Pensilvania, y por ello Andrews fue quien destiló el primer queroseno de Cleveland a partir de petróleo crudo.

El secreto de purificar el petróleo con ácido sulfúrico que hoy llamamos refinar, era el misterio mejor guardado por la cofradía local de químicos prácticos, y por ello muchos hombres de negocios comenzaban ya a acercarse a Andrews.



## GRANDES ENTRE LOS GRANDES

CEPSA Y Antonio Albacete se han proclamado bicampeones de Europa de Carreras de Camiones. Un triunfo tan grande como el cuidado que proporcionan los lubricantes sintéticos de la gama CEPSA Profesional para Diesel Pesado. Productos avanzados como los CEPSA EUROTRANS SHPD 5W30 y 10W40 o el CEPSA EUROTECH LS 10W40, que protegen el motor y aseguran un rendimiento óptimo incluso en las condiciones más exigentes. Y la competición, sin duda, lo es.

Un año más, Lubricantes CEPSA, en primera línea.

[www.cepsa.com/lubricantes](http://www.cepsa.com/lubricantes)



**CEPSA**  
LUBRICANTES

SI