



NEWSLETTER

Nº 05 / JULIO 2016

SUMARIO

- ♦AUTOMECHANIKA FRANKFURT 2016
- ♦AMALIE EN LA REVISTA SECTOR EJECUTIVO
- ♦EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DE 2016 SE FABRICAN EN ESPAÑA MÁS DE 1 MILLÓN DE VEHICULOS
- ♦REVISIONES DEL COCHE ANTES DEL VERANO
- ♦APUNTES SOBRE... MULTI ATF, NUEVO LUBRICANTE...Y NUEVO CATÁLOGO
- ♦LAS VENTAS DE LUBRICANTES CRECEN EN 2015
- ♦CÓMO ALMACENAR EL ACEITE DE MOTOR EN EL TALLER

AUTOMECHANIKA FRANKFURT 2016

Bajo el lema "Conéctate a la industria del automóvil", la ciudad alemana de Frankfurt acogerá, del 13 al 17 de septiembre, la XXIV edición de Automechanika Frankfurt. Los sectores de reparación y mantenimiento, electrónica, recambios y componentes, accesorios, servicio personalizado, soluciones digitales, vehículos comerciales y lavado y cuidado del vehículo se darán cita en el recinto. Hasta la fecha, ya han confirmado su presencia como expositores 130 empresas españolas. Además, se prevé que el 40% de los visitantes sean directivos, el 12% empleados y el 34% empresarios autónomos. En la pasada edición, se registraron 140.000 visitantes, y expusieron 4.631 empresas de 71 países, 125 de las cuales fueron españolas.

AMALIE EN LA REVISTA SECTOR EJECUTIVO

La revista Sector Ejecutivo publica, en su número de junio, una entrevista con Enrique Sánchez de Lamadrid, en la que habla de la trayectoria de la empresa y de las perspectivas a corto plazo.

empresas Enrique Sánchez de Lamadrid, director general de Amalie Petroquímica

"Disponemos de una gama muy completa de aceites de última generación para motores gasolina y diésel de automoción"

Rosa Monedero

Enrique Sánchez de Lamadrid ha desarrollado su carrera profesional en puestos de responsabilidad en las áreas comerciales y de marketing en empresas como Siemens, Amesa y IBM Group. Sánchez de Lamadrid es director general de Amalie Petroquímica desde 2010. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Portsmouth (European Business Programme) en el Reino Unido, ha ampliado su formación con un Executive Master en el Instituto de Empresa.

¿Cuál es el lubricante que comercializa y qué características presenta? Amalie comercializa una completa gama de productos sintéticos, semi-sintéticos y minerales, para diferentes sectores como: automoción, transporte, agrícola, obra pública e industria entre otros. Nuestra formulación cumple cabalmente con los exigentes requisitos de constructores y los medioambientales. Disponemos de una gama muy completa de aceites de última generación para motores gasolina y diésel de automoción, con viscosidades SW30 y SW40 como el Amas 3000, Amas 100, Amas 200, Amas 300, Amas 400 y Amas 500. Todos cumplen con los niveles de calidad más exigentes de los fabricantes así como API y ACEA. Nuestros productos alargan la vida del motor (lubricación óptima a alta temperatura; lubricación más rápida en frío; reducción del desgaste; limpieza del motor; reducción de depósitos); mejoran el ahorro de combustible; mejoran las prestaciones del vehículo (mejor comportamiento en frío, menor ruido al arrancar y aumento de potencia); y cuidan el medio ambiente.

¿Qué diferencias más significativas tienen sus lubricantes con los de la competencia? Las nuevas normativas exigen que fabricantes como nosotros desarrollemos productos más exigentes e innovadores para satisfacer al consumidor final. Los productos Amalie no se encuentran presentes en grandes superficies, y se distribuyen exclusivamente por el canal tradicional.

Además, en nuestra línea de mantenimiento se han desarrollado productos más exigentes e innovadores para satisfacer al consumidor final. Los productos Amalie no se encuentran presentes en grandes superficies, y se distribuyen exclusivamente por el canal tradicional.

Además, en nuestra línea de mantenimiento se han desarrollado productos más exigentes e innovadores para satisfacer al consumidor final. Los productos Amalie no se encuentran presentes en grandes superficies, y se distribuyen exclusivamente por el canal tradicional.

En los últimos años en Amalie Petroquímica hemos realizado un mayor esfuerzo, en calidad, innovación y en servicio a nuestros clientes, lanzando nuevos productos y ensayos, mejorando los plazos de entrega y en la consecución de una interacción más fluida con nuestros clientes.

El hecho de que la salida de la crisis sea una realidad «o no parece», ¿ha motivado un incremento de sus ventas, teniendo en cuenta que los transportistas ya no esperan tanto para realizar el mantenimiento de sus vehículos? Las perspectivas son de una leve recuperación a medio largo plazo en función del crecimiento económico. En nuestro caso estamos desarrollando un estudio exhaustivo de cada mercado y nos vamos posicionando en primer lugar, y luego analizando cada propuesta concreta con cada cliente. Por citar varios ejemplos para el mercado, en Oriente Medio comercializamos un envase de 5 litros de metal, etiquetado en árabe y con un sello especial en la apertura del envase para evitar las falsificaciones. En el norte de África tenemos un mercado dirigido a las estaciones de servicio cuyo envase es de 1 litro, de plástico, etiquetado en varios idiomas al ser países bilingües. La amplitud de la oferta y la calidad son la prioridad cuando vendemos productos en el mercado latinoamericano, desde entonces comercializando un producto concreto en especificaciones y niveles de calidad que no se encuentran en su mercado.

¿Por qué se han tenido que cambiar de producto en países terceros (medios políticos, económicos, religiosos, etc.)? A nivel económico, los márgenes en exportación son muy ajustados debido al número de competidores en un mercado global, donde la diferencia radica en el servicio y la calidad, si bien estos mercados permiten tener una compañía bien diversificada. También en el ámbito económico, destacar que estamos hablando de productos derivados del petróleo por lo que es un mercado muy volátil en términos de estabilidad de precios.

BO sector ejecutivo junio 2016

Enrique Sánchez de Lamadrid, director general de Amalie Petroquímica

En los últimos años en Amalie Petroquímica hemos realizado un mayor esfuerzo, en calidad, innovación y en servicio a nuestros clientes, lanzando nuevos productos y ensayos, mejorando los plazos de entrega y en la consecución de una interacción más fluida con nuestros clientes.

El hecho de que la salida de la crisis sea una realidad «o no parece», ¿ha motivado un incremento de sus ventas, teniendo en cuenta que los transportistas ya no esperan tanto para realizar el mantenimiento de sus vehículos? Las perspectivas son de una leve recuperación a medio largo plazo en función del crecimiento económico. En nuestro caso estamos desarrollando un estudio exhaustivo de cada mercado y nos vamos posicionando en primer lugar, y luego analizando cada propuesta concreta con cada cliente. Por citar varios ejemplos para el mercado, en Oriente Medio comercializamos un envase de 5 litros de metal, etiquetado en árabe y con un sello especial en la apertura del envase para evitar las falsificaciones. En el norte de África tenemos un mercado dirigido a las estaciones de servicio cuyo envase es de 1 litro, de plástico, etiquetado en varios idiomas al ser países bilingües. La amplitud de la oferta y la calidad son la prioridad cuando vendemos productos en el mercado latinoamericano, desde entonces comercializando un producto concreto en especificaciones y niveles de calidad que no se encuentran en su mercado.

¿Por qué se han tenido que cambiar de producto en países terceros (medios políticos, económicos, religiosos, etc.)? A nivel económico, los márgenes en exportación son muy ajustados debido al número de competidores en un mercado global, donde la diferencia radica en el servicio y la calidad, si bien estos mercados permiten tener una compañía bien diversificada. También en el ámbito económico, destacar que estamos hablando de productos derivados del petróleo por lo que es un mercado muy volátil en términos de estabilidad de precios.

junio 2016 sector ejecutivo 51

EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DE 2016 SE FABRICAN EN ESPAÑA MÁS DE 1 MILLÓN DE VEHICULOS

En los cuatro primeros meses de 2016, se han fabricado en España 1.049.595 de vehículos, lo que supone un incremento del 11,89%. Ya durante el mes de abril, se produjeron un total de 280.749 unidades, con un crecimiento del 25,52%. Tanto los turismos como los vehículos industriales, donde España ostenta el liderazgo europeo, han crecido en el primer cuatrimestre.

España es uno de los pocos países del mundo que tiene tanta diversidad de vehículos fabricados: turismos, vehículos comerciales ligeros, vehículos industriales, SUV, etc.. Asimismo, también está presente en la fabricación de nuevos vehículos de tecnología alternativa como eléctricos, híbridos o de gas.

Por otro lado, la exportación de vehículos registró en el primer cuatrimestre del año un alza del 12,82% y un volumen total de 862.533 unidades. Abril refleja un crecimiento del 23,98% y 231.177 vehículos exportados.

REVISIONES DEL COCHE ANTES DEL VERANO

La Confederación Española de Talleres (CETRAA) recomienda a los conductores que antes de salir de vacaciones realicen una revisión exhaustiva del vehículo en un taller. Así, el calor, el mayor peso que aguanta el coche por el equipaje, o las grandes distancias que se recorren hacen imprescindible poner a punto el vehículo.

"Es necesario hacer una revisión del estado de los neumáticos y de la presión de los mismos, así como de los niveles de aceite, y comprobar el funcionamiento del aire acondicionado y de las luces, entre otros. Por otra parte, el conductor también debe seguir unas cuantas directrices como realizar descansos cada dos horas e ir con una temperatura adecuada en el habitáculo", indican desde CETRAA.

LAS VENTAS DE LUBRICANTES CRECEN EN 2015

Según el último informe de Aselube, el sector de lubricantes en España ha crecido moderadamente en 2015, y las cifras de ventas, 318.500 toneladas, se han incrementado en un 3,9% respecto a 2014, superando así los niveles existentes en 2012, aunque todavía alejados de los de 2011. Las perspectivas para el año 2016 parecen confirmar la senda de la recuperación aunque los cambios van a producirse de manera muy paulatina.

VARIACIÓN DE CADA PERIODO RESPECTO AL MISMO DEL AÑO ANTERIOR

Tipos de productos	1.º trimestre	2.º trimestre	3.º trimestre	4.º trimestre	2015
Automoción	+2,8%	+6,0%	+2,3%	+1,7%	+3,2%
Industriales	+7,7%	+4,0%	+7,2%	+5,5%	+6,1%
Marinos y aviación	-10,3%	+8,8%	-0,9%	+14,8%	+3,0%
Proceso	+5,2%	+0,3%	-7,0%	+7,4%	+1,3%
Grasas	+1,1%	+1,1%	-12,6%	-2,2%	-3,3%
Suma Total	+3,9%	+4,7%	+2,6%	+4,4%	+3,9%

Por tipos de productos, han sido los dirigidos a la industria los que mayor crecimiento han tenido, aunque los de automoción también han tenido un comportamiento positivo.

VENTAS DE LUBRICANTES EN ESPAÑA DE LAS FIRMAS REPRESENTADAS EN ASELUBE

	2013	2014	2015	Variación 15/14 (%)	Estructura 2015 (%)	Estructura 2014 (%)
Automoción						
- Turismos y motos	73,3	76,2	79,1	3,9%	24,8%	24,9%
- Transporte y resto	42,2	44,2	44,1	-0,2%	13,9%	14,4%
- Engranajes y transmisiones de automoción	17,1	17,5	19,1	9,0%	6,0%	5,7%
Suma...	132,6	137,9	142,3	3,2%	44,7%	45,0%
Industriales (1)	109,2	111,5	118,2	6,1%	37,1%	36,4%
Marinos y Aviación	22,4	20,5	21,1	3,0%	6,6%	6,7%
Proceso	28,9	31,7	32,1	1,3%	10,1%	10,4%
Grasas	4,6	4,9	4,7	-3,3%	1,5%	1,6%
VENTAS TOTALES	297,7	306,5	318,5	3,9%	100,0%	100,0%

unidad : miles de toneladas

APUNTES SOBRE...

Multi ATF, nuevo lubricante

Amalie ha sacado al mercado un lubricante de tecnología sintética recomendado para las transmisiones automáticas de los principales fabricantes. Su uso es apto en las transmisiones automáticas con convertidor a fricción (sistema lock-up). Puede usarse en flotas mixtas para unificar la gama de productos. Está especialmente formulado para las modernas transmisiones automáticas "step-type" de los constructores asiáticos y los principales europeos y americanos. Posee una gran estabilidad de la viscosidad lo que hace que tenga una buena fluidez en frío para el arranque a bajas temperaturas y una viscosidad lo suficientemente alta para proteger las partes lubricadas a altas temperaturas. Su cuidada formulación proporciona a este lubricante de altas prestaciones anti vibración. Posee un elevado poder anti-espumante lo que evita la formación de burbujas de aire, una gran estabilidad a la oxidación. Ambos productos vienen a sumarse a la lista de lubricantes exclusivos de Amalie, que cumplen con todos los requisitos necesarios y las homologaciones pertinentes.

...Y nuevo catálogo

Además, en su línea de estar siempre a la vanguardia y mejorar en calidad, Amalie ha elaborado un nuevo catálogo. Con un nuevo diseño, el documento presenta de forma detallada los nuevos productos y desarrollo de los niveles de calidad.

CÓMO ALMACENAR EL ACEITE DE MOTOR EN EL TALLER

Una vez que llega al taller, el lubricante de motor debe almacenarse bajo determinadas condiciones con el fin de preservar al máximo su calidad.

Los lubricantes absorben agua (la humedad del aire) y, aunque sea en pequeñas cantidades, a la larga se acaban alterando sus propiedades y estropeando. Por ello, es importante verificar que el aceite está en perfectas condiciones y para ello, una de las principales condiciones, es que no esté demasiado tiempo en el establecimiento. Acumular aceite que no se usa durante mucho tiempo no tiene sentido.

Además, es bueno tener en cuenta otras recomendaciones como almacenar los bidones y latas en el interior, nunca en el exterior, y en una zona bien ventilada. Asimismo, es importante mantener la zona bien limpia para que los productos, una vez abiertos, no se contaminen. En definitiva, un almacenamiento adecuado y una buena gestión del aceite del motor aportan importantes ventajas al taller.



Príncipe de Vergara 128
28002 MADRID
Tel. +34 91 564 47 69
www.amaliepetroquimica.com
apsa@amaliepetroquimica.com