

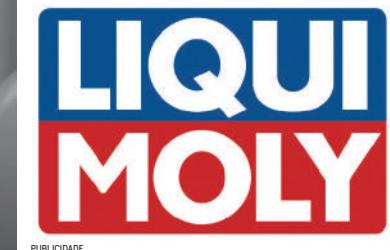
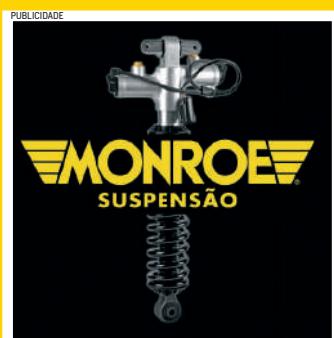


N.º 66

MARÇO 2021 - 2€
PERIODICIDADE MENSAL

www.posvenda.pt

revistaposvenda
 company/revista-pos-venda
 RevistaPOSVENDA



Motoroils
made in
Germany

Especial Lubrificantes



Para além de uma profunda análise do impacto da pandemia no negócio dos lubrificantes no aftermarket, o mercado aponta neste trabalho soluções para a recuperação

ATUALIDADE

Os investimentos em novos equipamentos oficiais são sempre necessários para qualquer oficina se modernizar e a solução pode estar no renting

DOSSIER

É vasto o mundo das peças elétricas no aftermarket e a oferta é cada vez maior e mais abrangente pois a tecnologia dos automóveis assim obriga

PERSONALIDADES

O CEPRA faz 40 anos mas está cada vez mais moderno e atual, como explica o seu presidente António Caldeira

MAIS+

PUB

Adeus pó fino, até nunca mais NO_x!

O site da MEYLE já “fala” português!

Verifique em: www.meyle.com



Redução permanente de NO_x – uma novidade no mercado!

O nosso novo filtro de ar do habitáculo MEYLE-PD representa um passo em frente na proteção da saúde do condutor. Os materiais de filtragem de alta qualidade são enriquecidos com carvão ativado impregnado por uma técnica especial, assegurando uma absorção especialmente boa de NO_x, uma elevada eficiência de filtragem e uma excelente separação de pó fino.

O que tem de especial: o NO_x é fixado por ação química no filtro, precipitando-se sob a forma de sal e, nem aquando da sua eliminação, volta a ser libertado. Sê bem-vindo, ar limpo!

Mais informações em www.meyle.com/nox-cabin-air-filter

DRIVER'S BEST FRIEND



Segue-nos em



**OFFICIAL
DISTRIBUTION
PARTNER**



LEIRIA

Rua das Fontainhas, nr. 77 | Andrinhos – Ap 776 | 2416-905 Leiria |
T 244 830 070 | F 244 813 047

CASTELO BRANCO

Zona Industrial – Rua T, Lote 49 | 6001-997 Castelo Branco |
T 272 349 580 | F 272 349 589

Email geral@autodelta.pt
www.autodelta.pt

MEYLE



N.º 66

MARÇO 2021

www.posvenda.pt

fb revistaposvenda
in company/revista-pos-venda
tw RevistaPOSVENDA

Sumário



PROPRIETÁRIA E EDITORA
ORMP Pós-Venda Media, Lda
Estrada de Políma
Centro Industrial da Abóboda nº 1007
2º andar, Escritório I
2785-543 São Domingos de Rana
Nº Contribuinte: 513 634 398

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
Paulo Homem
Anabela Machado

CAPITAL SOCIAL DA ORMP
Bettencourt & Mendes, Lda - 50%
Paulofimedia Unipessoal, Lda - 50%

CONTACTOS
Telefone: +351 218 068 949
Telemóvel: +351 939 995 128
E-mail: geral@posvenda.pt
www.posvenda.pt

facebook.com/revistaposvenda
linkedin.com/company/revista-pós-venda

DIRETOR
Paulo Homem
paulo.homem@posvenda.pt

REDAÇÃO
Nádia Conceição
nadia.conceicao@posvenda.pt

COLABORADOR TÉCNICO
Jorge Pereira

DIRETORA COMERCIAL
Anabela Machado
anabela.machado@posvenda.pt

ADMINISTRATIVA
Anabela Rodrigues
anabela.rodrigues@posvenda.pt

FOTOGRAFIA
Micaela Neto

PAGINAÇÃO
Natália de Sousa Vieira

SEDE DE REDAÇÃO
Estrada de Políma
Centro Industrial da Abóboda nº 1007
2º andar, Escritório I
2785-543 São Domingos de Rana

TIRAGEM
10.000 Exemplares

ISSN
2183-6647

Nº REGISTO ERC
126724

DEPÓSITO LEGAL
399246/15

PERIODICIDADE
Mensal

IMPRESSÃO
DPS – Digital Printing Solutions MLP, Quinta do Grajal – Venda Seca, 2739-511 Agualva Cacém – Tel: 214337000

ESTATUTO EDITORIAL
Disponível em www.posvenda.pt

PUBLICIDADE

Com os melhores,
a caminho do futuro!

Visite-nos!

www.autodelta.pt



Editorial

Vamos ao trabalho

É aguardado com grande ansiedade por todos nós o regresso a uma vida normal. Todos ansiamos por aquele dia em que seja possível cumprimentar as pessoas novamente com um aperto de mão. Sentimos que nos está a faltar isso e quando isso acontecer de novo passaremos a ter a sensação de que esse normal terá realmente voltado.

Até lá vamos continuar a lamentarmo-nos de tudo e de todos? Não. Nunca. Nem pensar. O momento atual permite-nos que pensemos um pouco mais nos nossos negócios e que tenhamos atenção a um conjunto muito grande de pormenores que antes nunca tínhamos dado conta ou tomado atenção.

Se o fizermos agora quer dizer que nos estamos a preparar melhor para o aperto de mão e a mensagem é precisamente essa. Vamos preparar tudo para que a retoma seja em grande e que nos permita dar uma resposta rápida e com qualidade aos clientes. Vamos olhar para as nossas organizações e tentar gerir as mesmas melhor, com mais critério e mais método. Vamos apostar mais na formação, no atendimento ao cliente e na qualidade no serviço. Vamos olhar para as novas formas de atrair clientes, através do digital mas também pelos meios tradicionais.

E o mais curioso é que muitas destas potenciais mudanças não exigem investimento monetário mas sim mudança de atitude e de comportamentos. ♦



Paulo Homem

DIRETOR

paulo.homem@posvenda.pt



AUTO DELTA





Tome Nota

“

A pandemia ajudou à digitalização da experiência cliente e do negócio Após-Venda, **Ricardo Linhares, após-venda Renault**

A fim de cumprir o objetivo do Acordo Verde Europeu, as seguintes metas mínimas devem ser fixadas: um milhão de pontos de carregamento em 2024 e três milhões em 2029 para automóveis de passageiros e vans, bem como cerca de 1.000 estações de hidrogénio até 2029", **In comunicado ACEA**

35% **15,4%** **90%**

das pessoas que tencionam comprar um carro nos próximos cinco anos mencionaram que a falta de infraestruturas de carregamento os impede de escolher um veículo elétrico, **In Relatório Anual Mobility Insights, LeasePlan e Ipsos**

Foi o crescimento registado nas vendas da Liqui Moly Iberia em 2020, face ao ano de 2019, **In Comunicado Liqui Moly**

dos materiais das baterias de chumbo-ácido podem ser recuperados e reciclados, **In Conferência de Imprensa Virtual Clarios**

“É importante, contudo, humanizar o digital, tratando o cliente pelo nome e respondendo de forma objetiva e concisa. Além de célere, a resposta digital deve ser, ainda, de qualidade, sendo essencial, neste caso, o elemento humano. A sensibilidade e a capacidade de criar empatia com o cliente, aliadas às ferramentas adequadas, farão com que seja possível entrar no tão desejado “elevador digital”

IN JORNAL ECONÓMICO, MANUEL DE LA GUARDIA, DIRETOR-GERAL DA CITNOW IBERIA

O Grupo Michelin compromete-se a que os seus pneus sejam 100% sustentáveis para o ano de 2050. Para cumprir este objetivo, basear-se-á no conceito Vision, apresentado em 2017, um protótipo de pneu sem ar, conectado, recarregável e ecológico. Atualmente, os pneus fabricados pela Michelin contêm já cerca de 30% de matérias primas naturais, recicladas ou sustentáveis, **In Comunicado Michelin**

Estima-se que a distribuição de peças de reposição para veículos leves cresça 3,1% em 2021 e 6,2% para veículos pesados. Esta é a principal conclusão que a Ancera tira no seu primeiro relatório do ano, em que analisa o volume de negócios do sector das peças multimarcas durante 2020 e projeta valores para o ano que se inicia, tanto para veículos leves como para veículos pesados", **In Autopos, sobre o mercado espanhol**

“Face ao contexto em que vivemos, a Norauto reinventa-se e procura as melhores soluções e parceiros, como o caso mais recente da UBER, com um objetivo muito claro: ser uma plataforma de soluções com uma oferta integrada de produtos e serviços que facilitem a vida do seu cliente, em segurança e com toda a comodidade”

In comunicado Norauto



OPINIÃO

O CANAL REPARADOR COM MAIORES DIFICULDADES NÃO ESQUECE O INVESTIMENTO EM TEMPOS DE PANDEMIA.

Para confirmar a evolução em 2020 dos vários canais reparadores estamos a realizar inquéritos às oficinas, para dimensionar o passado recente e prever o futuro imediato. Inquirimos nas últimas semanas as oficinas da nossa base de dados de especialistas em colisão independentes, sem incluir as integradas em redes (autorizadas ou multimarcas), nem as oficinas generalistas iam que realizam a maior % da sua faturação em mecânica ou pneus. Obtivemos 250 respostas.

Alguns resultados significativos:

-A dimensão media destas oficinas é de 210 mil € de faturação, empregam 5 trabalhadores e obtiveram um resultado líquido de 1,1% da faturação em 2019. 28% destas oficinas tiveram prejuízos.
-Para 2020 a queda media da faturação foi de 24% (a media do sector pós-venda foi de 15%). E 5% das oficinas declararam a sua intenção de fechar.

Apesar das dificuldades do momento, uma de cada 4 oficinas admitem investir em equipamentos em 2021. E o investimento mais citado é "equipamento de diagnóstico".

Para 2021 as perspetivas para este canal reparador são:

- A evolução da estrutura do parque (envelhecimento), é favorável, pelo que ganharão quota de mercado as autorizadas.
- A quilometragem media em 2021 deverá superar em 10% a de 2020, com a consequente (embora não desejada) aumento da sinistralidade.
- A oferta seguirá a concentração: menos oficinas, mas melhores oficinas (calculamos fecho de entre 30 e 40 oficinas das incluídas nas 750 da nossa base de dados).

Prevemos um aumento de entre 10 e 12% do mercado para este canal, e tendo em conta a contração da oferta, as "boas oficinas" vão ter nível de atividade similar a 2019 (no ano passado de pandemia, 19% das oficinas faturou igual ou superior a 2019 e mais outras 23% tiveram quebra inferior a 10%).

Guillermo de Llera

Sócio-Gerente IFQUATRO

“Acho que o mercado nesta altura de pandemia ganhou ainda mais confiança em nós. A CARF nunca abandonou um dia de trabalho”

Paulo Carvalho, CARF



“O tráfego na rede oficial de oficinas da Hyundai cresceu cerca de 20% em 2021”

Ricardo Soares, Apó-Venda Hyundai

A Tiresur quer ajudar as oficinas a entrarem com toda a força no pós-confinamento, deixando neste post nas redes sociais algumas dicas interessantes.

15

São os anos que a BlueChem, especialista na produção e comercialização de AdBlue, comemora em 2021

12%

Foi o aumento das vendas de veículos usados no mês de janeiro, segundo a Indicata

73%

dos condutores portugueses dizem que faltou apoio do estado ao setor automóvel, segundo o Observador Cetelem

5 MIL

Foi o número de formados para o setor automóvel aos quais o CEPRA deu formação em 2020

64%

das pessoas toma agora mais atenção ao smartphone por motivos laborais. Estudo Wiko

ARSIPEÇAS

Empresa de referência no setor do retalho de peças comemorou 30 anos

Tiresur Portugal está em Portugal. 19 da Ribeira de São João, 18
Porque pensamos em si, criamos este manual onde lhe indicamos os passos que deve seguir para que tanto a sua oficina, como os seus clientes estejam protegidos a todo o momento. #COVID19 #Tiresur #TiresurPortugal #TiresurPortugal #TiresurPortugal #TiresurPortugal

Como adaptar a sua oficina durante o período da pandemia COVID-19?

O QUE PODE IR PREPARANDO?

- Verifique máquinas, computadores e fornecedores.
- Segurança e higiene: gel, luvas e máscaras.
- Trabalhadores e materiais. Podem existir riscos de trabalho.
- Comunicação aos clientes da reabertura e das medidas de segurança.

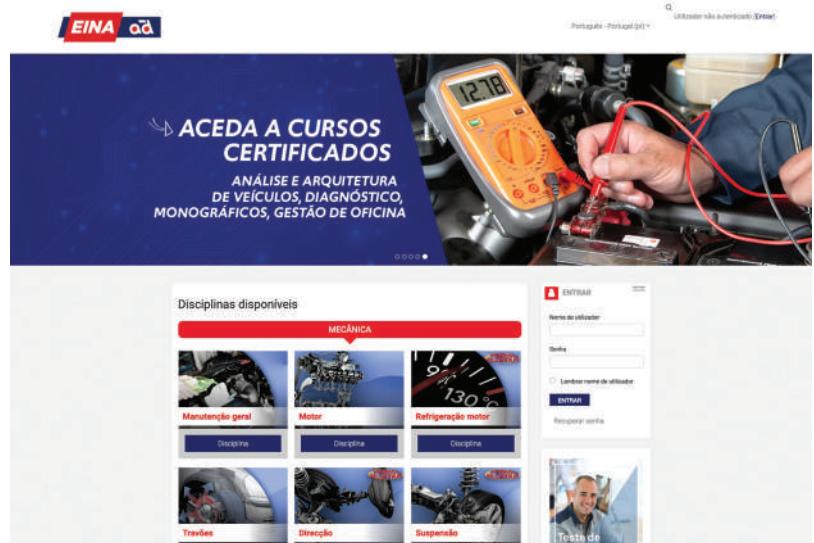
PENSE NOS SEUS CLIENTES

- Pode preferir trabalhar com agendamento. Cumpre os horários agendados.
- Proteja os seus clientes a todo o momento. Dispense máscaras e luvas.
- Peça o e-mail, registre o endereço e número de telefone para proteger os seus clientes.
- Reserve por e-mail os pedidos imediatamente, garantindo sempre disponibilidade de segurança.

RECOLHA DO VÉHICULO

- Não faça o seu cliente Gostar.
- Comentar.
- Partilhar.
- Faça com que o

Notícias



NOTÍCIA DE DESTAQUE

Grup Eina disponibiliza formação para oficinas

Especializada em formação para as oficinas de automóveis a nível europeu, o Grup Eina está também presente em Portugal. Nesta fase de arranque está a disponibilizar formações online de forma gratuita, para todas as oficinas

A formação é fundamental para todos os profissionais, adquirindo uma importância vital num setor em constante atualização como o nosso.

Em virtude do período de confinamento que atravessamos, e para que todos os profissionais das oficinas possam continuar a realizar formação profissional de qualidade em segurança, até 31 de março o Grup Eina vai disponibilizar de forma gratuita acesso a formação online, através da sua plataforma Campus Eina (<http://oficina.campuseina.com/>). Desta forma, todos os profissionais podem realizar a sua formação em segurança, com a vantagem adicional de poderem otimizar o seu tempo, podendo realizar formação profissional onde e quando quiserem. Esta plataforma e a possibilidade de realizar os cursos online de forma gratuita, vai estar disponível para todos os profissionais de todas as oficinas, assim como para estudantes da área e para profissionais do aftermarket.

Para usufruir desta oferta e realizar a formação online gratuita, realizando os vários cursos disponíveis, basta registar-se no formulário, aceder à plataforma Campus Eina e inserir os dados de acesso atribuídos após o registo.

O Grup Eina vai ainda oferecer a todos os utilizadores que se registem na plataforma Campus Eina, durante o período desta ação, um pack de boas vindas, que será entregue no final.

O Campus Eina é uma plataforma de formação online, que permite aos profissionais realizarem a sua formação onde e quando quiserem, estando disponível 24 horas por dia e 365 dias por ano, com a certificação profissional dos cursos realizados. Esta plataforma disponibiliza + de 75 cursos técnicos, + de 10.500 recursos multimédia, vídeos tutoriais passo a passo, entre outras ferramentas que tornam as formações online mais eficazes.

Mais informação sobre o Grup Eina estão disponíveis em www.grupeina.com.



HÁ **40** ANOS AO SERVIÇO
DOS PROFISSIONAIS E DAS EMPRESAS
DO SETOR AUTOMÓVEL



Sede (Loures): Rua Francisco Salgado Zenha, 3 - 2685-332 Prior Velho - Tel: 21 942 78 70
Delegação (Maia): Rua Alves Redol, 370 - 4425-613 Pedrouços - Tel: 22 906 92 90

Cromax lança novo corante para Base Bicamada Cromax Pro

ACromax alargou a sua oferta Cromax Pro com o novo corante Pure Blue WB22 Cromax Pro. O corante Pure Blue WB22 Cromax Pro é um azul-esverdeado muito cromático que segue a tendência clara dos OEM em utilizar azuis muito cromáticos nas suas fórmulas de cor originais. O corante Pure Blue WB22 Cromax Pro pode ser utilizado em algumas cores lisas, mas é particularmente adequado para cores de efeitos.

A fórmula do Pure Blue WB22 Cromax Pro está agora disponível no ChromaWeb, o software de gestão de cor da Cromax.



Tiresur lança novo pneu para comerciais da Triangle

Está disponível o novo pneu para veículos comerciais ConneX Van TV701 da Triangle, marca que a Tiresur representa em exclusivo para Portugal e Espanha. O novo ConneX TV701 é o pneu ideal para os profissionais que procuram aumentar a quilometragem do seu Furgão ou Van, aumentando a durabilidade dos seus pneus.

O seu design exclusivo tem nas suas performances mais importantes, a redução do consumo de combustível, com a respectiva

poupança económica e maior proteção do meio-ambiente.

O ConneX TV701 é um pneu robusto que ainda assim oferece uma condução segura e muito confortável, que está disponível numa ampla seleção de medidas de 165/70R14 89/87S a 235/65R16 115/113S.



Portal da ZF Aftermarket agora com catálogo de produtos online

A ZF reviu completamente o seu portal de aftermarket e acrescentou novas funções. Uma delas é o catálogo de produtos online, com uma vasta gama de opções de pesquisa e que integra todas as marcas da ZF Aftermarket.

Para os utilizadores registados, a quantidade e detalhe da informação disponível aumenta. Na secção "Informação Técnica", o utilizador pode encontrar

instruções de montagem em vídeo, factos interessantes sobre alterações de materiais ou design, informação técnica para a instalação e desmontagem de peças de substituição, informação sobre produtos (por exemplo, fichas de dados de segurança ou listas de lubrificantes), dicas para evitar danos nos produtos e muito mais. Esta informação é acessível após um registo gratuito em aftermarket.zf.com.

→ Num minuto...

Na época de defeso a **Autozitânia** fez uma contratação de peso, com a Bosch a juntar-se ao seu extenso portfólio de marcas e produtos.

Decorrente da sua parceria com a marca **Open Parts**, a Alecarpeças adicionou mais uma gama ao seu portfólio desta marca, os kits de proteção de amortecedor.



OPINIÃO

COMO VENDER MAIS NA OFICINA - As relações entre as chefias e os produtivos

As relações entre as chefias e os produtivos é fundamental para a rendabilidade oficinais. Sabemos que quanto maior é a rendabilidade maior é o número de horas faturadas.

Um dos grandes problemas oficinais é a distribuição de trabalhos pelos colaboradores produtivos. Quer seja pela confiança na qualidade e eficiência do trabalho realizado, pela formação ou falta dela em alguns colaboradores, por algum tipo de "penalização", pela falta de organização, ou para que a chefia se sinta confiante na realização do trabalho, existe alguma tendência para que as mesmas atribuam sistematicamente algum tipo de trabalhos aos mesmos colaboradores. Este tipo de gestão gera, normalmente, mau estar entre eles destruindo a sua "atitude" assim como o espírito de equipa que deve reinar numa oficina.

Com alguma frequência se ouvem comentários de que os trabalhos pesados são sempre para os mesmos ou faço sempre os mesmos trabalhos...

A distribuição equitativa dos trabalhos em função das competências de cada um é fundamental para a autoformação, para a motivação, para o espírito de equipa e para a realização dos trabalhos em tempo útil ou cumprindo os tempos estabelecidos. Os ganhos em produtividade são evidentes, transformando-os em mais vendas oficinais.

Esta relação com os produtivos, deverá ser extensível a todos os outros colaboradores. Incentiva as equipas, torna-as coesas com ganhos substanciais ao nível da qualidade de serviços prestados.

PAULO QUARESMA
GTAVA.PT

Fuchs quer voltar a ganhar em 2021 nos ralis e na Montanha

Depois dos títulos obtidos em 2020, o piloto Vitor Pascoal, patrocinado pela Fuchs, quer voltar a repetir os mesmos sucessos nos ralis e na Montanha.

Em 2020, venceu com o seu Porsche 991 GT3 Cup, lubrificado com os óleos de alta performance Titan da Fuchs, o Campeonato de Portugal de Ralis GT e o Campeonato de Portugal de Montanha GT.

Vitor Pascoal reconhece o valor deste apoio "não só a nível monetário, mas também pelos lubrificantes. A qualidade é muito importante na mecânica para a fiabilidade e a resistência do material. E realmente estamos satisfeitos. Desde que ando com esta viatura que usamos os produtos da Fuchs e não me recordo de partir uma caixa de velocidades nem de desmontar componentes do carro e encontrar desgastes por problemas relacionados com os lubrificantes, o que acontece muitas vezes". Vitor Pascoal diz que a excelente qualidade dos óleos Titan "são essenciais para o sucesso".

Por isso, a Fuchs e Vitor Pascoal querem renovar os títulos em 2021.

Nova gama Urania da Petronas



A Petronas Lubricants International efectuou a apresentação da sua nova gama de óleos Urania, desenvolvida não só para toda a tipologia de camiões como para veículos comerciais. Um dos destaques desta gama é a nova tecnologia StrongTech.

A nova gama de óleos Urania amplia os intervalos entre manutenções, minimiza o desgaste, reduz o tempo de inatividade inesperado e, em última instância, garante flexibilidade operacional completa, através de uma fórmula exclusiva.

A nova fórmula foi desenvolvida com tecnologia StrongTech no PLI Global Research & Technology Centre em

Santena (Turim, Itália) e permite aos veículos manter-se mais fortes durante mais tempo, pois o óleo forma uma película fluida excepcionalmente potente. Cadeias de moléculas incrivelmente robustas bloqueiam a fuligem de forma a manter um nível ótimo de viscosidade e protegem contra o desgaste e a oxidação, reforçando a eficiência do óleo até à manutenção seguinte.

O Petronas Urania foi concebida para estimular a vida útil do motor em condições de pressão, para que este continue a ser fiável para os gestores de frota, e também para mitigar as ameaças que quem vive a sua vida atrás de um volante atualmente enfrenta.

PUBLICIDADE

Tudo o que aprendemos em alta competição aplicamos aos nossos produtos



Inventemos o futuro

Lubrificantes Repsol Elite

A tecnologia mais avançada testada em alta competição

- Produtos de vanguarda em proteção e eficiência para o cuidado e duração do motor
- Homologados pelos principais fabricantes



Mais informação em repsol.pt

AS 12 CAUSAS



Pela SUA Segurança
e o Meio Ambiente



MARÇO Suspensão e Direção



Amortecedores em mau
estado de conservação
aumentam a distância de
travagem em 35%

Pela sua segurança
Verifique o estado dos
amortecedores a cada 20.000km

Pelo Meio Ambiente

O recondicionamento de
cremalheiras e bombas de direção
permite a redução das
emissões de CO₂

 HUMBERPEÇAS

 CELPARTS

 samiparts

 PECAS
AUTO & MOTO

 m peças

N
NOTÍCIAS



Dica Ambiental by
Eco-Partner

Gestão de resíduos em oficinas

As boas práticas de Gestão de Resíduos em oficinas destinam-se a otimizar económica e ambientalmente o sistema de gestão ambiental, ou dos resíduos em particular, melhorando a sustentabilidade do seu negócio, para além do cumprimento das obrigações legais associadas a esta temática.

A correta gestão de resíduos numa oficina passa pela implementação de mudanças nos hábitos da organização e uma monitorização permanente para que se consigam resultados a médio e longo prazo.

As principais vantagens de uma boa gestão de resíduos em oficina são:

- Redução de custos
- Estímulo à organização
- Diminuição de acidentes
- Redução do impacte ambiental
- Melhoria da credibilidade/imagem

A correta separação e armazenamento dos resíduos constituem 2 pontos fundamentais na gestão de resíduos.

SEPARAÇÃO E ARMAZENAMENTO

Para separar os resíduos de maneira adequada é preciso atenção aos tipos de materiais. Os resíduos resultantes da manutenção automóvel devem ser separados nos ecopontos respetivos, por tipo/fluxo de resíduo, para posterior valorização/reciclagem e consoante a sua perigosidade, de modo a evitar riscos para saúde humana e danos ambientais. Em resumo, é muito importante a separação por tipo/fluxo de resíduos, para evitar as misturas dos diferentes fluxos. A mistura de resíduos é um dos principais fatores para o aumento dos custos e da perigosidade na gestão de resíduos.

O acondicionamento de resíduos deverá ser feito em locais junto da(s) fonte(s) de produção, em recipientes próprios para o efeito, impedindo que ocorram misturas de resíduos, sendo que para tal, os vários recipientes deverão possuir rotulagem adequada e clara. O acesso ao ecoponto deverá ser fácil, estar sempre desimpedido e, se possível, deverá ser reduzido o volume das embalagens (espalmar) antes da deposição, permitindo uma otimização do acondicionamento e uma redução dos custos.

Após o enchimento dos recipientes estes deverão ser fechados de forma estanque (barricas e bidons), e armazenados em locais indicados até que se proceda à sua recolha e encaminhamento para empresas licenciadas para o seu tratamento.

Eco-Partner, SA a Sua parceira no Ambiente...

RPL Clima nos catálogos TecDoc e TecCat

ARPL Clima dá mais um passo em frente rumo ao futuro anunciando que os seus produtos já estão disponíveis nos catálogos TecDoc e TecCat. Desta forma, a RPL Clima oferece produtos para todas as áreas da Climatização Automóvel através da identificação de matrículas e referências originais. A RPL Clima é hoje um dos principais fornecedores de peças para climatização



automóvel na Península Ibérica. Com 21 anos de história foi possível chegar hoje a um patamar onde conta com mais de 7.000 referências em stock.

Num minuto...

A Radiadores Confraria, empresa de Leiria, especialista em radiadores para múltiplas aplicações, lançou um novo website (www.radiadoresconfraria.com/).

Marília Machado dos Santos ingressa na SIVA para assumir as funções de Diretora Geral da Volkswagen em Portugal.

Brilliant Blue é o novo corante da **Spies Hecker**

Através do Brilliant Blue a Spies Hecker lançou um novo corante para reproduzir na perfeição alguns novos tons de azul que aparecem cada vez mais nos carros modernos. Os especialistas em cores esperam que a popularidade do azul continue a aumentar, e é por isso que os pintores necessitam de material de alta qualidade para reparar os vários tons de azul na estrada.

A marca de repintura Spies Hecker respondeu a essa necessidade lançando um novo corante para o seu Sistema de Base Bicamada 480 Hi-TEC Permahyd. O tom azul-esverdeado do corante Brilliant Blue 480 WT 318 Hi-TEC Permahyd permite reparar na perfeição muitos tons azuis atuais dos fabricantes de automóveis. Este novo corante pode ser utilizado para cores de efeitos, assim como cores lisas.

As fórmulas do Brilliant Blue estão agora disponíveis no Phoenix, o software de cor da Spies Hecker.

PUBLICIDADE

Liqui Moly Iberia cresce a dois dígitos

A pandemia também afetou a Liqui Moly a nível mundial, mesmo se o volume de negócios aumentou 7,1%, atingindo um novo valor recorde. Os lucros reduziram-se para 25 milhões de euros, também porque, durante a crise, esta empresa de média dimensão investiu quase 45 milhões de euros em medidas de marketing.

“A nossa aposta foi um forte investimento, o que nos distinguiu dos nossos concorrentes. Apesar da implementação minuciosa das medidas de higiene, dos planos de proteção e do teletrabalho, estávamos disponíveis 24 horas por dia para os nossos clientes e aumentámos enormemente a nossa presença em todos os meios de comunicação. O nosso crescimento é apenas a consequência lógica das nossas

ações”, explica o CEO Ernst Prost. A empresa voltou a fazer manchetes novamente em 2020, graças à sua responsabilidade social. Um subsídio de coronavírus para todos os trabalhadores e doações de produtos de valor superior a 5,5 milhões de euros a bombeiros, serviços de emergência, organizações de primeiros socorros e outras organizações sem fins lucrativos foram medidas óbvias para a empresa.

O ano de 2020 foi também o melhor de sempre para a Liqui Moly Iberia. Em comparação com 2019, foi registado um importante crescimento de 15,4% nas vendas. “Foi um ano muito desafiante para o mercado, mas foram tomadas as medidas adequadas para apoiar os nossos clientes e, com o esforço de toda a equipa, colhemos estes frutos”, sublinha Matthias Bleicher, CEO da Liqui Moly Iberia. Contas feitas, dos 12 meses do ano, em oito deles a Liqui Moly Iberia bateu recordes de vendas. Janeiro, fevereiro, julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro registaram volumes de vendas nunca antes alcançados, em comparação com os mesmos meses de anos anteriores.



LANÇAMENTO NOVO SITE TTECH

01/03/2021

VISITE EM STORE.TTECH.PT



Novo **website**, nova
imagem e novos produtos



PROBLEMA

O óleo é considerado um resíduo perigoso e, quando pinga no chão, tem que ser eliminado com produtos próprios.

SOLUÇÃO

A LIQUI MOLY tem dois produtos muito eficazes e testados para eliminar as manchas de óleo, quer sejam quantidades maiores ou pequenas manchas mais localizadas. Uma coisa é certa, as manchas de óleo devem ser sempre eliminadas com produtos eficazes e desenvolvidos para esse efeito.

O Absorvente de Óleo [Ref.

7250] da LIQUI MOLY, à base de 100% de espuma rígida de poliuretano, é muito rentável uma vez que não absorve a água, reagindo apenas com óleos e todo o tipo de produtos químicos. Pela sua composição, não provoca irritação da pele nem problemas respiratórios. Basta aplicar o granulado sobre o líquido a eliminar com uma espessura de aprox. 5 mm e limpar após um período de atuação suficiente. O absorvente deve depois ser eliminado de acordo com as normas legais para este tipo de resíduos. Muito eficaz em superfícies grandes.

Vantagens

- » Combustível sem resíduos
- » Aplicação no interior e exterior
- » Elevado rendimento
- » Adequado também para serviços de reboque e bombeiros
- » Pode ser utilizado em base molhada
- » Absorve óleo, combustível e produtos químicos hidrofugos



O Removedor de Manchas de Óleo [Ref. 3315]

elimina de forma rápida e económica manchas de óleo prejudiciais ao ambiente em todo o tipo de superfícies absorventes e não absorventes, como betão, clínquer, etc. Deve pulverizar as superfícies sujas a uma distância de cerca de 20 cm e deixar atuar cerca de 20 a 30 min, limpando em seguida. Além disso, este produto permite também analisar perdas de óleo em motores. Basta limpar e secar o motor e pulverizar os pontos de união no motor e deixar secar. Nos pontos com fuga o produto adquire uma cor diferente.



Vantagens

- » Elimina pequenas manchas de óleo
- » Aplicação em todo o tipo de superfícies e pisos
- » Utilização fácil e eficaz
- » Permite analisar perdas de óleo em motores

Novos aditivos Eni melhoram a eficiência energética dos motores

A Eni desenvolveu novos aditivos detergentes isentos de enxofre para lubrificantes à base de compostos cílicos de calixarenos. Estes novos aditivos Eni receberam o prémio para Melhor Tecnologia Petroquímica de 2020.

Os lubrificantes para automóveis à base destes novos aditivos são compatíveis com os sistemas de pós-tratamento de gases de escape para a redução das emissões poluentes e melhoram a eficiência energética dos motores ao reduzir as perdas por atrito, o que limita significativamente as emissões de CO2.



Graças à presença de detergentes à base de calixarenos, estes novos lubrificantes para automóveis superaram com sucesso os testes de economia de combustível da Associação Europeia de Fabricantes de Automóveis e das especificações Mercedes Benz com excelentes resultados de economia de combustível, os quais ficaram cerca de 50% acima dos limites das especificações.

Car Academy cria “Reuniões Técnicas” para mecânicos

A Car Academy criou um novo conceito para ajudar os profissionais da reparação automóvel, que denominou de “Reuniões Técnicas”. Semanalmente serão debatidos alguns diagnósticos trazidos não só pelos técnicos de teleassistência da Car Academy, mas também pelos próprios participantes da reunião. O objetivo das reuniões é criar uma partilha de

informações entre todos os intervenientes, que poderão trazer os seus casos reais do dia-a-dia para debate. Durante aproximadamente três horas, serão criadas sinergias entre as bases de dados dos técnicos a Car Academy, e a experiência de terreno dos participantes. Poderá fazer a inscrição online Inscrições Online: www.caracademy.pt/inscricoes

Motul apresenta novo líquido de travões

A Motul passou a ter no seu portfólio o novo líquido para travões RBF 700, ampliando e aprimorando a sua linha de líquidos para travões orientada para a competição mas também para uso no dia-a-dia, onde os sistemas de travagem devem funcionar com precisão, resistindo a temperaturas muito altas. O Motul RBF 700 cumpre a norma DOT 4, o que o torna compatível e recomendado para veículos de alto rendimento no uso quotidiano. Também oferece rendimento superior em comparação com os produtos convencionais, graças ao seu ponto de ebulição mais alto do mercado “em seco” de 336°C. Ao mesmo tempo, foi melhorado o ponto

de ebulição “húmido”: 205°C, o que permite manter o máximo rendimento em condições de humidade. A extrema resistência a elevadas temperaturas do líquido reduz a necessidade de ventilação dos componentes do circuito dos travões, o que permite uma potencial melhoria dos coeficientes de penetração aerodinâmica.



Num minuto...

O Grupo Metelli lançou novas bombas de água para Audi, Seat, Skoda e Volkswagen.

A gama EASY FIT da NRF, que inclui as peças de montagem, tem agora uma abrangência superior a 2500 referências.

RedelInnov foi nomeada Distribuidor Oficial Autel Ibérica - Portugal

A RedelInnov integrou na sua oferta de equipamentos oficiais a marca de equipamentos de diagnóstico Autel, depois de ter sido nomeada Distribuidor Oficial da Autel Ibérica.

A RedelInnov passa assim a oferecer aos seus clientes uma das melhores e mais abrangentes marcas de equipamento de diagnóstico, disponibilizando de imediato soluções para as 3 áreas: gama TPMS (Sistemas de Monitorização de Pressão dos Pneus), ADAS (Sistemas Avançados de Assistência à Condução) e equipamentos de diagnóstico profissional (da mais simples à mais avançada ferramenta de diagnóstico e programação), além de toda a restante gama de equipamentos da Autel. Como factor fundamental de sucesso desta nova parceria, foi considerado pela Autel Ibérica um pilar essencial o departamento técnico da RedelInnov, que passará a prestar todo o apoio ao mercado no que se refere à pré-venda, demonstrações, entrega e formação relativa aos equipamentos e, sempre que necessário, apoio técnico para resolução de todas as dúvidas que possam surgir aos utilizadores das oficinas, através de call-center próprio de RedelInnov.

PUBLICIDADE

TTech apresenta catálogo 2021

A TTech, empresa portuguesa que opera na área dos acessórios e componentes auto e que representa a Tech One em Portugal, acaba de lançar o seu catálogo de produtos de 2021. Braço direito da TechOne na Europa, a TTech tem vindo a trabalhar no mercado português os produtos deste “gigante” brasileiro, que possui uma gama muito diversificada na área do componentes e acessórios, através das marcas TechOne, Svart e Code

Cada vez mais aceites no mercado nacional, os produtos Tech One, Svart e Code têm agora um novo catálogo, de 78 páginas, com as principais novidades lançadas pela TechOne, que foi desenvolvido pela TTech, consoante as necessidades dos clientes (particulares e profissionais) em Portugal. Poderá consultar aqui o catálogo da TTech: www.ttech.pt/catalogo-ttech-2021/



Magneti Marelli lança novos motores de arranque e alternadores

A Magneti Marelli Aftermarket apresentou os seus mais recentes desenvolvimentos na gama de motores de arranque e alternadores.

Esta adição de produtos é composta por 102 referências distribuídas entre 89 alternadores e 13 starters. Com esta expansão, a gama de motores de arranque e alternadores conta com mais de 1200 referências e oferece uma cobertura do parque superior a 80%. Com estes lançamentos a Magneti Marelli

pretende posicionar-se como um dos principais players no mercado de aftermarket de arrancadores e alternadores e oferecer soluções para qualquer tipo de necessidade que os seus clientes tenham. Todos os produtos são testados de acordo com os padrões de qualidade dos fabricantes de automóveis e atendem a todas as características de eficiência e durabilidade exigidas. Todas as referências estão disponíveis para clientes da Magneti Marelli.

Óleos testados e comprovados em competição e rally

TITAN



LUBRICANTS.
TECHNOLOGY.
PEOPLE.
FUCHS

FUCHS LUBRIFICANTES e Vítor Pascoal
Campeões de Portugal de Ralis GT
Campeões de Portugal de Montanha GT

FUCHS LUBRIFICANTES, Unip. Lda.

Zona Industrial Maia 1, Sector VII | Trav. Eng. Nobre da Costa | 4470-435 Moreira - Maia

Tel. 229 479 360 | fuchs-pt@fuchs.com | www.fuchs.com/pt

Nokian Tyres apresenta novo centro de testes em Espanha



ANokian Tyres apresentou, num evento que decorreu online, o seu novo centro tecnológico para testes em Espanha, em Santa Cruz de la Zarza.

Jukka Moisio, CEO da empresa, afirmou que este centro se destaca pela preocupação da empresa na sustentabilidade, além da qualidade das instalações, que irão permitir a utilização durante todo o ano o teste dos produtos em várias condições. “Este centro permite-nos testar e desenhar novos produtos. Quando o idealizámos, quisemos ter a certeza que as instalações são as melhores do mundo e estamos muito orgulhosos por isso”. Com mais de 1000 painéis solares, as instalações com telhados em branco e reciclagem da água utilizada nas pistas, a preocupação com o meio ambiente está visível neste novo centro.

A Nokian Tires possui já dois centros de testes na Finlândia – Ivalo e Nokia. Adicionando um terceiro centro tecnológico e testes no clima mais quente de Espanha permite testar durante todo o ano os pneus de verão e inverno, em todas as estações. O objetivo é desenvolver pneus mais seguros, funcionais e ecológicos.

→ Num minuto...

A **Colad** apresenta o Colad Fast Curing System, um aparelho que utiliza a luz UV mais potente para uma secagem rápida no processo de repintura automóvel.



OPINIÃO



O Portugal dos Pequeninos

Portugal é um país pequeno, mas que não necessita ser um pequeno país.

Países como Israel, que têm menos de 9 milhões de habitantes, ou a Suécia com pouco mais de 10 milhões, poderiam ser referências de comparação para o nosso país. Existe, no entanto, uma diferença abismal entre estes dois povos e o português. O português continua a pensar maioritariamente no seu mercado (seja ele regional ou nacional) e, poucas vezes, considera a internacionalização. Faz dois anos que dei formação na Universidade NOVA ao segundo maior distribuidor de peças do Brasil. No Brasil, a venda de peças (e outros bens) entre Estados tem tratamento fiscal diferenciado. Ao longo do curso, quando perceberam que no espaço da União Europeia era possível vender peças auto em qualquer país, sem questões fiscais associadas, a pergunta surgiu quase de imediato: “Então vocês estão vendendo na Europa toda, né?”

Este sentimento de conquista e de cidadãos do mundo, tem de ser novamente cultivado.

Somos muito bons em muito daquilo que fazemos e seguramente não somos inferiores, quando comparados com outros colegas europeus ou de outras regiões do planeta.

Somos bons mas não temos escala, e, seguramente não a encontraremos no nosso país. É por isso que necessitamos alargar os nossos horizontes. É como dizer que o Sr. Manuel

da mercearia de bairro é fantástico (e é, mas vai continuar a trabalhar para pagar salários e impostos) contudo é a grande distribuição que negoceia à hora, a remuneração dos seus depósitos bancários.

É verdade que não temos um país que nos ajude como empresários. E não estou a falar dos, muitas vezes, nefastos “subsídios”.

Mas nós temos outros ativos, como a facilidade brutal na língua, para podermos comunicar com a américa-latina toda (português e espanhol). Temos toda a europa que fala inglês nos negócios e a nova geração portuguesa também fala. Para quem esteve em França, Bélgica ou Luxemburgo emigrado, o norte de áfrica fala francês nos negócios.

Somos um povo que não tem anticorpos em lado nenhum e que é muito bem aceite em qualquer país. Para aqueles que não conhecem esta realidade, se forem até Marrocos, verifiquem a transformação na comunicação e na simpatia, quando nos apresentamos e dizemos que somos portugueses.

Temos este capital “diplomático”, temos competência, temos know-how do negócio, somos um país europeu e da União Europeia. Somos um país com uma cobertura de internet em condições, temos competência ao nível de ferramentas digitais no setor e somos conhecidos pela nossa capacidade de adaptação ao meio envolvente.

Com tudo isto, só nos falta mudar o mindset de Portugal dos Pequeninos, para Grande Portugal. E já agora, não esqueçamos uma das nossas maiores riquezas que um dia será explorada por alguém, que são as nossas águas oceânicas... Vamos lá Portugal!!

DÁRIO AFONSO
ACM

DOMINGOS & MORGADO

CONSIDERADA PARCEIRO PRESTIGE

GRENKE 2020



RENTING

**SOMOS LIDER DE VENDAS
DE EQUIPAMENTOS OFICINAIS EM RENTING**

MAIS DE
500
EQUIPAMENTOS VENDIDOS
EM RENTING NOS ÚLTIMOS 3 ANOS

PARA ALÉM DA VENDA DE EQUIPAMENTOS DE OFICINA, SOMOS RECONHECIDOS NO MERCADO COMO **PARCEIROS DE NEGÓCIOS COM SOLUÇÕES PARA OS NOSSOS CLIENTES**

ALGUMAS DAS RAZÕES PORQUE OS CLIENTES USAM O RENTING COM A D&M:

Acompanhamos o contrato do cliente desde o seu início até ao seu fim

Ajudamos o cliente na gestão do seguro para o equipamento

Temos ligação directa ao contrato, durante a sua vigência, para gerir conflitos

Porque temos 100% de sucesso em todos os contratos

Porque temos a experiência de mais de 6 anos a negociar em Renting



**SAIBA MAIS
AQUI**



John Bean



**DOMINGOS
& MORGADO**
EQUIPAMENTOS E JANTES

Via Central de Milheiros, 360 - 4475-330 Milheiros - Maia - Portugal
Email: comercial@domingos-morgado.pt
Telef.: +351 229 618 910
Fax: +351 229 618 919
www.domingos-morgado.pt



Atualidade



RENTING DE EQUIPAMENTOS

Equipamentos sem burocracias

Com cada vez mais adeptos, principalmente pelas suas vantagens económicas, o renting é uma solução rápida e completa para as oficinas se manterem atualizadas tecnologicamente

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

S veículos incorporam cada vez mais tecnologia e as oficinas necessitam de equipamentos que permitam reparar eficazmente os modelos mais recentes. No entanto, acompanhar esta evolução tecnológica pode tornar-se

dispendioso e comprometer a liquidez das oficinas. Atualmente, o renting ou aluguer operacional de equipamentos oficinais é uma solução interessante para mecânicos independentes e para oficinas de pequena ou média dimensão, dando resposta às necessidades de



equipamento das oficinas. Esta solução permite também a possibilidade de aquisição do equipamento no final do contrato, através de uma taxa residual previamente negociada. Em contratos que podem ir de 18 a 48 meses, o renting permite, entre outras vantagens e sem investimento inicial, um serviço de assistência técnica permanente e manutenção preventiva dos equipamentos, reduzindo ao mínimo os tempos de paragem de funcionários e veículos. O acesso a ferramentas tecnológicas, assim como à formação nesses equipamentos, são outros dos motivos pelos quais o



“Em síntese, o cliente paga o uso que dá ao seu equipamento, a empresa de renting paga ao seu fornecedor o equipamento, que poderá negociar em condições mais vantajosas

José Morgado, Domingos & Morgado



“O renting acabou por ser uma solução para muitas empresas quando a banca tradicional passou a ser mais seletiva

Tiago Ribeiro, Grenke



“Se, num período pré-pandemia já assistíamos a um crescimento nesta vertical, com a pandemia aumentou o número de empresas que procuram esta solução

José Capitão - Liqui.do



Como funciona o renting de equipamentos?

- 01.** A oficina contacta o revendedor de equipamentos e indica a máquina/equipamento que necessita;
- 03.** O revendedor simula as condições do contrato e, de seguida, envia digitalmente ao cliente. O cliente recebe o contrato no e-mail e assina digitalmente;

Fonte: Liqui.do

- 02.** O revendedor acede à plataforma da Liqui.do e, apenas com o NIF do cliente, obtém uma decisão sobre o plafond atribuído ao cliente;
- 04.** O revendedor faz a entrega do equipamento/máquina ao cliente e recebe a totalidade da fatura da máquina. O cliente fica a pagar rendas mensais ou trimestrais, durante o período acordado para o aluguer do equipamento.

renting de equipamentos oficiais tem sido cada vez mais procurado. Assim, negociando com a empresa gestora do renting e o fornecedor do equipamento, é possível ter a oficina permanentemente renovada com os equipamentos tecnologicamente mais recentes. “Conhecido de todos os empresários como solução para a aquisição de viaturas, gestão de frotas e investimento informático, o renting também se tem vindo a aplicar, nos últimos anos com sucesso, ao investimento e modernização em equipamento para as oficinas. O renting de equipamentos veio, por isso, ajudar as pequenas e médias empresas e contém em si mesmo um conjunto de benefícios”, afirma José

Morgado, da Domingos & Morgado, que acrescenta: “O renting coloca-nos numa situação onde podemos renovar os nossos equipamentos – por equipamento de última geração. Melhor ainda, o nosso pagamento mensal pode nem sequer sofrer grandes alterações, uma vez que o preço de grande parte dos equipamentos ou se mantém ou está em fase de declínio”.

EQUIPAMENTOS

Embora o renting de equipamentos possa ser feito para qualquer equipamento oficial, no caso da Liqui.do, “os principais equipamentos financiados são: equipamento de diagnóstico, elevadores,

alinhadores de direção, calibradores de rodas, máquinas de desmontagem de pneus, software de gestão oficina, estações de carga de ar condicionado, descarbonizadores, carros de ferramentas, gruas e mobiliário oficina”, explicou à PÓS-VENDA José Capitão, da Liqui.do, que acrescenta: “as empresas procuram formas cada vez mais eficientes de alocar a disponibilidade financeira em investimentos que possam trazer retorno e esta foi uma tendência que se acentuou nesta fase. Se, num período pré-pandemia já assistímos a um crescimento nesta vertical, com a pandemia aumentou o número de empresas que procuram esta solução”.



Começámos a trabalhar primeiro com a empresa alemã Grenke desde 2014, e a partir de 2016 temos no nosso portefólio a empresa portuguesa Liqui.do. A evolução dos nossos negócios varia um pouco com o comportamento da banca para a concessão de crédito, isto é: quando a banca aperta um pouco a análise e concessão do crédito o recurso ao Renting aumenta, o inverso também é verdade. O nosso negócio numa fase inicial atingia os 4%, por volta de 2017 os 10%, e neste momento representa 20% do nosso volume de unidades de máquinas vendidas.

José Morgado – Domingos & Morgado

EVOLUÇÃO DO RENTING DE EQUIPAMENTOS ÀS OFICINAS NOS ÚLTIMOS ANOS

Tiago Ribeiro – Grenke

A pandemia e a falta de liquidez consequente, fez aumentar os pedidos de renting?

A pandemia numa primeira fase adiou alguns negócios que eram para ser realizados em 2020, mas que acabaram por ser realizados no início de 2021.

De que forma o renting poderá evoluir ainda mais no setor oficinal?

Os equipamentos têm cada vez mais uma componente tecnológica, como por ex. os software para oficinas, criando a necessidade de as oficinas terem tecnologia de ponta para prestar o melhor serviço aos seus clientes. Neste sentido, o Renting será a solução que poderá permitir manter a tecnologia de ponta com menor investimento inicial, dando assim, a possibilidade às empresas de manterem a sua liquidez e as suas linhas de crédito junto dos seus bancos.

O renting costuma estar associado a apenas um equipamento ou a vários equipamentos?

O contrato de Renting tanto é solução para um só equipamento, com valor mínimo de 500€, ou para vários equipamentos sem limite de valor. O contrato de Renting permite aos clientes agrupar vários equipamentos de forma a poder ter soluções mais completas de acordo com as necessidades sem despender de grandes investimentos iniciais.

Que dados pode fornecer sobre a evolução do renting?

O quadro abaixo indica-nos que o crescimento médio anual nos últimos 10 anos foi de 17,72%, nos últimos 5 anos de 29,54% e nos últimos 2 anos de 74,29%. Na coluna mais à direita do quadro, verificamos também a média de crescimento anual a 10, 5 e 2 anos. Utilizei como referência para o comparativo de crescimento o ano de 2019, pois foi um ano dito “normal”. No entanto, acho também importante apresentar o impacto que a pandemia acabou por ter nos resultados de 2020.

Análise	Var% ano	Var€ ano
10 anos (2009-2019)	17,72%	233 186,02€
5 anos (2014 - 2019)	29,54%	390 745,35€
2 anos (2017 - 2019)	74,29%	645 723,68€
2020 vs 2019	-35,64%	-1 079 768,44€

Melhor ano 2019

3 029 745,03€

Exemplo pronto pagamento vs renting:

A oficina XPTO por questões de liquidez, apenas está a questionar o investimento em um equipamento. Com o Renting pode investir em mais equipamentos, o que lhe permitirá um melhor serviço com menos investimentos iniciais.

Pronto Pagamento

1 máquina diagnóstico – 1.200€
Valor a despender no imediato – 1.200€

Elevador Auto – 3.000

Total - 6.200€

Valor a despender no imediato com Renting = 293€/ mês

Solução de Renting a 24 meses

1 máquina diagnóstico – 1.200€
Software – 500€
Computador Portátil – 1.500€

Nota: O Renting permite ter acesso a mais equipamentos com menos investimento inicial.

Fonte: Granke

Quais as vantagens do renting de equipamentos?

Para as oficinas

Mais liquidez: o cliente paga rendas mensais/trimestrais, que não comprometem a sua liquidez, ao contrário do que aconteceria se pagasse o equipamento a pronto ou recorrendo ao crédito bancário. O empresário pode adquirir o equipamento sem necessidade de fazer qualquer entrada inicial.

muitas vezes vê-se a trabalhar com equipamentos obsoletos e que comprometem a sua atividade.

Diferenciação da concorrência: o acesso a melhores equipamentos permite oferecer serviços que de outro modo poderiam estar condicionados pela capacidade de investimento. Com o renting é possível alugar equipamentos que ofereçam serviços diferenciadores.

Acesso a equipamentos modernos: permite aceder a equipamentos novos e até de uma gama superior, por uma fração do investimento. Quando uma oficina recorre a capitais próprios,

Vantagens fiscais: As prestações do renting são 100% dedutíveis como despesas operacionais e, não está sujeito ao imposto de selo sobre os juros e abertura do crédito. O IVA é dedutível.

Não necessita de avais dos sócios: Como a aprovação do crédito tem por base os resultados da empresa, a decisão do crédito aprovado não exige os avais dos sócios.

Para distribuidores e representantes de marcas

Aprovação em segundos: A decisão de cada operação de renting não demora mais que 30 minutos e não necessita da apresentação de qualquer documentação prévia, porque a empresa gestora do renting trabalha com bases de dados das empresas.

ao mesmo tempo que beneficia do seu uso. Outro benefício é o facto de o renting manter a dívida fora do balanço, melhorando desse modo os rácios financeiros da empresa, porque não reporta ao crédito bancário cuja informação sai para o Banco de Portugal.

Processo digital: o revendedor necessita apenas do NIF do cliente para simular as condições. A assinatura do contrato é totalmente feita de uma forma digital.

Mais negócio: o plafond aprovado ao cliente pode ser utilizado no renting de mais

do que um equipamento.

Mais liquidez: em vez de bloquear capital em ativos de rápida depreciação, pode pagar esse ativo

Retenção de clientes: no final do contrato, o revendedor pode propor a renovação das condições do renting, com um novo equipamento, ou o cliente pode adquirir o equipamento à empresa de renting, num montante previamente negociado.



“O verdadeiro valor do equipamento está no uso que lhe é dado e não na sua posse” José Capitão – Liqui.do

O que pode variar num contrato de renting?

O nosso algoritmo atribui as condições de renting em função da análise de risco do cliente, da duração do contrato, do setor, etc. Ou seja, dois clientes podem fazer renting do mesmo equipamento, ter um contrato com a mesma duração, simulados pelo mesmo revendedor e ainda assim terem uma ligeira diferença nas condições aprovadas. As nossas decisões são dadas pela plataforma de acordo com o algoritmo que a nossa equipa desenvolveu, com base em machine learning, market intelligence, inteligência artificial e cloud computing. Desta forma conseguimos oferecer preços muito mais competitivos aos melhores clientes, ao mesmo tempo que garantimos a aprovação para uma franja muito significativa de clientes que não são tradicionalmente aprovados. Com o plafond aprovado, o cliente pode optar por fazer renting de uma ou várias máquinas, em função das suas necessidades. O que observamos é que os nossos clientes fazem contratos recorrentes para diversos equipamentos e com diferentes fornecedores.

Como tem evoluído o renting de equipamentos às oficinas?

Esta é uma área onde o renting tem crescido e onde as oficinas encontram cada vez mais valor. As empresas procuram formas cada vez mais eficientes de alocar a disponibilidade financeira em investimentos que possam trazer retorno. Os empresários desta área já perceberam que o verdadeiro valor do equipamento está no uso que lhe é

dado e não na sua posse. A possibilidade de mudar os equipamentos no final do contrato e de não utilizarem equipamentos obsoletos também tem peso na hora de optar pelo renting. Este é hoje um dos nossos principais mercados. Temos já mais de €3M financiados e o crescimento tem sido muito acentuado nos últimos anos, com mais de 100 parceiros a trabalhar connosco regularmente.

De que forma o renting poderá evoluir ainda mais no setor oficinal?

Acreditamos que este é um setor onde o renting ainda pode crescer. Embora sejam já muitas as empresas que recorrem ao renting de equipamentos para equipar as oficinas, ainda existe muito mercado para explorar. Este é um setor onde o recurso ao renting é relativamente recente. Com a evolução da tecnologia e com a inovação que encontramos atualmente neste setor, as empresas sentiram necessidade de procurar soluções que lhes permita maior flexibilização dos investimentos em equipamentos, surgindo o renting como um bom aliado de negócio. Além disso, quanto melhor conhecemos este mercado, mais oportunidades e novos produtos podem surgir, que possam colmatar eventuais necessidades. Parte destas empresas têm também plafond aprovado que nunca foi utilizado. Além das máquinas oficiais, este plafond pode ser alocado a outros equipamentos que existem nas oficinas, como computadores, impressoras, smartphones, etc.



TURBOCLINIC

Especialista em equipamentos para a reparação de turbos, a Turboclinic disponibiliza também uma modalidade de renting: o TurboClinic Rent. Nuno Lopes, Assistant Manager da TurboClinic, explica que “a reparação de turbos é um negócio com elevado potencial e em constante crescimento”, fruto de “um parque automóvel cada vez mais equipado com turbocompressores”. Para o Assistant Manager, o TurboClinic Rent vem “permitir às oficinas iniciarem-se nesta área com o equipamento mais completo do mercado para a afinação de turbos de geometria variável com um investimento reduzido face à rentabilidade”. Logo, é possível às oficinas “rentabilizar o investimento inicial mensal

logo no primeiro mês”. O TurboClinic Rent dispõe de 2 períodos de renting 36 ou 48 meses durante os quais os clientes podem usufruir, para além da VNT i, das Funções Adicionais da VNT, do TurboClinic Premium Service, da Subscrição Anual do Equipamento, da Extensão de Substituição ou Reparação de Componentes, de formação para a utilização do equipamento e de assistência técnica remota e em tempo real.

CAIXABANK EQUIPMENT FINANCE

O CaixaBank Equipment Finance, empresa do Grupo CaixaBank especializada no aluguer de equipamento a longo prazo, já opera em Portugal. A entidade disponibiliza soluções de Renting de Equipamentos, para



Mário Rui Ferreira, Gravity Paint

“Em Dezembro passado, a GravityPaint decidiu dar início a mais um novo projeto. Com o “GravityRent”, todos os nossos clientes poderão alugar o equipamento pretendido, quer ele seja um elevador, um aspirador, uma pistola de decapagem, uma lixadeira, uma polidora excêntrica, uma máquina de soldar, uma máquina de lavar pistolas, um trolley de ferramentas, etc. Dispomos de equipamentos das seguintes marcas: Festool, Finixa, Anest Iwata, Flex, DeWalt, Bosch, Makita, PowerED, Lincoln e Astra.

Vantagens deste serviço:

- O Cliente poderá ajustar o seu parque de ferramentas de acordo com o volume e tipo de trabalho em curso naquele espaço de tempo
- Redução do investimento inicial em equipamentos
- Possibilidade de trabalhar sempre com a última geração de equipamentos
- Assistência técnica com equipamento de substituição no caso de avaria
- Manutenções e reparações incluídas no valor do aluguer
- Possibilidade de escolher 4 prazos de aluguer: até 1 semana; de 1 semana a 1 mês; de 1 mês a 6 meses; até 36 meses
- Equipamentos fornecidos com etiquetas personalizadas
- Possibilidade de devolução ou renovação do aluguer

diferentes setores incluindo o do pós-venda automóvel, dirigidas ao mercado empresarial. Tendo em conta a transversalidade destas soluções de Renting, as empresas portuguesas têm agora mais uma forma de aceder aos equipamentos necessários ao desenvolvimento da sua atividade, nomeadamente nos setores dos transportes, logística, entre muitos outros. A entidade atua em parceria com o BPI, que assegura o desenvolvimento da atividade comercial e o relacionamento com os Clientes. Este alargamento de operações faz parte da estratégia anunciada anteriormente pelo Grupo CaixaBank que prevê disponibilizar, de forma faseada, uma solução integral de renting de equipamentos, leasing e empréstimos, dirigida ao mercado empresarial em Portugal.



Gama alargada

Garantia até 24 meses

Qualidade comprovada

Tecnologia de vanguarda




FIGIEFA

Legislar a evolução do mercado pós-venda

A FIGIEFA trabalha de perto com a Comissão Europeia para assegurar que os interesses do mercado pós-venda independente são devidamente representados e protegidos. Saiba o que poderá mudar nos próximos anos

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

No passado dia 4 de fevereiro, a Comissão Europeia publicou o Programa de Trabalho sobre as Indústrias Automóvel e de Mobilidade 2021/2022. O conjunto de propostas, que são responsabilidade da DG GROW, o departamento da Comissão responsável pela política da União Europeia em termos de mercado interno, da indústria, do empreendedorismo e das PME, irá estruturar a agenda política e legislativa durante os próximos meses.

Acesso a dados a bordo do veículo

A Comissão Europeia irá avaliar opções regulamentares relativamente à reparação e manutenção remotas e a outros serviços com base em dados gerados por veículos. A nova proposta de política sobre o acesso a dados a bordo do veículo, que

alteraria o Regulamento 858/2018 relativo à Homologação e à Fiscalização dos Veículos a Motor e seu Reboques, e dos seus Sistemas, Componentes e Unidades Técnicas Destinados a esses Veículos, deverá ser adotado pela Comissão no quarto trimestre de 2021.

Euro 7

A Comissão Europeia espera finalizar a proposta de uma norma de emissão “Euro 7” para todos os automóveis, carrinhas, camiões e autocarros, que englobaria medição em tempo real de emissões para assegurar que veículos nas estradas da UE são limpos durante toda a sua vida útil e possivelmente estabelecer novos limites de emissão de poluentes. A entrada em vigor da visada norma de emissão “Euro 7” não é esperada antes de 2025. Esta legislação irá provavelmente acelerar a substituição

esperada dos motores de combustão interna por outros tipos de grupos motopropulsores (elétricos, hidrogénio...).

Implementação do Regulamento de Homologação

A Comissão Europeia pretende atualizar o Anexo X do Regulamento 2018/858 para progresso técnico, incluindo os requisitos relativos ao acesso a informações do sistema de diagnóstico a bordo (OBD) e Informações relativas à Reparação e Manutenção (RMI) de veículos. O Grupo de Peritos deverá recomendar a proposta no terceiro trimestre de 2022 com a adoção pela Comissão Europeia até ao final de 2022. A FIGIEFA, juntamente com os seus parceiros da AFCAR e a CLEPA, submeteu um contributo com as propostas finais visando melhorias antes da adoção pela Comissão Europeia.

ACESSO AOS WEBSITES DOS FABRICANTES

A Comissão Europeia está a avançar no sentido da referência cruzada com a norma ISO 18541 fornecendo um acesso normalizado aos sítios web de fabricantes de veículos. A norma ISO 18541 não inclui as novas provisões introduzidas pelo Regulamento de Homologação 858/2018, tais como o fornecimento em bloco das informações relativas à RMI e num formato de dados passíveis de tratamento eletrónico e de leitura automática. Contempla, ao invés, casos de utilização com um acesso 1:1 personalizado segundo as necessidades do nível de reparação (retalho), mas não segundo as necessidades de outros segmentos do mercado pós-venda automóvel independente. A AFCAR e CLEPA propuseram à DG GROW a inclusão de clarificação adicional que salientaria esse pressuposto de conformidade indicando que a ISO 18541 se aplica unicamente ao formato de acesso normalizado, mas não ao “formato de dados passíveis de tratamento eletrónico” introduzido pelo Regulamento de Homologação 2018/858.

SERMI

O regime SERMI original é um regime de acreditação, criado com vista a fornecer a operadores independentes um regime de certificação para aceder a informações relativas à RMI relacionadas com a segurança, definido com critérios de teste claros como RMI relacionadas com utilização não autorizada. A DG GROW incluiu no seu projeto inicial uma nova adição: uma referência a uma intitulada “atividade empresarial ilegítima”. Verificar se um negócio independente estaria envolvido em “manipulação de emissões” estava incluído para fazer parte da futura verificação realizada no decurso de uma acreditação de um operador independente antes de este obter o respetivo certificado SERMI. A FIGIEFA indicou que o texto não possuía critérios de teste/procedimentos de teste e requisitos de desempenho inequívocos para toda a diversidade de técnicas de manipulação listada no projeto, e que não é possível estabelecer de forma precisa se um veículo foi manipulado, nem indicar por quem.

PORTA OBD

Apesar da intenção da DG GROW de clarificar que o fluxo direto de dados de diagnóstico do veículo deverá estar acessível através da porta OBD, o seu projeto inicial poderia, ao invés, ter aberto a porta a interpretações contraproducentes e perigosas, restringindo os fluxos de dados acessíveis através do OBD. A AFCAR e CLEPA solicitaram a melhoria da clarificação do âmbito e intenção originais da legislação.

MVBER

Com a expiração do Regulamento relativo à Isenção por Categoria no Setor Automóvel

(“Motor Vehicle Block Exemption Regulation - MVBER”) em 2023, a DG COMP lançou um processo de revisão para avaliar o seu impacto. O MVBER permitiu a operadores independentes concorrer numa base igualitária com redes autorizadas. No entanto, o espaço para concorrência diminuiu na última década devido a vários novos desenvolvimentos tecnológicos. Além disso, o MVBER estabelece os limites de concorrência entre operadores independentes e redes autorizadas, enquanto os fabricantes de veículos estão cada vez mais diretamente envolvidos no serviço, reparação e manutenção de veículos. A FIGIEFA defende que a referência para a concorrência deve ser movida das redes autorizadas para os fabricantes de veículos.

VEÍCULOS ELÉTRICOS

A Comissão Europeia pretende introduzir nova legislação em torno da reparação e manutenção de veículos elétricos, onde se inclui: mandatar a utilização de OBD para acesso a dados do veículo relativos a reparação e manutenção de VE; Especificar um protocolo a ser utilizado na reprogramação de UCE em VE; Tornar todos os parâmetros internos do módulo de bateria disponíveis, da mesma forma que outros dados do veículo; Fornecer documentação completa e atempada; Fornecer todas as informações RMI eletronicamente, num formato de leitura automática que fabricantes de ferramentas possam utilizar para desenvolver ferramentas de diagnóstico e disponibilizar peças para reparação da bateria.

PROTEÇÃO DO DESENHO E CLÁUSULA RELATIVA ÀS REPARAÇÕES

Em dezembro de 2020, a Comissão Europeia publicou uma Avaliação de Impacto Inicial como parte da sua nova estratégia de política sobre propriedade intelectual. A questão da integridade do mercado pós-venda de peças de substituição de “correspondência obrigatória” visível para

os milhões de proprietários de veículos e para os fornecedores de peças sobresselentes ainda não está harmonizada na União Europeia. Os próximos passos esperados são a preparação de uma Avaliação de Impacto, bem como uma consulta pública sobre as opções específicas consideradas à luz da potencial reforma da legislação relativa à proteção do desenho da UE.

CIBERSEGURANÇA

No momento, não existe legislação regional/UE que apoie as necessidades específicas do mercado pós-venda, em que a cibersegurança não deve ser utilizada para restringir/limitar o acesso a veículos, respetivos dados, e funções pelos fabricantes. Da mesma forma, legislações nacionais/regionais que facilitam a partilha de informações complementares relativamente à produção e integração de peças/componentes de fabricantes de veículos para legitimar os intervenientes do mercado pós-venda devem ser respeitadas. A FIGIEFA defende que a Comissão Europeia deve realizar uma referência cruzada dos regulamentos das Nações Unidas com a legislação europeia e também incluir medidas de implementação robustas para o mercado pós-venda na UE. A FIGIEFA recomenda que cada ator do mercado pós-venda possa obter certificados/códigos de autenticação para identificação própria, assim como para acesso, com vista a realizar a operação de reparação. Nas peças, devem ser implementadas provisões específicas para permitir o fabrico e instalação de peças de substituição e componentes automóveis genéricos, bem como equipamento de teste de diagnóstico multimarca genérico assegurando a compatibilidade e interoperabilidade. Para além disso, devem também ser disponibilizados códigos de ativação para assegurar que essa parte integrada pode ser ativada e ficar operacional como parte do processo de reparação. ●

BREXIT

Em 2020, a Comissão Europeia chegou a um acordo de comércio e cooperação com o Reino Unido. O acordo de comércio livre prevê tarifas zero e quotas zero sobre todos os bens que cumpram as regras de origem adequadas, o que implica que irão existir repercuções para produtos não provenientes da UE. No ano passado, a Comissão Europeia publicou orientação para ajudar as PME a prepararem-se para estes novos mecanismos.

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO - DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

A União Europeia lançou um novo fundo de subvenções “Ideas Powered for Business SME Fund”, com o objetivo de ajudar as PME a desenvolverem estratégias de propriedade intelectual e a protegerem os seus direitos de PI, a nível nacional e da UE. O fundo oferece apoio financeiro na forma de reembolsos para serviços de pré-diagnóstico de PI e pedidos de marcas e desenhos.



OFICINAS À CONVERSA COM O APOIO DA PÓS-VENDA

Comunicar com o setor

Foi lançada no mês de fevereiro, pela oficina Tiagorochauto, uma iniciativa denominada por “Oficinas à Conversa”, com o objetivo de dinamizar boas práticas no setor das oficinas, através da vertente digital, que conta com o apoio da PÓS-VENDA.

TEXTO PAULO HOMEM

Tudo o que seja para promover o setor Pós-Venda em Portugal e, mais concretamente, as boas práticas nesta área da reparação e manutenção automóvel, a PÓS-VENDA faz questão em estar presente. É por isso que a PÓS-VENDA se associou, em boa hora, à iniciativa “Oficinas à Conversa” dinamizada pelo mecânico e youtuber Tiago Rocha. Esta iniciativa consiste basicamente numa

entrevista, transmitida em direto em diversas redes sociais, entre Tiago Rocha e o responsável de uma outra oficina por ele convidada. Utilizando as plataformas da Tiagorochauto (Facebook, Instagram e Youtube) e também da PÓS-VENDA (Facebook e Grupo no Facebook), estas entrevistas têm como objetivo conhecer um pouco melhor a realidade das outras oficinas, promovendo assim, o que de melhor está sendo feito neste setor de atividade.



Para poder acompanhar este “Oficinas à Conversa” basta estar atento todos os sábados, pelas 21h30m, nas redes sociais da Tiagorochauto e da PÓS-VENDA e assistir à conversa entre Tiago Rocha e um responsável de oficina. As primeiras edições do “Oficinas à Conversa” podem ser consultadas nessas mesmas redes sociais, pois estão disponíveis, mas poderá ficar aqui com um breve resumo de cada uma. ●



CARRETO'S



A Carreto's é uma oficina de Sintra, especializada em veículos Mercedes, tendo sido David Carreto, o gerente, o primeiro convidado do "Oficinas à Conversa", que já tinha sido Oficina do Mês na PÓS-VENDA (Nº57).

Para David Carreto o segredo do negócio "é nunca baixar os braços", explicando que durante o primeiro confinamento apostou "na dinamização das redes sociais, em promoções, em novos serviços como levar o carro a casa do cliente, entre outros", para tentar compensar a quebra no serviço. Acabou por ser uma aposta certeira, "que culminou com um mês de dezembro de 2020, que foi o melhor de sempre para a empresa".

Outro dos segredos do sucesso foi a opção pela especialização de serviço na marca Mercedes (iniciada em janeiro de 2020), que segundo David Carreto foi um passo atrás mas que permitiu depois dar três ou quatro para a frente.

Não menos importante para se obter o sucesso, no entender do entrevistado, é estar constantemente a dinamizar novas coisas, pois isso é importante para a oficina evoluir.



AUTO BRANQUINHO



Em Nisa, André Carita gera uma das mais dinâmicas oficinas daquela sub-região do Alto Alentejo, que tem o nome de Auto Branquinho. A oficina existe há 41 anos, tendo atualmente sete profissionais mas para breve poderá entrar mais um mecânico (aprendiz) e outro para as peças.

Para além do espaço oficinal que dispõe, onde realiza todos os serviços de mecânica, colisão, pré-inspeção, etc (e reboque), a Auto Branquinho também efetua o serviço de pneus, numa outras instalações. A novidade, segundo André Carita "é o projeto para umas novas instalações. Não queremos uma oficina grande, mas queremos uma nova oficina organizada, que permitisse ter todos os serviços agregados".

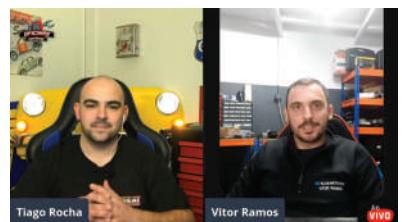
Mesmo dizendo que não gosta de falar sobre o assunto, André Carita referiu "que durante a pandemia nunca nos faltou trabalho. Conseguimo-nos adaptar bem à situação, cumprir com as regras sanitárias e a verdade é que está a correr tudo bem".



alterações na sua atividade, uma delas é não avançar para uma reparação sem orçamento ao cliente. Outra é a utilização do vídeo, antes e depois da reparação, que é enviado ao cliente, para que exista a noção da intervenção que foi feita, o que facilita a justificação do valor da mão-de-obra envolvida na reparação. Outra aposta importante desta oficina, foi no seu conceito. Rui Alves revela que "fazemos mais do que trocar peças. Somos acima de tudo uma empresa que cuida da segurança dos seus clientes e familiares". Segundo o próprio, esta aposta tem trazido bons resultados à Priority Podium.



ELITE MOTORES



A Elite Motores é uma oficina de automóveis da Madeira (Funchal) que tem apenas dois empregados. Vitor Ramos, apesar de ter licenciatura em Recursos Humanos, seguiu o seu gosto pelos automóveis, fundando há dois anos e meio a Elite Motores, que em breve mudará de instalações pela terceira vez!!!

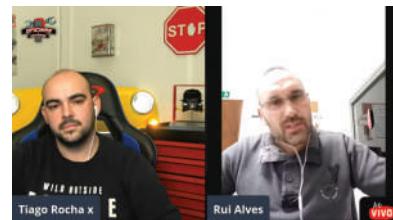
"Apostamos muito nas redes sociais para captar clientes, nomeadamente o facebook, explicando aquilo que fazemos. Partilhamos tudo e não temos nada a esconder", comenta Vitor Ramos, que diz que "na pandemia as redes sociais foram muito importantes para retomarmos a atividade após o primeiro confinamento".

Segundo este responsável, a Elite Motores "diferencia-se do que existe por aqui na Madeira e até temos muito serviço de outras oficinas".

Organização, limpeza e profissionalismo são as palavras de ordem na Elite Motores, empresa que na sua génese se dedicada muito ao diagnóstico e às reprogramações, embora 50% do serviço seja de mecânica.



PRIORITY PODIUM



A Priority Podium existe há nove anos, mas o gerente Rui Alves há 26 anos que é mecânico de automóveis. A empresa tem três profissionais realizando serviços essencialmente de mecânica.

Na pandemia, em março de 2020, onde a atividade esteve um pouco parada, Rui Alves decidiu também apostar nas redes sociais e num canal do youtube e a verdade é que isso foi uma forma de captar clientes, segundo o próprio. A oficina tem vindo a introduzir outras



Especial



LUBRIFICANTES EM TEMPO DE PANDEMIA

Prognósticos ficam para mais tarde...

O senso comum no setor dos lubrificantes para o aftermarket é que o ano de 2020 registou uma quebra em redor dos 10%. Existe a convicção, porém, que o setor vai recuperar, já no segundo semestre de 2021

TEXTO PAULO HOMEM

DADOS GILLERMO DE LLERA (IF4)

Arevista PÓS-VENDA tem vindo a abordar o impacto da pandemia nos diversos negócios aftermarket. Desta vez a análise foi para o negócio dos lubrificantes, que é um dos mais representativos ao nível do aftermarket, onde estão presentes centenas de operadores e de marcas. Segundo dados da IF4, o consumo de lubrificantes auto experimentava uma queda anual ligeira até 2019, já que o crescimento do parque nunca compensava a evolução tecnológica que aumentava continuamente a quilometragem entre duas mudanças. Desta forma, “o mercado” impôs uma prática habitual: mudar óleo uma vez por ano, mesmo que com quilometragem reduzida. E dada a elevada idade média, a Inspeção Periódica Obrigatória ajudou a consolidar

esta prática. Com esta situação de mercado, este sector terá sido dos menos afetados pela pandemia, já que depende mais do tempo (“uma mudança por ano”) do que da utilização do carro.

Os 6,6 milhões de carros ligeiros com seguro em Portugal, deverão ter feito 6 milhões de mudanças de óleo. Somando os “enchimentos” (operação cada vez menos realizada), estimamos em 21 milhões de litros o consumo em 2020.

Em termos de distribuição por canal, as estimativas da IF4 são:

- A queda das vendas dos veículos novos e evolução da estrutura do parque faz cair a quota das oficinas autorizadas para 15% das mudanças de óleo;
- As redes multimarcas (incluindo auto centros e serviços rápidos), único canal em

QUESTÕES

- 1 - Qual o impacto que esta crise pandémica teve no setor dos lubrificantes auto em Portugal (ao nível do aftermarket)?
- 2 - Que medidas foram e estão a ser tomadas para se potenciarem as vendas neste momento junto das oficinas?
- 3 - O que o futuro poderá reservar para o negócio de lubrificantes em Portugal, tendo em conta (ou não) os efeitos da pandemia?
- 4 - Em que ano o negócio dos lubrificantes poderá atingir, por exemplo, o desempenho que demonstrou em 2019?

MARCAS E REPRESENTANTES



ENI (SINTÉTICA)

José Nunes

www.sintetica.enilubes.com

1 Não existe informação estatística específica em Portugal sobre o consumo de lubrificantes no aftermarket. As estatísticas disponíveis neste momento são da DGEG (Direção Geral de Energia e Geologia) e informam que o mercado global de lubrificantes em 2020 diminuiu 12% e no segmento dos veículos ligeiros 16%.

2 Durante o período da pandemia estivemos sempre a operar, mesmo durante a cerca sanitária em Ovar, onde estamos sediados. A Covid-19 veio mostrar que a estratégia da Eni em Portugal é adequada, visto que, quer a sua estrutura organizacional quer as várias ferramentas utilizadas

têm-nos permitido continuar a satisfazer as necessidades dos nossos clientes.

Temos as melhores ferramentas digitais do mercado, como o website da Eni (com a consulta de fichas técnicas, folhas de dados de segurança, consultas por matrícula, vídeos com notícias sobre a tecnologia dos lubrificantes, dos combustíveis e da Transição Energética). Aproveitámos este período para comunicar também com os clientes e parceiros acerca do futuro no setor dos lubrificantes, dos combustíveis e da energia, tomando a liderança em Portugal na comunicação desta transformação.

Também desde há cerca de um ano temos oferecido, aos nossos clientes e parceiros, milhares de kits “Eni Pela Segurança”, composto por uma bolsa, máscaras, frasco e pulverizador desinfetantes.

3 A verdadeira alteração dos padrões de consumo dos lubrificantes no aftermarket, particularmente na Europa e em Portugal, terá que ver com aquilo a que se chama Transição Energética. A Comissão Europeia está a definir um novo nível de emissões, designado Euro 7, que será adotado no quarto trimestre de 2021 e entrará em vigor em 2025. A ACEA (Associação Europeia de

crescimento do número de oficinas, aumentaram a sua quota para 25%;

- As oficinas especialistas (pneus e colisão) nem sempre realizam esta operação, mas estimamos que tenham uma quota de 12,5%; - as oficinas generalistas multimarca ficam com a maior parte do Mercado com 42,5%; - 5% dos Lubrificantes são comprados pelos condutores nos circuitos comerciais (lojas de peças, hipermercados, gasolineiras, etc) e aplicados sem recurso a oficinas.

Nas próximas páginas tem uma análise profunda e detalhada do que sucedeu em 2020 no mercado dos lubrificantes em Portugal. Mas tão ou mais importante que isso é a análise do que está a ser feito para compensar as quebras verificadas no negócio e as perspetivas de muitos dos principais player's deste negócio.●



Existem centenas de marcas de lubrificantes em Portugal, mas estima a IF4 que apenas 30 tenham alguma representatividade.

Porém, a concentração de quota está nas principais marcas, isto é, as cinco primeiras marcas tem 50% do mercado e as 10 primeiras tem 75%.

Fabricantes de Automóveis) já declarou que, com estas normas, tal e qual como estão desenhadas agora com a limitação das emissões poluentes, não será possível em 2025 na UE fabricar veículos com motor de combustão interna a gasolina e a diesel que cumpram estes novos requisitos do Euro 7. Por outro lado, as petrolíferas como a Eni estão a ser obrigadas a avançar na Transição Energética, encerrando refinarias ou convertendo-as em refinarias green, produzindo combustíveis e lubrificantes com tecnologia green.

Com todas estas transformações na UE, a maior parte das marcas de lubrificantes atuais que têm como seu único mercado o aftermarket irá desaparecer nos próximos anos, devido à diminuição do consumo e às novas tecnologias dos óleos base, de difícil acesso e custo muito elevado. Estamos a falar de lubrificantes que pertencem ao API Grupo III+, IV e V. O Grupo I está a diminuir drasticamente, sendo que o Grupo II e II+ são os de maior consumo atualmente.

4 No setor do aftermarket em Portugal e na Europa nunca mais voltaremos a ter consumos de lubrificantes e de combustíveis iguais ou superiores a 2019. O projeto “Green Deal” da UE vai ter verdadeiro impacto no aftermarket, agora e no futuro.



PETRONAS

Narciso Figueiredo, Sales Manager
www.pli-petronas.com

1 - Ao nível do aftermarket, o impacto da crise do Covid-19 foi elevado. O

principal motivo deste impacto foi o facto de muitas empresas terem cessado a sua atividade nos primeiros meses de pandemia ou terem optado pelo smart working (“trabalho inteligente”). Esta situação teve um impacto direto no nosso setor, pois implica uma menor utilização dos veículos particulares, reduzindo assim a quilometragem média anual e o número de mudanças de óleo. Felizmente, a nível empresarial em 2020, atingimos os mesmos valores do que em 2019 graças ao excelente trabalho dos nossos distribuidores no aftermarket.

2 Para impulsionar as vendas nestes tempos tão delicados, a Petronas considera essencial manter uma relação próxima com os nossos clientes, oferecendo-lhes sempre o nosso apoio através de ferramentas técnicas, de marketing e comerciais. Acompanhamos os clientes e continuamos a ter uma comunicação próxima, transparente, direta e bidirecional, mesmo que seja virtual.

Continuamos a realizar campanhas promocionais que, tal como nos outros anos, são planeadas anualmente e são sempre adaptadas às necessidades do mercado. A nível digital, encorajamos cada vez mais os nossos clientes a entrar na era digital através de pequenas ações, como a redução máxima na impressão de catálogos e na aposta digital, até aos nossos primeiros eventos virtuais em direto com os mesmos.

3 Na Petronas, preparamo-nos hoje para o mundo de amanhã, que, sem dúvida, muda a cada segundo e o maior desafio é adaptarmo-nos a essas mudanças e reagir rapidamente. Estamos preparados para enfrentar todos os novos desafios que surgirem no futuro graças aos lançamentos de novos produtos; às reformulações; à atribuição de 75% do nosso investimento global em I&D, à redução de emissões de CO₂; e a adaptar-nos às novas necessidades do mercado através do desenvolvimento de produtos inovadores para veículos híbridos e elétricos, desde lubrificantes para motores híbridos a fluidos de trans-

missão para veículos elétricos. Os desafios do futuro do setor dos lubrificantes em Portugal são, sem dúvida, exigentes e, na Petronas, estamos empenhados em alcançá-los, esforçando-nos todos os dias para sermos a melhor versão de nós próprios.

4 Em 2020, conseguimos manter o desempenho em 2019, facto que se traduz na realização do mesmo volume de negócios. Estes dados demonstram que estamos a crescer no setor dos lubrificantes, mas a estimativa de crescimento que temos para 2021 é de 5%. Podemos, portanto, considerar que combatemos com sucesso os impactos da pandemia.

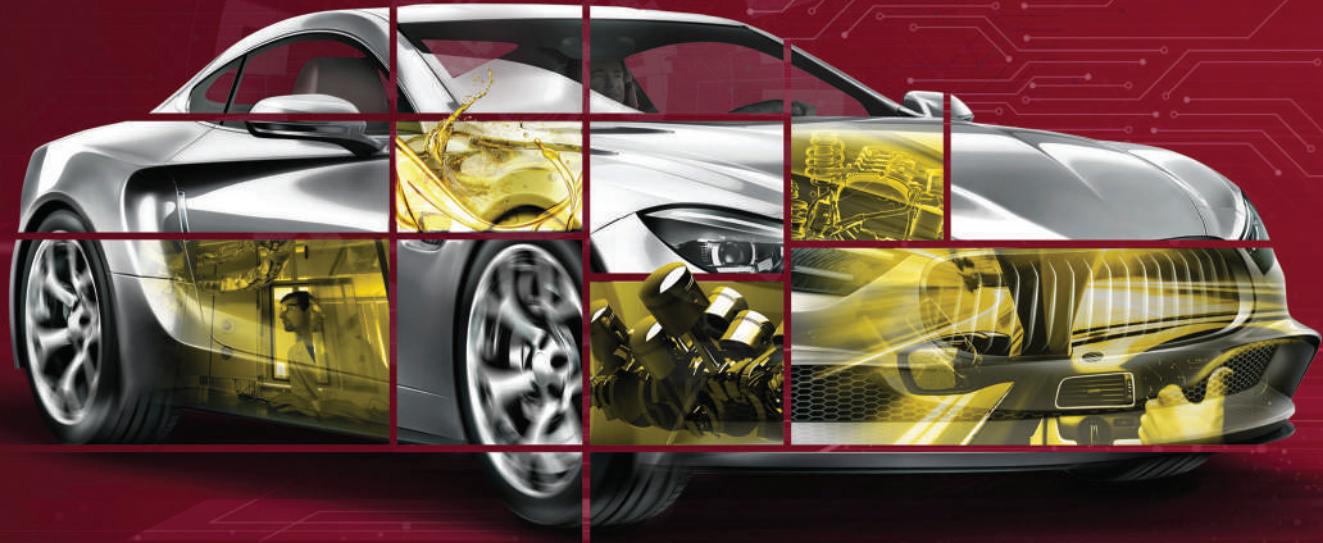


FUCHS

André Castro Pinheiro, Diretor Divisão Automóvel
www.fuchs.com/pt

1 Não conheço dados concretos, mas estimo que a venda de lubrificantes possa ter caído entre 10% a 15%. O nosso negócio está diretamente ligado à atividade oficial que, apesar de bastante resiliente em tempos de crise, sofreu também com os períodos de confinamento e diminuição da atividade económica geral.

2 No que à Fuchs Lubrificantes diz respeito, este momento evidenciou-nos a qualidade dos produtos Fuchs, a força do Grupo (e da marca) e a resiliência da nossa cadeia de abastecimento. A Fuchs é o 9.º maior fabricante de lubrificantes do Mundo e o 1.º independente – que não está ligado ao negócio petrolífero – tendo como única atividade a produção



Lubrificantes automóvel e produtos especiais



oilproducts.eni.com

eni-ita.lubricantadvisor.com/Default.aspx?Lang=por

Português ▾

eni.com



Pesquisa de lubrificantes

Opção 1: Introduza uma placa de matrícula

Introduza uma placa de matrícula:

Procurar veículo **Opção 2:** procure o seu veículo na nossa base de dados**1. Categoria**

Selecionar uma secção

2. Marca**Lista de tipo de óleo** **3. Modelo****4. Tipo****Opção 3:** pesquisa de veículos

Marca, modelo, tipo:

Procurar veículo



“

No setor do aftermarket em Portugal e na Europa nunca mais voltaremos a ter consumos de lubrificantes e de combustíveis iguais ou superiores a 2019. O projeto “Green Deal” da UE vai ter verdadeiro impacto no aftermarket, agora e no futuro!

José Nunes, Sintética

”

de lubrificantes. Para além disso, está diretamente presente em Portugal há mais de 30 anos. E são estes dois factores – i) a força e foco do Grupo no sector dos lubrificantes e ii) a proximidade que temos com os Clientes – que potenciaram vendas, nos permitiu crescer em tempos de crise pandémica e reforçou a nossa relevância no negócio aftermarket em Portugal.

3 Os efeitos da pandemia estão a ser nefastos nas vendas gerais de lubrificantes, mas estou convicto que estes tempos, mais difíceis, tiveram o mérito de evidenciar quem está de forma profissional, estruturada e com perspetiva de longo prazo neste sector, reforçando a importância desta abordagem de qualidade ao negócio dos lubrificantes.

No futuro, a dimensão global do negócio aftermarket vai enfrentar alguns desafios, pela introdução e crescimento nas vendas de veículos eléctricos, cuja ausência de motor de combustão elimina um consumo importante de óleo nas oficinas. Em Portugal, esse efeito será atrasado, pois o nosso parque circulante é muito antigo e demora mais de 20 anos a se renovar. Curiosamente, a montante, esta mesma electrificação tem trazido muitas oportunidades à Fuchs, que tem trabalhado com os fabricantes automóveis no desenvolvimento de lubrificantes altamente especializados para aplicações em motores e sistemas eléctricos de automóveis, que levou inclusive à criação da linha Fuchs BluEV.

4 Nós, na Fuchs Portugal, já o superámos em 2020 e estamos a caminhar numa estratégia de crescimento anual de 2 dígitos. Em termos nacionais, penso que o negócio aftermarket geral (lubrificantes incluídos) tem todas as condições para recuperar o desempe-

nho de 2019 já este ano, o mais tardar em 2022.



WOLF

Salvador Llombart, Sales Manager Iberia

www.wolflubes.com

1 Apesar dos meses de abril e maio, quando as vendas de lubrificantes caíram drasticamente, o mercado de reposição realizou uma recuperação significativa. Apesar dos resultados positivos durante o verão, o ano terminou com uma queda nas vendas de cerca de 10%. Não podemos estar muito satisfeitos com os resultados, mas a evolução foi definitivamente melhor do que poderíamos esperar no início da crise.

2 Junto com nossos parceiros, concentramo-nos em potencializar ativações no retalho e ao nível das oficinas, como por exemplo:

- Desenvolvimento de campanhas de vendas;
- Oferecer ferramentas que permitissem o aumento da eficiência da oficina;
- Formações digitais para explicar as atualizações de novos produtos e aumentar o conhecimento da oficina sobre outras aplicações de produtos além dos óleos de motor;
- Aprimorar as nossas ferramentas de recomendação de produtos, como o aplicativo móvel, onde os workshops

podem encontrar o óleo certo na ponta do dedo.

Estas foram as atividades principais.

3 Neste ponto, não prevemos grandes diferenças em relação a 2019. Apesar dos confinamentos, as pessoas estão usando mais o veículo particular. Nos próximos anos, esperamos que Portugal siga a mesma tendência do resto da Europa. Precisamos ficar de olho na evolução dos veículos elétricos que definitivamente podem impactar na procura de lubrificantes.

4 Apesar de o mercado português se manter muito competitivo, com muitas marcas concorrentes distintas, estamos muito satisfeitos com o desempenho dos nossos distribuidores, que estão muito envolvidos no desenvolvimento da marca onde temos uma importante presença no mercado. É por isso que pensamos que podemos aumentar nossas vendas em comparação com 2019.



OLIPES

Fernando Diaz Pernas, Co-director Geral

www.olipes.com

1 Em traços gerais, as vendas de lubrificantes no canal do aftermarket registraram, durante o confinamento, uma queda acentuada que ainda não se conseguiu recuperar, tendo o ano sido encerrado com uma redução nas vendas superior a 10% em lubrificantes, podendo alcançar perdas de até 14-16% no aftermarket, em relação às vendas de 2019.

2 O serviço da Olipes às oficinas pode ser resumido numa frase: “necessito dele, tenho-o”. Face a vendas incertas, as oficinas requerem, mais do que nunca, uma assistência técnica 24/7 e disponibilidade imediata de mais de 1.100 referências em lubrificantes. Um serviço oferecido pelos nossos pontos de venda e distribuidores.

3 No curto prazo, a perda de quilometragem e a consequente queda das vendas em toneladas de lubrificantes e

combustíveis implicará fechos de refinarias em toda a Europa, e aumentos significativos dos preços dos lubrificantes, a que se juntará uma maior pressão fiscal. No médio prazo a crise social e económica traduzir-se-ão numa recuperação lenta das vendas e numa redução da margem por operação.

No longo prazo, a irrupção de novas motorizações, especialmente as híbridas, trarão novas oportunidades para as oficinas e uma maior especialização dos lubrificantes utilizados.

4 Embora no contexto atual seja difícil estabelecer uma data, podemos achar um mercado português em valores positivos a partir do terceiro trimestre de 2022 e em níveis ótimos de rendimento um ano depois disso.



MOOVELUB (MOBIL)

Rui Pereira, Automotive Sales Manager
www.moovelub.pt

1 Cerca de um ano após ser decretado o primeiro confinamento obrigatório e de serem impostas restrições à circulação, verificamos que o setor dos lubrificantes auto foi dos primeiros a notar o impacto da pandemia, uma vez que o número de automóveis reduziu drasticamente e o trabalho se limitou, quase em exclusivo, a emergências. Após maio, o consumo aumentou de forma considerável, o que nos permitiu terminar o ano de forma satisfatória.

2 Inicialmente, um dos nossos principais focos foi na formação da força comercial da nossa rede de distribuição, para que quando regressassem ao ativo pudessem pôr em prática todo o conhecimento adquirido, o que se veio a verificar. Adicionalmente, decidimos reforçar a nossa presença e oferta digital, desenvolvendo uma comunicação de proximidade com clientes e potenciais clientes, criando uma conectividade e consciencialização da marca que, também ela, se veio a apresentar bastante profícua. Por último, era necessário dar uma resposta ao mercado no sentido de acelerar a recuperação e isso aconteceu por intermédio de campanhas de fidelização, com oferta de material de merchandise Mobil, e promoções em lubrificantes alvo, que foram levadas às oficinas através dos nossos Distribuidores. Todas estas medidas serão mantidas em 2021.

3 Quem acompanha a evolução do mercado, saberá que a tendência de queda é constante e se arrasta há meses. Isso verifica-se não só no consumo de lubrificantes como também na venda de automóveis novos, o que faz crer que os próximos tempos serão difíceis. Os efeitos da pandemia observam-se não só na vida das pessoas, como também na das empresas. No meio de uma crise pandémica, temos de nos preparar para enfrentar uma crise económica. A pouca capacidade financeira da maioria das oficinas independentes fará com que os prazos de pagamento se alarguem, e, num efeito bola de neve, poderá resultar no fecho de muitas empresas do setor.

4 Acreditamos que a partir do 4º trimestre a tendência de crescimento será mantida por um longo período. A recuperação em pleno talvez só em 2023. Na Lubrigrupo, temos a ambição de continuar a crescer dois dígitos por ano.



CEPSA

João Madeira, Diretor comercial lubrificantes
cepsa.pt/lubrificantes

1 Mais do que ao nível do aftermarket, poderemos referir o impacto ao nível da distribuição. Naturalmente que a pandemia veio abrandar o normal fluxo do mercado, como resultado de uma redução da mobilidade dos portugueses e de uma consequente quebra nas entradas em oficinas ou redes. A quebra no consumo é uma realidade, tanto para este, como para outros setores de atividade. Podemos, no entanto, adiantar que a Cepsa tem reforçado as parcerias estratégicas com algumas redes de retalho/oficinas e concretizado acordos de fornecimento que nos têm permitido reforçar a presença no setor dos lubrificantes.

2 Temos vindo a implementar medidas variadas, junto dos nossos distribuidores e clientes diretos. Temos reforçado a comunicação através das nossas plataformas digitais e do site. Apostamos no reforço logístico e em ações de formação online, o que nos permite continuar a apresentar os nossos novos produtos, de forma segura e, por outro lado, garantir uma continuidade de resposta às necessidades do mercado. Temos, também, realizado várias ações de promoção. Lançámos, ainda, a Rede de Oficinas Órbita Cepsa. Uma rede ibérica com a nossa identidade visual, que conta já com 24 pontos, só em Portugal. Apesar de ter surgido pouco antes da pandemia, é um projeto que tem tido uma recetividade bastante positiva por parte dos nossos clientes.

3 Este é um mercado que já atingiu a maturidade. Seja por via da redução natural de consumos, por questões ambientais, ou por via dos avanços tecnológicos, o mercado está a contrair-se, mas uma coisa é certa, dentro do nosso modelo de operação atingiu um pico de maturidade que é já irreversível. Havendo uma diversidade grande de oferta, a apos-

“Para impulsionar as vendas nestes tempos tão delicados, a Petronas considera essencial manter uma relação próxima com os nossos clientes, oferecendo-lhes sempre o nosso apoio através de ferramentas técnicas, de marketing e comerciais

Narciso Figueiredo, Petronas





ta deve ser feita na diferenciação e numa constante reinvenção da estratégia de mercado.

4 Irá depender muito do evoluir da situação pandémica, mas, num cenário mais realista, talvez nunca antes de 2024.



GALP

Sofia Ribeiro, Gestora de Lubrificantes - Ramo Auto
www.galp.pt

1 Em 2020 a venda de lubrificantes no mercado nacional sofreu uma redução significativa tendo sido fortemente afetada pelo COVID-19.

As medidas necessárias e que foram implementadas para impedir a propagação deste vírus, nomeadamente o período de confinamento, traduziu-se na redução das deslocações da população e, consequentemente, na redução de vendas de lubrificantes para motores de veículos ligeiros. Os lubrificantes para motores de veículos pesados foram igualmente afetados, no entanto com um menor impacto, visto que os transportes de bens e serviços se mantiveram ativos.

2 A crise pandémica veio revelar a importância do relacionamento e do entrosamento e confiança na relação Cliente / Fornecedor. A equipa Galp, cumprindo todas as medidas de segurança inerentes à situação, não deixou de estar presente, física ou digitalmente, junto dos seus clientes.

E a gama de lubrificantes Galp, muito alargada, tecnologicamente avançada

e respondendo às especificações mais exigentes do mercado é, a par da relação de proximidade e acompanhamento que mantemos com os nossos clientes, fator de diferenciação que nos permite uma presença fortíssima nos principais grupos de Retalho Automóvel e redes de Oficinas, demonstrando a confiança que os clientes depositam em nós e na excelência dos nossos produtos e serviços. São estes os fatores que permitem potenciar as vendas nesta fase tão difícil que atravessamos.

3 Os lubrificantes são e continuarão a ser produtos necessários em qualquer setor e ramo de atividade.

No caso concreto dos lubrificantes para o ramo automóvel, estes são diretamente impactados por fatores externos como:

- A evolução dos motores, com menores dimensões, novas ligas metálicas, com maior potência e eficiência;
- Alteração do perfil de produção e venda na indústria automóvel;
- Legislação reguladora que obriga à incorporação de sistemas de retenção de partículas nocivas para a saúde humana;
- Influência dos OEMs (Original Equipment Manufacturers);
- Marketing Claims;
- Atitude do Cliente.

Estas influências externas têm impacto nas exigências da performance do lubrificante, que têm levado a novos desenvolvimentos tecnológicos focados na economia de combustível com vista à redução de emissões carbónicas. Como consequência há uma tendência para utilização de produtos sintéticos premium. Estes têm viscosidades mais baixas que potenciam a redução do atrito interno e maior longevidade que, por sua vez, prolongam também o tempo de vida dos veículos.

Iremos igualmente assistir ao aparecimento de gamas de lubrificantes adequadas e dedicadas aos veículos híbridos / elétricos, cujo peso continuará a aumentar. Em 2020, estes veículos corresponderam a cerca de 20% do total das matrículas.

4 Estimamos que em 2022-2023 o mercado de lubrificantes a nível nacional, volte aos níveis de 2019.



SHELL (SPINERG)

Catarina Bastos, Marketing and Customer Service Manager
www.spinerg.com

1 A crise pandémica teve um forte impacto no mercado de lubrificantes em Portugal. Segundo os dados da DGEG, o mercado sofreu uma quebra, em 2020, de 11% face ao ano anterior, em termos de volume. No que toca aos lubrificantes de motor para veículos ligeiros esse impacto foi de 14%, e nos lubrificantes para pesados de 9%. São dados que corroboram as enormes dificuldades que o sector do aftermarket sentiu durante este período, em que todo o sector teve que se reinventar por forma a fazer face à escassez de serviços.

2 A Spinerg fez um trabalho, ainda durante o 1º confinamento, de perceber as potenciais necessidades que o novo contexto de confinamento trouxe para os seus Clientes, e criou um programa para a retoma. Demos robustez aos nossos Programas para as Oficinas, nomeadamente o Programa de Fidelização e Programa das Oficinas Shell Helix Premium, criámos uma campanha de promoção das Oficinas de Bairro, inserimos no nosso portfolio produtos relacionados com a higienização, criámos novas embalagens em tipologias mais flexíveis para evitar a criação de stock, e respondemos sempre a pedidos específicos dos nossos Clientes para situações de dinamização do seu negócio.

“Apesar dos confinamentos, as pessoas estão usando mais o veículo particular. Nos próximos anos, esperamos que Portugal siga a mesma tendência do resto da Europa. Precisamos ficar de olho na evolução dos veículos elétricos que definitivamente podem impactar na procura de lubrificantes

Salvador Llombart, Wolf

”

ralis online



ANUÁRIO 2020

MAIS INFORMAÇÕES EM
ralisonline.net



“ Embora no contexto atual seja difícil estabelecer uma data, podemos augurar um mercado português em valores positivos a partir do terceiro trimestre de 2022 e em níveis ótimos de rendimento um ano depois disso ”

Fernando Díaz Pernas, Olipes

3 Da nossa parte, a resposta para o futuro do negócio dos lubrificantes é clara e muito direcionada: sustentabilidade. Os nossos produtos Premium das gamas automotive vão ser Neutros em Carbono. Vamos introduzir no mercado português, produtos lubrificantes que incorporam a mesma tecnologia GtL, oferecendo elevados níveis de desempenho e cumprimento de normas, mas que são, ao mesmo tempo, neutros nas emissões de carbono e proporcionam maior economia de combustível.

Um consumidor final vai poder perceber, depois de fazer uma mudança de óleo com um lubrificante de motor 0W, a quantidade de emissões que reduziu e a poupança de combustível que poderá obter com a sua viatura, de forma personalizada. As oficinas poderão sensibilizar o seu cliente final ao fazerem evidência da quantidade total de emissões que conseguiram evitar por utilizarem produtos da gama Shell Helix Ultra 0W. Esta nova forma de abordar o aftermarket, completamente pioneira no nosso país, vai permitir às oficinas que utilizem produtos Shell Helix Ultra 0W de se diferenciarem no mercado e contribuírem de forma activa e tangível para a redução das emissões de carbono, fazendo o seu papel para um planeta mais sustentável.

4 Em linha com as previsões do Banco de Portugal, a atividade económica irá recuperar para níveis pre-pandemia em finais de 2022. Neste momento, é o único indicador para podermos perspetivar a recuperação global do aftermarket, que terá no entanto um desempenho gradual, esperando-se já no 2º semestre de 2021 uma recuperação robusta do nível da procura.



CASTROL

João Eusébio, Country Sales & Marketing Manager da bp
www.bp.com/pt_pt/portugal/home.html

1 Assistimos a um impacto importante em todas as áreas, quer em Auto ou na Indústria. No pico de março de 2020, cerca de 40% das oficinas fecharam, mas no mês de maio mais de 80% abriu novamente as portas. No entanto, o nível de serviços decresceu drasticamente para menos de metade, uma vez que os clientes optaram por adiar a manutenção das suas viaturas. Na Indústria, assistimos igualmente a um abrandamento. Estimamos que, em 2020, os volumes do mercado total tenham caído perto de 12%.

2 Na primeira fase da pandemia tivemos como principal objetivo apoiar os nossos clientes e as equipas de resposta na linha da frente. A bp e os Postos de Abastecimento mobilizaram-se, ao longo de 2020, para a doação de diversos produtos – como produtos de higiene pessoal; alimentares, incluindo 1.250 cestas de frutas e de vegetais; equipamento de proteção individual. Desde a oferta de material de ponto-de-venda informativo e dos kits de higienização (incluindo máquinas de ozono) para as oficinas, até à entrega de produtos frescos a profissionais de saúde, fizemos o possível para ajudar, dentro das nossas capacidades.

A bp doou ainda 140.000€ euros à rede nacional de apoio alimentar da Cruz Vermelha Portuguesa para apoio a famílias carenciadas, através da venda de máscaras de proteção individual nos postos de abastecimento. Em junho de 2020, a bp doou também 18.000€ em combustível à instituição humanitária para apoio às ambulâncias.

Mais tarde, após o período de abertura, no verão, promovemos a entrega de vales de combustível para apoiar os nossos clientes a regressarem em força ao mercado.

3 A transição energética, a eletrificação na mobilidade e a evolução tecnológica dos motores irão impactar fortemente no desenvolvimento do negócio. As marcas terão de ser capazes de acompanhar a evolução, liderando a inovação na área

da mobilidade elétrica e diversificando a sua oferta por forma a manter a sua sustentabilidade.

4 Imagino que todos gostaríamos de poder responder a essa pergunta, contudo ninguém pode ter a certeza.



VALVOLINE (KRAUTLI)

Paulo Santos, Diretor de Lubrificantes
www.krautli.pt

1 Segundo dados da Direção-Geral de Energia e Geologia, o mercado teve uma redução na ordem dos 20% (toneladas vendidas), embora ainda não estejam disponíveis os valores de Dezembro. Nesse sentido, tudo leva a crer que o Aftermarket sofreu em linha com os restantes mercados, no entanto a forte evolução nas vendas de produtos de base sintética, ajudaram a equilibrar os valores em termos de faturação.

“ Estou convicto que estes tempos, mais difíceis, tiveram o mérito de evidenciar quem está de forma profissional, estruturada e com perspetiva de longo prazo neste sector, reforçando a importância desta abordagem de qualidade ao negócio dos lubrificantes ”

André Castro Pinheiro, Fuchs

2 No nosso caso as medidas na área digital já estavam a ser desenvolvidas de alguns anos a esta parte, temos um excelente catálogo de identificação próprio, estamos nos catálogos generalistas do setor, os nossos distribuidores estão ligados a nós e aos seus clientes por portais B2B. No entanto a nossa comunicação está cada vez mais digital, levando em linha de conta a nossa intenção de abordar o consumidor final, esses meios de comunicação são bastante eficientes e acessíveis, garantem níveis de medição e direcionamento muito abrangentes.

3 Os efeitos da pandemia serão seguramente bastantes, muitos setores da atividade económica foram fortemente afetados e por arrasto o nosso setor irá sofrer, com uma baixa nos quilómetros médios percorridos por viatura. O abrandamento na venda de viaturas novas ajudará por um lado, mas com as exigências comunitárias cada vez mais apertadas para as tecnologias térmicas, vamos seguramente estar sujeitos a fortes desafios, não tecnológicos como também de fornecimento de matérias primas. A pandemia veio afetar de forma transversal a economia energética, a baixa no consumo de combustíveis fosseis, afeta transversalmente toda a economia circular. Em forma de exemplo, neste momento estamos a braços com fortes incrementos de preços, não só nos lubrificantes como nos anticongelantes...

4 Essa é sem dúvida a pergunta, a dois meses acreditava que seria possível ainda no decorrer de 2021, mas este início de ano está a ser bastante diferente do que imaginava na altura, mantendo a esperança mas para ser realista, creio que vamos ter que aguardar mais algum tempo.

DISTRIBUIDORES



SOCIEDADE COMERCIAL C. SANTOS (PETRONAS / SHELL)
Manuel Machado Silva, Diretor de peças e lubrificantes

www.soccsantos.pt

1 O mercado das marcas caiu 7,8% em 2020.

2 No nosso caso, foi ter um stock equilibrado para responder rápido às solicitações, um relacionamento de confiança com o cliente, fazer campanhas e promoções com oferta de merchandising das marcas representadas, assim como, a divulgação via digital.

3 Provavelmente, se mantivermos o confinamento por mais tempo, as viaturas vão circular menos, logo menos consumos. Mas vamos ter de manter a "chama" viva, como atrás referido.

4 Não é fácil fazer previsões no momento que vivemos. Difícilmente, no entanto, que na nossa opinião talvez no ano de 2022 possa registar um desempenho semelhante ao evidenciado em 2019.



TRAVOCAR (CASTROL)

Telmo Simões
www.travocar.com

1 O impacto mais visível foi a queda nas vendas de lubrificantes, devido ao confinamento (paragem dos automóveis). A parte menos visível desta pandemia foi a perda de margem devido às promoções que tivemos de realizar para evitar quedas maiores.

2 Sendo uma atividade puramente técnica tivemos de criar um departamento técnico que criou, ainda não finalizado, um portal B2B de vendas de lubrificantes às oficinas.

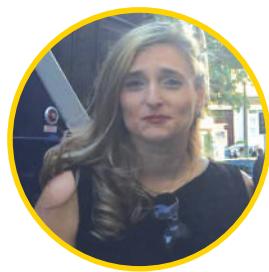
Criamos condições para formação online com os nossos clientes e, através do qual informamos e atualizamos os mesmos do estado de evolução das recomendações OEM.

O canal que mais sucesso teve nas vendas foram as promoções que fomos realizando ao longo dos meses.

3 Esta pandemia levou a que o utilizador repensa-se o seu modo de deslocação. O veículo elétrico e híbrido passou a ser mais considerado na altura da compra.

É expectável que cada vez mais se vá vender menos quantidade de lubrificante e se passe a vender mais o lubrificante de elevada tecnologia e menor viscosidade.

4 Depende da evolução da pandemia, da evolução rápida ou não tão rápida das tecnologias elétrica, híbrida, hidrogénio mas os anos dourados da venda de lubrificante já foram. No melhor dos cenários nunca antes de 2023. Temos de ter em atenção ao movimento que as grandes petrolíferas estão a fazer e a induzir nos seus investidores: transição energética para o verde. Este movimento arrasta consigo uma ideia de mudança de energia da qual os atuais combustíveis e lubrificantes são a parte má da questão.



NORBAT (CEPSA, REPSOL)

Mafalda Trigo, gerente
www.norbat.pt

1 O impacto no sector dos lubrificantes e no dos derivados de petróleo em geral, foi muito grande. Se os veículos não circulam, ou o fazem muito menos, também não consomem. Basta pensarmos nos inúmeros veículos estacionados às portas das casas e das empresas que pararam os seus serviços. Naturalmente que as oficinas também têm menos serviço, fazem menos stocks e apenas compram o estritamente necessário.

2 A Norbat optou por criar mais campanhas sectoriais e fez um acompanhamento mais exaustivo junto do cliente, de modo a acompanhar as suas reais necessidades. A confiança na nossa organização e nos nossos produtos, potenciam sempre as nossas vendas.

3 Neste ano de 2021, os preços das bases de lubrificantes estão com um grande aumento, o que está em contraciclo com o consumo visto que se prevê, que continue a baixar. Existem bastantes oficinas (e outros negócios) em franca dificuldade. De qualquer modo o voto é de esperança e esperamos que num futuro breve, o sector evolua positivamente.

4 Estamos em crer que só após um ano e meio a dois anos, após o término da pandemia possamos voltar ao desempenho de 2019.



GESTLUB (CASTROL)

Cláudia Correia
www.gestlub.pt

1 A pandemia e a crise sanitária que vivemos tem vindo a ter, obviamente, um impacto muito grande ao nível económico que se traduz em perda de vendas. Os confinamentos levaram a que as pessoas não circulassem, o fluxo de entrada de veículos nas oficinas diminuiu drasticamente, consequentemente o consumo de lubrificante diminuiu também. Terminados os confinamentos há sempre um elevado número de pessoas que se mantém em teletrabalho e por isso o consumo de lubrificante mantém-se em níveis muito baixos. Ainda que seja este um sector que se pode manter em funcionamento estamos perante um impacto económico bastante severo.

2 Não existem dúvidas de que a crise que vivemos foi um acelerador da presença digital no geral, algo que foi comum e transversal a todas, ou quase todas, as indústrias. O nosso Canal Digital sofreu um impacto positivo uma vez que esta é uma forma “sem barreiras” de chegar até às pessoas, e não falo só de vendas, mas de nos “darmos a conhecer”, de efetivamente comunicarmos mais com o nosso público-alvo. Neste momento a nossa aposta tem sido muito baseada em apoiar as oficinas e por isso temos desenvolvido e comunicado um conjunto de ferramentas e promoções nesse sentido, como é o caso da garantia do motor nas Oficinas Castrol.

3 Obviamente o futuro será de incerteza e de dificuldade acrescida, tendo em

conta toda a situação criada pela pandemia, quer seja no fecho de oficinas, quer seja pelo elevado número de pessoas que passam a trabalhar a partir de casa e deixam de utilizar a viatura para deslocação diária. Outra adversidade para o negócio será a saída da profunda crise económica em que a crise pandémica colocou o país. Esperam-se pois dias difíceis.

4 O negócio dos lubrificantes, tal como o negócio de pós-venda em Portugal de forma geral, levará o seu tempo a retomar o desempenho que teve em 2019. Tendo em conta o panorama geral não deverão existir melhorias significativas antes de 2022. O negócio está a ser bastante impactado pela crise pandémica e por isso a melhoria no sector estará intimamente ligada a uma melhoria no estado da crise sanitária ou eventualmente uma resolução da mesma.



RM OIL (OLIPES)

Rui Mesquita, gerente
www.rm-oil.com

1 A RM OIL vê esta situação com alguma preocupação, pois o seu impacto está a ser brutal e sem precedentes, não só para a Indústria dos lubrificantes, como para a economia nacional. Foram impostas medidas de confinamento, restrições de circulação, logo menos viaturas a circular e menos ou tardias visitas às oficinas para as manutenções dos veículos. As expectativas não poderão ser muito animadoras.

2 Tal como já referi, o impacto desta crise vai-se fazer sentir em todos os sectores da economia, as oficinas automóvel não fogem à regra. Não podemos

fazer muito mais do que já fazemos, não depende só de nós e mais do que as vendas existe essencialmente uma grande relação de confiança e apoio estabelecida entre a RM OIL e todos os nossos parceiros de negócio nomeadamente o apoio que a fábrica OLIPES e o administrador Fernando Diaz nos tem dado o que juntos permite encarar o futuro com outra confiança. Penso que se ultrapassarmos esta crise, iremos manter a nossa competitividade e crescimento embora isso provavelmente exija adaptações a novas realidades, devido às alterações de hábitos de consumo que, entretanto, estão a ocorrer na sociedade, o digital é uma delas e com um enorme potencial para alavancar as vendas o que nos levou a mais um forte investimento num novo armazém e agora o desenvolvimento ainda mais e melhor do nosso site com a criação da nova loja on-line de comércio eletrónico onde ficamos ainda mais próximos de todos.

3 Não é possível prever, pois o que está a acontecer hoje, na semana seguinte é uma incógnita, pois irá ter basicamente a ver com o início e com a velocidade da retoma da economia, que por sua vez dependerá da evolução da crise sanitária.

4 Na melhor das hipóteses, penso que a partir do segundo semestre de 2022 dependendo sempre da evolução da crise sanitária, embora que os sinais adversos do mercado de lubrificantes devem-se estender para além desse ano se o Covid-19 persistir. Outro fator e não menos importante terá haver com as medidas que o nosso governo possa implementar para estimular a economia e principalmente este setor, o do automóvel que é sempre dos mais afetados e se assim não for, podemos caminhar para uma recessão onde tudo começa a travar a fundo.



AB CHEM (AB LUBS, MATRAX)

José António Monjardino, Administrador
www.ablubs.pt

1 Com base na informação que possuímos, o mercado de lubrificantes, no setor automóvel (que inclui o Aftermarket), caiu 7% em 2020. Essa queda vem na sequência

“
Não é fácil fazer previsões no momento que vivemos. Diríamos, no entanto, que na nossa opinião talvez no ano de 2022 possa registar um desempenho semelhante ao evidenciado em 2019

Manuel Machado Silva, Soc. Com. C. Santos



de uma queda de mercado de 2% em 2019. Teremos que concluir que o impacto da crise pandémica deverá ser de 5% de contração do mercado. No entanto consideramos que os efeitos da crise ainda não se verificaram na totalidade, na medida em que as moratórias dos empréstimos bancários adiaram os efeitos negativos da mesma.

2 No caso da AB Chem o período de pandemia foi coincidente com a alteração estratégica de canal de distribuição através da qual vendemos as nossas marcas AB Lubs e MatraX. Com a nomeação de 12 distribuidores em Portugal, conseguimos ter um efeito multiplicador de força de vendas que nos permitiu crescer ligeiramente de vendas e, por consequência, aumento de quota de mercado.

3 Independentemente da pandemia, que repito tem efeitos na procura, o mercado continuará a evoluir no sentido de redução de volumes assente em três agentes de mudança:

A - A evolução técnica dos lubrificantes, com o consequente alargamento do tempo de vida do lubrificante, potenciador de redução de volumes;
B - O aumento do mercado dos carros elétricos, com alteração do perfil de necessidades de lubrificação dos motores;
C - Alteração das caixas manuais para caixas automáticas, com impacto no subsector dos lubrificantes de transmissões.

4 Fruto da alteração do nosso processo de venda, já atingimos esse desiderato.



JERÓNIMO&TEIXEIRA (BP, CASTROL, FUCHS, TOTAL, CEPSA, WINNER)

Luis Teixeira

www.jeronimoteixeira.pt

1 Esta crise veio a mostrar as fragilidades que já existiam no sector dos lubrificantes há já alguns anos, se analisarmos o mercado nacional, cada vez mais entram marcas no nosso mercado sem o mínimo de controlo seja em qualidade ou mesmo até cumprimento de aprovações ou especificações, o que veio a destabilizar as marcas que cumprem as normativas e os critérios europeus.



Neste ano de 2021, os preços das bases de lubrificantes estão com um grande aumento, o que está em contraciclo com o consumo visto que se prevê, que continue a baixar. Existem bastantes oficinas (e outros negócios) em franca dificuldade

Mafalda Trigo, Norbat



2 Neste momento, para potenciar a venda, continuamos a apostar na nossa equipa de comerciais, apostamos na proximidade e presença no nosso cliente, esse era o nosso foco e continua a ser. Remodelamos o nosso site de forma a ser de mais fácil utilização. Está a ser desenvolvida e vai sair dentro de dias uma aplicação para os nossos clientes, onde poderão fazer as suas encomendas online e consultar todos os seus dados.

3 O futuro dos lubrificantes em Portugal, está a caminhar para o abismo, era necessário criar uma associação que regulamentasse todo o sector, para que as empresas especializadas em lubrificantes, pudessem tirar mais rentabilidade e acima de tudo responder ao cliente com os lubrificantes indicados.

4 Será difícil de prever, uma vez que tem vindo a existir uma grande quebra na mobilidade, e vai ser muito difícil, voltar a retomar há normalidade nos próximos dois anos. Mas acreditamos que em 2025 estaremos todos com bons indicadores.



LUBRICOMB (FUCHS)

Tiago Nogueira

229 824 028

www.facebook.com/lubricomb

1 É claro que a crise pandémica afetou o setor dos lubrificantes a nível do after market. Estudos revelam que houve uma quebra a nível nacional na ordem dos 10%. O facto de vivermos numa grande incerteza

sobre o dia de amanhã, faz com que os clientes de oficinas, fiquem mais retraídos na altura de efetuar a compra. É perfeitamente normal esta atitude. No entanto, estamos a conseguir, de uma forma bastante positiva, superar esta “crise pandémica”, passando também por canalizar o nosso negócio para outros setores de atividade que utilizam lubrificantes e não só com as oficinas de automóveis.

2 Mantivemos sempre uma relação de proximidade com as oficinas e empresas, em Março e Abril do ano passado, suspendemos as visitas da nossa equipa comercial no terreno, o que fez com que nessa altura, apostássemos bastante nos meios digitais, reformulamos o nosso website assim como as redes sociais. Foi sem dúvida uma excelente aposta, pois nessa altura em que vivíamos ainda numa maior incerteza, aproximou-nos de uma outra maneira de novos clientes. A partir de Maio de 2020 voltamos a colocar a nossa equipa comercial no terreno. Campanhas promocionais ajustadas em conjunto com a nossa emancipação digital, estão entre as ações realizadas.

3 Tendo em conta que somos uma empresa jovem, “é normal” que estejamos em evolução, já os “grandes players” terão a necessidade de voltar ao seu ritmo, o que fará com que a concorrência seja ainda mais agressiva, sobretudo na deflação dos preços. Prevejo que o futuro será ainda competitivo e que teremos de estar adaptados às variações do mercado, de forma a conseguir ultrapassar positivamente esta fase crítica.

4 É muito difícil de tentar saber em que ano é que “tudo isto voltará ao normal”, em Junho ou Julho do ano passado provavelmente, ninguém conseguia adivinhar que iríamos ter uma terceira vaga mais agressiva ainda, e que voltássemos a um confinamento geral novamente. Vou ser bastante otimista e dizer que talvez já em 2022 o negócio dos lubrificantes possa estar ao nível de outros anos.

Mercado



VANESSA BARROS, GESTORA DA REDE CARWIN

“Foco na tecnologia”

A nova rede oficinal Carwin pretende adaptar-se à realidade local de cada oficina, diferenciando-se pela forte componente técnica com que apoia os seus parceiros

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

AAS Parts lançou recentemente a Carwin, uma nova rede de oficinas multimarca, uma solução virada para o futuro tecnológico do setor, com uma componente flexível, por forma a apoiar as oficinas de menor capacidade a crescerem no mercado. Vanessa Barros, gestora da rede Carwin, explicou à PÓS-VENDA as características deste novo conceito.

Qual a razão que levou a AS Parts a desenvolver uma nova rede oficinal?

Sentíamos que era importante ter outra solução, além da Top Car, porque muitos dos contactos que recebíamos não se enquadravam nesta rede. Havia espaço para um conceito com características diferentes, que acomodasse os perfis de oficinas que não se enquadram na Top Car, mas que não fosse um conceito low cost. Queríamos um conceito de qualidade, com uma identidade forte e diferenciadora.

Em que difere a Carwin do outro conceito de rede que dinamiza a AS Parts?

Cada rede tem um perfil de oficinas defini-

do, para que seja nos seja fácil encaminhar cada candidato à solução mais adequada. A Carwin é um conceito mais flexível, transparente e conveniente. É um conceito em que cada interveniente sabe o que esperar do outro. É flexível porque tem um conjunto de soluções que a oficina pode decidir adoptar ou não. Neste conceito, participam os três intervenientes: o distribuidor, a gestão da rede, através da AS Parts, e a oficina, mantendo a conveniência e proximidade destes elementos e a possibilidade de a oficina adoptar apenas os elementos que pretender. Não é um conceito de franchising, mas de abandearimento. Com este conceito, queremos que todos os intervenientes ganhem. No caso da oficina, tem um conjunto de vantagens de apoio ao seu negócio, e, por outro lado, o cliente final tem acesso à oficina de sempre, mas melhorada em imagem e competências técnicas. A componente tecnológica é muito importante na Carwin, através das mais-valias tecnológicas que fornecemos às oficinas, pelos equipamentos de diagnóstico, formação, assistência técnica e através do nosso programa de orçamentação



“
O nome Carwin pretende transmitir dinamismo. A construção do nome vem de *car* e *win*, do conceito *win-win*, em que todos ganham

e identificação de peças. São estes os grandes focos desta rede.

O encargo para o aderente será inferior ao que seria na Top Car?

Sim. Tem um conjunto de soluções tecnológicas, de comunicação e da própria identidade da marca, e o cliente escolhe a quais aderir. Este conceito serve para situações em que a marca não se enquadre naquela localização. Há a possibilidade de fazer uma adaptação, para que o cliente não veja a sua marca local afetada e ao mesmo tempo possa beneficiar de várias condições. Para nós, na AS Parts, é importante dar valências ás

O objetivo é que a rede de retalho possa dinamizar esse conceito para os seus clientes oficiais?

Sim. Uma das grandes vantagens deste tipo de conceitos é a possibilidade de o retalhista fidelizar os seus clientes e barrar a entrada à concorrência.

Não sendo low cost, é um conceito que vai ao encontro de um tipo de oficinas menos estruturadas...

Sim, vamos chegar a uma fatia de oficinas

que precisa do contexto de rede para se desenvolver e evoluir. Mas ainda há um conjunto de oficinas que têm uma identidade muito forte e uma dimensão considerável. E para essas oficinas, que têm dimensão mas não gostam de redes oficiais, este conceito torna-se apetecível porque tem um conjunto de vantagens tecnológicas, não tendo uma imagem tão intrusiva. A Carwin tem uma forte vertente tecnológica. Vamos ter um plano de formação teórico-prático, assistência técnica e também acesso a um programa de identificação de peças e orçamentação. Como há esta forte componente técnica, não nos vamos focar na angariação de clientes. Esta rede não vai ter parcerias, nem o apoio na angariação de clientes que fazemos na Top Car. Temos um comercial que faz a angariação, mas é a oficina que trata de obter os seus clientes. Apenas temos dois parceiros, com o lançamento da área de equipamentos de diagnóstico na AS Parts, com a Delphi, e temos uma parceria também com a Wolf.

A rede poderá tornar-se mais capilar do que a rede Top Car e estar mais presente a nível regional?

Sim. A dimensão será maior, de certeza. A Top Car tem uma grande abrangência, mesmo em localizações regionais. Mas a Carwin, com este conceito, provavelmente terá uma capilaridade maior, num menor espaço de tempo. ●

Vanessa Barros
Gestora da rede Carwin

Qual a razão para se assistir a um aparecimento de redes para um tipo de oficinas menos estruturadas?

Em primeiro lugar, pela questão da fidelização. É uma óptima forma de fidelizar clientes, havendo uma relação para além da compra de peças.

Outro aspecto é o facto de as oficinas sentirem que não conseguem evoluir sozinhas. Porque a gestão de rede por trás é feita por outra entidade que não a própria oficina, que não tem tempo para tratar destas vertentes.

No seu entender, o mercado das redes oficiais em Portugal vai crescer nos próximos anos?

Acredito que vai crescer, não tanto em número de conceitos, mas na integração em redes. Porque existe a questão da rentabilidade, que, segundo alguns estudos, é uma questão que não é tão preocupante nas oficinas que estão integradas em redes.



REPSOL AMPLIA A SUA OFERTA NA GAMA HYBRID

Inovação sustentável como resposta ao desafio ambiental

A Repsol Lubrificantes amplia a sua gama Hybrid com um novo lubrificante para veículos leigeiros de ultra-baixa viscosidade 0W-16 que vai ao encontro da economia de combustível e da redução de emissões poluentes.

A Repsol Lubrificantes desenvolveu e lançou recentemente um lubrificante de motor com o grau de viscosidade SAE 0W-16, o grau mais baixo do portfolio de lubrificantes de motor para veículos leigeiros, para responder ao foco contínuo no aumento dos requisitos associados à economia de combustível e consequente redução de emissões com o objetivo de minimizar o impacto ambiental.

Integrado na gama Hybrid, o lubrificante de ultra-baixa viscosidade Repsol Hybrid 0W-16 vem completar esta gama de produtos, com benefícios adicionais de economia de

combustível comparativamente aos lubrificantes já existentes Repsol Hybrid 0W-20 e Repsol Hybrid 5W-30.

São principalmente os fabricantes de automóveis japoneses, Honda, Lexus, Suzuki e Toyota, que requisitam um lubrificante com o grau de viscosidade 0W-16. Sendo já comum a utilização deste grau de viscosidade no Japão, fora deste mercado apenas agora tem crescido a procura por este tipo de lubrificantes com o lançamento dos últimos motores dos construtores japoneses na Europa. Será nesta fase um produto de nicho de mercado, mas tecnologicamente muito evoluído.

Em termos genéricos, quanto mais baixa for a viscosidade do lubrificante, menores serão as perdas de potência nos motores (menor a quantidade de energia utilizada para bombeiar o lubrificante e menos energia perdida por efeito hidrodinâmico) resultando num aumento do rendimento termodinâmico que se traduz numa redução específica do consumo de combustível. É este o principal catalisador para a tendência de utilização de produtos de baixa viscosidade por parte dos fabricantes de automóveis, preocupados em cumprir as metas de acordo com as restrições ambientais.



O desafio dos fabricantes de lubrificantes

O desafio para os fabricantes de lubrificantes traduz-se assim no desenvolvimento de um produto de baixa viscosidade com a capacidade de garantir a boa lubrificação e proteção do motor sob cargas e condições extremas de funcionamento. Para a Repsol conseguir garantir os elevados padrões de performance são assim utilizados, na formulação destes produtos Repsol Hybrid, aditivos de última geração e os óleos base Repsol altamente refinados.

O ADN de inovação e vanguarda: Repsol Technology Lab

Foi no Repsol Technology Lab que os investigadores da Repsol desenvolveram esta gama de produtos que garantem elevados padrões de desempenho, acompanhando

assim as recentes evoluções nos motores a gasolina de ultima geração (normalmente de reduzida dimensão, sobrealimentados e de injeção direta) capazes de atingir elevadas temperaturas e pressões internas, por forma a aumentar a potência específica, e com regimes de funcionamento cada vez mais exigentes. A este desafio, a Repsol decidiu ainda adicionar o desenvolvimento de um lubrificante de motor também com a capacidade de garantir uma ótima lubrificação em regimes intermitentes de funcionamento. São estes os regimes típicos dos motores de última geração híbrida (gasolina e elétrico), tanto em veículos híbridos (HEV – Hybrid Electric Vehicle) como em veículos híbridos plug-in (PHEV – Plug-in Hybrid Electric Vehicle). Desta forma, os lubrificantes Repsol Hybrid são a combinação perfeita para os condutores de veículos híbridos que se preocupam com a conservação do meio ambiente e com a redução de emissões de CO₂ para a atmosfera.

Formulados para exceder os requisitos das normas

Os lubrificantes Repsol Hybrid excedem agora os requisitos das normas da American Petroleum Institute, API SP e da International Lubricant Specification Advisory Committee, ILSAC GF-6 (ILSAC GF-6A nos Repsol Hybrid 0W-20 e Repsol Hybrid 5W-30; ILSAC GF-6B nos Repsol Hybrid 0W-16). A norma ILSAC GF-6 está agora separada em duas categorias, A e B. A norma ILSAC GF-6A é compatível com as especificações anteriores do ILSAC GF, que incluem graus de viscosidade como 5W-30 e 0W-20. Por outro lado, a norma ILSAC GF-6B inclui todos os requisitos da norma ILSAC GF-6A, mas é especificamente orientada a veículos que requerem graus de viscosidade 0W-16.

Para cumprir estas normas, os lubrificantes são sujeitos a novas baterias de ensaios para que, de acordo com as necessidades e requisitos de lubrificação estabelecidos pelos fabricantes de motores de automóveis, superem a fasquia dos limites impostos e adaptados aos novos regimes de funcionamento.

Os ensaios estão divididos em quatro categorias: ensaios de proteção contra o desgaste; ensaios para garantir uma operação e funcionamento adequado; ensaios para avaliar a melhoria das características de economia de combustível em função do lubrificante; ensaio para avaliar o desempenho e proteção contra a pré-ignição / detonação em regi-

mes de baixa velocidade (LSPI), fenômeno possível de ocorrer nos motores modernos de injeção direta.

Os produtos Repsol superam assim os testes mais exigentes e rigorosos normalizados para motores de combustão interna de ignição por faísca, que utilizam gasolina como combustível, estando assim na vanguarda tecnológica do desenvolvimento de lubrificantes.

Esta gama de produtos Hybrid complementa a experiente gama Repsol Elite que inclui todos os lubrificantes com homologações específicas de fabricante.

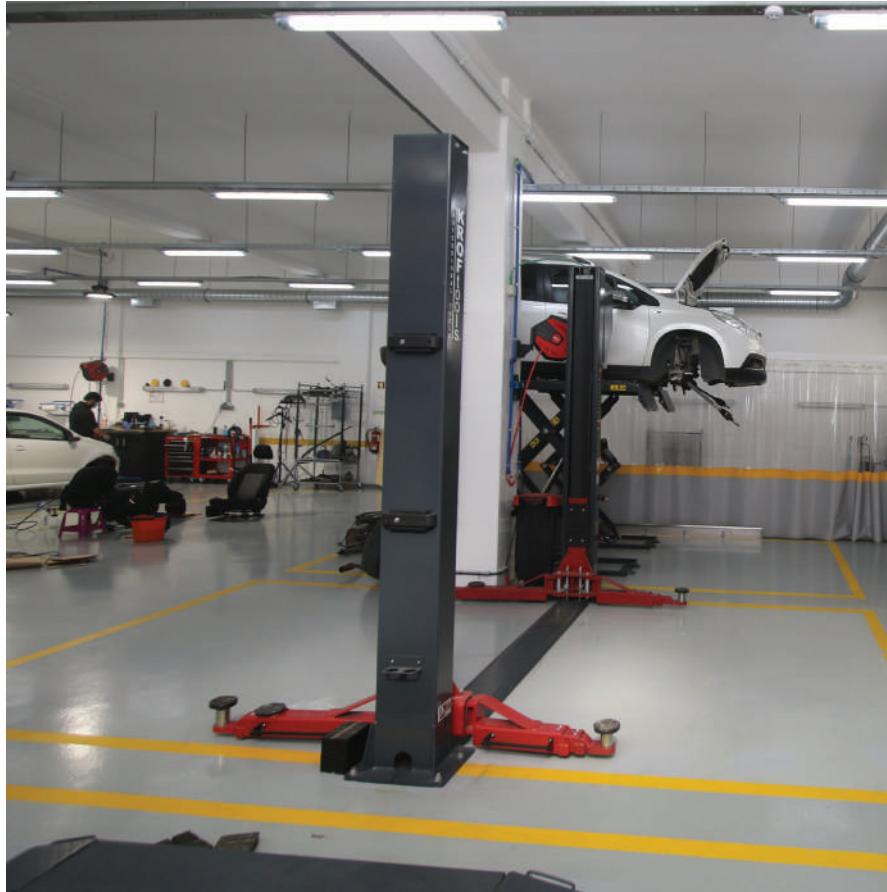
No site Repsol, no pesquisador de produtos lubrificantes (<https://www.repsol.com/es/productos-y-servicios/lubricantes/busador/>), poderá ser consultado qual o lubrificante mais adequado para cada veículo, assim como as capacidades e respetivos intervalos de manutenção de acordo com as indicações dos fabricantes. ●

Principais características da gama Repsol Hybrid

- Lubrificante 100% sintético muito estável e resistente à degradação.
- Produto de baixa viscosidade que reduz o consumo de combustível sem hipotecar a elevada proteção do motor de combustão nas condições mais exigentes de pára-arranca (Start-Stop).
- Lubrificante desenvolvido com a preocupação da preservação do meio ambiente.



Oficina

RUI RIJO AUTOMÓVEIS

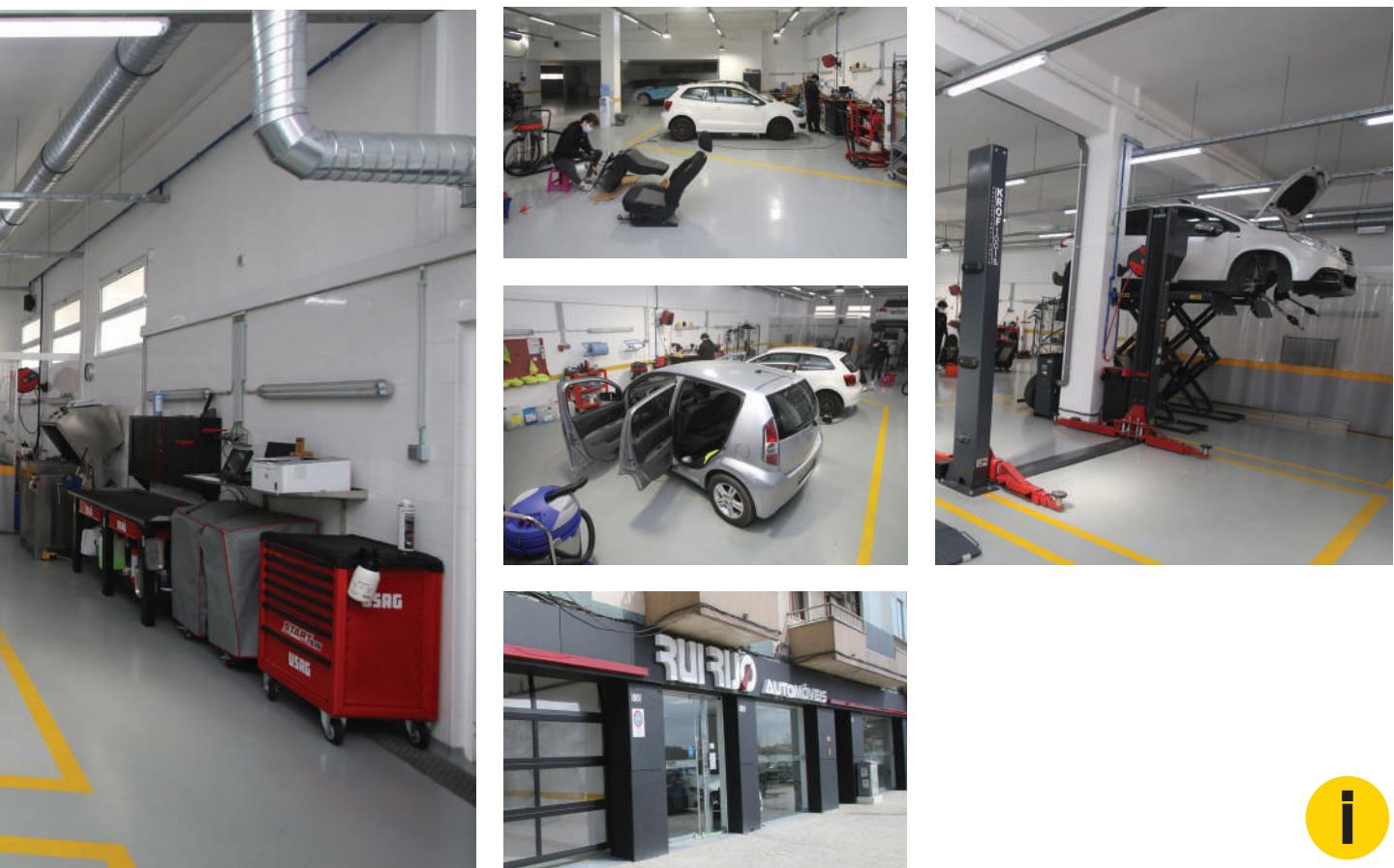
Investir no futuro

Historicamente virada para o comércio de automóveis usados, a Rui Rijo Automóveis é também, desde há um ano, uma moderna oficina de automóveis, desenvolvida a pensar no futuro.

TEXTO PAULO HOMEM

Inauguradas há um ano, as novas instalações da Rui Rijo Automóveis são um exemplo de modernidade. Localizadas numa zona antiga do Barreiro (em total transformação), a verdade é que para dentro da enorme montra debaixo de um velho prédio, se encontra um estabelecimento completamente novo, que serve principalmente para a atividade de comércio de automóvel de usados, semi-novos e zero quilómetros, mas também para uma moderna e dedicada atividade oficinal. Fruto das circunstâncias, mal foram inauguradas as instalações entrou-se no primeiro confinamento, que obrigou ao encerramento parcial da empresa (a oficina podia estar aberta), e após isso a zona foi encerrada para obras de requalificação até final de 2020. Mesmo com o segundo confinamento que estamos a atravessar a oficina manteve-se em funcionamen-

to, mas Rui Rijo não se arrepende em momento algum do investimento que fez, pois os objetivos do desenvolvimento desta unidade de reparação e manutenção automóvel são outros. “Na verdade nunca quisemos comunicar que temos a oficina, pois queremos aqui escolher o tipo de cliente que nos interessa. Esta oficina foi desenvolvida com a ideia de podermos gerir melhor a nossa atividade no que diz respeito ao veículos que vendemos, embora como é óbvio está também aberta a qualquer cliente que pretenda fazer a manutenção e reparação da sua viatura seja nosso cliente ou não”, afirma Rui Rijo, gerente da empresa e profissional com muitos anos de experiência no setor. Com esta oficina, Rui Rijo assume que “é diferente” a forma como agora lhe permite encarar o negócio de usados “pois sabemos as peças que compramos e montamos nos



RUI RIJO AUTOMÓVEIS

Rui Rijo

Barreiro

214 045 482

geral@ruirijo.pt

www.ruirijo.pt

Já não podia viver sem isto

Consciente de que fez a melhor aposta ao investir no negócio oficina, Rui Rijo, gerente da Rui Rijo Automóveis, refere que "já não podia viver sem isto". Para este profissional do ramo automóvel tratou-se de um "investimento feito a pensar no futuro. Sei que não o posso rentabilizar de um dia para o outro, mas são muitas as vantagens de ter uma oficina, como a nossa, ligada ao comércio de veículos usados". A relação entre os dois negócios (reparação e comércio) é intrínseca, mas com o investimento feito isso também foi potenciado. Por exemplo, diz Rui Rijo "a receção da oficina leva o cliente a passar também pelo stand e isso já trouxe benefícios".

carros, a forma como intervencionamos os veículos, a prioridade que podemos dar a um veículo face a outro que esteja para sair, etc. Até os custos são diferentes". Mesmo ainda não tendo os clientes oficiais que desejaría, até porque considera que "uma casa demora muito a ser construída", para Rui Rijo o facto de ter uma oficina é também muito importante para potenciar as vendas de usados e a aumentar a confiança no cliente. "O que nos interessa é vender os automóveis e não ter problema nenhum", assume este responsável, explicando também que a oficina acaba também por ser uma importante ferramenta de fidelização dos clientes.

Ao entrar no ramo oficina, a Rui Rijo Automóveis acabou por fazê-lo com "pés e cabeça". O investimento feito foi numa oficina estruturada, com zonas bem definidas, bem equipada, com condições de trabalho, que "no fundo tivesse todas as condições que uma oficina deve ter, cumprindo todas as regras legais, ambientais, etc, e onde o cliente se sinta confortável", explica Rui Rijo, assumindo que "foi um investimento pensado para o dia de amanhã".

Apostando agora uma relação de maior proximidade com os seus fornecedores, Rui Rijo quer diversificar ainda mais a sua rede de fornecedores, também como forma de melhorar a facilidade e a rapidez de fornecimento "até porque nem tudo na vida se rege pelo preço", observa o mesmo responsável.

Sendo uma oficina que serve a atividade da venda de veículos usados da empresa, a verdade é que os serviços que desenvolve não se relacionam apenas com o recondicionamento das viaturas. "Fazemos mecânica, carregamento de ar condicionado, parte elétrica, entre muitos outros serviços de recondicionamento automóvel. Nos pneus temos uma parceria com uma empresa vizinha, que nos envia algum serviço. Apenas não fazemos a parte da colisão", refere Rui Rijo.

Muito forte é a presença da Rui Rijo nas redes sociais e nas plataformas de venda de usados, "onde temos uma estratégia de marketing que temos seguido e que tem dado os seus frutos", sendo que os serviços oficiais irão sendo progressivamente mais divulgados. ♦

Personalidade



“

A gestão do conhecimento é fundamental em todas as organizações

ANTÓNIO CALDEIRA, CEPRA

Quase há 20 anos à frente dos destinos do CEPRA, António Caldeira tem apostado em dinamizar o Centro, por forma a acompanhar as necessidades e desenvolvimentos do setor automóvel.

ENTREVISTA PAULO HOMEM, NÁDIA CONCEIÇÃO FOTOS MICAELA NETO

No ano em que comemora o seu 40.º aniversário, o Centro de Formação Profissional da Reparação Automóvel – CEPRA, adaptou-se às restrições da pandemia e, além de dinamizar formação online, tem planos de apoio para as empresas e profissionais afetados pela crise do setor automóvel. À PÓS-VENDA, António Caldeira revela as peculiaridades deste centro de referência na formação de jovens e ativos em Portugal para o setor da reparação automóvel.

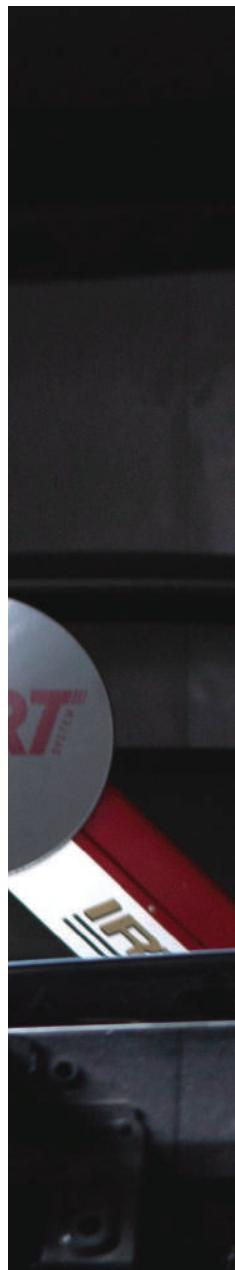
De que forma apresentaria o que é o CEPRA?

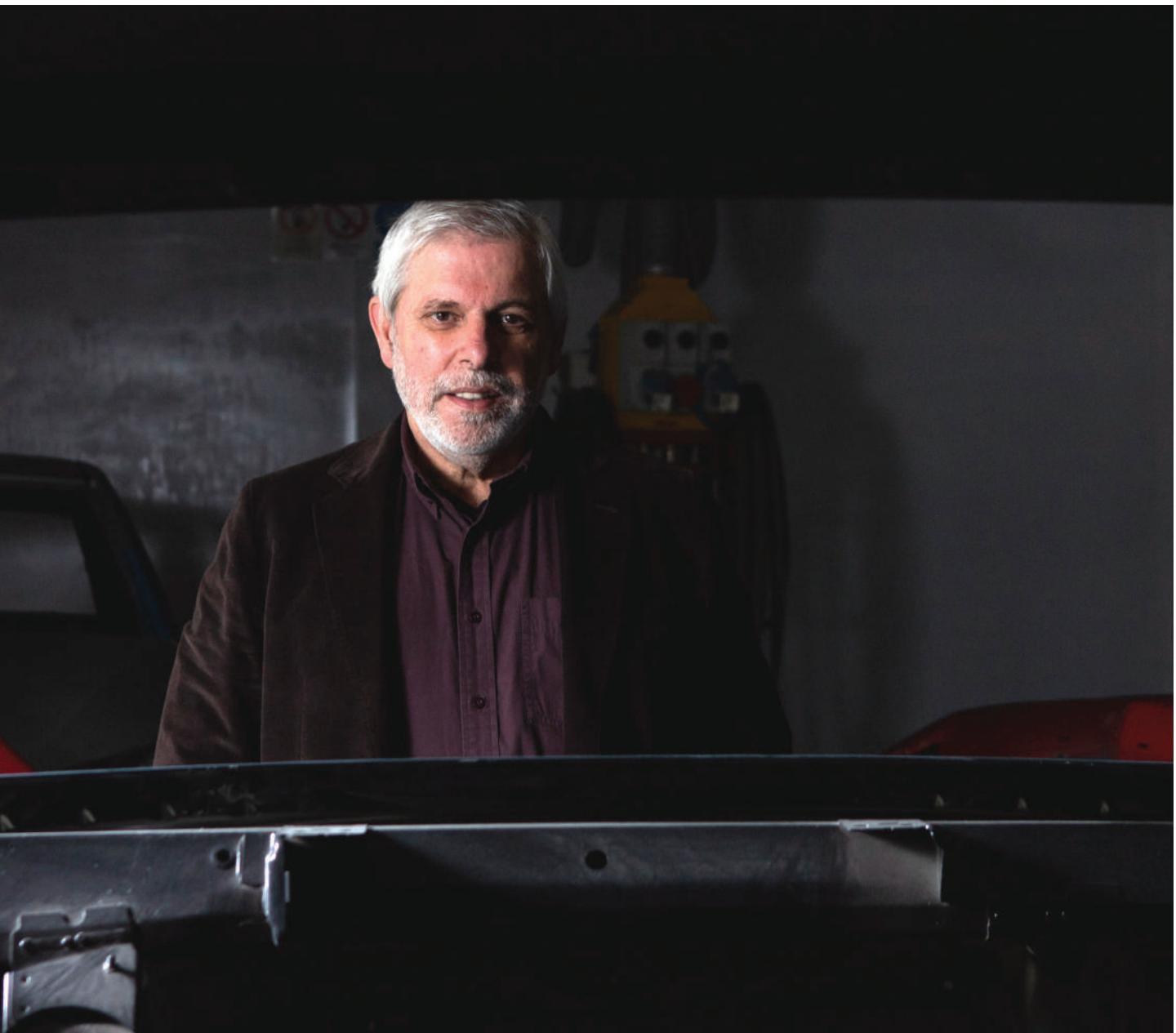
Em poucas palavras, o CEPRA é uma organização que se dedica exclusivamente à formação profissional do setor automó-

vel. E é o maior operador nacional nesta área atualmente. Estamos a falar de, num ano anterior à pandemia, em média, 5 mil formandos por ano, e mais de 500 mil horas de formação por ano, nas várias modalidades que temos. Em termos de orçamento somos também quem tem mais orçamento e mais meios, em termos de equipamentos e condições técnicas.

O que significam estes 40 anos?

Eu estou no CEPRA há quase metade da história do CEPRA. Conheço bem a casa, felizmente temos vindo a evoluir, a evolução tem sido notória a todos os níveis, sem perder a nossa qualidade e reconhecimento no setor. Poderíamos ter melhores instalações e equipamentos mas se não fôssemos reconhecidos pela nossa qualidade de intervenção, não seríamos





Percurso Profissional

Formado em Engenharia Mecânica pelo Instituto Superior Técnico, António Caldeira esteve inicialmente ligado à área fabril, como responsável em várias indústrias. Esteve depois no IEFP como Técnico Superior Consultor, tendo integrado depois o CEPRA como Presidente do Conselho de Administração, e, desde, 2008, como Diretor do Centro.

nada. O nosso principal ativo, é, por isso, este reconhecimento de qualidade. E é por isso a nossa maior dificuldade, conseguir manter recursos humanos com qualidade e em quantidade. E a falta de recursos humanos de qualidade é geral em todo o setor. O que nos causa desafios é que o setor vem buscar os nossos formadores e, por isso, estamos sempre num ciclo de admissão, os nossos formadores melhoram as suas capacidades e o mercado vem buscá-los. Estamos neste momento, inclusivamente, a fazer um processo de recrutamento de Técnicos Superiores e Técnicos de Formação. A gestão do conhecimento hoje em dia é fundamental em todas as organizações. O CEPRA iniciou atividade com um conjunto de pessoas, que eram reconhecidas no setor, e que entretanto atingiram a idade de re-

forma ao mesmo tempo. E o desafio foi substituir essas pessoas.

Entende que o setor automóvel seria diferente se o CEPRA não tivesse existido?

Sim, o CEPRA tem sido muito importante para o desenvolvimento do setor. Se o CEPRA não existisse, outra entidade ocuparia esse espaço. A questão é de que forma o iria fazer. O CEPRA tem particularidades muito importantes para o setor, e que o apoiam, mesmo que por vezes não exista essa percepção. Por exemplo, o facto de sermos uma entidade pública sem fins lucrativos, faz com que o nosso objetivo não seja o lucro. Cobramos taxas de inscrição, mas, a qualidade dos nossos cursos faria com que, se praticássemos preços de mercado, estávamos a falar de valores de inscrição 3, 4 ou 5 vezes su-



“

O CEPRA tem sido muito importante para o desenvolvimento do setor

periores aos que temos. E, por isso, aqui também se vê o apoio que damos ao setor por esta via. A formação não é um custo, é um investimento, mas se uma empresa tiver de gastar, por exemplo, 300€, não é o mesmo de gastar 50€. Por exemplo, fomos a primeira organização nacional a fazer certificação para técnicos de ar condicionado. E nessa altura associámos os cursos a um valor, tendo, todos os outros, se posicionado em termos de preços, de acordo com o valor que nós praticámos. E por isso, desempenhamos este papel de apoio e, de certa forma, de regulador.

Há diversos profissionais do setor que não conhecem o CEPRA. Como explica isto?

Não há dramatismo nisso. O ideal era sermos conhecidos por todos. Desde que saibamos que existam situações que não sejam benéficas para o CEPRA, fazemos tudo para o resolver. Esta entrevista, por exemplo, ajuda a esse conhecimento por parte do mercado. Gostaríamos, obviamente, que todos os que trabalham este setor, estivessem atentas para conhecer o CEPRA. Nós temos recursos limitados, e por isso não fazemos uma divulgação agressiva. Até porque corremos o risco de não ter capacidade de resposta. A nossa

capacidade de intervenção, a forma como o fazemos, os custos associados às ações de formação, são mais vantajosos do que a generalidade das entidades, motivo pelo qual estrategicamente não fazemos muita “força” para desenvolver formação junto a marcas.

Durante muitos anos o CEPRA pareceu estar mais virado para a parte oficial do mercado automóvel e só agora está a fazer a transição para o mercado independente. Isto é verdade?

A estratégia é exactamente o contrário, ou seja, privilegiar o mercado independente, as pequenas oficinas, ir aos locais, inclusivamente. Uma área onde capitalizamos essas sinergias é por exemplo no Algarve. No Algarve temos parcerias com representantes, casas de peças, que fazem a divulgação junto dos seus clientes, e com isso acabamos por fazer dezenas de ações de formação.

Dos 5 mil formandos que têm por ano, qual a percentagem que segue para as oficinas oficiais e para o mercado independente?

Diria que, para as marcas, são cerca de 10%. Há um foco muito grande no mercado independente. Porque há players do

Perguntas rápidas

Qual foi o seu primeiro carro?
Foi um Volkswagen Carocha.

Quantos quilómetros faz por ano?
Cerca de 30 mil.

O que mais gosta neste setor?
Um setor com muitos desafios e evoluído tecnologicamente. E a afeição que o setor tem para a área da formação.

E o que menos gosta?
A competição sem olhar ao momento e a falta de união.

Costuma acompanhar a formação que o CEPRA faz fora das suas instalações?

Não costumo acompanhar sistematicamente. Porque a maioria é feita pelas associações, que fazem esse acompanhamento.

O que gosta de fazer nos tempos livres?
Gosto muito de viajar, embora agora não seja possível.

mercado da formação que se focam no apoio às marcas. E considero que não é vocação do CEPRA ter formadores para depois os alocar 100% a marcas. A vocação do CEPRA é estar disponível para estar em qualquer local do país. Se tivermos um formador alocado 100% a uma determinada marca, não há benefício para o CEPRA. Todos os anos fazemos um período de formação específica dos nossos formadores, e os que possam estar em marcas, divulgam aos colegas o conhecimento que adquiriram. Tirando esse aspeto, não vemos valor acrescentado.

O facto de estar ligado ao Instituto do Emprego e Formação Profissional, foi potenciador do desenvolvimento do CEPRA?

Sim, claro que nos potencia, porque 90% do nosso orçamento vem do Instituto do Emprego e Formação Profissional. Claro que nos potencia e permite ter conforto, inclusivamente para enfrentar momentos como este de pandemia, pois temos meios para ajudar o mercado. O IEFP desenvolve planos de formação específicos para as entidades que estão em dificuldades, e o CEPRA faz parte dessa rede, ou seja, temos meios para, caso exista uma empresa que esteja em lay-off e queira dar formação, nós fazemos essa formação gratuitamente.

Além do IEFP, a ANECRA e a ARAN são outorgantes do CEPRA. Qual a razão para outras entidades do setor automóvel não o serem também?

Sendo entidades que se encontram várias vezes, é algo que, se fizesse sentido em termos estratégicos, com toda a certeza que já teriam havido desenvolvimentos nesse aspeto por parte dessas outras entidades.

Atualmente pode dizer-se que o CEPRA tem condições para formar um técnico para o setor automóvel que possa dar resposta às exigências atuais do setor?
Claro que sim. O CEPRA tem meios técnicos



O CEPRA tem meios técnicos que nenhum outro centro de formação em Portugal tem

nicos que nenhum outro centro de formação em Portugal tem. E temos dados concretos. Temos a formação inicial dos jovens, e aqui a certeza de que estamos a fazer um trabalho adequado às necessidades do mercado é o nível de empregabilidade, que não é 100% porque alguns jovens vão para o estrangeiro e outros para o ensino superior, depois de terminarem a formação. Mas aqueles que querem seguir a profissão, o mercado reconhece e são logo admitidos. Quando temos o número de profissionais que temos também a vir ter connosco, porque temos cerca de 500 jovens por ano e o resto são ativos, é sinal que estamos adequados e não estamos obsoletos. Temos de ter uma atitude correta perante o nosso plano de atividades, que permita que intervenhamos nos veículos mais atuais, mas não esquecendo que o parque automóvel em Portugal tem uma média de idade de 13 anos. A arte é termos conhecimento para todos os veículos, dos mais antigos aos mais recentes. Em média, por ano, em equipamentos e instalações, gastamos cerca de 100 mil euros. Não há outra empresa de formação que tenha uma capacidade de investimento tão grande.

Existe alguma área de formação automóvel que não esteja coberta pelo CEPRA?

Somos ecléticos, temos todas as áreas. Há formações, como técnicos de vendas, orçamentação, que em determinados momentos não temos. Pela pouca apetência que existe por parte das pessoas para ingressar nestes cursos. Mas estamos em todas as áreas e, este ano, pela celebração dos 40 anos e também pela pandemia, queremos começar a intervir em áreas que não sejam diretamente pelas saídas profissionais pelas quais somos conhecidos, como, por exemplo, a consultoria, mas que se relacionam com o setor. É algo que pode ajudar as empresas, se começarmos a intervir mais nestas áreas, como a contabilidade, técnico administrativo, receção, vendas, etc. Há empresas que nos procuram para darmos formação genérica à sua equipa,

para saberem que uma determinada peça que vendem, qual o seu papel na viatura, por exemplo. Por isso pretendemos agir de forma mais transversal nas empresas.

Como avaliam as necessidades do setor e se adaptam a essa realidade?

Temos uma grande vantagem, que no Conselho de Administração temos a ANECRA e a ARAN. Temos um plano, que não é estático, que é adaptado e alterado quando necessário. Mas os inputs são fundamentalmente dos nossos outorgantes. Muita da formação que dinamizamos é através destes nossos outorgantes. Fazemos centenas de ações que são prestações de serviços, entre as quais essas para as nossas associações. É algo que não é muito visível mas é a certeza que estamos a corresponder ao que o mercado precisa. O associado diz-nos qual a sua necessidade, e a zona em que pretende realizar a ação de formação.



No seu entender, qual a razão para a escassez de mão-de-obra no setor automóvel?

Os jovens não têm apetência para este tipo de profissões. Estamos numa situação cada vez mais complicada de se resolver. No caso da pintura e reparação, juntámos as duas valências para tentar que seja mais atrativo, e é uma formação de nível IV, com equivalência ao 12.º ano. Mas, no dia-a-dia, continua a ser visto como o “bate-chapa”, e nenhum jovem quer ser “chapeiro” ou “bate-chapa”. As pessoas estão a reformar-se e não há substitutos. No caso da Mecatrónica, começamos uma turma com 18 alunos, no máximo, e chegamos ao fim com 17 ou 16. No caso da reparação e pintura, começam 18, a partir do momento em que começam a formação em contexto de trabalho, como há muita escassez, começam a ter ofertas de trabalho. E aí começam as desistências. A procura é tanta, e recebem salários acima da média, que os jovens são logo aliciados para começar a trabalhar nas empresas.



“

A vocação do CEPRA é estar disponível para estar em qualquer local do país

Como se resolveria isto?

Com formação. É uma realidade transversal a muitos países. Muitos deles até têm uma situação bem pior, e vão buscar técnicos ao estrangeiro. O CEPRA desafia as empresas a que sejam elas a identificar os jovens. Porque o nosso grande problema é ter os jovens para formar. Por isso, as oficinas, se precisam, integram o jovem na formação, já indicados como preferenciais para aquela determinada empresa. É um investimento para a empresa, que sabe que daqui a 2 anos e meio tem o retorno, com o jovem formado e pronto para ingressar.

Além da formação para veículos legers, também existe formação para pesados?

De raiz não temos, por questões físicas. Quem é formado em ligeiros pode ir para a área dos pesados e, por isso, temos protocolos com entidades que desenvolvem atividade na área dos pesados e que nos pedem estagiários. Temos capacidade de fazer formação para pesados, já fizemos várias vezes formação para as frotas das Câmaras Municipais, e utilizámos as instala-

ções deles. Já fizemos também ações de formação para o exército também. Mas não temos instalações próprias preparadas para tal.

Com a pandemia houve uma maior procura nesta fase pela área da formação digital?

Sim. Tivemos uma capacidade extraordinária: desenvolver cursos e-learning, totalmente à distância, e b-learning, com uma componente à distância e outra presencial, com conteúdos específicos e avaliações no final dos módulos. Damos primazia à formação b-learning, porque é totalmente diferente o formando ter uma componente prática. Estamos a caminhar para uma nova abordagem, de sessões curtas, de duas horas, online, em que falamos de determinados temas, de forma rápida. A formação à distância tem vantagens e inconvenientes, mas estamos a apostar nisso. Estamos a fazer cursos síncronos e assíncronos. Uma formação muito procurada neste momento é em elétricos e híbridos. Numa primeira fase e para apoiar as empresas, fizemos formação gratuita, e entretanto tornámos a formação paga, e tem esgotado sempre.

Temos um limite de inscritos, apesar de ser um curso online, para podermos dar acompanhamento a todos os formandos de forma adequada.

Considera que esta procura pela formação digital se irá manter depois da pandemia?

Sim, penso que se irá manter. Estamos a admitir Técnicos Superiores para termos uma maior capacidade de continuar a desenvolver este tipo de formações digitais. Mesmo os cursos “tradicionalis”



tendem a evoluir para que uma parte da componente formativa seja por meios digitais.

De que forma o CEPRA se relaciona com o meio académico, nomeadamente os Institutos Politécnicos?

Temos protocolos com alguns Institutos Politécnicos, embora seja uma relação quase concorrencial.

Como pretendem comemorar o 40.º aniversário?

Fizemos a reformulação da imagem, que incluiu a pintura das nossas instalações. Vai também ser lançado um novo portal em breve, mais moderno e adequado aos tempos atuais. Tínhamos previsto um seminário para assinalar a data, mas que, devido à pandemia, não sabemos se irá acontecer. E pretendemos apostar mais forte na dinamização da nossa comunicação. ◆



Tudo o que
se move,
funciona
melhor com
LIQUI MOLY

The logo for Liqui Moly, featuring the brand name in a bold, sans-serif font. The word 'LIQUI' is in blue on a white background, and 'MOLY' is in white on a red background, with a thin black border around the entire logo.

MOTOR OILS ADDITIVES CAR CARE

www.liqui-moly.pt



Dossier



PEÇAS ELÉTRICAS E ELETRÓNICAS

O futuro do aftermarket

Os componentes elétricos e eletrónicos estão cada vez mais presentes nos automóveis mais modernos, aumentando cada vez mais a imortância desta área de negócio no aftermarket

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

A indústria automóvel e particularmente a área de negócio de componentes elétricos e eletrónicos, cada vez mais complexos e presentes nos veículos mais recentes está a crescer num ritmo muito rápido, ajudada pela eletrificação do parque auto e a crescente preocupação ambiental. “Atualmente, nos veículos mais modernos, dificilmente existe qualquer área sem componentes eletrónicos ou elétricos. Este número tem vindo a crescer de forma constante e os carros tornaram-se veículos de elevada tecnologia – mais seguros, mais confortáveis, mas também mais amigos do ambiente.

Estes componentes asseguram o correto funcionamento de qualquer veículo moderno”, explica Filipa Pereira, do bilstein group. Por sua vez, Robert Snider, da AS-PL, refere que este crescimento da oferta “acontece devido ao surgimento no mercado de produtos e tecnologias novos e mais avançados para soluções existentes, e à adaptação dos veículos às exigências da lei”, afirma. Perante esta evolução, as marcas dedicam-se a produzir constantemente componentes elétricos e eletrónicos adaptados a todas estas novas exigências tecnológicas da indústria automóvel. “Esses produtos estão a evoluir com base em novas tecnologias de movimentação



utilizadas nos veículos. Aqui podemos, por exemplo, indicar veículos com sistemas Start-Stop, nos quais operam motores de arranque reforçados em relação aos mecanismos de arranque utilizados em carros com motores de combustão interna ou diesel. Em carros híbridos, podemos ver hoje sistemas integrados de alternadores-motor de arranque, que são responsáveis, entre outros, pela recuperação de energia durante a travagem, implementando o papel do sistema start/stop ou suportando o funcionamento do motor principal ao iniciar, aumentar a potência e acelerar. Além disso, este sistema fornece equipamentos adicionais, como direção elétrica e o sistema do ar condicionado”, acrescenta Robert Snider. No futuro, muitas das tecnologias que conhecemos atualmente tendem a sofrer ainda mais melhorias. A evolução deste tipo de produtos, em qualidade e quantidade, poderá trazer maiores oportunidades no pós-venda para as empresas que acompanharem esta evolução pois, tendo em conta o número cada vez maior destes componentes nos novos veículos, terão um peso cada vez mais importante no aftermarket. ■

QUESTÕES

1 - Que marcas de peças elétricas e eletrónicas comercializam?

2 - Que novidades introduziram recentemente ao nível deste tipo de produtos?



RPL CLIMA

Rui Lopes

www.rplclima.com

1 Comercializamos a nossa marca RPL Quality e trabalhamos com Mahle e Valeo.

2 Incrementamos a nossa marca RPL Quality nas linhas dos electro ventiladores, ventiladores de habitáculo e resistências.



MAGNETI MARELLI

www.magnetimarelli-parts-and-services.pt

1/2 A Magneti Marelli Aftermarket apresentou, no passado mês de fevereiro, os seus mais recentes desenvolvimentos na gama de motores de arranque e alternadores. Esta adição de produtos é composta por 102 referências distribuídas entre 89 alternadores e 13 motores de arranque. Com esta expansão, a gama de motores de arranque e alternadores conta com mais de 1200 referências e oferece uma cobertura do parque superior a 80%.



VIEIRA & FREITAS

Paulo Torres

www.vieirafreitas.pt

1 Toda a nossa gama é composta por este tipo de peças, desde peças de reparação de motores de arranques e alternadores até peças de gestão de emissões. As nossas principais marcas são HC-Cargo, Meat & Doria, entre muitas outras.

2 Com a grande evolução dos veículos, todas as semanas introduzimos centenas de novas referências, novas gamas, sensores de todo o tipo.

Com estes lançamentos a Magneti Marelli pretende posicionar-se como um dos principais players no mercado de aftermarket de arrancadores e alternadores e oferecer soluções para qualquer tipo de necessidade que os seus clientes tenham. Todos os produtos são testados de acordo com os padrões de qualidade dos fabricantes de automóveis e atendem a todas as características de eficiência e durabilidade exigidas. Todas as referências estão disponíveis para clientes da Magneti Marelli.



ALECARPEÇAS

Paulo Agostinho

www.alecarpecas.pt

1 As marcas Valeo, Hella, Beru, Champion, Pierburg, Febi, Blueprint, Facet.

2 As maiores novidades estão essencialmente relacionadas com o forte reforço da oferta destas famílias de produto.



AUTO DELTA

Tiago Domingos

www.autodelta.pt

1 A Auto Delta comercializa uma vasta gama de peças eléctricas e electrónicas de diferentes marcas. Destacamos a Meyle, Pierburg e Continental (anteriormente conhecida por VDO) por apresentarem extensão de gama, qualidade reconhecida e segurança no momento da montagem para o mecânico.

2 Para além do contínuo alargamento de gama que é uma imagem de marca da Auto Delta, temos feito uma grande aposta em produtos específicos, como os sensores de temperatura de gases de escape, vitais para a protecção do meio ambiente, e ainda as bombas de combustível. Podemos seguramente afirmar que, nestas duas gamas de produto, a Auto Delta disponibiliza soluções para cerca de 95% do parque automóvel nacional.



EUROPEÇAS

Fábio Tomé

www.europecas.pt

1 A Delphi, Hoffer, LGK, Valeo, Electric-life, NGK, Beru, GE.

2 Começámos por introduzir uma gama completa de sensores e, mais recentemente, expandimos o nosso leque de ofertas aos alternadores e motores de arranque.

desfrutem de acesso gratuito a produtos dedicados a todos os tipos de veículos, incluindo sistema de start/stop e de alta necessidade de energia. A gama está dividida em três linhas de produtos: Premium, Standard e Económica. Produtos de marca própria "AS" compõem hoje a grande maioria da nossa oferta.

2 Desde o início do ano, expandimos com 156 tipos de alternadores e motores de arranque e 66 peças diferentes para estes produtos. Em média, adicionamos cerca de 80 tipos de novos produtos dedicados a diferentes grupos de veículos por mês. Entre eles podemos distinguir um alternador com o nome A9320S, com o selo "AS". O modelo do novo produto pertence à linha de Standard e caracteriza-se pela confiabilidade e confiança de inicialização garantida pela marca. O produto pode ser utilizado, entre outros nas marcas Austin 1100, Austin 1300, Austin 2200, Austin Maxi, Ford Escort, Ford Fiesta, Ford Granada, Ford Orion, Ford Taunus, Jaguar XJ6, Morris Marina, Princess 1800, Princess 2200, Rover 2000, Vauxhall Chevette.

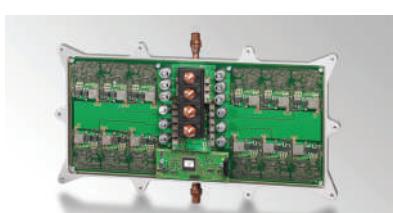


BILSTEIN GROUP

Filipa Pereira

www.bilsteingroup.com

1 O bilstein group comercializa peças elétricas e eletrónicas através das suas marcas de produto: febi, SWAG e Blue Print e disponibiliza uma oferta adequada tanto a veículos leves como para veículos pesados. Os componentes elétricos geralmente referem-se a circuitos elétricos simples, que são interrompidos ou fechados através de interruptores ou relés. Contudo, nos veículos modernos, os sistemas elétricos simples já não são suficientes para controlar sistemas complexos, como sistemas de injeção ou de ar condicionado. No caso da eletrónica, não só a corrente é conduzida como os sinais são transmitidos através dos circuitos. Estes sinais são gerados e processados por sensores ou unidades de controlo. A eletrónica complexa garante, entre outras coisas, que os motores de combustão sejam económicos e amigos do ambiente. Como os sistemas eletrónicos são muito mais complexos do que os elétricos, a sua qualidade torna-se ainda mais importante.



HELLA

Frederico Abecasis

www.hella.com/electronics

1 A marca Hella.

2 Sensores de pressão de pneus já codificados OE e actuadores de turbo.

AS-PL

Robert Snider

<http://as-pl.com>

1 Atualmente, a empresa oferece mais de 20 mil produtos, correspondente a perto de 450 mil números de referência, que fornecem aos clientes uma ampla gama de produtos, desde peças originais até substituições oferecidas a preços competitivos. A oferta inclui peças e componentes para carros, camiões, máquinas agrícolas, embarcações, motos e mercado industrial. Em 2004, introduzimos produtos da nossa própria marca com o nome "AS". Também expandimos a gama com produtos recondicionados. A oferta AS-PL permite que os clientes

Além da venda, que tipo de serviço prestam aos clientes, atendendo à especificidade de algumas destas peças?

Vieira & Freitas, Paulo Torres

"Todas as nossas peças são de marcas de qualidade e oferecemos garantia das mesmas contra defeitos de fabrico, temos um departamento técnico que também pode dar apoio aos nossos clientes".

RPL Clima, Rui Lopes

"Aconselhamentos de instalação e manutenção. Como vendemos só a profissionais do ramo, num modo geral tem esse cuidado aquando da instalação".

Alecarpeças, Paulo Agostinho

"Formação técnica ligada a esta linha de produtos. Este é um fator determinante para garantir a correta aplicação destes artigos, bem como da correta identificação das avarias por parte dos instaladores".

Europeças, Fábio Tomé

"Na Europeças, fornecemos um conjunto de documentos técnicos atualizados. São também realizadas sessões de formação, em parceria com os nossos fornecedores, com os nossos clientes".

Hella, Frederico Abecasis

"Além da venda, a Hella apoia toda a distribuição com um apoio técnico especializado e formação adequada. É isso que a Hella propõe à oficina, ou seja, um produto de qualidade com serviços associados que acrescentam valor ao produto e ajudam a oficina a poupar tempo e problemas".

Auto Delta, Tiago Domingos

"Para além de toda a informação técnica que os nossos parceiros comerciais poderão encontrar na nossa loja online a verdade é que todos os fabricantes, sabendo da importância deste tipo de produto no mercado bem como da sua complexidade, disponibilizam uma extensa variedade de



**Onde quer que esteja,
temos a peça que procura.**
Fazemos entregas em todo o país.

tel.: 210 430 900
santogal-peças@santogal.pt



Qta. do Lavi, Limites da Abrunheira,
 S. Pedro de Penaferrim
www.santogal.pt



As Bombas Elétricas auxiliares de refrigeração tem um elevado potencial de mercado, dado que são fundamentais para o normal sistema de refrigeração não só de veículos gasolina/diesel, mas também para veículos híbridos e elétricos

Luis Cortes, Bosch

Se um componente eletrónico falhar, todo o sistema pode ser comprometido. É por isso que o bilstein group se baseia num rigoroso controlo de qualidade no campo dos componentes eletrônicos e dos sensores.

2 As marcas do bilstein group introduzem uma dinâmica constante no mercado de forma a conseguirem divulgar desenvolvimentos frequentes, não só em gama, através de novos produtos e aplicação; mas também através da melhoria dos processos de gestão e controlo da qualidade, sendo esta uma das maiores preocupações, mas também vantagens competitivas do grupo. Os nossos clientes contam sempre com precisão de encaixe, elevada confiabilidade em termos funcionais e de durabilidade, normas de qualidade rigorosas e cumprimentos de todos os requisitos dos fabricantes de automóveis. Podemos afirmar que apresentamos novidades recorrente e constantemente e que os nossos clientes são brindados, com regularidade, com novas referências, novas aplicações e muito mais. Nesta família de produto, só em 2020, foram lançadas 539 novas referências: 416 com aplicação em veículos leves e 123 com aplicações em veículos pesados. Por fim, não sendo uma novidade, importa destacar a gama febi PLUS e SWAG extra, uma gama com as

peças que estamos habituados a encontrar apenas através do fabricante do veículo, mas que a febi e a SWAG disponibilizam na sua gama. Entre outras gamas, a febi PLUS e a SWAG extra incluem também componentes elétricos e eletrônicos que podem, por vezes, ser difíceis de encontrar sem ser através das marcas originais.



TRW

Carlos Gomes

<http://www.lucasautomotive.com.pt>

1 Relativamente ao segmento de componentes elétricos e eletrônicos, a TRW comercializa em Portugal única e exclusivamente a marca Lucas, que conta já com uma vasta gama de componentes nas áreas de gestão de motor, Ignição e Iluminação.

2 A última novidade dentro da família Lucas foi a introdução dos corpos de borboleta, no entanto, contamos para breve ter novidades, pois estamos sempre em busca de uma oferta cada vez mais abrangente.



ASPARTS

Fernando Mendes

www.asparts.com

1 Baterias Varta e Alea; motores de arranque e alteradores Prestolite e Bosch; sensores Bosch; acessórios eletrônicos Reflex Allen; módulos e válvulas do sistema pneumático Wabco, Knorr e Haldex; lâmpadas Osram e Alea; diversos eletrônicos Sampa, DT Diesel, Febi.

informação técnica, de montagem e recomendações de uso dos produtos em causa".

AS-PL, Robert Snider

"Em resposta às necessidades dos clientes e ao desenvolvimento contínuo da indústria automóvel, ampliamos a gama de serviços oferecidos para incluir a regeneração. Atualmente, a empresa oferece várias centenas de modelos de alternadores e motores de arranque recondicionados. O processo é realizado pela unidade de produção AS-PL localizada na Polónia, de acordo com as normas mais altas e os mais altos padrões de qualidade utilizados na montagem do dispositivo a partir de novas peças. O processo inclui apenas os núcleos selecionados (alternadores e motores de arranque), que estão sujeitos a uma avaliação completa da aptidão para utilização. O recondicionamento de produtos é organizado de forma a minimizar a quantidade de resíduos do produto e economizar matérias-primas valiosas e eletricidade e água. De qualquer forma, os produtos recondicionados são uma alternativa económica para a compra de novos produtos, mantendo os valores operacionais. Todos os nossos alternadores e motores de arranque recondicionados estão sujeitos a rigorosos procedimentos de teste em máquinas especializadas e os resultados dos testes estão incluídos nos produtos oferecidos. O resultado da recondicionamento profissional é um produto cujas propriedades não diferem da sua contraparte OEM".

bilstein group, Filipa Pereira

"Os nossos clientes, além de uma gama vasta ao seu dispor, encontram também diversas fontes de apoio técnico e comercial. A nossa linha de apoio por telefone fornece informações precisas e úteis quando surge qualquer dúvida do ponto de vista técnico ou comercial relacionada com esta gama ou com qualquer outra comercializada pelo





Transforme o motor do seu veículo num atleta incansável



Os engenheiros da Total desenvolveram a Age Resistance Technology, ART* para nossos lubrificantes TOTAL QUARTZ. Esta tecnologia de última geração garante um desempenho ideal para o seu motor, melhorando até 74%** a proteção contra o desgaste mecânico, mesmo sob condições extremas de temperatura e pressão. Escolher o TOTAL QUARTZ com ART, é escolher o lubrificante de motor que mantém o motor mais jovem por mais tempo.

*Tecnologia de Resistência ao Envelhecimento

**Comparado com os valores limites dos testes de uso do motor do ACEA (CEC-L-099-08).

www.total.pt



Quais as peças elétricas/eletrónicas mais procurados pelo mercado da manutenção e reparação automóvel?

VIEIRA & FREITAS

As peças de desgaste, nomeadamente as chamadas "rotating machines" e sensores.

RPL CLIMA

Os ventiladores, material de desgaste contínuo.

ALECARPEÇAS

Medidores massa ar, válvulas EGR, sensores.

EUROPEÇAS

As lâmpadas, baterias e velas são, tradicionalmente, os produtos mais procurados, mas temos registado um aumento de procura de sensores, elevadores, alternadores e motores de arranque.

HELLA

Sensores de gestão de motor em geral, válvulas EGR e bobinas de ignição.

AUTO DELTA

Os sensores e actuadores de gestão de motor são uma das gamas mais comercializadas.

CIVIPARTS

As baterias têm, neste momento e devido à situação em que vivemos, uma procura mais elevada.

AS-PL

Alternadores, motores de arranque e as peças que produzimos criam um enorme interesse e confiança entre os nossos clientes. Entre os produtos mais populares está o alternador A4058 e motor de arranque S0186. Os dois pertencem à linha Standard.

BILSTEIN GROUP

No caso da marca Blue Print, as 3 referências mais vendidas são velas de incandescência, uma das linhas mais conhecidas e conceituadas da marca. Na marca febi Car a tendência assenta em sensores de desgaste e motores de esguicho para o sistema de limpeza dos vidros. Em febi Truck, os componentes mais procurados são sensores de desgaste e relés. E, por fim, a marca SWAG é essencialmente procurada por motores de esguicho, sensores de desgaste e também velas de incandescência.

TRW

Para além dos sensores de massa de ar, as bobinas de ignição e a iluminação/lâmpadas.

AUTOZITÂNIA

Neste momento, podemos referir os sensores e os atuadores. De salientar também a elevada procura de peças como as válvulas EGR ou os sensores de massa de ar.

AZ AUTO

Sem dúvida que as peças deste tipo mais procuradas pelo mercado são os sensores (de todo o tipo). A informação que o carro dá a cada instante, sobre o seu funcionamento e estado, tem origem nestes sensores. Por este motivo e porque está diretamente ligado a questões de segurança, é importante manter os sensores em boas condições, procedendo à sua substituição sempre que se mostre necessário.

POS
SERVICE
HOLLAND

Alternadores, motores de arranques da nossa marca própria Plusline, especialmente em 12 volts automóvel, alcançam o patamar de produto estrela, na procura e nas vendas, por fatores como: preço competitivo, mais de 6 mil referências, 24-36 meses garantia, componentes OEM, qualidade premium.

AUTO
RECTO

As nossas peças mais procuradas pertencem a categorias completamente diferentes, ou seja, não temos uma categoria específica que é mais procurada face às restantes categorias. Seguindo essa lógica, podemos destacar algumas das nossas peças mais vendidas como sendo, específicos, alternadores, motores de arranque, bobinas, rolamentos, motores limpa-vidros, baterias, interruptores corte-correntes e lâmpadas, etc..

KRAUTLI

Os componentes com maior rotação continuam a ser os caudalímetros de ar e as válvulas EGR. No entanto, notamos uma crescente procura dos mais diversos sensores e interruptores presentes na gestão de motor e controlo de emissões nos veículos.

BOSCH

Neste momento, podemos identificar como as mais procuradas os sensores de pressão, as sondas da Lambda e os medidores de massa de ar, assim como todos os produtos relacionados com o sistema ventilação veículo, motores elétricos e relays.

**Não fazemos
manutenção automóvel,
mas fazemos a manutenção
da sua terminologia!**



TRADUÇÃO E DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA

Criamos e traduzimos manuais técnicos à melhor relação qualidade/preço do mercado. Temos profissionais especializados em várias áreas da indústria e uma tecnologia que nos permite criar projetos à medida de cada cliente.

CONHEÇA O PROGRAMA PARCEIRO JABA

Através da identificação e alinhamento de todas as traduções antigas do parceiro JABA, é criada uma base de dados que permite detetar todas as repetições em novos projetos e baixar consideravelmente o valor final do documento, mantendo a terminologia e o estilo de comunicação já existentes. Um programa criado a pensar em si!



bilstein group. Através da visita da bilstein group van, onde tantas peças deste grupo de produtos são incluídas, os clientes recebem informação preciosa sobre o funcionamento, gestão de qualidade e outros detalhes através do nosso consultor técnico. Como complemento, através do catálogo partsfinder, para cada referência, os clientes têm acesso gratuito a uma infinidade de informações relacionadas e que são úteis no seu negócio e, por vezes, para o momento da instalação".

TRW, Carlos Gomes

"Para a prestação de um bom serviço é importante possibilitar uma identificação fidedigna e correta dos componentes, sendo que a disponibilidade de informação técnica bastante importante para um bom serviço ao cliente"

Civiparts, Fernando Mendes

"Naturalmente, o serviço de garantias dos fabricantes".

Autozitânia, Flávio Menino

"Temos um serviço de excelência para apoiar os nossos clientes. Este serviço é prestado pela Eina Tech, área especializada do Grup Eina, que se dedica em exclusivo à assistência de unidades eletrônicas. É uma área especializada na assistência de unidades eletrônicas, com vários anos de experiência, composta por técnicos especialistas em eletrônica, que asseguram garantia da sua assistência, e que por isso garantem todo um serviço global de excelência aos nossos clientes".

AZ Auto, Ricardo Figueiras

"A par da venda destas peças, oferecemos informação técnica detalhada. Por percebermos que muitas destes componentes requerem um manuseamento e atenção diferentes, auxiliamos os nossos clientes ao fornecer a informação técnica de cada produto".



2 As baterias AGM A1 da Varta. Alargamento de gama Prestolite. Sistema de assistência à condução Knorr-Bremse.

de cabos de ligação de injetores, Motores de ajuste regulação do alcance dos faróis, Balastros de lâmpadas de xenon.



BOSCH

Tecnologia para a vida



AUTOZITÂNIA

Flávio Menino

www.autozitania.pt

1 Autozitânia tem um portfólio de marcas muito alargado relativamente a peças elétricas e eletrônicas. As marcas que disponibilizamos são a NGK, Beru, Hella, Valeo, FAE, febi e mais recentemente Bosch. Com a incorporação da Bragalís, conseguimos fornecer também as marcas Meat & Doria e Pierburg.

2 As mais recentes novidades foram a introdução no nosso portfólio da marca Bosch, com uma vasta oferta neste tipo de produtos, o alargamento da nossa gama da marca Valeo e a possibilidade de disponibilizar as extensas gamas das marcas Meat & Doria e Pierburg.



AZ AUTO

Ricardo Figueiras

www.azauto.pt

1 São várias as marcas no nosso portfólio que contam com peças desse género, nomeadamente Ashika, Bosch, DRI, Metzger.

2 As peças no nosso leque de distribuição, abrangem a quase totalidade dos veículos. Ultimamente as marcas têm diversificado a oferta, introduzindo peças de maior pormenor técnico e mais específicas, como: Jogos



POS SERVICE HOLLAND

Remy Chrétien Chatelin / Igor Cassemiro

www.psh-spain.es

1 Temos à disposição de nossos parceiros mais de 11.000 referências entre marcas OE e marcas próprias, Plusline e TWA reman. Assim como somos fabricantes e distribuidores de comprovadores Motoplat.

2 Atualmente, apresentamos uma gama de alternadores "Plusline Pro", que incorporam reguladores originais e outra gama com denominação "plusline Selected", para os mercados que exigem preços mais económicos.



AUTO RECTO

José Correia

www.autorecto.com

1 A grande especialidade da Auto Recto é, precisamente, o sector eléctrico, nomeadamente, várias gamas de produtos relacionadas com Alternadores, Motores de Arranque, Iluminação/ Sinalização, Compressores, Baterias, etc. Nesse sentido, trabalhamos com marcas líderes no Aftermarket relacionadas com a componente eléctrica.

2 A Auto Recto constantemente adiciona novas linhas de produto. Podemos dizer que, nos últimos



Os sensores e actuadores serão cada vez mais procurados pelo mercado, ou não fosse esta gama uma aposta de todos os fabricantes de automóveis e tornando-se essenciais, ainda que por vezes de forma imperceptível, para o condutor actual

Tiago Domingos, Auto Delta

meses e apenas para destacar alguns exemplos, temos vindo a acrescentar à nossa oferta múltiplos, como turbos completos e actuadores para os mesmos. Em resumo, estamos sempre a movimentar-nos tentando perceber o que poderá acrescentar valor à nossa oferta.



KRAUTLI

André Xisto

www.krautli.pt

1 Na Krautli Portugal procuramos ser um fornecedor global, em particular, a gama eléctrica e electrónica sempre

esteve no nosso ADN e é uma gama que nos posiciona no mercado. Abaixo as gamas e marcas que comercializamos: Gestão de Motor: Pierburg, VDO, Beru, Delphi, Hitachi, Hüco, Calorstat e Wähler, Máquinas Eléctricas Rotativas: Remy e HC-Cargo, Componentes de reparação: Remy e Powermax, Lâmpadas: Osram, Material de instalação: Elparts.

2 Uma vez que temos assistido a um exponencial incremento de sensores, interruptores, e válvulas nos veículos mais recentes, esta é uma gama que exige uma atenção constante a extensões de gama e artigos que o mercado procura. Lançámos já em Janeiro de 2021 a Elparts, especialista em material de instalação e onde encontra acessórios para bateria, contactos, terminais e conjuntos de reparação até às tomadas e caixas, desde o cabo até ao fusível. Fizemos também a conversão da gama de sensores de temperatura de gases de escape para a Pierburg, que lançou recentemente a gama de sensores de pressão de gases de escape.



BOSCH

Rodolfo Robledo / Luis Cortes

<https://www.boschaftermarket.com/pt/pt/index>

1 Comercializamos peças Bosch. Temos um amplo portfólio, do qual podemos destacar, na área de Comfort e Eletrónica, as seguintes peças eléctricas e eletrónicas: Relays, Interruptores, Motores eléctricos (limpa para-brisa), Sistema ventilação do veículo (ventiladores e bombas eléctricas auxiliares de refrigeração), Terminais, fusíveis e conectores, Buzinas e fanfarras.

2 Podemos destacar as seguintes: Sensores Nox; Sensores de partículas; Sensores de temperatura para gases de escape. Outras das novidades estão relacionadas com a expansão da gama de bombas eléctricas auxiliares de refrigeração, uma vez que é um producto com grande potencial de mercado, seja para veículos a gasolina/diesel, bem como para veículos híbridos e elétricos.

**Pos Service Holland, Remy
Chrétien Chatelin / Igor
Cassemiro**

"Dispomos de um departamento de qualidade em apoio a nossos distribuidores para as consultas técnicas das oficinas. Além disto, disponibilizamos de uma loja online onde se encontram todas às especificações necessárias, com detalhes muito específicos, imagens em 3 dimensões."

Auto Recto, José Correia

"Para além dos serviços de venda, temos outros serviços, nomeadamente, o fornecimento de indicações técnicas de montagens, que procuramos saber junto dos fornecedores, justamente, para indicar mais informações aos nossos clientes. Paralelamente, outro serviço que fazíamos com regularidade era a organização de formações. Contudo, infelizmente, nos últimos tempos temos vindo a ser impossibilitados, por causa da pandemia".

Krautli, André Xisto

"Com a extensa oferta no mercado de cópias de qualidade desconhecida, na Krautli comprometemo-nos com a venda de peças de substituição de qualidade original. Apenas fornecemos marcas OES de qualidade e know-how garantidos desde o fabrico até ao permanente apoio pós-venda. Um exemplo são as acções de formação Pierburg que dinamizamos junto dos nossos parceiros".

Bosch, Rodolfo Robledo

"Os nossos clientes e parceiros sabem que podem contar com o apoio dos técnicos Bosch especializados e altamente qualificados, disponibilizamos formação e também uma linha de suporte técnico, mantendo dessa forma atualizado o pessoal da oficina sobre todas as atualizações e inovações, e esclarecendo sobre qualquer dúvida e questão que possa surgir".



Serão as peças elétricas e eletrónicas as “peças” do futuro?

Paulo Torres, Vieira & Freitas

“As peças elétricas e eletrónicas tem vindo a ter grande desenvolvimento, mas são tão importantes como as outras todas, não tem mais ou menos futuro que umas peças de travagem, filtros, suspensão ou de embraiagem, e também não têm tanto desgaste como as mecânicas, logo, não constituem um mercado maior nem com mais ou menos futuro”.

Rui Lopes, RPL Clima

“O fabrico e a sua presença dentro dos automóveis já fazem parte do presente, contudo, têm tendência a ser cada vez mais complexas”.

Paulo Agostinho, Alecarpeças

“Vão ser seguramente uma linha de produto com um peso significativo, tendo em conta o maior número destes componentes nos novos veículos”.

Fábio Tomé, Europeças

“Consideramos que essa será a evolução natural do mercado, tendo em vista a eletrificação do parque auto e a crescente preocupação ambiental”.

Frederico Abecasis, Hella

“Sem dúvida. Estimamos que a curto prazo a nossa gama de electricidade e eletrónica possa valer 50% do total da nossa facturação. Ao dia de hoje já está em praticamente 1/3 do total. A tendência é crescer, porque a complexidade dos veículos a isso obriga”.

Tiago Domingos, Auto Delta

“Sem dúvida. Uma viatura do Século XXI tem um número muito relevante de peças elétricas e eletrónicas que, comparando com uma viatura da década de 80 ou 90, assemelha-se a um veículo vindo directamente dum filme de ficção científica. A evolução tecnológica permitiu o desenvolvimento de muitos produtos que apoiam o funcionamento de praticamente todos os sistemas do motor de um veículo actual, bem como outros que medem esse comportamento, assinalando qualquer problema imediatamente. Esta evolução inquestionável veio também dar soluções

para melhorar o bem-estar de quem está no interior do habitáculo, outro pilar da influência deste tipo de produtos no funcionamento do veículo”.

Filipa Pereira, bilstein group

“Com a evolução no setor automóvel assistimos também ao próprio desenvolvimento e à introdução de melhorias nestes componentes. O aftermarket é um setor dinâmico pelo que não podemos afirmar a 100% que estas sejam as peças do futuro, mas garantimos que estaremos sempre prontos a adaptar-nos a esta dinâmica”.

Carlos Gomes, TRW

“Com a crescente electrificação e automatização dos veículos, os sensores e a electrónica ganham cada vez maior preponderância na composição dos respectivos veículos, o que no futuro trará maiores oportunidades no pós-venda para esta gama de produtos”.

Fernando Mendes, Civiparts

“Sim, em virtude da sua maior presença nos veículos mais recentes”.

Autozitânia, Flávio Menino

“Concordamos que as peças elétricas e eletrónicas são as “peças” do futuro, pois além da atual importância que já têm, a sua elevada procura irá continuar a crescer. Os novos veículos vêm equipados com cada vez mais peças deste tipo, pelo que será inevitável o crescimento da sua importância no futuro”.

AZ Auto, Ricardo Figueiras

“Sem qualquer dúvida. Num mundo cada vez mais eletrónico, os carros tornam-se cada vez mais em maravilhas tecnológicas, onde a informação em tempo real e a conectividade são tão avançadas, que em alguns casos acabam por substituir o condutor. Todo este feito é constituído por milhares de pequenas peças destas, que vão tornando uma preponderância cada vez maior na manutenção automóvel”.

Pos Service Holland, Remy Chrétien Chatelin / Igor Cassemiro

“Avaliamos a evolução dos veículos

elétricos no mercado e outras tecnologias que se estão a investigar a nível internacional. Porém, prevemos que os motores de arranque e alternadores continuaram ajudando nossas vidas muitos anos mais, pois o processo de adaptação de infraestruturas em diferentes países se está produzindo de maneira gradualmente”.

Auto Recto, José Correia

“Sim, consideramos que o futuro passará, cada vez mais, pelas peças elétricas e eletrónicas, por causa, justamente, do crescimento dos carros elétricos e híbridos, mas também, pelo facto de existirem, carros com motores de combustão que usam cada vez mais sensores e restantes peças elétricas”.

Krautli, André Xisto

“Com a crescente electrificação dos veículos, assistimos a um elevado aumento na procura de sensores, interruptores, válvulas e sondas. A par disto, temos de considerar que os veículos 100% elétricos não vêm equipados com a grande maioria dos produtos que comercializamos, o que nos obriga a ser ainda mais especialistas nesta gama e estarmos atentos à evolução das necessidades do mercado. Seja com novas linhas de produtos ou extensões de gama de produtos que já comercializamos”.

Bosch, Rodolfo Robledo

“O desenvolvimento futuro de veículos será moldado por quatro megatendências: conectividade, personalização, eletrificação do motor de força e condução autónoma. Os condutores de amanhã esperam que os seus veículos sejam totalmente integrados nas suas vidas digitais. As fronteiras estabelecidas entre a eletrónica automóvel e a eletrónica de consumo vão, portanto, desvanecer e desaparecer. O automóvel está a evoluir para um dispositivo IoT sobre rodas em que novas funções serão implementadas principalmente através de software. As peças elétricas e eletrónicas terão, por isso, um papel muito importante num futuro próximo”.



MAIS+

*Próxima
Eficiente
Inovadora
Abrangente*

CARF - DISTRIBUIÇÃO DE MERCADORIAS, LDA

Avenida Severiano Falcão, 16-A
2685-378 Prior Velho

Serviço de atendimento ao cliente
21 980 96 40 | Fax: 21 980 9649

Apoio electrónico
geral@carf.pt

CARF
DISTRIBUIÇÃO DE MERCADORIAS, LDA
www.carf.pt
GRUPO
TOTALMÉDIA

Técnica



UMA APOSTA DOS FABRICANTES DE PINTURA

Ecossistema digital na área de pintura

Na foto de uma oficina de pintura dos anos 80 e início dos anos 90 podíamos encontrar o pintor a procurar nas famosas microfichas de acetato, os códigos, os básicos e as fórmulas de cor necessárias para poder pintar os automóveis. Umas pequenas amostras de cor, e não muito precisas, eram as únicas ferramentas disponíveis para a igualação da cor. Hoje em dia, esta foto é muito diferente; o ecossistema do pintor e da pintura é completamente digital.

TEXTO : ANDRÉS JIMÉNEZ GARCÍA (AJIMENEZ@CESVIMAP.COM)



Desde o final dos anos 90, as oficinas começaram a usar as chamadas “cartas de cor aplicadas à pistola”, nas quais a informação sobre colorimetria e igualação com a cor do veículo era muito mais precisa. Na atualidade, os fabricantes apostam na utilização do espetrofotómetro, equipamento mais avançado, tecnológico e sobretudo, preciso, para a obtenção da cor.



Cartas de cor

DIGITALIZAÇÃO DE UMA OFICINA

Gerir uma oficina de forma rentável re-

quer, para além da disponibilização de um trabalho de qualidade, a otimização dos processos. Portanto, será necessário manter um controlo preciso de cada um dos aspetos do negócio e, desta forma, conseguir umas margens de lucro aceitáveis. A digitalização da oficina permite a ligação simultânea de todos os agentes que intervêm numa reparação de pintura.

- Rececionista: Abre uma ordem de reparação, inicia a avaliação da pintura e recolhe o código de cor do veículo, entre outras funções.
- Área de peças de substituição: Processa o pedido das peças necessárias.
- Pintor: Mede a cor com o espetrofotómetro, que passará automaticamente para a zona de misturas para elaboração da mesma e ajuste, se necessário, e que após passar pela balança eletrónica, é etiquetada e incluída na respetiva OR.
- Área de administração: Processa a fatura, debita o valor das peças de substituição, o custo da tinta que passou pela balança, etc.
- Gerente: Verifica os resultados obtidos através das informações dos trabalhadores, reunidas nos KPI de gestão, a fim de conhecer a produtividade, eficiência e rentabilidade do seu negócio para tomar decisões.



Ecosistema digital da área de pintura

NOVOS PROGRAMAS DE GESTÃO DE PINTURA

Os primeiros a iniciar a digitalização foram os pintores, com os programas para facilitar a pesquisa, seleção e formulação da variante de cor, e as diferentes misturas dos produtos utilizados numa reparação de pintura (aparelhos, catalisadores, diluentes...).

Hoje em dia, estes programas realizam muitas mais funções, alargando a sua utilização a outros agentes da oficina, criando um ecossistema digital que permite conseguir a sua máxima eficiência e rentabilidade.

Centrando-nos na área de pintura, podemos destacar as seguintes características:

Pesquisa da cor e utilização do espetrofotómetro via Wi-Fi

A ligação destes equipamentos à Internet e o armazenamento na “nuvem” propor-

cionam atualizações diárias das fórmulas, facilitando a pesquisa da cor ao pintor, com maior número de variantes e mais atualizadas.

Os pintores contam com os novos espetrofotómetros digitais, os quais, em combinação com os programas e “a nuvem”, oferecem a possibilidade de aceder a mais de 200 000 fórmulas de cor.



Pesquisa de cor com espetrofotómetro

Os novos espetrofotómetros, muito mais precisos, permitem obter o código, as fórmulas, a refletância das cores, etc., para além de possibilitarem a formulação automática de certas cores e a retificação e melhoria na igualação de uma cor já lida. Também o software permitiu digitalizar as bibliotecas de cor, como as cores mais frequentes da oficina, suas variantes e as chamadas fórmulas pessoais ou retocadas para cada veículo.

Maior precisão na elaboração das misturas

A realização correta das misturas de tinta é de extrema importância para o pintor, visto que afetará diretamente a obtenção da cor, mas também proporcionará importantes dados para a gestão da oficina, permitindo obter um amplo conjunto de relatórios que monitorizam os custos por Ordem de Reparação, a utilização de materiais, a eficiência nas misturas, etc.

A digitalização da oficina liga todos os intervenientes numa reparação de pintura.

Principais vantagens:

- Realização de misturas com maior precisão através do cálculo de volume.
- Informação dos compostos orgânicos voláteis (VOC) por mistura.
- Realização de misturas dos aparelhos e primários, da cor e do verniz.
- Seleção da peça do veículo a pintar, e configuração do número de camadas para uma cobertura total ou parcial.

- Criação de uma linha de mistura onde, de uma só vez, é possível analisar as realizadas e as pendentes, e se pode utilizar diretamente uma mistura preparada ou guardá-la nas existências.
- Possibilidade de realizar recálculos das misturas.

Acesso às fichas técnicas e fichas de segurança dos produtos. (TDS e MSDS)

A partir destes programas, o pintor pode aceder à consulta das fichas técnicas de todos os produtos (TDS), e rever os processos de trabalho específicos: pintura de plásticos, acabamentos tricamada, esbatimento, etc. De igual forma, poderão ser revistas as folhas de segurança dos materiais (MSDS).



Aplicação de uma cor tricamada

Gestão de trabalhos e controlo de custo por OR

Permite pesquisar, criar, modificar e eliminar os trabalhos de pintura, mediante a utilização de diferentes comandos:

- Estado da reparação.
- Nome do cliente.
- Marca, modelo e cor do veículo.
- Linha de pintura.
- Companhia seguradora.
- Número VIN, matrícula, etc.

Além disso, pode-se criar um modelo de custos de pintura por O.R., onde se irá adicionando o custo dos materiais de pintura (cor e verniz...).



Digitalização na pesquisa da cor

Gestão de stock

Permite a gestão do stock da máquina de misturas, ou seja, dos básicos de cor, assim como também dos vernizes, endurecedores, diluentes, etc, para que não haja falta de existências durante uma preparação de pintura.

Realiza-se o pedido de básicos de pintura aos diferentes fornecedores através de inventários automatizados, por exemplo, com base nas quantidades mínimas pretendidas, que são geradas online ou por correio eletrónico, sendo notificados, por sua vez, todos os intervenientes implicados: armazém, pintores, gerente, contabilidade, etc.

Se a oficina dispõe de uma zona de armazém com todos os produtos relacionados com a pintura, também pode realizar um controlo dos “acessórios de pintura” que intervêm na reparação.

Ligaçāo a um Sistema de Gestāo da Oficina (DMS)

A fim de melhorar a eficiência da oficina, é possível a ligação ao atual Sistema de Gestāo de cada oficina (DMS), e assim obter-se uma visão completa de todos os indicadores essenciais do negócio (KPI).

O programa de pintura pode ser ligado ao DMS habitual da oficina e este, por sua vez, ao programa Tempos e Materiais de Pintura CESVIMAP. Através desta tripla ligação, a oficina obterá toda a informação da avaliação de pintura, tanto as horas de mão de obra, como os gramas dos materiais de pintura (aparelho-primário, cor e verniz).

Pode ser um sistema baseado na nuvem, que não realiza cópias de segurança dos dados guardados, fácil de configurar e de gerir, e que não exige uma manutenção constante.



Criação de Relatórios

Podem ser criados relatórios classificáveis em diferentes categorias:

- Relatório sobre os operários de pintura:

Podem ser realizadas análises por operário, para recolher toda a informação sobre a rentabilidade nas misturas realizadas, o controlo de consumos e custos, as existências disponíveis, ou sobre os resíduos gerados ou o desperdício de tinta, ao existirem reelaborações adicionais de tinta, etc.

- Relatórios para chefes de oficina ou de área: Permitirão a gestão de utilizadores, equipas ou grupos de trabalho, com uma maior transparência sobre as funções e as responsabilidades das equipas.

Os fabricantes apostam na utilização do espetrofotómetro, o equipamento mais preciso para a obtenção da cor.

- Relatórios de gestão: realização de relatórios detalhados, através de análises comparativas para a melhoria da rentabilidade da secção de pintura e das restantes áreas da oficina, permitindo a visualização de indicadores-chave de desempenho (KPI), de um modo muito intuitivo.

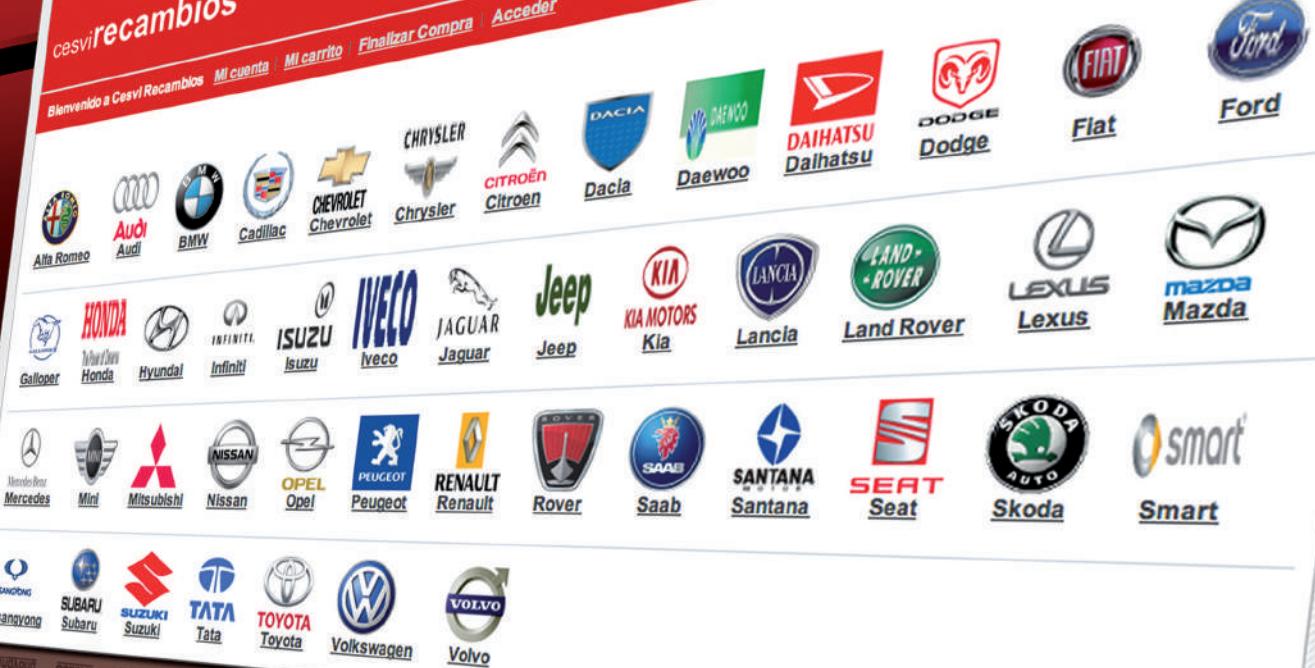
A digitalização da oficina de pintura também nos proporciona outras características relevantes:

- Software atualizável diariamente e 100% online.
- Multiplataforma, o que permite a instalação e a utilização do mesmo em qualquer dispositivo informático: PC, tablet, portáteis, smartphones, etc.
- Interface única, tátil e muito fácil de utilizar.
- Descarga automática das atualizações das fórmulas, quando estão disponíveis.
- A oficina poderá solicitar assistência técnica à distância em tempo real. O fabricante estabelece ligação remota ao computador da oficina para solucionar a incidência.



CONCLUSÕES

A digitalização da gestão da cor e da pintura chegou às nossas oficinas para ficar. As oficinas são verdadeiras empresas de serviços. Para que isto aconteça, os novos programas de pintura ajudarão as oficinas no controlo e na gestão de todos os aspetos importantes que afetam a área de pintura. ■



Una nueva forma de conseguir piezas originales, recuperadas y con **garantía total**.

Formação



N.º 7



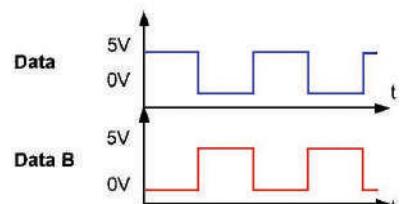
MULTIPLEXAGEM

VAN

Vehicle Area Network (VAN), é um protocolo de comunicação desenvolvido pela PSA Peugeot Citroen, em consórcio com a Renault e alguns institutos de engenharia franceses. Este protocolo é capaz de transmitir (e receber) informações entre unidades de comando em velocidades até 125 kbits/s, e é normalizado como ISO 11519-3. Este protocolo foi desenvolvido com o objetivo de baixar os custos de fabrico dos automóveis franceses, na medida em que poderia ser reduzida a utilização dos mais dispendiosos transceivers CAN patenteados pela Bosch. Dada a sua limitação de comunicação a 125 kbits/s, diz-se das VAN serem redes de baixa velocidade, normalmente implementadas em clusters de unidades de comando que não necessitam de muito tráfego de informação. Não raras as vezes, a arquitetura multiplexada de um veículo (francês e que utiliza este protocolo) é composta simultaneamente por redes CAN (destinadas aos módulos de Powertrain), e VAN (uma ou mais), destinadas a sistemas não críticos.

por DATA e DATA/. Nestes dois condutores, transmite-se o mesmo sinal, embora invertido, para que em caso de falha de um dos cabos o sistema possa continuar a trabalhar em modo mono autónomo.

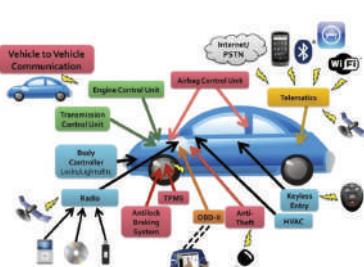
Ao medir fisicamente uma camada física VAN, o técnico deverá obter um oscilograma conforme padrão da imagem abaixo.



Poderá verificar-se uma semelhança com o padrão de uma comunicação CAN LS. Muitas das vezes, para perceber que está perante uma trama VAN e não CAN LS, o técnico precisa recorrer a informação adicional acerca do veículo em causa, ou determinar a velocidade de comunicação através da medição da duração do bit, com recurso a software específico.

Contrariamente aos protocolos CAN HS, uma camada física VAN não apresenta normalmente resistências terminais de linha, pelo que o seu diagnóstico deverá passar sobretudo pela medição de isolamento dos condutores, bem como a visualização de um padrão perfeito de comunicação.

Embora de baixa velocidade, o protocolo VAN assegura uma boa relação custo-benefício para diálogo em veículos cujo número de unidades de comando não seja extenso. ●



À semelhança do protocolo CAN, VAN caracteriza-se por uma comunicação bi-direcional em camada física composta por dois condutores, designados



GUIA DO AFTERMARKET

A sua ferramenta de trabalho

Produzido pela revista Pós-Venda

2021 / 22

Faça JÁ
a SUA RESERVA
para a edição
de 2021

NOVA DATA
OUTUBRO
2021

Para mais informações

Anabela Machado

anabela.machado@posvenda.pt

Tel. 96 538 09 09

www.posvenda.pt

INNOVATION IS IN OUR DNA

UFI
FILTERS



A ESSÊNCIA DAS NOSSAS FIBRAS.

Investigação, inovação e desenvolvimento de novos materiais filtrantes são a marca genética da UFI Filters.

As nossas fibras, produzidas internamente, oferecem proteção máxima e maior desempenho do motor, tanto no Equipamento Original como no Aftermarket.

