



N.º103

Abril - 2€

PERIODICIDADE MENSAL

www.posvenda.pt

- revistaposvenda
- company/revista-pos-venda
- RevistaPOSVENDA

PUB

BASF
We create chemistry

PUB

A qualidade **ad** está no nosso **ad**

**LIQUI
MOLY**

**MOTOR OILS
& ADDITIVES
MADE IN GERMANY**



OFICINAS COM FUTURO



**JOÃO
SILVA**

Pela via da formação e do acompanhamento técnico aos clientes oficiais, a Luzdeairbag é hoje uma referência no diagnóstico automóvel, aqui explicada pelo seu fundador

DOSSIER

O negócio das tintas automóveis é cada vez mais um negócio digital e muito focado na eficiência e rentabilidade do processo nas oficinas

ATUALIDADE

A ANCAV apresentou oficialmente a certificação e a marca Peça Verde, dando um rumo totalmente novo às peças originais usadas

ATUALIDADE

Estivemos na Tailândia para ver a nova fábrica da Prinx, uma importante empresa do setor dos pneus a nível mundial que está a chegar em força à Europa

PUB

DIAGNÓSTICO



AUTEL
Premium Partner

UZDEAIRBAG



info@luzdeairbag.com 308 800 752

autelportugal.pt luzdeairbag.com

Tão fácil como 1+1.



© 2022 Axalta Coating Systems. All rights reserved.

A maneira mais simples para um visual mate perfeito

Os veículos mate estão a tornar-se cada vez mais populares e como consequência chegará a altura em que precisam ser reparados. Graças a estes dois vernizes novos, flexíveis e simples, agora pode combinar qualquer nível de brilho e oferecer aos seus clientes acabamentos de alta qualidade com mais facilidade e rapidez do que nunca. Para tornar as coisas ainda mais simples, o Phoenix Cloud – o seu sistema de gestão da cor digital de confiança – indica o nível de brilho correspondente à fórmula da cor. Com base na tecnologia mais recente, Permacron Matt System Clear Coat 8185 e Permacron Semi-Gloss System Clear Coat 8170 tornam o processo de aplicação fácil, para que se obtenha uma superfície fosca suave com resultados de qualidade duradoura, mesmo para o mais moderno visual ultra fosco em veículos OEM recentes. Por quê complicar a vida?

Saiba mais em spieshecker.com/matt-clear

Spies Hecker – mais perto de si.





PROPRIETÁRIA E EDITORA
ORMP Pós-Venda Media, Lda
Estrada de Polima
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 ORM P
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
● /revistaposvenda
● /company/revista-pos-venda

DIRETOR
Paulo Homem
paula.homem@posvenda.pt

REDAÇÃO
Nádia Conceição
nadia.conceicao@posvenda.pt

DIRETORA COMERCIAL
Anabela Machado
anabela.machado@posvenda.pt

GESTOR COMERCIAL
João Abreu
joao.abreu@posvenda.pt

ADMINISTRATIVA
Anabela Rodrigues
anabela.rodrigues@posvenda.pt

FOTOGRAFIA
Micaela Neto

PAGINAÇÃO
Marta Moita
paginacao@posvenda.pt

SEDE DE REDAÇÃO
Estrada de Polima
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

DÉPÓSITO LEGAL
399246/15

PERIODICIDADE
Mensal

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

ESTATUTO EDITORIAL
Disponível em www.posvenda.pt

N.º103

ABRIL 2024

www.posvenda.pt

● revistaposvenda

● company/revista-pos-venda

● RevistaPOSVENDA

Sumário

EditorialP.3

Tome NotaP.4

NotíciasP.6

Viver Elétrico

O meu carro de serviço vai ser trocado por um elétrico. E agora? (5/12) - Série 2P.14

Opinião

Giuseppe Pedretti
Petronas Lubricants InternationalP.16

Atualidade

Seminário Nacional de Revendedores Beta
(Bolas)P.18
CLEPA Aftermarket ConferenceP.20
Peça Verde - ANCAVP.22
PrinxP.28
Alliance Automotive Group - NAPAP.32

Mercado

MastersensorP.34

Formação

IQ4YP.36
AXALTA AcademyP.38

Oficina do mês

IEAutoP.40

Oficinas com futuro

Cientes EmpresariaisP.42

Personalidade

João Silva - LuzdeairbagP.46

Dossier

Marcas de tintasP.52

Gestão

ActionCoachP.64

Técnica

Electrão - Eletricidade Auto (4/12)P.65

Formação

Mecânica do dia-a-dia by Car AcademyP.66

E Editorial

No caminho certo

Quem tem acompanhado o trabalho editorial desenvolvido pela Pós-venda nos últimos anos certamente que tem verificado que a principal diferenciação que apresentamos é a atualidade dos nossos conteúdos e a rapidez com que os editamos nas nossas plataformas de comunicação. A nossa missão é promover o setor do pós-venda / aftermarket em Portugal, trazendo ao mercado artigos relevantes de mercado, opiniões, estudos, tendências, entrevistas, etc., sempre com o foco de como é que tudo isto se pode refletir na melhoria diária do negócio oficial.

Recentemente marcamos presença em mais uma reunião da ANCAV, onde foi apresentada a certificação e a marca Peça Verde. Só a PÓS-VENDA acompanhou este processo, mostrando qual a tendência que está a acontecer no mercado em tudo o que tenha a ver com a economia circular que, de uma forma ou de outra, vai impactar todo o negócio da reparação e manutenção automóvel.

Foi lembrado neste evento, por mais do que uma vez, que o eco dado pela PÓS-VENDA em determinado momento a este tema da economia circular e da Peça Verde teve um efeito multiplicador no mercado, quer em entidades estatais, associações e entidades gestoras, quer empresas privadas do setor automóvel. Quando ouvimos isto num evento como este, perante uma plateia recheada de profissionais que representam entidades de referência, ficamos com a certeza de que estamos no caminho certo e que continuaremos a investir na qualidade dos nossos conteúdos. Obrigado por nos ler e por valorizar o nosso trabalho.



Paulo Homem
DIRETOR

paula.homem@posvenda.pt

ONDE A QUALIDADE É EXCLUSIVA

LEIRIA - CASTELO BRANCO

AUTODELTA.PT



AUTO DELTA



OFICINAS EM PORTUGAL



Tome Nota



NÚMERO DE OFICINAS CONTINUA A CRESCER*

-Segundo a base de dados RACIUS o número de empresas com CAE 45200 (Manutenção e Reparação Automóvel) em atividade é de 10.250, mais 8% que no ano anterior.

-Nos primeiros dois meses de 2024 foram criadas 130 empresas, e unicamente uma encerrou, o que acrescenta mais 1,25% de oficinas ao após-venda automóvel. Confirmando aumento de 2% ao trimestre da oferta de reparadores.

-Segundo o ranking publicado pelo Dinheiro Vivo, com base na INFORMADB, o número de empresas com CAE 45200 que publicaram IES em 2022 é de 6760, isto é 66% do total. Uma de cada 3 empresas não

publica contas no período legal exigido. -Pelos dados disponíveis na base de dados da IF4, contrastados com outras bases de dados, permite estimar em cerca de 1200 as Oficinas com atividade, mas que não publicam IES por realizar atividade a título individual.

- Algumas empresas consolidam contas de várias oficinas filiais. Pela análise da IF4 serão cerca de 300 as oficinas consolidadas.

- O número total de Oficinas estará entre 11.700 e 11.800 pontos de reparação e manutenção automóvel em Portugal.

*INFORMAÇÃO IF4 (gdl@ifquatro.com)

ESTRUTURA E DIMENSÃO DAS OFICINAS*

Considerando apenas as 6750 empresas que apresentam contas:

- Unicamente 250 empresas (oficinas) tem faturação superior a 1 milhão de euros.
- 490 empresas faturam entre 500 mil e 1 milhão de euros.
- 1000 empresas faturam entre 250 mil e 500 mil euros.
- 2260 empresas faturam entre 100 mil e 250 mil €, situando-se a oficina com faturação média em 150 mil euros.
- Mais 1250 oficinas superam os 50 mil euros, sem ultrapassar os 100 mil.

- 1500 Oficinas faturam menos de 50 mil euros, muitas delas sem faturação ou com faturação residual, pelo que são empresas "abertas", mas sem atividade.

Se as 5250 Oficinas com faturação declarada de mais de 50 mil €, somamos 1150 Oficinas que exercem a título individual ou são filiais, e mais 600 das que não apresentaram contas, mas tem atividade com faturação superior a 50 mil €, podemos estimar em 7000 as Oficinas com atividade significativa.

*INFORMAÇÃO IF4 (gdl@ifquatro.com)

ESTRUTURA DAS OFICINAS POR DISTRITO*

Considerando as 6760 empresas em atividade (incluindo, portanto, as de pequena dimensão e não considerando as que exercem atividade a título individual) a distribuição das Oficinas por distrito é:

- 21,8% tem a sede em Lisboa e 17,6% no Porto: 4 de cada 10 Oficinas estão nestes 2 Distritos.
- Se somarmos as 10,1% com sede em Braga, temos quase metade das Oficinas nestes três distritos.

- Sete distritos "intermédios": Aveiro (7,1%), Leiria (6,4%), Setúbal (6,4%), Faro (3,9%), Coimbra (3,7%), Viseu (3,3%).
- E oito Distritos e as duas regiões autónomas com peso inferior a 2,5%: Madeira (2,4%), Viana do Castelo (2,1%), Castelo Branco (1,8%), Vila Real (1,7%), Guarda (1,3%), Évora (1,3%), Bragança (1,3%), Beja (1,1%), Açores (1,1%), Portalegre (1%)

*INFORMAÇÃO IF4 (gdl@ifquatro.com)

ANÁLISE DAS OFICINAS EM PORTUGAL POR CANAIS*

OFICINAS AUTORIZADAS

-Tendo em conta as alterações em curso do paradigma de comércio e manutenção, que leva a serem multimarcas a generalidade das oficinas (mesmo que com contato privilegiado com algum fabricante), eliminamos este canal da nossa análise.

- No entanto, nas empresas analisadas (CAE 45200), se incluem empresas cuja maior atividade (em euros) é a venda de veículos. Decidimos denominar a estas empresas como "Grupos de Retalho" e na base de dados da IF4 incluímos 300 empresas neste grupo. A generalidade destas empresas tem mais de uma oficina de reparação.

GENERALISTAS MULTIMARCAS INDEPENDENTES

- Continuam sendo o grupo mais numeroso, totalizando 3500 Oficinas (50% do total).

- Incluímos neste grupo as cerca 300

Oficinas especializadas em Vidro, e número similar de Oficinas especializadas em "Car Care".

ESPECIALISTAS EM CHAPA E PINTURA

- Incluímos neste grupo as Oficinas com cabine de Pintura ou que mais de 50% da faturação é realizada em trabalhos de chapa.

- Na base de dados da IF4 incluem-se 700 Oficinas desta especialidade.

ESPECIALISTAS EM PNEUS

- No canal Pneu é difícil separar a atividade comercial da oficial, já que as generalidades das empresas exercem as duas: os comerciantes (mesmo os grossistas) tem também alguma atividade oficial, e os Instaladores de pneus tem também atividade comercial (venda de Pneus as oficinas generalistas, por exemplo).

- Na base de dados da IF4 incluem-se 900

especialistas de pneus com faturação superior a 50 mil euros.

ESPECIALISTAS REPARAÇÃO DE PESADOS

- Incluímos na base de dados as Oficinas das marcas e também as empresas de carroçarias e as oficinas das frotas, que realizam atividade independente.

- Incluímos também as Oficinas das redes especializadas em pesados

- A maioria das Independentes trabalham simultaneamente ligeiros e pesados.

- 500 Oficinas de pesados estão na base de dados.

OFICINAS EM REDE

- As 22 principais redes de oficinas incluem 1300 Oficinas.

- 10% delas exercem atividade a título individual.

*INFORMAÇÃO IF4 (gd@ifquatro.com)

PUB

Valeo

SPECIALIST CLUB

RECEBA COMPENSAÇÕES por comprar produtos Valeo

Fácil **participar**,
fácil **ganhar**,
100% ONLINE



+5
+500
+75



Valeo Service
We care 4 you
TRUST THE SPECIALIST

Notícias



125 ANOS DE AVANÇO

CASTROL

“Onward, Upward, Forward” é a nova estratégia da Castrol

A Castrol está a comemorar o seu 125.º aniversário. Para além de um novo logótipo, a apresentar ao longo de 2024 em tudo o que seja comunicação da marca, no âmbito da sua nova estratégia “Onward, Upward, Forward” a empresa vai apostar em muitas novas áreas de negócio.

A nova estratégia da Castrol, conhecida como “Onward, Upward, Forward”, demonstra a visão que esta empresa sempre associada ao negócio dos lubrificantes, está a adaptar-se às novas tendências do mercado.

No âmbito do pilar “Onward” da sua estratégia, a Castrol já lançou uma gama de Fluidos avançados para Veículos Elétricos Castrol ON, incluindo Fluidos para Transmissão, Fluidos Térmicos e Massas Lubrificantes para Veículos Elétricos. É provável que o mercado crescente de veículos elétricos coexista com a procura contínua de veículos com motor de combustão interna (internal combustion engine, ICE) e híbridos durante muitos anos. A Castrol pretende continuar a apoiar os veículos ICE e híbridos a serem mais eficientes, o mesmo tempo que pretende liderar o caminho em Fluidos para os EV. A Castrol também irá concentrar-se no lançamento de produtos e ofertas mais “circulares”, mediante a reutilização de óleos base, que são o principal componente de um lubrificante. Um fluido para transmissão mais “circular” já foi testado num ambiente extremo, com a Jaguar TCS Racing a utilizar com êxito o fluido para transmissão da Castrol nos seus carros de competição Fórmula E no E-Prix do Mónaco de 2023.

Com o pilar “Upward” da sua estratégia, a Castrol irá apoiar os seus clientes industriais a criarem mais eficiências, aumentarem a produtividade, alcançarem a circularidade e fomentarem o valor. A Castrol serve os setores automóvel, de fabrico de máquinas, robótica, aeroespacial e de produção de energia eólica e, em 2023, celebrou uma parceria com a SKF para lançar a sua oferta “Lubrificante como Serviço” no segmento da indústria metalúrgica. Isto permite a reutilização dos fluidos

lubrificantes, reduzindo o consumo e melhorando o desempenho das máquinas.

A Castrol também celebrou um acordo de colaboração na área da investigação com o Media Lab do Massachusetts Institute of Technology (MIT) para apoiar o seu Programa de Carga Útil AstroAnt. As AstroAnts constituem um “formigueiro” robótico em miniatura, concebido para realizar tarefas de inspeção e diagnóstico nas superfícies externas de veículos espaciais, de exploração (“rovers”) e aterragem (“landers”). A Castrol vai trabalhar em estreita proximidade com o MIT Media Lab para testar lubrificantes de nível espacial, de modo a resistirem ao ambiente extremo da superfície lunar. Enquanto os pilares “Onward” e “Upward” da estratégia da Castrol centram atenções no reforço e crescimento de áreas existentes da atividade da empresa, as suas iniciativas de “Forward” delineiam novas áreas onde a Castrol tem os conhecimentos, a capacidade e a experiência para vencer. A Castrol identificou a gestão térmica e a diversificação para soluções de refrigeração de centros de dados como novas oportunidades de crescimento. O trabalho da Castrol para acelerar a adoção da refrigeração por imersão, proporcionando operações de centros de dados mais eficientes e sustentáveis, está a ganhar ímpeto, com a GRC, Hypertec, Submer e as OEMs de hardware de IT a aprovarem a utilização dos fluidos de refrigeração por imersão Castrol ON. Para continuar na vanguarda da inovação e estar pronta para o futuro, a Castrol está a investir ainda mais nos seus centros de tecnologia global localizados na China, na Alemanha e nas Américas, tendo também planeado um investimento de 60 milhões de dólares num novo centro de testes de baterias de veículos elétricos (VE) e num laboratório analítico de última geração, no Reino Unido. ●

Montcada celebra 30.^o aniversário

A Montcada Technical Articles, especialista em peças para o aftermarket internacional, comemora este ano o seu 30.^o aniversário. Inaugurada em 1994, a empresa tornou-se uma referência no setor das peças auto e para veículos pesados.

"Ao longo destas três décadas, crescemos e evoluímos graças ao trabalho árduo da nossa equipa, bem como ao apoio contínuo dos nossos valiosos clientes e parceiros. A visão e a dedicação da sua equipa, juntamente com um compromisso inabalável com a excelência e o serviço ao cliente, têm sido a pedra angular do seu sucesso" afirmou José Luis Díaz, Gerente da empresa, adiantando que "desde o início mantemos o compromisso de oferecer um serviço rápido e eficiente para satisfazer todas as necessidades do profissional, obrigado por se juntar a nós todos esses anos, por mais 30".

Mewa promove a sustentabilidade nas oficinas



O serviço de panos de limpeza da Mewa foi criado para aumentar a sustentabilidade, qualidade e produtividade na oficina automóvel.

Com o serviço disponibilizado pela Mewa, os mecânicos utilizam os panos limpos e, depois de usados, depositam-nos no contentor de segurança SaCon. A segurança é garantida pelo plástico especial e não inflamável do SaCon e também pela sua tampa hermética. Os contentores de segurança fazem parte do sistema de panos de limpeza da Mewa e são, por isso, igualmente disponibilizados.

Os panos da Mewa são ultra-absorventes, graças à sua tecelagem especial. Por isso, podem ser reutilizados várias vezes, sempre a absorver lubrificantes e sujidade. Além dos panos, os profissionais têm à sua disposição a alternativa têxtil e sustentável da Mewa, a manta absorvente Multi-tex, que absorve até 3 litros de líquido e permanece praticamente seca na superfície. Tal como no pano de limpeza, a Mewa disponibiliza a manta absorvente de óleos com serviço completo.

A Mewa recolhe depois todos os têxteis reutilizáveis, dentro do SaCon, para lavagem ecológica, submete-os a um controlo de qualidade e entrega todos os produtos impecáveis diretamente na oficina.

OCCAP

TECNOLOGIA ITALIANA



Experiência OE centrada nas suas necessidades



    @OCCAPgroup

www.ocap.it



CATÁLOGOS

PROBLEMA

Durante as mudanças de óleo de motor pode acontecer um derrame na oficina e a LIQUI MOLY tem a solução ideal para resolver e limpar estes resíduos.

SOLUÇÃO

O dia a dia na oficina pode ser agitado e por este motivo a probabilidade de um incidente acontecer está sempre presente. Por isso, é importante ter sempre à mão uma dupla de produtos para resolver qualquer derrame que possa ocorrer na oficina.



(Ref. 7250)



(Ref. 21670)

- Em primeiro lugar deve aplicar-se o **Aglutinante de Óleo (Ref. 7250)**. Trata-se de um produto 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. Foi desenvolvido especialmente para a utilização em superfícies grandes. Basta aplicar o granulado sobre o líquido a eliminar com uma espessura de aproximadamente 5 mm e limpar após um período de atuação suficiente. Para acelerar e melhorar a eficácia de absorção, pode esfregar com uma vassoura dura. Pela sua composição, não provoca irritação da pele nem problemas respiratórios.

Vantagens

- 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 hidrófugos

- Em seguida, usar o **Universal Reiniger Extrem (Ref. 21670)**, concentrado de limpeza de alto rendimento, isento de fosfatos e de rápida separação para superfícies muito sujas em bases alcalino-resistentes. O produto pode ser aplicado de várias formas: por pulverização, imersão ou limpeza com uma escova, pano ou esponja. Trata-se de um potente desengordurante para aplicação no piso das oficinas, mas pode também ser usado, por exemplo, em equipamentos de lavagem automática, seja de alta pressão ou para pré-lavagem em lavagens com escovas. Para a eliminação rápida e eficaz da sujidade orgânica mais entranhada como pó de grafite, abrasão causada pela travagem ou pela borracha, óleos, gorduras, polímeros, excrementos de pássaro, restos de insetos, etc. Adequado para separadores de óleo.

Vantagens

- Económico na utilização
- Não contém nenhum solvente inflamável
- Biodegradável
- Concentrado solúvel em água
- Aplicação multifuncional

FICHAS TÉCNICAS E MODO DE UTILIZAÇÃO EM

www.liqui-moly.pt

INFORMAÇÕES

info.iberia@liqui-moly.com



NOTÍCIAS

Tens uma oficina? Participa neste inquérito.

As plataformas da PÓS-VENDA voltam a realizar um inquérito às oficinas de manutenção e reparação automóvel em Portugal, com o tema “Os desafios das oficinas de automóveis em Portugal”.

Este inquérito a ser respondido pelas oficinas de automóveis, tem como objetivo realizar um trabalho de carácter editorial, recolhendo informação relevante, através de um questionário, sobre os principais temas da atualidade que as

oficinas enfrentam atualmente.

Este inquérito será editado na revista PÓS-VENDA nº 104 (edição de maio), ficando assim ao dispor de todos os profissionais que operam neste setor da reparação e manutenção automóvel em Portugal. Este mesmo inquérito será partilhado também no site www.posvenda.pt, nas newsletter's da PÓS-VENDA e ainda partilhado nas nossas redes sociais. Se tem uma oficina, pedimos-lhe que colabore com a PÓS-VENDA respondendo a este inquérito até ao dia 12 de abril de 2024.

Pesquisador de Baterias VARTA é um aliado das oficinas



Num momento em que a diversidade de modelos e tecnologias auto disponíveis é vasta, encontrar a bateria adequada para cada veículo pode ser um verdadeiro quebra-cabeças. Para poupar tempo e recursos, é essencial contar com ferramentas que facilitem este processo e que simplifiquem o trabalho dos mecânicos. É aí que entra o Pesquisador de Baterias do VARTA Partner Portal.

Uma das principais vantagens do Pesquisador da VARTA é a sua extensa cobertura de veículos, que inclui tanto modelos convencionais como xEV

avanzados. Atualmente, o Buscador abrange mais de 97% dos modelos do segmento xEV, incluindo veículos elétricos (BEV), veículos híbridos (HEV) e veículos híbridos plug-in (PHEV).

O Pesquisador de Baterias também se destaca pela sua rapidez e facilidade de uso. Basta inserir os dados do veículo ou o número TecDoc e, em questão de segundos, a ferramenta apresenta a bateria mais recomendada.

Outra vantagem do Pesquisador de Baterias é a precisão das recomendações. A ferramenta não só identifica a bateria adequada para o veículo em questão, mas também pode sugerir opções de upgrade, oferecendo aos clientes uma solução ainda mais robusta e confiável. Para além de identificar a bateria ideal, o Pesquisador de Baterias da VARTA também fornece informações detalhadas para uma correta substituição da bateria. Isso inclui orientações sobre a localização da bateria no veículo e uma estimativa do tempo necessário para a operação.

→ Num minuto...

A **Stellantis** e **Nexus Automotive International** anunciaram uma parceria comercial estratégica com o objetivo de impulsionar ainda mais o desenvolvimento de peças e serviços pós-venda a nível global.

A **Pro4matic Air Suspension Center**, empresa portuguesa especializada na distribuição de componentes de suspensão pneumática para veículos ligeiros, juntou-se recentemente ao TecDoc.

NEXUS premeia bilstein group

O grupo de compras Nexus Automotive International nomeou o bilstein group como "Fornecedor do Ano", na categoria de veículos de passageiros.

Na cerimónia de entrega dos prémios no Mónaco, foram reconhecidos em particular os méritos, do especialista em peças para veículos automóvel com sede em Ennepetal, em garantir o futuro do Aftermarket (IAM) e a parceria progressiva com oportunidades de desenvolvimento positivas para todos os envolvidos na cooperação.

"O prémio NEXUS Community enche-nos de orgulho. Ao mesmo tempo, é também uma expressão do esforço contínuo do bilstein group em melhorar. Para nós, as relações comerciais baseadas em parcerias e o crescimento conjunto fazem parte da nossa filosofia corporativa. A intensa cooperação com a NEXUS sublinha esta estratégia, uma vez que representamos valores comuns e estamos empenhados em fortalecer o IAM", comentou Karsten Schübler-Bilstein, Managing Director do bilstein group, sobre o prémio.

A NEXUS Automotive International tem mais de 450 membros e está presente em 139 países. O grupo gera um volume de negócios superior a 40 mil milhões de euros.



OPINIÃO

O LEAN MANUFACTURING APLICADO A UM REPARADOR AUTOMÓVEL - EXCESSO DE STOCK - Excesso de peças e materiais (I)

O stock de uma oficina de veículos automóveis é, essencialmente, de peças e ingredientes.

Falando de reparadores autorizados, aqueles que representam as marcas no mercado, existe, por norma, aquando da abertura da oficina, um stock inicial que é calculado em função do mix de modelos e do parque de todos eles na sua zona de ação.

Esse stock inicial tem, com frequência, uma margem de erro enorme em relação às quantidades e ao tipo de peças pois os veículos a assistir nem sempre correspondem ao modelo matemático utilizado para o cálculo. Claro que ao longo do tempo se vai acertando em função da realidade dos modelos assistidos e da sua

quantidade. O problema é que algumas das peças deste stock inicial ficarão, seguramente, para um futuro stock "morto".

Os objetivos e os incentivos à compra de novas peças e ingredientes para stock geram muitas encomendas de peças que entram para stock e que dificilmente de lá sairão, principalmente as peças ou ingredientes com prazo de utilização, que facilmente, em função da quantidade adquirida, passam para abate.

Também as compras a fornecedores externos às marcas, como correias, parafusos, terminais elétricos, tubos para fluidos, etc, adquiridos em quantidade pela redução do seu preço, após a utilização para que foi adquirido, passam, pela falta de utilização, para uma posição de armazém menos nobre e rapidamente passam a stock morto. O excesso de stock tem dois grandes inimigos, o espaço ocupado e o seu custo e o custo das peças, além disso é um investimento que tende a desvalorizar substancialmente com o passar dos anos. A venda do stock morto é normalmente difícil e fortemente desvalorizada.

A gestão correta do stock é fundamental na redução de perdas.

Paulo Quaresma
GTAVA.PT

PUB



UNIVEX



Peças e Acessórios? É na UNIVEX.

Peças para as nossas marcas.
Encontre-as aqui.

LISBOA

📍 Rua Dr. José Espírito Santo, Nº38
1950-097 Lisboa

✉ pecaslisboa@univex.pt

Tel: 218 394 609/610 | 964 670 265
Tm e Whatsapp:

ALCABIDECHÉ

📍 Rua São João, Nº8 Alcoitão
2645-303 Alcabideche

✉ pecascascais@univex.pt

Tel: 214 608 880 | 968 482 613
Tm e Whatsapp:



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!

Recambiofacil trabalha
com a Infiniauto



A Infiniauto, empresa de peças com sede em Santo Tirso, passou a usar a plataforma Recambiofacil, um marketplace de peças originais, equivalentes e usadas, que está presente no mercado ibérico.

Esta colaboração entre a Recambiofacil e a Infiniauto permitiu já, segundo a empresa espanhola:

- Aumento notável do fluxo de vendas na plataforma, gerado por um acréscimo 17 vezes superior em comparação com o primeiro mês de utilização.
 - Captação de novos clientes: Ao publicar as suas referências na Recambiofacil estão conectados com mais de 24.000 profissionais que as podem adquirir.
 - Maior visibilidade e reconhecimento de marca: Agora têm a capacidade de oferecer 40.000 referências para toda a comunidade profissional do sector.
- "Na Recambiofacil estamos entusiasmados em poder partilhar histórias como esta, onde a colaboração entre empresas cria resultados extraordinários. Esperamos continuar a alcançar as vossas expectativas e enfrentar novos desafios em conjunto", refere a Recambiofacil.

Autodoc bate recorde de
vendas em 2023



A plataforma de peças Autodoc anunciou que alcançou vendas recorde no ano de 2023. A empresa anunciou que conseguiu aumentar significativamente as suas vendas em comparação com o ano anterior, para mais de 41,6 milhões de produtos vendidos. O aumento em relação a 2022 é de 15,6%. "Melhorámos visivelmente em muitos campos que são importantes para nós e vimos crescimento em todas as áreas: a Autodoc vendeu mais produtos, conquistou mais clientes e recebeu mais encomendas em 2023", explicou Dmitry Zadorojnii, CEO da Autodoc.

O número de clientes ativos cresceu em cerca de 700 mil em 2023, atingindo 7,3 milhões. Isto significa que o número de pessoas que encomendaram na Autodoc pelo menos uma vez em 2023 aumentou cerca de 11% em comparação com o ano anterior. A base de clientes cresceu para cerca de 22 milhões de pessoas desde que a empresa foi fundada em 2008.



Dica Ambiental by

Eco-Partner

**A SUA EMPRESA
IMPORTA PNEUS, ÓLEOS
LUBRIFICANTES, BATERIAS,
PEÇAS, APARELHOS
ELÉCTRICOS E ELECTRÓNICOS
OU ATÉ MESMO VIATURAS?
QUAIS AS OBRIGAÇÕES
AMBIENTAIS DECORRENTES
DESSA ACTIVIDADE?**

Se a sua empresa for responsável pela colocação no mercado português de produtos embalados (peças, por exemplo), de pneus, de pilhas e acumuladores, de óleos ou de veículos, então encontra-se obrigado a aderir a um sistema integrado que assegure o cumprimento das metas europeias de recolha, reutilização, reciclagem e valorização de resíduos. Nos países europeus, o produtor do

bem (ou quem o introduz no mercado pela 1ª vez - importador), é responsável pela gestão do seu produto quando atinge o fim de vida, ou seja, quando se torna resíduo. Desta forma, o produtor deve assegurar a recolha e o encaminhamento deste resíduo para instalações de valorização autorizadas. No caso das oficinas e de outros importadores similares, esta responsabilidade é delegada a um sistema integrado, mediante a celebração de um contrato e o pagamento de um valor monetário (Ecovalor) por cada produto colocado no mercado.

Por esta razão, dependendo do tipo de consumível ou produto que importa, é necessário verificar a necessidade de aderir às entidades gestoras de fluxos de resíduos:

- Se importar pilhas ou acumuladores ou equipamentos elétricos e eletrónicos (EEE), deve registar-se como produtor num dos sistemas existentes (ERP ou Eletrão para pilhas, acumuladores e REEE), e aderir a uma das entidades gestoras licenciadas para cada fluxo;
- Se importar pneus, deve aderir à Valorpneu;

- Se os consumíveis vierem embalados, deve aderir a uma das entidades gestoras de embalagens (Sociedade Ponto Verde ou Novo Verde);
- Se importar baterias, deve aderir à Valorcar ou GVB;
- Se importar óleos, deve aderir à Sogilub;
- Se importar viaturas, deve aderir não só à Valorcar, mas também às restantes, pois a viatura inclui óleos, pneus, baterias, etc., que devem ser declaradas.

A adesão implica a assinatura de um contrato e um reporte anual e/ou trimestral de informação, dentro dos limites temporais definidos para o efeito pelas entidades.

Dependendo de cada diploma legal específico, o não registo enquanto produtor e a não contratualização com uma entidade gestora pode ser considerada uma contraordenação ambiental, punível com coimas de montantes variáveis.

Para saber mais, não hesite, contacte-nos!

**Eco-Partner SA,
o seu parceiro no Ambiente...**

PUB

 **Alfa**
e-Parts

Tech-driven
electronics



DESCUBRA-NOS
alfaeaparts.com

Onde tudo **começa**

Expansão contínua do catálogo
com novas famílias de produtos



Aprovados

Fazemos parte da grande empresa americana



Compromisso

Expansão contínua do catálogo com novas famílias de produtos



Dynamic packaging

Código QR que contém toda a informação da peça



Qualidade

Controlo e verificação de peças no nosso próprio laboratório



ZF Aftermarket reforça gama de peças Lemförder para veículos elétricos



A ZF Aftermarket já tem disponível novas peças de direção e suspensão, da marca Lemförder, para veículos elétricos, para um enorme leque de aplicações que correspondem às especificações do fabricante do automóvel em termos de dimensões e de material.

Os clientes podem encontrar informações específicas rapidamente usando a função de pesquisa no catálogo online de produtos da ZF Aftermarket. As novas adições incluem peças de direção e suspensão para os seguintes modelos elétricos:

- Audi Q4 (rótula axial, braço de suspensão, tirante, etc.)
- BMW i7 (braço de suspensão, barra estabilizadora)

- Jaguar I-PACE (braço de suspensão, rótula)
- Porsche Taycan (barra estabilizadora, tirante)
- Skoda ENYAQ iV (rótula axial, braço de suspensão, etc.)
- VW ID.3, ID.4 e ID.Buzz (barra estabilizadora)
- VW ID.Buzz (rótula)

As peças de substituição da Lemförder correspondem a 100 por cento às especificações do respetivo fabricante de automóveis. Não há alterações em termos de dimensões ou de material. Isto assegura que o comportamento de condução original e a segurança, em caso de colisão, continuam garantidos após a reparação.

GT Motive apresenta ferramenta para calcular o custo da mão-de-obra



A GT Motive coloca à disposição das oficinas uma ferramenta simples que ajudará as oficinas a saber se estão a ir na direção certa no que

diz respeito ao cálculo do custo por hora do seu trabalho, mas também ter uma visão global das suas despesas e maximizar a rentabilidade do seu negócio.

Basta introduzir alguns dados base numa calculadora virtual, disponível no site da GT Estimate (<https://go.gtmotive.com/landing-calculadora-pt>). Esta compilará todos os custos fixos e variáveis da sua oficina, tais como o número de empregados, as horas de trabalho, a eficiência esperada, etc.

Em seguida, calculará automaticamente o custo por hora, que lhe servirá de base para começar a trabalhar da forma mais rentável.

Maior sustentabilidade nas embalagens ENI

A apresentação ao mercado de uma “embalagem sustentável” é o resultado da sinergia entre as empresas do grupo ENI. Depois das embalagens de 4, 5 e 20, o projeto de embalagens sustentáveis é concluído com as embalagens de 1 litro.

O projeto no qual a Enilive e a Versalis participaram potencia o “know-how” complementar das sociedades do grupo, integradas no desenvolvimento do projeto «Reciclagem e Circularidade – uso de Versalis Revive para embalagens de lubrificantes», no âmbito técnico e comercial.

A colaboração firmou-se com a utilização de matérias-primas plásticas com origem em reciclagem mecânica pós-consumo, um polietileno comercializado pela Versalis ao abrigo do nome Versalis Revive, oriundo de know-how, investigações e tecnologias próprias.

A incorporação de plástico reciclado nas embalagens ENI permite deixar de utilizar 179 toneladas por ano de plástico virgem, o que representa um grande avanço na sustentabilidade. Com isto, a Enilive Iberia antecipa em largos anos as exigências legais relativamente ao teor de plástico reciclado, que serão obrigatórias antes de 2030.

Osram lança nova geração de lâmpadas Night Breaker LED H7



A Osram lançou recentemente a segunda geração de lâmpadas Night Breaker LED H7, com melhoramentos ao nível do design ótico. Esta lâmpada retrofit é uma das mais populares para luzes de máximos e médios em automóveis. Com a recém-lançada Night Breaker LED H7GEN 2, a solução LED retrofit aprovada pela Osram está agora disponível com um design ótico melhorado, maior intensidade de luz e para ainda mais modelos de veículos.

A nova Night Breaker LED W5W, a primeira lâmpada LED W5W da Osram, aprovada para estrada por detrás de um vidro branco, está agora também disponível como luz de estacionamento, de presença, de matrícula e interior, para utilização em todos os modelos de veículos de 12V.

→ Num minuto...

A **IQ4Y** acaba de anunciar uma parceria com a **Autodata**, consolidando-se como distribuidora oficial desta plataforma líder em informações técnicas para automóveis.

No decorrer da sua atividade a **MCnur** tem vindo a expandir a sua presença comercial direta para outras regiões de Portugal. Desta vez anunciou a sua chegada oficial ao Porto.

A **Exide Technologies** anunciou a aquisição da **BE-Power GmbH** para impulsionar a inovação em tecnologias de íons de lítio e soluções de armazenamento de energia.

Marelli lança projeto para impulsionar digitalização do negócio

PROJECT
5.0

**MAGNETI
MARELLI**
PARTS & SERVICES

A Magneti Marelli Parts & Services apresentou recentemente o Project 5.0 para o aftermarket. Com este projeto a Marelli pretende uma abordagem integrada que, através de uma série de soluções digitais evoluídas, proporcionará aos seus clientes uma experiência de compra personalizada. Um dos pilares do Project 5.0 é o projeto de cadeia de fornecimento estendida, Extended Supply Chain, que é construído em torno da plataforma digital denominada MASP (Marelli Aftermarket Service Portal - Portal de Serviço Aftermarket de Marelli). O objetivo da plataforma MASP é simplificar e fortalecer o fluxo de compras dos fornecedores, automatizando os processos restantes, que até agora foram gerenciados manualmente. O novo CRM da Magneti Marelli Parts & Services oferece uma gama completa de funções que buscam centralizar e automatizar as atividades de vendas, marketing e assistência, o que permite à empresa adquirir e analisar dados detalhados do cliente. Uma implementação significativa do Project 5.0 é a integração no e-commerce da Magneti Marelli Parts & Services com uma plataforma inovadora de administração digital, denominada Gestão Digital de Garantias e Reclamações, para gestão de garantias e anomalias na entrega.

O Project 5.0 também inclui o novo projeto de Pricing, impulsionado por um poderoso software desenvolvido, que busca otimizar a gestão dos preços dos produtos na caixa da Magneti Marelli Parts & Services.

Globauto comercializa novas malas CRUZ

A Globauto já disponibilizou para os seus clientes as novas Malas de Tejadilho da CRUZ de 550 litros de capacidade. Um acessório automóvel com larga procura no mercado que incrementa a capacidade de "bagageira" de um automóvel.

Disponíveis em duas cores, preto brilhante e cinza mate, estas novas malas destacam-se pelo seu design moderno e desportivo assim como pelo seu espaço de carga otimizado. Equipadas com o novo sistema de fixação Quick 100 com o novo e patenteado limitador de torque de aperto que facilita a sua montagem em segundos.

Outra vantagem das novas malas Paddock Elite é a sua dupla abertura que permite o acesso ao seu interior por ambos os lados do veículo. Se necessita de um espaço extra para uma viagem esta é certamente uma solução a ter em conta devido à sua versatilidade e qualidade.



PROXIRA
LOJA DE FERRAMENTAS

**ÚLTIMAS UNIDADES EM
PROMOÇÃO**



**PACK CHAVE DE IMPACTO
+ 3 CHAVES DE OFERTA**

~~224,80€~~ **189€**

VIVER ELÉTRICO PRO

**World
Shopper**
Innovation
in Automotive
& Mobility



5/12 SÉRIE 2

O meu carro de serviço vai ser trocado por um elétrico. E agora?

Cada vez mais as empresas com grandes frotas tendem a optar por soluções eletrificadas. Seja por políticas de responsabilidade ambiental, seja pela análise do TCO (Custo total de utilização), seja por ambas as razões ou outras, esta é uma tendência real. Será ela totalmente pacífica?

TEXTO RODRIGO AMOÉDO PINTO

Quando um gestor de frota ou um comercial de uma locadora tem de estudar novas soluções para a substituição dos veículos atribuídos aos funcionários das empresas, procuram as soluções financeiramente mais favoráveis.

Através de estudos de custo total de utilização durante determinado período, começam a chegar à conclusão de que as soluções eletrificadas são as mais adequadas. Apesar dos investimentos iniciais superiores, benefícios fiscais, custos de manutenção mais baixos e “prováveis” custos de utilização reduzidos estão na base destas decisões. No entanto, esta transição coloca vários desafios que devem ser tidos em conta.

Tipicamente as empresas têm duas categorias de veículos nas suas frotas: o benefício e o serviço, e a perceção de cada tipo de funcionário pode variar. Se uma pessoa que dispõe de um carro de serviço como benefício ou parte do seu salário e o utiliza no seu dia a dia, para o seu percurso pendular diário, pode ver esta substituição como uma limitação à sua mobilidade, já um funcionário que utiliza o seu veículo para serviço da empresa, pode pôr em causa a sua performance, por recear não ter a autonomia necessária para cumprir as suas tarefas diárias.

Face a estes e outros constrangimentos, a empresa deve encontrar um parceiro especialista em mobilidade elétrica e com competências de formação, de forma a garantir que os seus funcionários ficam tranquilos com esta transição e fazem uma utilização eficiente do seu novo veículo.

Desmistificar a mobilidade elétrica é um dos prin-

cipais papéis de uma formação adequada. Neste processo, não só se devem explicar as diversas temáticas relacionadas com todo o ecossistema, como motivar os utilizadores para as vantagens e benefícios da mobilidade elétrica.

Por outro lado, o tema de uma correta utilização da rede de carregamentos públicos é fulcral para que a empresa usufrua de uma redução dos custos de utilização das frotas, seja em veículos 100% elétricos seja em Híbridos Plug-in.

Sobretudo quando não existem soluções de carregamento nas instalações da empresa ou no domicílio dos seus funcionários, ou ainda, quando as suas funções obrigam a carregamentos durante o serviço, é essencial que haja uma consciencialização coletiva da eventualidade de os custos de energia poderem superar os de combustível. Ensinar estratégias para uma gestão otimizada dos carregamentos dos veículos elétricos é, portanto, outro dos papéis essenciais da formação em mobilidade elétrica.

É isto que fazemos no programa Viver Elétrico. Damos formação tanto a profissionais como a utilizadores, ajudando pessoas e empresas a encarar a transição para a mobilidade elétrica com naturalidade, segurança e eficiência. ●

World-Shopper | Viver Elétrico Viver Elétrico Pro

rodrigo.pinto@world-shopper.com

[/rodrigoamoedopinto](https://www.linkedin.com/in/rodrigoamoedopinto)

www.world-shopper.com/

vivereletricopro.html

[/groups/vivereletrico](https://www.facebook.com/groups/vivereletrico)

ROBUSTEZ EM QUE PODEMOS CONFIAR



Conceção: Grafia



Quartz Ineo RCP 5W-30



Desenvolvido
para os motores
Diesel 1.5 BlueHDi



PEUGEOT RECOMMENDS TotalEnergies



OFFICIAL PARTNERS

Opinião



GIUSEPPE PEDRETTI, REGIONAL MANAGING DIRECTOR EMEA,
PETRONAS LUBRICANTS INTERNATIONAL

Preparar as oficinas para a próxima geração de condutores

É evidente que a condução está a mudar. Mais ainda, os veículos estão a mudar – e precisam de o fazer. Para melhor apoiar os condutores de hoje e do futuro, o cliente deve estar no centro de tudo o que as oficinas fazem.

A indústria automóvel está a passar por uma profunda transformação impulsionada pelo objetivo da descarbonização. Com a proibição de novos carros a gasolina e a diesel em 2035 na UE, a transição para veículos híbridos e elétricos está a progredir a bom ritmo. Com muitos milhares de novos veículos elétricos (VE) e híbridos plug-in registados em 2022 e 2023, a sua crescente popularidade nas nossas estradas, juntamente com o aparecimento de motores mais pequenos, mas mais potentes, apresenta um conjunto de novos desafios e oportunidades para as oficinas automóveis. Para apoiar a nova geração de condutores, as oficinas devem embarcar na sua própria jornada de sustentabilidade e explorar como podem ajudar os clientes a conduzir de forma mais eficiente e, por sua vez, tornarem-se eles próprios mais sustentáveis.

Então, quais são os passos que as oficinas precisam de dar para garantir que estão a tirar partido das competências certas para satisfazer as novas necessidades de sustentabilidade, a procura dos clientes e, simultaneamente, manter-se rentáveis? Vamos analisar o que o futuro pode significar para as oficinas.

Uma mudança sustentável na procura dos consumidores

Um estudo recente que realizámos a nível da região EMEA sobre sustentabilidade e hábitos de condução dos consumidores revelou um forte desejo de contribuir para uma indústria automóvel mais ecológica. Cerca de 80% dos consumidores europeus tem o desejo de conduzir de forma mais sustentável; no entanto, cerca de 12% não possui os conhecimentos e a compreensão de como o fazer – ou seja, 12% dos europeus não sabe o que pode ser feito para reduzir a pegada de carbono do seu veículo. É aqui que as oficinas desempenham um papel essencial, enquanto profissionais especializados que podem oferecer soluções mais sustentáveis aos seus clientes.

Com a indústria automóvel em constante evolução, à medida que se adapta a novas legislações e se alinha com as necessidades dos consumidores, os mecânicos devem manter-se



GIUSEPPE PEDRETTI

na vanguarda, melhorando continuamente os seus conhecimentos e competências técnicas e posicionando-se como profissionais experientes capazes de aconselhar os seus clientes sobre as últimas inovações ou mudanças na indústria. Os veículos estão a evoluir para lá dos motores de combustão. Agora vemos nas estradas veículos híbridos puros, híbridos plug-in, veículos totalmente elétricos e motores mais pequenos e mais potentes. Esta multiplicidade de veículos requer fluidos e lubrificantes especializados para garantir os cuidados mecânicos adequados de acordo com o tipo de motor. Os lubrificantes estão a ser desenvolvidos com a otimização em mente, melhorando a eficiência e reduzindo as emissões. No entanto, a abordagem não pode ser 'one size fits all'.

Por exemplo, os veículos elétricos não requerem mudanças de óleo do motor, mas precisam de outros fluidos vitais para garantir o seu melhor desempenho e segurança – no caso, os três componentes vitais são os fluidos dos redutores, dos travões e o líquido de refrigeração. Os VE dependem fortemente do líquido de refrigeração para fluir através do sistema e impedir o sobreaquecimento da sua peça mais importante – a bateria –, pelo que a substituição regular de qualquer líquido de refrigeração é obrigatória durante a manutenção. Da mesma forma, recomenda-se que o líquido dos travões seja substituído nos VE a cada 40.000 km ou 2 anos. No entanto, tal como os motores de combustão tradicionais, os veículos híbridos exigem um grande cuidado e, por conseguinte,

manutenção. Isto inclui o óleo do motor, o óleo da transmissão, os líquidos de refrigeração e os fluidos dos travões.

Embora a procura por veículos elétricos esteja a aumentar, nem todos os novos condutores têm os meios para comprar um, e vão continuar a conduzir automóveis de combustão tradicionais. Então, como é que as oficinas podem ajudar estes condutores?

O nosso estudo recente mostra que 71% dos europeus já sabe que o óleo pode contribuir para a pegada de carbono do automóvel, mas estão menos conscientes de outros fatores que desempenham um papel importante. Por exemplo, ao recomendar lubrificantes concebidos para minimizar o impacto ambiental ou produtos que têm embalagens mais ecológicas, as oficinas podem ajudar os condutores a tomar medidas com impacto positivo.

Compreender pormenorizadamente as nuances e os diferentes tipos de fluidos disponíveis, especificamente concebidos para melhorar o desempenho e reduzir as emissões das novas marcas de automóveis (e das já existentes), fará com que as oficinas se tornem conselheiras de confiança em práticas de condução sustentáveis. As oficinas podem também apostar em programas de formação especializados para os seus colaboradores, para ajudar a melhorar esses conhecimentos. Estes serviços permitem que as informações e os conhecimentos mais atualizados sejam facilmente acessíveis, facilmente digeríveis e prontamente disponíveis. Isto também pode ajudar a aumentar o poder de marketing, dando às oficinas uma vantagem em relação à concorrência em termos de prestação de serviços.

Colaboração: Estamos todos juntos

É importante notar que o compromisso não recai apenas sobre os proprietários das oficinas. Para navegar com sucesso no panorama automóvel em mudança e alcançar os objetivos mais amplos da indústria no que toca a uma condução sustentável, a colaboração com parceiros e distribuidores é fundamental. Ao partilhar aprendizagens, conhecimentos e ideias, podemos construir um futuro melhor em conjunto. Ao trabalhar em estreita colaboração com os stakeholders do setor, as oficinas podem permanecer na vanguarda dos avanços e fornecer aos seus clientes o melhor serviço possível.

O cliente em primeiro lugar

É evidente que a condução está a mudar. Mais ainda, os veículos estão a mudar – e precisam de o fazer. Para melhor apoiar os condutores de hoje e do futuro, o cliente deve estar no centro de tudo o que as oficinas fazem. Compreender o ponto em que os clientes se encontram no seu percurso de sustentabilidade é crucial para prestar apoio e aconselhamento personalizados. Só com formação, conhecimentos e uma rede de contactos é que as oficinas podem colocar o cliente em primeiro lugar e manter-se competitivas num mercado difícil. ●

LIQUI MOLY



Tudo funciona melhor...

... com a marca de lubrificantes preferida dos alemães há 13 anos consecutivos. Aproveite a popularidade da marca para o seu próprio negócio e beneficie da nossa ampla gama de produtos e soluções para oficinas.

Tudo do mesmo fornecedor, para clientes totalmente satisfeitos.

www.liqui-moly.com



Atualidade



SEMINÁRIO NACIONAL DE REVENDEDORES BETA

Bolas e Beta parceiros no crescimento

Após 11 anos de parceria, a relação entre a Bolas e a Beta nunca esteve tão forte. Segundo a empresa de Évora, tal se deve ao trabalho dos revendedores da Beta em Portugal, que continuam a confiar cada vez mais na marca.

TEXTO PAULO HOMEM

A Bolas juntou no Luso 60 empresas que comercializam os produtos Beta em Portugal, para o habitual Seminário Nacional de Revendedores Beta, no qual foram apresentadas a performance da Bolas e da marca Beta em 2023, mas também muito daquilo que está por vir em 2024.

No início dos trabalhos, Rui Bolas, Administrador da Bolas, mesmo tendo considerado o ano de 2023 como “trabalhoso e difícil” referiu que a sua empresa atingiu um novo marco nas vendas em Portugal, mas também a nível internacional, para o qual “o apoio de todos os distribuidores foi fundamental”, num ano de enorme pressão na margem de comercialização, mas em que foi possível manter os níveis de rentabilidade e solidez financeira da empresa.

Como também é tradicional na sua apresentação anual, Rui Bolas fez questão de anunciar, num inquérito de satisfação feito aos revendedores, os valores que os mesmos associam à empresa. Confiança, parceria, profissionalismo e qualidade foram os quatro valores mais referidos, o

que revela bem, para Rui Bolas, os pilares em que assenta a forma como a empresa é vista pelos seus clientes.

Outro excelente indicador da performance da empresa foi a melhoria do prazo médio de entrega, mas também a quase coincidência entre o número de referências vendidas e o número de referências em stock, o que segundo Rui Bolas significa que existe uma grande sintonia entre as necessidades do mercado e aquilo que a empresa tem de stock, podendo dessa forma responder rapidamente a qualquer solicitação. Apesar da satisfação geral pelas metas atingidas, o administrador da Bolas não deixou de referir que ainda existe “muito por atingir e muito para melhorar. Vamos continuar a trabalhar para isso”.

Para 2024, o objetivo da Bolas é manter a estratégia de produto e de marcas “suportado em relacionamentos de longo prazo, com parceiros sólidos e sérios, oferecendo uma gama completa e competitiva, mas que se diferencia pela qualidade e não pelo preço”, disse Rui Bolas. Outra aposta passará por otimizar a cobertura e a qualidade da rede de distribuição de



cada marca que representa, nomeadamente com a marca Beta, mas também ter uma maior penetração da linha de produtos nos clientes/mercados já existentes, mas sempre com uma política comercial “clara, transparente, com regras, que respeite os interesses dos nossos parceiros distribuidores e que premeie a sua crescente colaboração” reforçou Rui Bolas, acrescentando que é objetivo a “melhoria contínua dos níveis de serviço (prazos de entrega, prazos de reparação, apoio prestado, etc.), com tradução num aumento da satisfação de todos os parceiros de negócio”.

Neste evento foram ainda apresentadas por David Mira (gestor de produto Beta) muitas novidades no catálogo para 2024 (ver caixa), mas também por parte da Beta foi atribuído um prémio à Bolas, por ser um dos melhores distribuidores da Europa. Foram ainda anunciadas as estratégias de comunicação e marketing, como por exemplo a presença na Expomecânica em novembro próximo, como também foram lançados os novos catálogos de 2024, onde se podem encontrar muitas das novidades da Beta. Refira-se que o novo catálogo geral tem 772 páginas (mais 48 que o catálogo de 2023) apresentando 39 categorias de artigos e mais de 16.000 referências.

No final do evento, Rui Bolas fez ainda questão de apresentar o novo portal que a empresa terá em funcionamento muito brevemente, que permitirá uma ainda maior profissionalização do negócio da Bolas para com os seus clientes.

PRÉMIO BETA



Um dos momentos altos do Seminário Nacional de Revendedores Beta, sendo também uma surpresa feita por Alberto Cattaneo (Export Sales Diretor da Beta) e Marco Andrighetto (Export Area Manager da Beta) à empresa Bolas, foi a atribuição do Prémio Beta pelo fato de a Bolas ser o melhor distribuidor da marca Beta na Europa.

No âmbito do Centenário de Beta, que decorreu em 2023, Alberto Cattaneo atribuiu este prémio à Bolas (que diz respeito a 2023), referindo a importância que a Bolas tem neste momento para a Beta no panorama internacional de

distribuidores da marca. “Estamos muito satisfeitos com esta relação de 11 anos, que tem vindo a ser, ano após ano, solidificada entre as duas empresas. Queremos prosseguir no futuro com esta relação de sucesso”, disse Alberto Cattaneo.

Para Rui Bolas, apanhado de surpresa com este prémio, fez questão de frisar a que “esta distinção vai diretamente para todos os distribuidores. Muito obrigado a vocês por toda a colaboração, sendo um importante reconhecimento do trabalho que todos estamos a fazer”.

Refira-se que a Bolas, em 2023, melhorou os prazos médios de entrega de mercadoria, tornando a entrega mais eficiente, reforçou o stock Beta, tendo atingido o valor máximo de stock desde que é distribuidor da marca. “Temos contado com o apoio da Beta e dos revendedores e, só assim, tem sido possível atingir estes resultados, mas continuamos a achar que ainda podemos todos ir mais longe”, comentou Rui Bolas.



NOVIDADES BETA EM RESUMO



- Armários de oficina com nova composição C45PRO F, G, H;
- Bancada RSC;
- Bancada RSC50 F- composições pré-feitas;
- Carrinho de ferramenta RSC24AXLP/7;
- Porta paletes (manual com garfos curtos);

- Linha de sacos para ferramentas;
- Jogo de chaves sextavadas;
- Chaves de aperto controlado Dinabeta 666 e 667 Zero-Reset (não necessita descarregar a chave para o valor mínimo);
- Chaves dinamométrica eletrónica para aperto até 20Nm
- Alicantes e conjuntos de alicates;
- Aparelho inverter DC para soldar;
- Aparelho de soldar por pontos multifunções;
- Lanternas de inspeção LED recarregável sem fio;
- Mala com Jogo de ferramenta para veículos eletrificados;
- Aparafusadora ultracompacta 12 V;
- Chave de Impacto reversível;
- Recuperador de óleo com rodas;

- Funil de refrigerante com encaixe rápido;
- Suporte de parede para funis;
- Kit de escovas para limpeza do alojamento dos Injetores;
- Kit de 7 ferramentas de inspeção;
- Kit de 4 grampos para as oficinas de colisão;
- Trolley para rolos de papel;
- Prensa;
- Grua hidráulica rebatível com bomba de duplo efeito;
- Macaco de garrafa;
- Jogos de parafusos para chaves de Impacto
- Novo modelo de calçado da linha 0-Gravity;
- Calças de trabalho e meias de trabalho;
- Camisola micro-fibra;
- Casaco de trabalho;
- Renovação da linha de vestuário de algodão;



CLEPA AFTERMARKET CONFERENCE

Pós-venda está no “bom” caminho da sustentabilidade

O CLEPA organizou um evento no final do mês de março, em Bruxelas, focado na área do aftermarket, sob o tema “Soluções Digitais e Sustentáveis para um Mercado de Pós-Venda Competitivo”. Esta associação entende que uma regulação justa permitirá soluções mais ecológicas e inteligentes para o mercado pós-venda e um ecossistema de mobilidade mais forte na Europa.

O mercado pós-venda automóvel na Europa enfrenta um panorama transformador moldado por políticas de sustentabilidade, avanços tecnológicos e quadros regulamentares em evolução. Antes das próximas eleições europeias, a 15ª edição da Conferência Pós-Venda da CLEPA recebeu uma linha distinta de decisores políticos, especialistas e influenciadores, fornecendo insights e orientações estratégicas para um ecossistema de mobilidade mais competitivo. O evento, realizado nos dias 20 e 21 de março em Bruxelas sob o tema “Soluções Digitais e Sustentáveis para um Mercado de Pós-Venda Competitivo”, reuniu mais de 250 participantes, incluindo oradores de alto nível da Comissão Europeia e da indústria. No seu discurso de boas-vindas, o Secretário-Geral da CLEPA, Benjamin Krieger, afirmou: “Alcançar estratégias de sustentabilidade só será possível com o apoio público para a desvalorização dos investimentos em novas tecnologias e regras que sejam coerentes e consistentes com os objetivos políticos. Olhando para as eleições europeias, vimos cinco anos de atividade política e regulatória sem precedentes - agora é hora de focar na

implementação dessas políticas”.

O Presidente da CLEPA, Matthias Zink, reafirmou o seu compromisso em moldar políticas que promovam ação climática enquanto apoiam uma indústria da UE competitiva: “O quadro regulamentar geral na Europa deve permanecer ambicioso, mas flexível para capacitar a inovação contínua e permitir que todas as soluções desempenhem o seu papel. Isso nos ajudará a alcançar nossos objetivos de forma mais rápida e eficiente, ao mesmo tempo que atendemos à escolha do consumidor”.

Uma linha de 10 startups inovadoras apresentaram tecnologias de ponta em eletrificação, sustentabilidade, Big Data e IA, oferecendo uma visão de serviços futuros no mercado de pós-venda. A BL Innovare do Canadá ganhou o “melhor pitch” por apresentar seu sistema de inspeção sem contato através de drive-thru, capaz de capturar milhares de medições por segundo, oferecendo uma verificação abrangente do veículo desde a documentação da forma exterior do veículo até a medição dos ângulos de alinhamento das rodas.

No segundo dia da conferência, a primeira sessão centrou-se no ambiente legislativo e

nas perspectivas de mercado para o mercado de pós-venda europeu, preparando o terreno para discussões sobre tendências da indústria e desenvolvimentos regulatórios. Debbie Capell da S&P Global delineou as principais tendências que impactam o mercado de pós-venda europeu, incluindo eletrificação e o surgimento de veículos elétricos a bateria chineses. Louise Wohnr, Presidente do Fórum sobre Sustentabilidade do Mercado de Pós-Venda Automóvel (FAAS), destacou o compromisso da associação em promover a sustentabilidade ao longo da cadeia de valor do pós-venda. Mariam Lochoshvili, da Next Automotive Aftermarket Generation (NAAG), concentrou-se em como a aquisição e retenção de talentos podem ser melhoradas na indústria automóvel. Sebastian Kempf, da McKinsey, apresentou um caso de estudo demonstrando como a IA generativa está desbloqueando novas oportunidades em mobilidade e pós-venda, aproveitando a complexidade do negócio pós-venda para impulsionar soluções baseadas em IA. Na segunda sessão, Marcus Sacré e Thomas Funke da Osborne Clarke proferiram uma palestra sobre a relevância da legislação de

Informação de Reparação e Manutenção (RMI) e o regulamento de Isenção de Bloqueio de Veículos a Motor (MVBER), destacando os desafios de fiscalização. Esta apresentação foi seguida por um painel de discussão focado em como manter um campo de jogo nivelado para reparadores de veículos. O painel contou com a presença de Mark Nicklas, Chefe da Unidade de Mobilidade da Direção-Geral do Mercado Interno da Comissão Europeia, Laurianne Krid da FIA Região I, Jeremy Smith da Belron e Jan-Willem van der Linden da CECRA. As discussões giraram em torno do papel do quadro legal na manutenção da competitividade entre os players do pós-venda. Enquanto a legislação específica do setor sobre acesso a dados permanece em discussão na Comissão, o painel enfatizou a prioridade imediata de regulamentar o acesso seguro ao On-board Diagnostics (OBD) e garan-

tir a instalação segura de peças sobressalentes. A CLEPA solicita uma legislação específica do setor e apoia a intenção da Comissão de regulamentar o acesso seguro ao OBD apenas se cobrir todas as interfaces dos veículos. Foi alcançado um consenso sobre a necessidade de um quadro legal claro para manter a concorrência e a escolha do consumidor, com a legislação RMI e MVBER emergindo como pilares essenciais com maior relevância no futuro.

A última sessão centrou-se no impacto da tecnologia de IA e eletrificação no mercado de pós-venda. Stefan van Dalen (Hella), Adnan Cemal (Hella Gutmann) e Bastian Mertens (AHEAD Automotive) apresentaram soluções de serviço pós-venda alimentadas por IA projetadas para ajudar os técnicos a navegar nas complexidades de várias tecnologias. Alma Oprasic (Exfluency) mostrou uma ferramenta de

tradução usando IA para documentação técnica multilíngue e manuais de reparação. Richard Stooß (Authentic Vision) e Alfred Wimmer (Dana) demonstraram a sua abordagem para o envolvimento inteligente do cliente através da autenticação segura de produtos. Bas Wintjes (WESP) explicou como os dados podem ser usados para tornar as oficinas de reparação ainda mais eficientes e lucrativas, enquanto Marlies Doornenbal (Auto Totaal Houten) e Michael Dittmar (Dittmar & Stachowiak) concluíram a sessão enfatizando a importância de investir na capacidade de oferecer serviço e manutenção para veículos elétricos a bateria.

Frank Schlehber, Consultor Sénior de Assuntos de Mercado da CLEPA, encerrou a 15ª edição da conferência com uma nota otimista, afirmando: “Estamos no caminho certo rumo à sustentabilidade, e tecnologias como a IA são cruciais para simplificar os processos para uma transformação verde e digital. O foco da Comissão na formulação de uma nova regulamentação para o acesso seguro aos sinais OBD representa progresso, mas o desafio permanece em estender esta solução geral a todas as interfaces de veículos disponíveis. Convido todos a advogar pelo acesso seguro e justo às interfaces de veículos, essenciais para sustentar um ecossistema de mobilidade verde, competitivo, acessível e amigável do consumidor na Europa.”

A próxima edição da Conferência Pós-Venda da CLEPA está planeada para a Primavera de 2025. ●



PUB

AZauto

CGQ mais que um grupo ATR

EM CRESCIMENTO!

APÓS O LANÇAMENTO DAS MARCAS ZF E RUVILLE, SEGUEM-SE AGORA A ERA E PETROLUX.

ERA
QUALITY CARE PRECISION

- SISTEMAS DE AR CONDICIONADO
- SISTEMAS DE REFRIGERAÇÃO
- SISTEMAS DE COMBUSTÍVEL
- ALTERNADORES E MOTORES DE ARRANQUE
- SENSORES
- INTERRUPTORES
- SISTEMAS DE GESTÃO DE VÁLVULAS E MOTOR

PETROLUX
LUBRICANTS

- LUBRIFICANTES PARA VEÍCULOS LIGEIOS
- LUBRIFICANTES PARA TRANSMISSÕES MANUAIS E AUTOMÁTICAS
- MASSAS LUBRIFICANTES

NO PRÓXIMO MÊS DE MAIO TEREMOS MAIS NOVIDADES... ESTEJA ATENTO!

VISITE-NOS EM WWW.AZAUTO.PT OU CONTACTE O SEU GESTOR DE CLIENTE AZ AUTO PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES E CONHECER AS CAMPANHAS QUE TEMOS EM VIGOR



PEÇAS



**ANCAV (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS CENTROS DE ABATE DE VEÍCULOS)
APRESENTA “PEÇA VERDE”**

Um passo importante na certificação das peças originais usadas

Anunciada em junho de 2023, a ANCAV apresentou recentemente a certificação e a marca Peça Verde. Um passo muito importante dado por esta entidade que reúne os principais centro de abate de veículos em Portugal que comercializam a peça original usada, que agora se passa a chamar Peça Verde.

TEXTO: PAULO HOMEM

Perante uma plateia constituída por muitos profissionais do setor dos veículos em fim de vida, mas também empresas privadas diversas (software, grupos de retalho, marketplace’s, etc.), entidades, associações e organismos públicos, entre os quais se destacam a Agência Portuguesa do Ambiente, Valorcar, Zero, Fidelidade Car Service, Valorpneu, Sogilub, B-Parts, entre

outras, Vítor Pereira, presidente da ANCAV, fez questões de referir que “a presença de todos estas empresas e entidades, revela que a apresentação da marca Peça Verde é um assunto mobilizador”.

O cenário atual do negócio associado às peças originais usadas é que se trata de um mercado ainda pouco regulado, em que os centros de abate licenciados competem com os centros clandestinos, o que gera

uma enorme perda na competitividade dessas empresas licenciadas devido à concorrência desleal.

Os centros de abate licenciados estão assim a ser lesados, mesmo investindo muito para que as suas práticas sejam ambientalmente responsáveis, para depois verem que o mercado fica inundado de peças originais usadas em que é difícil de fazer a distinção entre peças de origem legal das de origem ilegal.

OBJETIVOS DA CERTIFICAÇÃO PEÇA VERDE



Quanto aos objetivos que se esperam obter com este projeto de Peça Verde, pretende a ANCAV:

- ♦ Aumentar a circularidade e reduzir os materiais que chegam aos aterros;
- ♦ Alcançar 1.000.000 de Peças Verdes daqui a 12 meses;
- ♦ Em 2026, como objetivo, que 35% das reparações de seguradoras

utilizem pelo menos uma Peça Verde, e que 25% do total de peças utilizadas em reparações em Portugal sejam Peças Verdes;

- ♦ Dinamizar um plano de sensibilização do público geral para a importância da sustentabilidade ao utilizar Peças Verdes;
- ♦ Celebrar protocolos com entidades dos diferentes sectores.

FRASES SOLTAS

GRACINDA MAROTE, APA

É uma iniciativa que está perfeitamente enquadrada dentro dos princípios da economia circular. É um projeto que dá força à reutilização, que garante que as peças voltam a entrar na economia, o que está perfeitamente dentro dos objetivos da APA

JOSÉ AMARAL, VALORCAR

Sendo um projeto que maximiza a circularidade, vem dizer claramente que se está a caminhar nesse sentido. Prolongar a vida da peça vai levar à poupança de recursos

RUI BERKEMEIER, ZERO

Com esta certificação de Peça Verde, vamos ter mais uma ferramenta para separar o trigo do joio. A Peça Verde vai ser muito importante para a existência de uma verdadeira indústria automóvel em Portugal

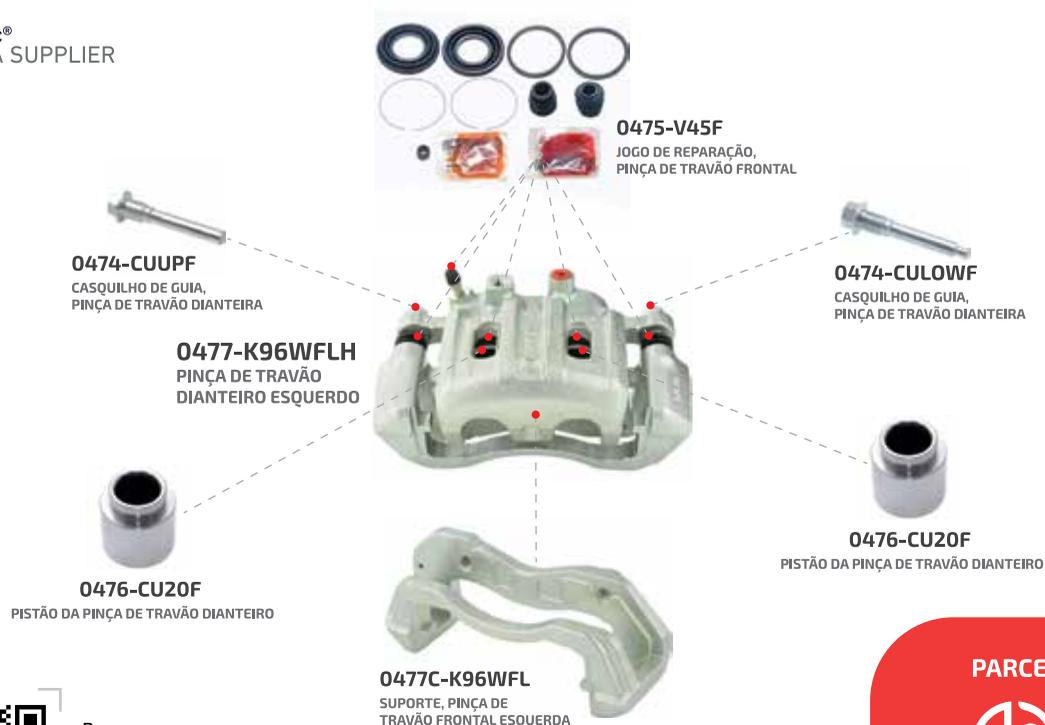
PUB

FEBEST POSSIBILITA REPARAÇÕES ECONÓMICAS

Substitua a peça danificada, em vez de toda a unidade

FEBEST
A U T O P A R T S

PREMIER
TecDoc®
DATA SUPPLIER



Para ver
a gama FEBEST
catalog.febest.eu

PARCEIRO DE DISTRIBUIÇÃO



JAPOPECAS

www.japopecas.pt
info@japopecas.pt



PEÇAS



Entende a ANCAV, e muito bem, que as oficinas de automóveis, os clientes finais e os grandes reparadores institucionais, como é o caso das companhias de seguros, precisam de garantir o acesso a peças de origem legal, de uma forma ordenada, profissionalizada e certificada.

Para corresponder as estas premissas, a ANCAV desenvolveu a ideia de criar um fluxo de oferta de peças originais usadas que fosse profissional e credível, lançando uma certificação dos centros de abate de veículos, com critérios ambientais e técnicos que validam todo o processo da peça, desde a origem até à expedição das peças. Surge assim a certificação Peça Verde que visa acima de tudo dar confiança, a todos os canais de distribuição, de que a Peça Verde

a ser usada na reparação de veículos possa cumprir as expectativas de todos quanto à sua qualidade.

Para além deste tema, a certificação Peça Verde tem fortes objetivos ambientais, como o aumento da circularidade das peças (menos resíduos a irem para reciclagem) e a redução da pegada carbónica das reparações automóveis, garantindo que as peças têm origem legal, profissional e comprovadamente ambiental.

Para dar ainda mais dimensão e credibilidade a esta certificação Peça Verde, a ANCAV tem por objetivo, envolvendo a APA, DGAI e o fundo ambiental, promover e dinamizar um projeto de comunicação e sensibilização para a utilização de peças verdes nas reparações, sobretudo ao nível das companhias de seguros.

BENEFÍCIOS PARA CENTROS CERTIFICADOS PEÇA VERDE

Para os centros que aderirem ao certificado Peça Verde, existe um conjunto de vantagens competitivas, como sejam:

- ♦ Aumento da credibilidade do centro de abate;
- ♦ Distinção através do uso Peça Verde;
- ♦ Acesso a canais de distribuição institucionais;
- ♦ Maior reconhecimento público através do uso do selo Peça verde;
- ♦ Presença no site www.pecaverde.pt;
- ♦ Presença em definição estratégica do futuro da Peça Verde.

VITOR PEREIRA, ANCAV

Desde que iniciamos este projeto Peça Verde até hoje, houve um avanço enorme. E esperamos que daqui a cinco anos esteja já noutra patamar de evolução. Achamos que é um projeto de tal forma agregador e poderoso que já ganhou uma enorme dimensão

GRACINDA MAROTE, APA

O PAEC (Plano Ambiental de Economia Circular), como plano abrangente que é, obriga-nos ao cumprimento de metas ambientais. Esse plano tem medidas macro, onde se encontram a implementação de medidas públicas que se enquadrem com o desenvolvimento da economia circular. É aqui que podemos enquadrar esta iniciativa da Peça Verde, como pilar fundamental da economia circular

JOSÉ AMARAL, VALORCAR

Em termos de requisitos ambientais e de capacidade, temos centros de abate que fazem o que de melhor existe a nível europeu, pelo que este projeto ainda vai reforçar mais esse aspeto

RUI BERKEMEIER, ZERO

Se conseguirmos sempre reutilizar em vez de reciclar estaremos sempre mais um passo à frente em termos ambientais. Por isso este projeto da Peça Verde é essencial. A reutilização de peças neste setor, pode ser um excelente exemplo do que se irá passar noutros setores

VITOR PEREIRA, ANCAV

Um centro Peça Verde é o centro que através do seu processo cumpra com metas ambientais e esse cumprimento de metas é o que garante que a Peça Verde é verdadeiramente verde

GRACINDA MAROTE, APA

No âmbito do PAEC está previsto um conjunto de incentivos fiscais, bem como no âmbito das compras públicas ecológicas a valorização dos critérios ambientais serão tidos em consideração onde se enquadram os centros Peça Verde. O regulamento comunitário vai obrigar os estados membros a criar incentivos de natureza fiscais para a promoção das peças de reutilização

INFORMAÇÃO ONLINE



A ANCAV (Associação Nacional dos Centros de Abate de Veículos) para divulgar, neste momento, ao máximo a certificação e marca Peça Verde, lançou em simultâneo com a apresentação desta iniciativa o site institucional www.pecaverde.pt.

Neste site, poderá ser consultado o conceito da marca Peça Verde, ver o processo de certificação, as vantagens



dos clientes finais ou institucionais adquirirem peças verdes e as vantagens para os centros de abate de veículos integrarem este projeto.

RUI BERKEMEIER, ZERO

Se conseguirmos baixar o IVA para estas peças que têm critérios ambientais, o estado irá ter muitos benefícios. Os ganhos que o Estado tiraria de uma medida como essa seriam muito superiores as perdas que tinha por reduzir o IVA. É essencialmente que a questão fiscal também ajude a Peça Verde

VITOR PEREIRA, ANCAV

Se o IVA baixar fará com que se vendam mais peças e se incentive a reutilização de peças verdes, mas ficarei triste se essa medida não for tomada nos próximos três anos

CÂNDIDA FIGUEIREDO, UAU BS

Este projeto da Peça Verde vem trazer alguma ordem e alguma transparência ao cenário atual que se vive na comercialização das peças usadas

RICARDO CRUZ, FIDELIDADE

Para a Fidelidade Car Service é determinante que exista o processo de certificação da cadeia de abastecimento de peças verdes

PUB

JÁ DISPONÍVEL CHAPARIA



CALL CENTER

210 110 400

PARA MAIS INFORMAÇÕES



VISITE-NOS NO FACEBOOK

- CAPÔ
- GUARDA-LAMAS
- PARA-CHOQUES
- GRELHAS E OUTROS
- FARÓIS E FAROLINS

autopeças

cab

www.autopecas-cab.pt

geral@autopecas-cab.pt

SEIXAL - ALMADA - FARO - ALVERCA



Apresentação

Na apresentação do projeto Peça Verde, feita pelo presidente da ANCAV, Vitor Pereira, foi desenhado o cenário atual que levou ao desenvolvimento desta ideia e que passa pela clara distinção entre peças de origem legal e peças de origem ilegal, mas também, dentro das peças legais, definir melhor a proveniência das peças que devem vir de centros que cumpram as metas ambientais. A Peça Verde surge ainda da necessidade de grandes reparadores institucionais em que o fluxo dessas peças seja certificado. Dessa forma, surge assim a necessidade de fazer uma certificação e diferenciação positiva das peças que são provenientes dos centros que cumprem.

Quanto aos critérios a cumprir para se obter a certificação Peça Verde, é necessário, em primeiro lugar, ser associado da ANCAV há mais de 6 meses, cumprir com as metas ambientais, garantir o teste funcional das peças, manter a rastreabilidade das peças à viatura de origem e ter um sistema informático com fotos onde terá que existir a

respetiva informação técnica e o grau de qualidade da peça.

Para certificar a Peça Verde vai existir uma certificação feita por um organismo externo (EIC), onde é realizada uma auditoria no momento da atribuição do selo Peça Verde. A certificação é válida por seis anos, mas obviamente que serão também feitas auditorias periódicas de forma a aferir a manutenção das boas práticas dos centros ao longo dos anos. Na mesma ocasião Vitor Pereira, fez questão de anunciar os objetivos ambiciosos que a ANCAV pretende atingir com a certificação, onde se destaca a tentativa de alcançar 1.000.000 de Peças Verdes daqui a 12 meses.

Na segunda parte do evento de apresentação da marca Peça Verde, foram realizadas duas mesas de debate, com a presença de um conjunto de profissionais, de diferentes setores, que abordaram a temática das peças originais usadas vertentes ambiental e económica, que poderá ler ao longo deste artigo. ●



ROBERTO GASPAR, ANECRA

Todas estas medidas que tenham a ver com certificação e regulação de mercado são muito importantes para o negócio automóvel. A questão da sustentabilidade está na ordem do dia e a Peça Verde enquadra-se perfeitamente nesse tema

RICARDO CRUZ, FIDELIDADE

Confiança, escala e rentabilidade, são os três grandes vetores em que tem que assentar o negócio das peças originais usadas. Grosso modo estão reunidas as condições para que a marca Peça Verde seja um sucesso

VITOR PEREIRA, ANCAV

Tem que haver rentabilidade para quem está em todo este negócio e é inequívoco que a mais valia económica da certificação Peça Verde não está em causa

CÂNDIDA FIGUEIREDO, UAU BS

O processo de certificação Peça Verde é por si só uma mais valia para os centros. Passarão certamente a ser vistos como parceiros de confiança

ROBERTO GASPAR, ANECRA

Para este projeto da Peça Verde tenha retorno nas oficinas é preciso que essas peças tenham preço, existia credibilidade e que o processo de obtenção da peça seja fiável. Não esquecer que tem que haver rentabilidade para todos os envolvidos

INNOVATION IS IN OUR DNA



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.





PRINX CHENGSHAN

Qualidade e sustentabilidade na produção

Sob o mote “Getting Closer”, a Prinx Chengshan deu a conhecer aos parceiros europeus as suas instalações de produção na Tailândia, dotadas das mais recentes tecnologias e medidas de sustentabilidade.

TEXTO: NÁDIA CONCEIÇÃO

No passado mês de fevereiro, a PÓS-VENDA viajou até à fábrica de pneus da Prinx Chengshan inaugurada em 2020, na Tailândia. Em conjunto com a equipa Europeia da Prinx Chengshan, distribuidores e imprensa especializada visitaram a fábrica, localizada junto a Bangkok e dotada das mais recentes tecnologias de produção e de um alto nível de automatização, onde uma das principais preocupações é a sustentabilidade e os processos de produção rigorosos, com utilização de tecnologias de inteligência artificial e de automatização da produção, que vai desde o início da produção à armazenagem, totalmente robotizada, com um stock de um milhão de pneus.

Nesta fábrica, a empresa produz pneus das marcas Prinx, Fortune, Austone e Chengshan, destinados ao mercado Europeu, operando em conformidade com o mais alto nível de normas internacionais no que se refere aos parâmetros de produção, controlo de qualidade e preocupações de sustentabilidade. A unidade tem

uma capacidade de produção anual de 10 milhões de pneus ligeiros e dois milhões de pneus pesados e industriais. Além da unidade fabril altamente tecnológica, a visita passou também pela plantação de árvores de borracha da TEGH, um dos maiores produtores e distribuidores de borracha natural da região, e que fornece a fábrica da Prinx Chengshan com matéria prima.

Alguns dos modelos da Prinx Chengshan possuem já a certificação TUV-SUD, tais como o pneu All-Season Prinx Quattura 4S, com índice de velocidade Y e classificação B para aderência em piso molhado. A diferenciação das marcas Prinx faz-se também através de novos designs de piso, compostos de camada dupla, certificação 3PMSF, ISO 9001, IATF 1 6949, US DOT, ECE R30 e R54, assim como um enorme foco na sustentabilidade. “Somos a primeira fábrica de pneus na China a produzir com a norma green&smart, para dar uma resposta adaptados aos diferentes requisitos e especificações em cada processo de produção”, afirmou Zhang Yougan, Diretor Geral da fábrica.



A ESCOLHA Nº 1

Na reconstrução de
Caixas de velocidades
manuais



Rapidez

Qualidade

Garantia



www.sparkes.pt
geral@sparkes.pt
+351 229685416

Santo Tirso - Portugal



Luís Aniceto, S. José Pneus

Qual o seu feedback em relação à visita à fábrica da Prinx Chengshan e às instalações da TEGH?

A visita surpreendeu-me, essencialmente ao nível da fábrica dos pneus, pelo grau tecnológico dos equipamentos. Vimos uma automatização muito elevada, que permite ter níveis de qualidade e de produção muito altos, e é isso que dá origem a um bom pneu. Em relação à plantação de borracha, também foi muito interessante, por ser uma produção integrada, com agricultura e fábrica numa zona contígua, onde ficámos a conhecer os vários estágios pelos quais o produto tem de passar, e de que forma se têm níveis de qualidade diferentes. Foi muito satisfatório também pela preocupação com a sustentabilidade, que está muito presente, tanto na fábrica de pneus como na plantação de borracha. Há uma grande preocupação com a autossuficiência, e isso é fundamental. Este é um exemplo de uma fábrica asiática com muita qualidade e com uma grande preocupação com o meio ambiente. Na S. José Pneus somos sensíveis a este tema, porque também somos autossuficientes em relação à produção de energia elétrica, tanto no nosso armazém de logística como na recauchutagem. Por isso, é importante percebermos que as marcas com que trabalhamos também têm esta preocupação.

Como tem corrido a implantação da marca Fortune no mercado ibérico?

Temos recebido feedbacks positivos da marca Fortune, e de outros parceiros europeus, que nos congratulam pelos altos padrões de qualidade, assim como pelo nosso serviço e resultados. A implantação da marca, apesar de ter começado recentemente, já conta com um nível de stock elevado em pneus de ligeiros, no qual já temos a gama quase completa. Nos pneus de camião, também já estamos com um nível de stock elevado, capaz de sustentar o mercado Português e Espanhol. A nossa estratégia de expansão passa por todo o mercado ibérico, por isso temos clubes de fidelização à marca, que permitem que os clientes possam ter condições especiais, sendo mais competitivos e fidelizando-se à marca.



Mercado Ibérico

Há quase 50 anos no mercado, a Prinx Chengshan aposta nos elevados padrões de qualidade e preços competitivos, contando com mais de 4500 colaboradores e presença comercial em mais de 160 países. A Prinx Chengshan Tire Europe foi criada há cinco anos, como parte da estratégia da marca em estar mais próxima e apoiar de forma mais dedicada cada um dos seus distribuidores na Europa. Do mercado Ibérico, Armando Santos, Sales & Business Development Manager Consumer & Commercial tires- West Europe da Europa, acompanhou, nesta viagem, Luís Aniceto, da S. José Pneus, que representa a marca Fortune, e Rui Miguel Chorado, da Dispna Pneus, que distribui a marca Prinx.



A

PNEUS



Rui Miguel Chorado, Dispnal Pneus

Que pontos destaca na visita à fábrica da Prinx Chengshan?

Foi uma visita bastante interessante, superou as nossas expectativas. A fábrica é extremamente organizada, a qualidade dos produtos é excepcional, muito acima da média. A automatização e o controlo de processos ajuda a dar confiança aos clientes em relação à qualidade do produto, que é facilmente percebida por nós e também tem sido pelo cliente final. Com esta visita pudemos confirmar a qualidade do produto. Além disso, a sustentabilidade, o tentar poupar o máximo possível em termos de emissões, os padrões da empresa no aspeto ambiental, na produção de produtos para o mercado europeu, são muito elevados.

A marca de pneus Prinx já é representativa na vossa atividade?

A Prinx, que comercializamos em Portugal e Espanha, é uma marca que tem uma grande qualidade e que se distingue e que tem um grande potencial de crescimento no mercado ibérico. O cliente tem vindo a experimentar e a testar, e tem dado um feedback muito positivo. O cliente tem notado a qualidade e já percebe a qualidade de um pneu asiático premium. O desenho do pneu Wintech da Prinx é bastante distinto das outras marcas concorrentes. Durante este ano, a gama vai crescer em termos de tamanhos, incluindo os pneus de EV. Queremos continuar a crescer e a manter este projeto que temos com a Prinx Chengshan no mercado ibérico.



Produtos

Além de dar a conhecer os seus processos de produção, a visita serviu também para a Prinx Chengshan apresentar alguns dos mais recentes lançamentos de produto, tanto para veículos de passageiros, no caso do Aquila REV, como para comerciais ligeiros, como é o caso do Vanea 4s.

♦ **Aquila REV** – Este é um pneu para veículos ligeiros de passageiros dos segmentos médio e médio alto, desenvolvido com um novo design assimétrico, pensado para incrementar a experiência de condução e a estabilidade. O pneu está disponível em 47 medidas numa fase inicial, divididas pelas jantes 17 a 22 polegadas, com larguras de 205 a 235 e altura de 30 a 55.

♦ **Vanea 4s** – Destinado aos comerciais ligeiros, o Vanea 4s conta com um novo composto de Nano Silica, por forma a melhorar a performance em condições de pouca aderência. O Vanea 4s possui a certificação 3PMSF, garantido a sua boa prestação no inverno. O desenho do pneu foi criado para impedir a ressonância entre os blocos do piso, melhorando o conforto

na condução. Este produto está disponível em 13 artigos, e 6 serão lançados em breve, com jantes entre 15 a 17 polegadas, larguras de 195 a 235 e alturas de 60 a 75.

♦ No caso da gama de pneus para pesados, a Prinx Chengshan anunciou que cobre já mais de 80% do mercado, e que irá lançar novos produtos em breve. Cristian Tudor, Product Manager Europe, Commercial Tyres da Prinx Chengshan, explicou que estes novos tamanhos pretendem proporcionar maior versatilidade, atendendo a uma ampla variedade de tipos e aplicações de reboques; desempenho aprimorado, para oferecer maior capacidade de transporte em termos de volume e carga, assim como melhorar a estabilidade, tração e eficiência de combustível. Além disso, ao otimizarmos o tamanho dos pneus para corresponder às configurações mais recentes dos veículos, além de beneficiarmos do aumento da capacidade de transporte, a eficiência do combustível também é melhorada. Estes novos tamanhos estão também alinhados com as tendências emergentes da indústria, como os veículos movidos a combustíveis alternativos".





A QUALIDADE E TECNOLOGIA JAPONESA DE MÃOS DADAS



JAPOPEÇAS

CONTE CONNOSCO

www.japopecas.pt | info@japopecas.pt



NAPA

Mostrar a qualidade e força da marca

A imagem forte e as parcerias com grandes eventos de desporto automóvel, juntamente com uma gama de produtos crescente, moldam a estratégia da NAPA para o mercado Ibérico.

TEXTO: NÁDIA CONCEIÇÃO

Sob o mote da nova temporada do Napa Racing Weekend, uma ação em colaboração com a RFEDA, no Circuito de Jarama-RACE, em Madrid, a NAPA convidou a imprensa especializada e os seus parceiros ibéricos, que conheceram mais sobre a história da marca, as novidades para este ano e também toda a história da criação deste evento automóvel. A NAPA é uma marca norte americana de

peças de automóveis que chegou à Europa através da Alliance Automotive Group, e que é comercializada na região ibérica pela Alliance Automotive Group Iberia, constituída pela Lausan e pela Soulima, tendo sido lançada neste mesmo mercado ibérico há quase dois anos. Nas instalações do Circuito de Jarama, representantes de Alliance Automotive Iberia e da Federação Espanhola de Automobilismo, receberam os convidados.

Reforçar a marca

Nacho Penas, Diretor Geral da Alliance Automotive Group Iberia, deu as boas-vindas aos convidados e discursou sobre a importância da estratégia da NAPA na Europa, e revelou um pouco da história da NAPA Racing Weekend. “Tenho a satisfação de conduzir a aventura da marca NAPA na Península Ibérica. Esta marca de peças teve origem há mais de 100 anos em Atlanta, nos Estados Unidos, e desde aí tem estado sempre ligada ao mundo da competição automóvel. É um dos principais patrocinadores de grandes eventos nos Estados Unidos e, na Europa, também patrocina várias competições importantes. Coincidindo com a presença da NAPA na Península Ibérica há quase dois anos, decidimos dinamizar este evento, e só fazia sentido realizar algo relacionado com a competição automóvel. Para a Alliance Automotive Group é um prazer poder estar mais um ano como parceiro da RFEDA, O Napa Racing Weekend começou como um projeto destinado a colocar a marca NAPA mais próxima dos nossos clientes, e passou, em pouco tempo, a ser um evento de grandes dimensões, com a imagem e



patrocínio da NAPA. Conseguimos vestir de azul e amarelo mais de 20 mil pessoas nos vários circuitos. Em 2024 o nosso objetivo é estarmos ainda mais próximos dos profissionais das oficinas, e dos distribuidores de peças, como uma das melhores alternativas do mercado”, e adiantou: “Através desta estratégia de proximidade, atraímos o nosso público-alvo, os profissionais do setor da reparação e manutenção automóvel, mais especificamente os distribuidores de peças e as oficinas, e conseguimos fazer um evento importante, que se junta a tantos outros onde estamos presentes, para unir a competição com a reparação e manutenção automóvel”.

Portugal

No entender do responsável máximo da Alliance Automotive Group Iberia, até agora, o NAPA Racing Weekend “tem superado todas as expectativas”. Acrescenta que “para este ano foi importante para nós termos o Circuito Jarama. Madrid é estratégica para nós e estes eventos permitem-nos



dar a conhecer a marca NAPA aos clientes, fãs do automobilismo e ao público em geral como uma marca ligada à competição e aos circuitos. Este ano, o Napa Racing Weekend vai contar com quatro provas, incluindo também uma em Portugal, no Circuito do Estoril. A realização deste evento em Espanha e em Portugal faz parte da nossa estratégia de implementação da NAPA, pois sabemos que esta é a melhor forma de dar a conhecer a força da marca, através da ligação à competição automóvel”.

Produtos

Clemente Lobato, Diretor Comercial da AAG Iberia, em conjunto com Nacho Pernas, apresentaram alguns dados sobre o percurso da marca desde a sua criação, a presença contínua em eventos de desporto automóvel, mostrando

também que a NAPA já disponibiliza dezenas de famílias de produtos para o aftermarket, onde se incluem discos e pastilhas de travão, anticongelantes, óleo, limpa para-brisas, fluidos de travão, escovas, baterias, rolamentos, termostatos, filtros, amortecedores, assim como braços e juntas esféricas, e que a marca tem como objetivo expandir, durante este ano, as famílias de produto que disponibiliza para o aftermarket, onde se incluem, por exemplo, os kits de distribuição. Sobre o evento, afirmou ainda que a filosofia da marca “tem sidoter sempre as melhores parcerias no mundo automóvel. E por isso a realização deste evento faz todo o sentido, pela nossa forma de estar no mercado, junto aos nossos clientes”. Os dois responsáveis focaram, neste aspeto, a importância das relações humanas de proximidade nesta área de negócio. ●

PUB

KROFTtools®

PROFESSIONAL TOOLS

WHEREVER WE GO, WE GO TOGETHER

- FERRAMENTA AUTOMÓVEL
- EQUIPAMENTO PARA OFICINA

35 ANIVERSARY

WWW.KROFTTOOLS.COM

Mercado



MASTERSENSOR

Foco em soluções de segurança

A Mastersensor está a celebrar os seus 15 anos de existência, desenvolvendo um conceito de negócio assente em marcas de confiança e na confiança dos fornecedores e clientes, com foco nos produtos de segurança automóvel.

TEXTO PAULO HOMEM

Cresceu a empresa, cresceram os clientes, as marcas e os fornecedores. A Mastersensor não tem parado de crescer ao longo dos seus primeiros 15 anos de existência, sobretudo por causa da confiança que a empresa tem vindo a granjear no mercado, mesmo comercializando um tipo de produto que é diferenciado do que existe, por exemplo, nos retalhistas de peças.

Os rostos deste projeto são Richard Carvalhais e Diana Marques, gerentes da Mastersensor, que desde sempre acreditaram muito naquilo que tinham a propor ao mercado e, a verdade, é que a estratégia vingou. “Já sentimos que temos alguma experiência e que sabemos o bastante sobre o negócio, mas continuamos sempre a aprender de como fazer mais e melhor, tentando não estragar o que de bom já foi feito”, começa por referir Richard Carvalhais fazendo um balanço dos 15 anos da empresa, reconhecendo que “algumas das marcas que trouxemos para o mercado têm hoje uma grande relevância, como é o caso das escovas Heyner, com a qual competimos com as principais marcas em termos de qualidade e preço, sendo o próprio produto a falar por si”. Mantendo uma grande estabilidade em

termos de oferta de produto e de marcas, muito orientado para os acessórios auto, o que prova que foram bem aceites e se tornaram de alguma forma referências no mercado, a Mastersensor soube também evoluir adaptando-se muitas vezes às necessidades do cliente. “Nos sensores de estacionamento tivemos a capacidade, juntamente com os nossos fornecedores, de desenvolver, para os importadores das marcas de automóveis, soluções à medida para determinadas aplicações”, afirma Richard Carvalhais. Para além da gama profissional de sensores (Partkmatic), a Mastersensor passou também a comercializar uma gama mais económica de marca própria, “indo assim de encontro a todo o tipo de necessidades que os nossos clientes nos solicitavam. Passamos a ter soluções para fabricantes de autocarros, por exemplo, quer ao nível dos sensores e das câmaras de marcha atrás. O desenvolvimento de soluções é uma constante no nosso negócio”.

Outra das novidades mais recentes de produto são os autorrádios e os produtos de iluminação com homologação (ambos de marca própria), para além dos alarmes, seguindo a mesma lógica da restante gama de produtos em que o tema é a segurança.

Para além destes produtos, de vertente mais técnica, a Mastersensor tem vindo sempre a reforçar a sua gama de acessórios auto (coberturas de volante, coberturas assentos, tapetes, carregadores, suportes de telemóvel, coletes, jerricans, etc.), tendo atualmente cerca de 2.500 referências de produtos “o que para quem vende este tipo de produtos é muitíssimo significativo”, diz Diana Marques.

Também como novidade, numa lógica de diversificação de produto, a Mastersensor apostou recentemente na marca Moje Auto, uma linha de químicos (limpeza e manutenção auto), que “teve de pronto um enorme sucesso, quer na linha profissional, quer na linha de aplicação particular”. Trata-se de uma gama muito extensa de produtos que a Mastersensor vende quer para casas de peças e profissionais (detalhe automóvel, por exemplo), mas também para venda nas lojas dos centros auto. “Temos a garantia, por parte do fabricante, que se trata de um produto de muita qualidade, mas com um preço muito competitivo. Estamos muito satisfeitos com a aceitação que a marca está a ter”, explica Richard Carvalhais.

Com um modelo de distribuição em que não efetua vendas ao cliente final, a Mastersensor tem neste momento três comerciais, focando a sua atividade nos autocenter’s, casas de peças, oficinas de eletricidade e de mecânica, mas também nas casas de pneus. “Sempre que temos um parceiro, normalmente casas de peças, a trabalhar connosco, damos-lhe a ele a exclusividade de trabalhar na sua região. O nosso foco está cada vez mais em trabalhar com a revenda” refere o responsável da empresa de Aveiro.

Trilhando um caminho que passa pela comercialização e acessórios cada vez mais técnicos, a Mastersensor tem investido cada vez na componente do aconselhamento e assistência técnica. “Fazemos mesmo questão de o dizer ao cliente”, Diana Marques, explicando que a componente técnica na empresa é entendida em quatro vertentes que passam pelo teste do produto, apoio na identificação das peças, ajuda à instalação (só para profissionais) e por último o tratamento das garantias e das reparações.

Através da plataforma digital da Mastersensor,

que a empresa considera já estar num excelente nível de profissionalização, Richard Carvalhais diz que a empresa pretende investir ainda mais na sua plataforma B2B, permitindo aos clientes, por exemplo, criar o seu próprio catálogo ou ter acesso a mais ferramentas que o ajudam também no seu negócio.

Quanto aos próximos 15 anos, Richard Carvalhais diz que a empresa vai continuar a apostar muito na pesquisa de novos produtos, considerando que “ainda existe muito por explorar, com produtos cada vez mais técnicos, mas não achamos que este negócio dependa muito das novas tecnologias que estão associados ao automóvel”. ●

FICHA DA EMPRESA

NOME: Mastersensor

DATA DE CONSTITUIÇÃO: 2009

GERENTES: Richard Carvalhais, Diana Marques

LOCALIZAÇÃO: Aveiro

SITE: www.mastersensor.com

E-MAIL: geral@mastersensor.com

PRINCIPAIS MARCAS: Mastersensor, Amio, Heyner, Bury

NÚMERO DE REFERÊNCIAS EM STOCK: 2.500

NÚMERO DE EMPREGADOS: 11

ESPECIALIZAÇÃO: Produtos de segurança auto, químicos e acessórios

LEMA: Soluções para profissionais



TURISMO
4X4/SUV
COMERCIAL

14-22 polegadas

H-T-V-Y

35-80

Distribuidor Exclusivo



(+351) 219938120
encomendaspt@tiresur.com
tiresur.com.pt

Formação



IQ4Y

Oferta formativa diversificada

A IQ4Y oferece uma grande variedade de cursos para o setor automóvel, onde se inclui formação para elétricos e, em breve, de chapa e pintura

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

A IQ4Y é uma empresa dedicada a fornecer soluções de formação e informação técnica para o setor automóvel, por forma a dotar as oficinas de ferramentas para o aumento da sua produtividade. Um dos seus principais objetivos passa por formar e preparar profissionais qualificados e especializados em diversas áreas de atividade, com especial foco na formação na área de construção e reparação de veículos a motor. “O formando pode adquirir novas competências ou reciclar conhecimentos já obtidos, respondendo, deste modo, às necessidades do mercado e contribuindo para o aumento de competitividade e produtividade”, explica Rita Soares, Gestora de Formação na IQ4Y. Para o setor automóvel, a IQ4Y disponibiliza os cursos de diagnóstico automóvel, eletricidade automóvel, me-

cânica automóvel, mobilidade elétrica, certificação de técnicos de ar condicionado, gestão e marketing”. Além disso, a escola está a desenvolver formação na área da chapa e pintura, que tem previsão de lançamento para o segundo semestre de 2024. A IQ4Y integra uma base de dados de formadores, profissionais ativos na área, certificados com o Certificado de Competências Pedagógicas ou antigo Certificado Aptidão Pedagógica e formação académica de nível superior”. Para cada curso da IQ4Y é dedicado no mínimo de 50% da carga horária para a componente prática. “Existe um espaço dedicado à componente teórica, que se encontra equipado como se de uma oficina se tratasse, desde equipamento de diagnóstico, elevador, máquinas de pneus, equipamento ADAS, ferramenta diversa”, explica a responsável.



Equivalências

Tratam-se de cursos de formação contínua, de curta duração, não dando equivalência a qualquer grau de ensino, conseguem sim é acompanhar as tendências do mercado automóvel que apresenta nos últimos anos uma evolução exponencial em termos tecnológicos. Rita Soares explica que “até ao momento, todas as inscrições recebidas são de formandos que já trabalham no setor automóvel e que procuram a atualização de conhecimentos, variando muito a idade e o nível de escolaridade”. ●

IQ4Y

Rita Soares
967 877 612
info@iq4y.pt
Leiria



Rita Soares

A escola está disponível para dar formação à medida de um cliente específico?

Sim, temos um serviço de formação à medida – Formação in-Company, onde a formação é desenvolvida de acordo com as necessidades específicas diagnosticadas e ministrada exclusivamente aos colaboradores da empresa. A empresa pode optar entre frequentar a formação em horário laboral ou pós-laboral nas suas próprias instalações, nas instalações da IQ4Y. Prestamos os serviços de formação à medida em todo o país.

Quais os aspetos que diferenciam a oferta formativa da escola?

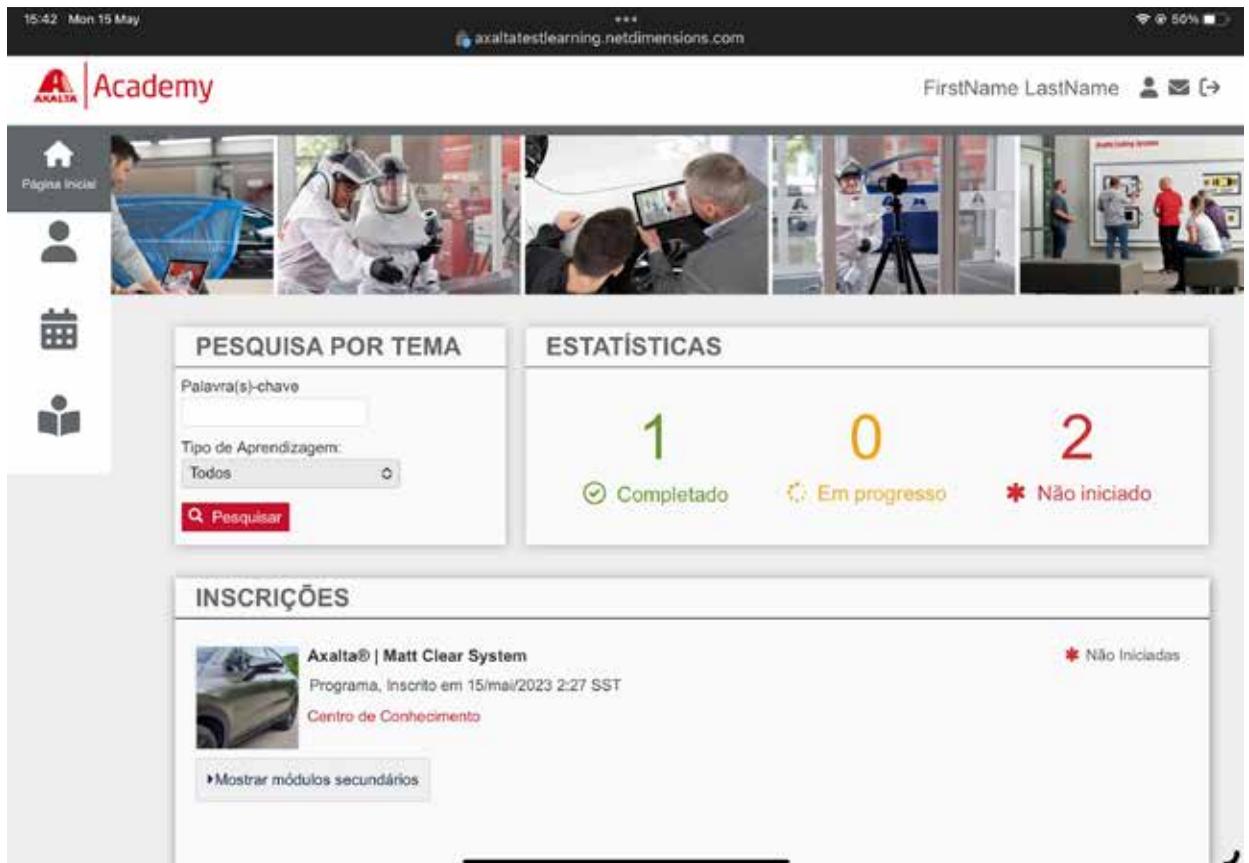
O sector automóvel está em constante e acelerada mudança. Atenta a este fator, a IQ4Y desenvolve ações de formação que permite aos profissionais do sector acompanhar esta evolução, como é o caso das formações em veículos híbridos e elétricos. Acompanhamos ainda as obrigаторiedades do sector, com a At-

estação de Técnico de Intervenção em Sistemas de Ar Condicionado Instalados em Veículos a Motores. Além disso estamos a desenvolver uma plataforma digital onde o formando tem acesso a um leque variado de informação, webinars e ebooks gratuitos e ainda a formação online.

Como avalia a formação neste setor em Portugal, em termos de oferta?

Existem cada vez mais playeres no mercado de formação na área automóvel, no entanto, como é necessário um elevado investimento em recursos para a componente prática, a oferta formativa tende a ser pouco diversificada. É preciso apostar na diversificação da oferta formativa e acompanhar a evolução tecnológica do automóvel, para que consiga oferecer formação que vá de encontro às necessidades das oficinas, o que envolve grandes investimentos, podendo assim limitar o número de centros de formação / escolas com este tipo de oferta.





AXALTA ACADEMY

Mais formação especializada para as oficinas

Se existe setor onde a formação assume uma importância fulcral, sem dúvida que o da repintura automóvel está na linha da frente. Reforçando a sua constante aposta na formação, a Axalta lançou recentemente a Axalta Academy.

A Axalta Academy é uma plataforma de formação global, que a marca promete ser inovador, orientada para profissionais de repintura, que foi recentemente apresentada a nível mundial, mas que está adaptada a 15 idiomas (incluindo o português), de modo a permitir aos pintores manter e melhorar as respetivas competências especializadas com uma formação de alta qualidade. Esta plataforma adapta-se à forma como trabalham e é apoiada pela incomparável experiência da Axalta.

Abordagem personalizada

Os recursos da Axalta Academy foram preparados de forma ponderada de acordo com o utilizador: aprendiz, pintor, gestor de oficina ou proprietário de oficina. Têm o seu próprio conteúdo, personalizado es-

pecificamente para os objetivos individuais de cada um, quer seja iniciar a carreira na repintura com os princípios básicos para os aprendizes; manter-se atualizado com os últimos produtos e técnicas para os pintores; apoiar processos e maximizar o potencial de ganhos para os gestores de oficinas; quer para aumentar a produtividade e manter a vantagem competitiva para os proprietários de oficinas.

Formas flexíveis de aprender

Para máxima flexibilidade, a Axalta Academy tem diferentes fluxos de formação na sua plataforma online através da qual é possível oferecer conhecimentos de melhores práticas. Após o registo, os utilizadores criam simplesmente o seu perfil e em seguida, podem optar por três tipos de formação baseados nos seus requisitos: presencial, online em direto ou e-learning.



Formação presencial

Os formadores da Axalta altamente qualificados ministram todos os cursos de formação presenciais que são realizados nas instalações de formação de alta qualidade da Axalta em todo o mundo. Estas sessões práticas oferecem aspetos teóricos e práticos de todas as etapas do processo de repintura. Os utilizadores têm acesso a calendários específicos dos países onde podem candidatar-se a diferentes cursos.

Formação online em direto

Estes eventos de formação técnica ao vivo vêm diretamente das instalações de formação da Axalta em todo o mundo. Oferecem aprendizagem à distância personalizada que poupa tempo e custos de viagem, bem como tempo fora das oficinas. Um calendário de eventos ao vivo específicos aos países mostra o que está disponível e os pintores só têm de clicar numa hiperligação e registarem-se. Além disso, os participantes têm a oportunidade de fazer perguntas e interagir com o formador.



Formação e-learning

O material de e-learning na Axalta Academy inclui uma biblioteca de conteúdo educativo sobre tópicos desde correspondência digital de cores e reparação de plásticos até acabamentos especiais e sistemas de bases bicamada. Será adicionado continuamente conteúdo a esta biblioteca.

A Axalta Academy é totalmente acessível e otimizada para Android e iOS e pode ser acedida a partir de um computador pessoal, computador portátil, tablet ou smartphone. Para mais informações sobre a Axalta Academy e para se registar, visite www.refinish.axalta.eu/academy. ●



“A AXALTA ACADEMY É FLEXÍVEL, CONVENIENTE E EFICIENTE”

Stephen Naylor, Training Manager da Axalta na Europa, Médio Oriente e África, explica o conceito que orientou o desenvolvimento deste projeto da Axalta Academy. “A Axalta Academy foi criada a pensar nos nossos clientes. Coloca-os numa classe diferente. Estamos a partilhar conhecimentos sobre técnicas de aplicação e ferramentas digitais inovadoras, bem como mostrar como estamos a promover a inovação e a formação contínua. Com três formas distintas para aplicar esta melhor prática, a Axalta Academy é flexível, conveniente e eficiente, o que é exatamente o que as oficinas com muita ocupação, ambicionam e necessitam. Alinhámos facilmente a informação com os requisitos de formação das oficinas. Além disso, a Axalta Academy é um recurso perfeito para os aprendizes. Em resumo a Axalta Academy é uma plataforma completa para todas as necessidades de formação de repintura, quer seja para melhorar as competências, quer para aumentar a produtividade. Garantirá que se obtém o máximo valor dos produtos de pintura usados”.

PUB

AS

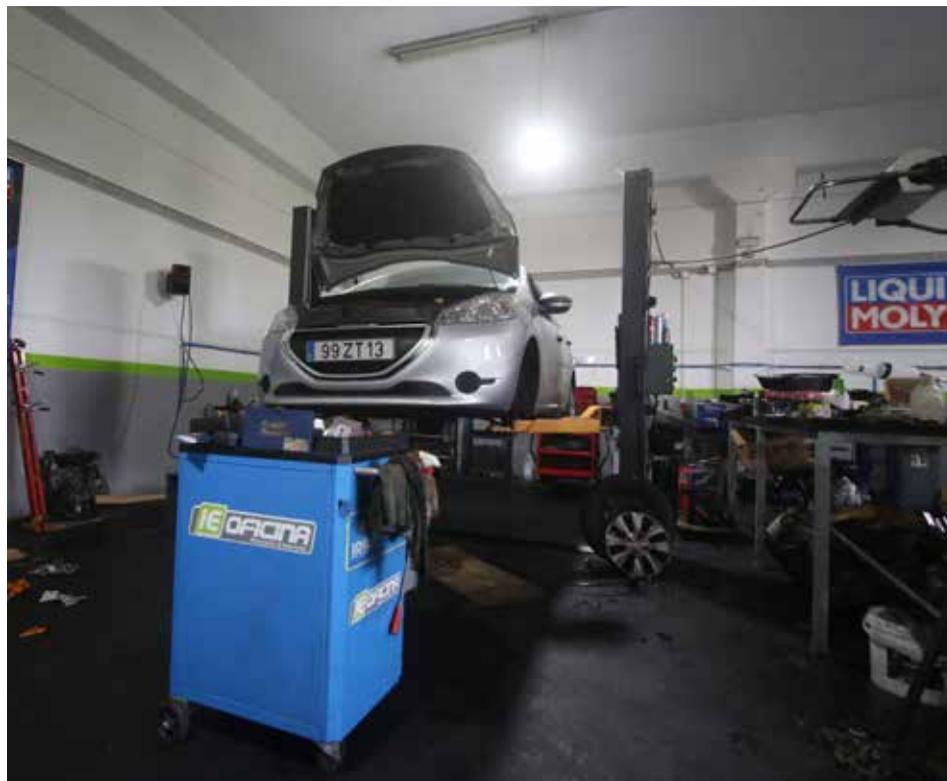
Alternators, Starters & Parts

ONDE A QUALIDADE ATENDE À PAIXÃO!

Ver mais

as-pl.com

IE Oficina



IE OFICINA

Serviços complementares

A aposta na divulgação dos serviços e de campanhas através dos meios digitais tem trazido diariamente novos clientes à IE Oficina

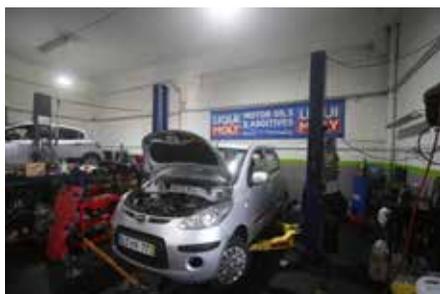
TEXTO PAULO HOMEM E NÁDIA CONCEIÇÃO

A IE Oficina surgiu como oficina multimarca, destinada a dar apoio ao negócio da venda de usados da IE Auto, mas atualmente já tem uma base de clientes externos fidelizados e em crescimento. “Éramos um comerciante de usados, desde 2010, e optámos por criar também uma oficina neste espaço, em 2020. O objetivo era o de ter um negócio oficial para dar resposta às necessidades de serviço que tínhamos dos veículos do stand. As oficinas externas não conseguiam dar resposta rápida aos nossos pedidos”, explicou à PÓS-VENDA Vítor Ramos, proprietário da IE Oficina. “Além disso, a criação da IE Oficina foi também uma forma de reduzirmos custos com as garantias e reparações dos nossos veículos. Entretanto, fomos fidelizando alguns clientes à nossa oficina, que foram recomendando outros clientes, e a partir daí o negócio oficial cresceu junto do cliente particular”. Hoje

em dia, cerca de 50% do serviço desta oficina é direcionado a clientes que surgiram de forma externa ao negócio de usados da IE Auto. “Trabalhamos em parceria com a CNG, em que somos parceiros tanto na garantia dos veículos que comercializamos, como no caso do serviço da oficina”. Para complementar o negócio da venda de usados e da oficina, a IE Oficina oferece também outros serviços, como o aluguer de veículos low cost, aos quais também fazem os serviços de manutenção e reparação dentro de portas. Outro negócio associado é a venda de publicidade nos veículos de renting da empresa. Com todos estes serviços, a empresa pretende oferecer um serviço abrangente ao seu cliente, fidelizando-o e atraindo novos clientes pois, como afirma Vítor Ramos: “Este é um negócio onde a confiança do cliente é fundamental, e apostamos em servir bem o cliente e em dar-lhe confiança nos nossos serviços”.

Serviços

A aposta da IE Oficina são os serviços rápidos, embora a oficina faça qualquer serviço de mecânica geral, onde se inclui a reparação de motores, diagnósticos, serviços pré-inspeção, serviço de inspeção pickup & delivery, troca de suspensões, baterias e travões, serviços de pickup & delivery para a oficina, pneus e carregamento de ar condicionado. Além disso, a IE Oficina disponibiliza também, para conforto dos seus clientes, viaturas de cortesia. “Neste momento, estamos a apostar em comunicar mais os serviços de revisões e outros serviços rápidos. Estamos a passar esse conceito através das nossas redes sociais, onde divulgamos muito os serviços de entrega e recolha dos veículos, pois é algo que o cliente valoriza muito atualmente, e são serviços que ajudam muito a fidelizar o cliente”. Vítor Ramos nunca sentiu necessidade de integrar uma rede oficial, pois a IE Oficina quer manter a sua imagem e o seu conceito, e o volume de negócio tem vindo a crescer.



PUB

FICHA DA OFICINA

NOME: IE Oficina

FUNDAÇÃO: 2020

GERENTE: Vítor Ramos

LOCALIZAÇÃO: Sintra

SITE: <https://www.ieauto.pt>

REDE OFICIAL: Não pertence

PRINCIPAIS FORNECEDORES DE PEÇAS:

Alercarpeças, Centrauto, N Peças

PRINCIPAIS MARCAS DE PEÇAS: Engst,

Bosch, UFI Filters, TRW, Bendix, ATE

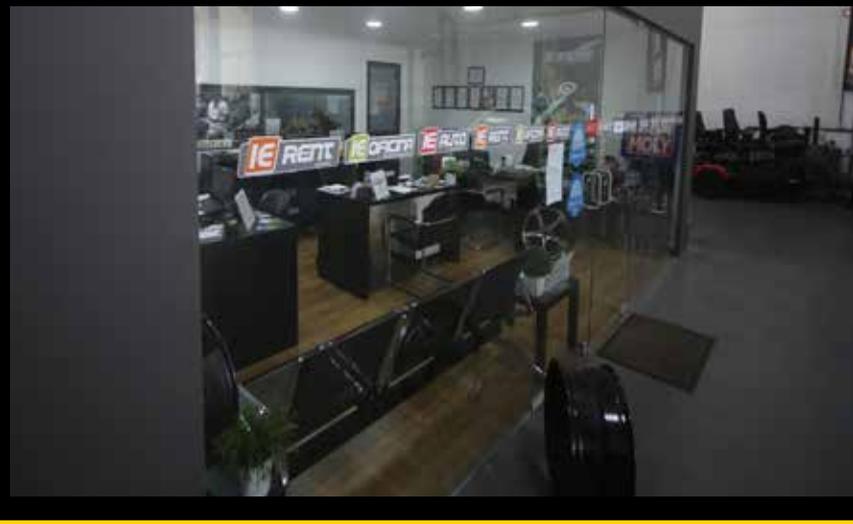
NÚMERO DE BOXES DE SERVIÇO:

2 (elevação), 2 (outros serviços)

NÚMERO DE EMPREGADOS: 2

PRINCIPAIS SERVIÇOS: Mecânica geral

LEMA: A nossa atitude determina o nosso sucesso



ZETA-ERRE



**+100
NOVAS
REFERÊNCIAS**



filourem
PEÇAS AUTO

OFICINAS

TEMA 3/12

COM O APOIO:

spinerG
SOLUÇÕES PARA ENERGIA

VARTA®

EUROREPAR
CAR SERVICE

FERODO®

MEYLE
DRIVER'S BEST FRIEND

parts link® 24
O Portal das peças originais

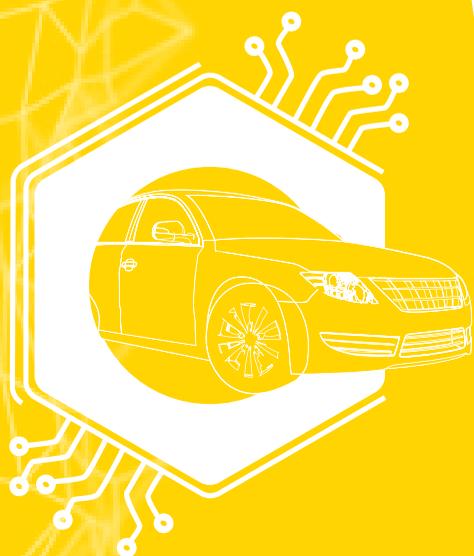
SAMPA

Mais de 70% dos veículos novos vendidos em Portugal são adquiridos por clientes empresariais. Se analisarmos só as vendas de veículos eletrificados, então estamos a falar de uma taxa superior a 90%. A maior gestora de frotas em Portugal tem cerca de 80.000 veículos sob a sua responsabilidade. Quer isto dizer que estes carros têm apenas um interlocutor com as oficinas e não são os seus condutores que decidem onde levar o veículo à oficina.

Tudo isto tem vindo a mudar bastante a relação das oficinas com os clientes em geral, pois muitas vezes é pedido às oficinas

que se organizem operacionalmente de forma distinta, para poderem atender às necessidades dos clientes empresariais.

Os clientes empresariais geralmente trazem um volume consistente de negócios, o que pode ajudar a manter a oficina com altos níveis de taxa de ocupação e gerar uma receita mais estável e/ou



COM FUTURO

CLIENTES EMPRESARIAIS

mais garantida. Além disso, clientes empresariais, que muitas vezes têm várias frotas de veículos que precisam de manutenção regular, pode resultar num relacionamento de longo prazo e com parcerias lucrativas.

Ter clientes empresariais também pode ajudar a construir uma reputação sólida no mercado e atrair mais clientes através de recomendações e referências.

Muitas oficinas andam, por vezes, perdidas, não sabendo a forma de angariar clientes empresariais. Na verdade, será mais fácil para algumas oficinas do que para outras, atendendo à sua localização geográfica. Oficinas localizadas em zonas e parques industriais, nas grandes cidades, junto a eixos rodoviários mais movimentadas, a grandes parques de escritórios, etc., têm uma propensão muito maior a trabalhar com clientes empresariais, do que as oficinas que se encontram em zonas de mais baixa densidade ao nível da atividade empresarial.

Alertar também que quando falamos em clientes empresariais estamos também a falar do trabalho que se pode fazer para outras oficinas. Uma oficina que faça serviços de reparação de turbos ou reparação de bombas injetoras (só para dar estes exemplos) deverá acima de tudo orientar este tipo de serviço para outras oficinas que não o fazem. Ter acordos com outras oficinas, será importante para dinamizar mais serviços, mas também poder dar ao cliente uma oferta mais alargada de serviços.

Vamos deixar-lhe aqui alguns tópicos importantes para poder potenciar os serviços da sua oficina para clientes empresariais.

1

Redes oficiais:

Ingressar numa boa rede oficial pode ser meio caminho andado para começar a trabalhar de forma mais regular e consistente com clientes empresariais. Logicamente que se a sua oficina estiver nas regiões mais densamente povoadas e próxima de zonas industriais, muito mais facilmente vai aproveitar o facto de estar integrado numa rede oficial. Porém, para uma oficina que não esteja nessas zonas, não quer dizer que não tenha acesso a clientes empresariais. Nada como perceber onde existem frotas e apresentar a oficina a essas empresas.

2

Gestoras de frotas:

As gestoras de frotas são dos maiores clientes empresariais que as oficinas podem ter. Mas as gestoras de frotas são muito seletivas na sua escolha, embora hoje trabalhem essencialmente com oficinas independentes. Tente saber quais são os critérios que uma gestora de frotas tem para a escolha dos seus fornecedores, para depois se candidatar a ter os carros dessas gestoras nas suas oficinas.

3

Seguradoras:

Quem está no ramo da colisão, como é o caso das oficinas de chapa e pintura, os acordos com seguradoras são fundamentais. Algumas oficinas só querem trabalhar com seguradoras outros dizem que é um mal necessário. Perceber bem os critérios para se ser oficina recomendada é muitíssimo importante para que a relação com as seguradoras possa ser estável e de longo prazo. É das áreas do setor da reparação automóvel com mais futuro.

4

Frotas de empresas:

Muitas empresas tem as suas frotas fora das gestoras de frotas, isto é, são elas próprias a fazer a gestão da manutenção da frota. É importante que a oficina saiba quais são as necessidades dessas empresas e lhes possa apresentar um serviço de manutenção criterioso, que possa trazer benefícios em termos de custos para essas empresas. Na era da logística são centenas as empresas que procuram bons parceiros oficiais para gerir as suas frotas do ponto de vista da manutenção.



parts link[®] 24

O Portal das peças originais



Serviços:

Será que consigo adaptar os meus serviços aos serviços que um cliente empresarial procura? Esta é a questão que uma oficina deve fazer se pretende trabalhar com esta tipologia de clientes. Por exemplo, um cliente frota é um cliente que normalmente, tem a sua gestão mais profissionalizada, querendo gerir grande parte da sua relação com a oficina de forma digital (menos pessoal). É necessário a oficina adaptar-se a isso.

5

Organização oficial:

A oficina deve também estar organizada de forma diferente quando se pretende trabalhar com o cliente empresarial. Propor ao cliente empresarial um planeamento de intervenções é bom para o cliente empresarial e para organizar o serviço na sua oficina. Poder também corresponder mais rapidamente a intervenção urgente é muito importante para o cliente empresarial, que vê o automóvel como uma ferramenta de trabalho para ajudar a empresa a ganhar mais dinheiro.

6

Rapidez no serviço:

O cliente profissional exige mais rapidez no serviço e, acima de tudo, um cumprimento muito mais rigoroso e informado dos prazos de entrega. A oficina deve estar capacitada para as necessidades do cliente empresarial e saber exatamente quais são as exigências em termos da rapidez no serviço. Daí não vem nenhum mal para a oficina, desde que a mesma esteja capacitada (a todos os níveis) para dar resposta ao cliente empresarial.

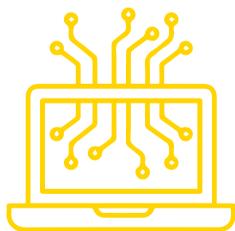
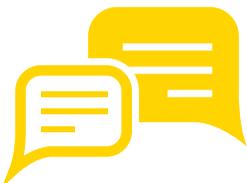
7



Volume de serviço:

O objetivo de qualquer oficina que quer trabalhar com o cliente empresarial deve ser o de garantir um volume de serviço maior, mais regular, mais contante e, por isso, menos sujeito a variações. Contudo, nenhuma oficina deve-se dedicar apenas ao cliente empresarial, mas sim diversificar ao máximo o tipo de cliente, para que o volume de serviço seja o mais constante ao longo do ano, obtendo assim um equilíbrio maior entre clientes particulares e profissionais.

8



spinerG
SOLUÇÕES PARA ENERGIA



9

Maior controlo de custos:

As oficinas independentes têm uma enorme vantagem face às oficinas de marca para os clientes empresariais, que são os custos de manutenção mais baixos. Se uma oficina conseguir garantir ao cliente empresarial um maior controlo de custos de manutenção (ou mesmo uma efetiva redução de custos), por via de uma boa e criteriosa manutenção, então conseguirá fidelizar para sempre esse cliente.

Mobilidade do cliente empresarial:

Tal como o cliente particular, também o que o cliente empresarial mais quer é a mobilidade. Por isso, cada oficina deve propor ao seu cliente empresarial uma solução de veículo de substituição que lhe garanta que irá perder o menos tempo possível sempre que o veículo esteja na oficina.

10

11

Digitalização dos serviços:

Já aqui foi dito noutra tópico que o cliente empresarial é hoje em dia um cliente muito mais digitalizado por via de ter as suas operações mais informatizadas. Por isso, a oficina tem que atender a isso e permitir que grande parte (ou todo) o processo que liga a oficina ao cliente seja feito por via digital. A oficina que não atender a isto terá dificuldades em trabalhar com o cliente empresarial.



EUROREPAR
CAR SERVICE

Aspetto da oficina:

Os clientes empresariais, nomeadamente as gestoras de frotas e outras entidades mais estruturadas, não se ligam emocionalmente a oficina, apenas o fazem profissionalmente.

Por isso existem muitos outros aspetos, muito mais racionais e objetivos, a que uma oficina deve ter em atenção. Um deles é por exemplo o aspeto exterior e, sobretudo interior da oficina, bem como a apresentação dos profissionais (mecânicos e rececionistas).

12

Formação técnica:

Por norma os clientes empresariais têm veículos mais recentes e mais modernos. Aliás, se os clientes empresariais forem as gestoras de frotas, estamos mesmo a falar em carros muito recentes, trazendo dessa forma para a oficina uma maior responsabilidade do ponto de vista técnico. Por isso, quem quer trabalhar este tipo de clientes, terá que obrigatoriamente, apostar muito na formação técnica para assim poder responder às solicitações dos clientes empresariais. Não se pode ter a pretensão de trabalhar estes clientes e depois não estar preparado para assistir carros muito modernos.

15

Valorização e credibilização:

Trabalhar com clientes empresariais (seguradoras, gestoras frotas, etc.) é um excelente cartão de visita para qualquer oficina, pois isso traz valorização e credibilização da oficina para outros clientes, sejam eles particulares ou empresariais.

FERODO®

13

Cliente empresarial traz cliente particular:

Existe sempre alguém que tem de levar o carro do cliente empresarial à oficina, mesmo não sendo o dono dele. Essa mesma pessoa é um potencial cliente da sua oficina se na realidade ele verificar que o trabalho feito (no veículo da empresa) foi bem realizado e com profissionalismo. Aproveite bem a oportunidade, pois este tipo de pessoas terá sempre um veículo particular dele, ou da filha ou da mulher, que pode muito bem ser cliente da sua oficina.

14

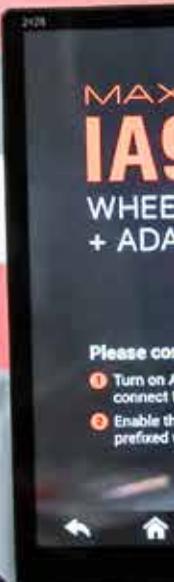
MEYLE
DRIVER'S BEST FRIEND

Personalidade



UZDEAIRBAG

A



AXISYS Maxi

AUTEL
UZDEAIRBAG

OUTLET

AUTEL
AUTEL SYSTEMS INC.
4000 WILSON BLVD
ANN ARBOR MI 48106
IA900WA

ISYS™
900WA
WHEEL ALIGNMENT
ADAS CALIBRATION



Connect the frame and PC monitor by following steps:
1. Tap the Autel tablet → tap Setting → select ADAS & Aligner Settings → tap to the frame.
2. Connect the Wi-Fi. Connect to the corresponding Wi-Fi with ADAS (eg: ADAS-xxxx).

PHILIPS

DO NOT FOLD BELOW THIS MARK



MaxiDAS

AutoLink

Ma





Fale-me um pouco da Luzdeairbag?

Não existe nenhuma empresa que esteja no mercado que não queira ganhar dinheiro. A nossa diferença no mercado é que nós o queremos fazer por muitos anos e dessa forma só existe uma solução: tratar bem o cliente. Sabemos que não agradamos a todos, mas esta é a nossa forma de estar no mercado.

Assumimos que somos especialistas em diagnóstico e eletrónica automóvel e é com orgulho que dizemos, segundo dados que temos do mercado, que somos líderes na venda de equipamento de diagnóstico.

Qual o projeto e a visão que a Luzdeairbag tem para as oficinas?

A nossa ideia sempre foi servir bem o cliente. Aprendi muito isso nas Páginas Amarelas em que tinha que me colocar na posição do cliente, isto é, saber o que ele quer, o que faz, como faz, as suas dificuldades, sentir bem as suas necessidades e ajudá-lo a perceber um pouco o desenvolvimento do negócio. Nós temos máquinas de 700 euros a 20.000 euros, mas o que faz sentido não é tentar vender-lhe a mais cara, mas sim aquilo que ele realmente necessita para o seu negócio, de modo a que as suas expectativas não fiquem defraudadas rapidamente. Só dessa forma temos o cliente preparado para que nos volte a contactar quando pretende uma opinião, uma assistência, um novo equipamento, etc.

Quais são as vantagens de uma oficina trabalhar com a Luzdeairbag? Que mais valias a Luzdeairbag lhes pode proporcionar?

São várias as vantagens. Atualmente temos uma equipa de 15 pessoas, estando muitos deles associados ao acompanhamento técnico permanente ao nosso cliente. São profissionais que estão aqui todos os dias para dar assistência técnica a quem tem os nossos equipamentos.

Temos um foco muito grande na componente da garantia, pois nada é infalível. Se uma máquina avariar em garantia o cliente não tem que se

preocupar, pois enviamos uma máquina de substituição e reparamos a dele sem custos. É um serviço muito importante, pois é muito importante entender que a oficina compra um equipamento de diagnóstico para trabalhar e para ganhar dinheiro e, como tal, entendemos que é nossa responsabilidade que ele esteja sempre a trabalhar quando um equipamento falha e nós podemos fazer com que ele continue a trabalhar.

Não podemos esquecer também a componente da formação. São momentos de partilha de informação que consideramos muito importantes para os nossos clientes, pois focamos muito em casos verdadeiramente reais.

Curiosamente, de todas as vantagens anunciadas, não falaste dos equipamentos em si...

O que interessa trabalhar uma grande marca, como a que nós temos, como é o caso da Autel, se depois não sabes dar ao cliente o serviço que realmente lhe interessa. Ele pode ter uma grande máquina nas mãos, mas se não souber extrair dela aquilo que esse equipamento



Um dos nossos projetos para 2024, é alargar a assistência mesmo para quem tenha máquinas de diagnóstico de outros marcas

pode fazer pelo negócio da sua oficina, então não estamos aqui a fazer nada.

O passado mostrou-nos claramente que nós estamos no caminho certo. A Autel não estava nas nossas mãos a 100% como está hoje e esses operadores não fizeram o trabalho que nós fizemos. Para nós o importante é saber aquilo que conseguimos na realidade fazer com a marca que temos na nossa mão. Isto é que é fundamental.

Contudo, o trabalho que fizeram com a Autel foi muito importante para ela representar o que representa hoje para a Luzdeairbag?

Sem dúvida. Verificamos que existia muita qualidade na marca. Antes havia um processo que era gerido por Espanha, pois não havia ninguém que assegurasse o acompanhamento que nós agora fazemos. Foi muito importante ir de encontro às expectativas do cliente, sendo sérios e transparentes para ele.

Achas que este projeto poderia, na mesma, ter corrido tão bem se não fosse com a marca Autel?

Isto é como um casamento, que resulta se ambos forem bons. Temos um produto e uma marca que é muito boa, que casou muito bem com a equipa que temos, pois conseguimos-nos posicionar com um nível de serviço que é um pouco acima do que existia no mercado. Logicamente que não é tudo perfeito e que ainda existe muito trabalho para fazer e para evoluir. É nisso que estamos focados diariamente. Temos apenas sete anos de mercado e tenho uma visão que daqui a três anos será tudo muito diferente.

A Luzdeairbag começou por ser uma empresa muito comercial, mas atualmente para além da venda tem um foco muito grande na formação e informação. Este é o melhor caminho para se comercializar este tipo de produtos ligados à área do diagnóstico automóvel?

Não temos dúvida nenhuma disso. Um equipamento de diagnóstico não é um telemóvel ou uma televisão!!! Foi esta nossa visão do acompanhamento técnico e da formação que tem feito a diferença para outras empresas. Ainda a Luzdeairbag não tinha seis meses de idade e já tínhamos uma pessoa para garantir esse acompanhamento técnico aos clientes. Sempre houve essa preocupação da nossa parte em ter alguém que ajude e que dê o suporte técnico à oficina.

Falando de produto e marcas. A Luzdeairbag trabalha com a Autel. Acreditaram muito na marca e fizeram o trabalho pela via oficial. Achas que

este foi o vosso trunfo para terem hoje a expressão que têm no mercado?

Há dois anos para cá, deixamos de dividir o mercado com o importador espanhol, sendo a Luzdeairbag que tem oficialmente a responsabilidade do mercado português. A Autel Europa tomou a decisão, no início deste ano, de que são os importadores oficiais que têm a obrigação de fazer a reparação em garantia dos equipamentos que avariaram.

Mas existem ainda outros operadores a venderem Autel?

Sim, os nossos distribuidores.

E existem ainda outros operadores a venderem não oficialmente...

Existem alguns operadores que vendem os equipamentos não autorizados. Temos tido o cuidado de fazer um bom trabalho de informação dos clientes para não optarem por esses equipamentos, juntamente com os nossos distribuidores, falando-lhes das diferenças significativas que existem. Não se pode comprar por 500 euros um equipamento que custa 4.000 euros!!! Existem grandes diferenças. Quem adquire esses equipamentos sem ser por via oficial normalmente fica com um pisa papéis muito caro.

Atualmente a Autel dá-vos um conjunto de soluções ao nível dos equipamentos muito vasto, que vai mesmo para além do diagnóstico?

Temos todas as soluções ao nível do diagnóstico, mas também dos sistemas ADAS, que é algo que está a crescer muito em Portugal. Nesta área temos mesmo um equipamento que é único no mercado, pois faz o ADAS e o alinhamento de direção. A Autel também lançou um equipamento que é praticamente pioneiro no mercado, que faz o diagnóstico das baterias dos carros elétricos, que avalia o estado célula a célula da bateria, e que no fundo determina o valor comercial do carro no mercado. Temos também os balanceadores de baterias, um novo equipamento para quem faz reparação de baterias e que permite garantir que cada célula de uma bateria vai ter o mesmo nível de voltagem.

Estamos já a entrar no futuro da reparação automóvel?

O mercado ainda não consome muito este tipo de equipamento mais atuais, mas isso vai acontecer. O que a Autel está a fazer é acompanhar as tendências e ter soluções para a reparação automóvel em todo o tipo de tecnologia automóvel.

Sentem que a Autel é o parceiro ideal que permite à Luzdeairbag acompanhar a evolução do automóvel e da reparação automóvel?

O que nós sentimos é que a Luzdeairbag é hoje uma empresa bastante apetecível para os fabricantes de máquinas de diagnóstico. Nós

somos consultados diariamente para representar outras marcas de diagnóstico, mas queremos continuar a trabalhar com a Autel porque verificamos que de facto é aquela marca que tem tudo o que nós necessitamos em termos de produto, como verificamos que é aquela marca que nos traz sempre novas soluções e novos desafios.

Que outras novidades lançaram no mercado?

Temos agora a solução Remote Expert. É um passthru a pedido, que nos permite entrar remotamente num determinado veículo, com equipamentos oficiais, sendo que a máquina de diagnóstico do cliente vai servir apenas como uma ponte de ligação. Não é assim necessário que o cliente adquira qualquer tipo de equipamento, o que é necessário é que o cliente tenha uma internet muito boa na sua oficina.

Como funciona o vosso trabalho de apoio à venda (formação, informação técnica, apoio técnico, etc.)?

Nós temos um call center, ao qual os nossos clientes podem aceder, que é gratuito no primeiro ano, que servirá também de formação. Depois disso o cliente tem um pack de horas, permitindo-lhe aceder a este call center, sendo que a sua chamada será sempre atendida. Temos uma equipa só para isto, onde temos investido muito em tecnologia de atendimento, e não apenas um técnico que dá uma ajuda quando tem disponibilidade.

A nossa equipa tem muitas valências, pois temos pessoas que sabem profundamente de mecânica,



Nós somos consultados diariamente para representar outras marcas de diagnóstico, mas queremos continuar a trabalhar com a Autel porque verificamos que de facto é aquela marca que tem tudo o que nós necessitamos





outros são especializados em mecânica e outros estão muito focados na componente eletrónica. Trata-se de uma equipa de apoio multidisciplinar, que trabalha em ilha, e que se apoiam bastante no conhecimento uns dos outros para dar a resposta ao cliente.

A assistência técnica é apenas para quem tem equipamentos Autel?

Até agora tem sido assim, mas um dos nossos projetos para 2024, é alargar a assistência mesmo para quem tenha máquinas de diagnóstico de outras marcas. O que nós pretendemos é que os nossos clientes resolvam o problema que têm nos carros dos seus clientes.

Muito do vosso trabalho antes era feito oficina a oficina. Atualmente estão já a trabalhar com redes e grupos. A tendência é cada vez mais essa?

Nós continuamos a visitar as oficinas, mas cada vez mais as oficinas trabalham com parceiros dentro de grupos. Cada vez mais os grupos e as casas de peças têm sido impulsionadores de uma venda 360° para o seu cliente oficial, isto é, vendem-lhe peças, mas também equipamentos, ferramentas, etc. Por isso, temos notado que o player que vende equipamentos oficina a oficina tem vindo a acabar, sendo que os grupos e as casas de peças recorrem as empresas como a nossa para lhes dar todo o acompanhamento. Por isso, temos que garantir acima de tudo que conseguimos ser o mais especializados possível naquilo que sabemos fazer. O parceiro quer que a Luzdeairbag dê todo o suporte técnico ao cliente oficial.

Atualmente a Luzdeairbag é parceira de muitos players importantes do mercado português...

Diria que somos parceiros de quase todos os principais players que atuam em Portugal e que confiam no nosso trabalho. É também a projeto de que a nossa visão estava correta.

Têm feito uma aposta muito grande na formação. É para continuar?

A formação já não é uma necessidade... é algo que é obrigatório. Nós temos que ajudar

as oficinas a retirar a máxima rentabilidade dos seus equipamentos e ajudá-los a ganhar dinheiro com o investimento que fizeram.

Porque é tão importante a formação técnica hoje em dia nas oficinas? Porque é que se resiste ainda tanto à formação?

A formação é fundamental. As oficinas já não podem trabalhar como se estivéssemos em 1990. As oficinas têm que evoluir e a formação é importante no sentido de evoluírem na sua qualidade e rapidez nos serviços. Sinto que está a haver uma grande mudança de mentalidade a este nível nas oficinas, mas é preciso fazerem mais e perceberam que podem sempre fazer melhor o serviço do que o fazem atualmente. A formação é algo que permite à oficina elevar os seus níveis standard de serviços. Porém, não esquecer que as oficinas devem investir também na gestão do seu negócio, pois muitas oficinas não sabem quanto lhes custa os serviços que prestam.

Com a experiência que tens na área oficial, consideras que as oficinas estão preparadas para os desafios que se avizinham?

Acredito que ainda vamos ter cerca de 25 a 30 anos até que exista uma transição tecnológica no setor automóvel. Não sei sequer se o futuro será o elétrico e se existirão outras tecnologias. Perde-se muito tempo a discutir o que vai ser o futuro, mas acha que o foco das oficinas terá que ser mais pensar no momento atual, isto é, resolver hoje o problema e ter parceiros que os ajudem mais rapidamente a resolver os problemas. Não vale muito a pena estar a fazer grandes cenários para o futuro, pois ninguém sabe na realidade qual vai ser o futuro da reparação automóvel.

O que as oficinas têm que fazer é estarem aptas para a mudança permanente, pois esse vai ser o desafio.

Achas que se as oficinas não apostarem na formação técnica hoje correm o risco de fecharem num limite temporal entre 5 e 10 anos?

Acho que sim e acho até que poderão fechar em menos tempo. A evolução do



Perde-se muito tempo a discutir o que vai ser o futuro, mas acho que o foco das oficinas terá que ser mais pensar no momento atual

negócio oficial é enorme e existirá sempre uma oficina que se consegue adaptar à evolução e resolver os problemas do cliente. É isso que todas as oficinas terão que fazer, acompanhar a evolução, através da formação, de modo a não ficarem paradas no tempo.

Como é que achas que se pode resolver o problema da falta de técnicos no setor oficial?

Por um lado um bom plano de formação para jovens a nível governamental. Depois que os empresários do setor oficial consigam criar boas condições de trabalho para quem pretenda ir trabalhar para as oficinas, mas também melhorar a componente da remuneração, pois não pode um técnico especializado andar a ganhar o ordenado mínimo.

Como olhas para o mercado dos equipamentos de diagnóstico em Portugal?

Sinto que existem empresas a fazer um bom trabalho, mas o que sinto mais é que as oficinas procuram cada vez mais no mercado fornecedores que lhes dêem uma solução integrada. O verdadeiro profissional que está no setor oficial está preocupado com soluções e não tanto com o preço. Eles querem soluções para os seus problemas.

Que novos projetos tem a Luzdeairbag para o negócio oficial?

Vamos adicionar alguns novos produtos, que são complementos ao diagnóstico, mas que não são diagnóstico, mas a seu tempo iremos divulgar. Nesta fase estamos a estudar se os mesmos cumprem os nossos padrões de qualidade, para quando os começarmos a entregar ao mercado tenhamos todas as garantias de que os clientes não irão ter problemas. ●

VOCÊ



NOSSA MOTIVAÇÃO

 INOVAÇÃO

 EXPERIÊNCIA

 GARANTIA

 FORMAÇÃO



www.tabspain.com

TAB 
batteries

Dossier



MARCAS DE TINTAS

Promover a rentabilidade na repintura

As empresas que se dedicam a fornecer tintas para o mercado de repintura auto reconhecem a importância cada vez maior da formação e da informação técnica nesta atividade

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

As principais marcas que comercializam tintas para o mercado de repintura auto têm uma experiência vasta neste setor, e apostam, além de produtos de alta qualidade, na assistência técnica e cada vez mais na formação dos profissionais. “Hoje em dia, os trabalhadores de uma oficina são o fator determinante na obtenção de lucros. Essencialmente, são eles que marcam a diferença. Consideramos que

investir no desenvolvimento das pessoas constitui o melhor investimento para a obtenção de lucros na oficina”, explica Nuno Tomé, da Akzonobel. Além de apresentarem a sua oferta de produtos, os responsáveis das marcas que consultámos analisam a forma como a escolha de uma tinta pode levar ao aumento da rentabilidade das oficinas de repintura, e refletem também sobre os principais desafios e oportunidades do mercado de tintas em Portugal. ●

Questões

- 1 - Quais as mais recentes novidades ao nível de produtos / serviços associados às tintas da marca que comercializam?
- 2 - Que serviços pós-venda estão associados às marcas de tintas que comercializam?
- 3 - De que forma a digitalização está integrada nos produtos/serviços disponibilizados pela vossa marca de tintas?



IXELL
Diogo Neto
<https://pt.ixell.com>

1 A gama de produtos Ixell é a gama de produtos de repintura automóvel mais completa do mercado, com todas as soluções “da chapa nua ao verniz”. Como tal tem vindo a sofrer diversas evoluções ao longo dos últimos anos, com um foco constante na insígnia Boost Formula, na qual o principal mote é a preocupação ambiental. Produtos sustentáveis, com tempos de secagem mais eficazes, reduzindo consumos energéticos, beneficiando o ambiente e a rentabilidade oficial. Uma das mais recentes novidades Ixell é a gama de polimento lançada em 2023, com diferentes níveis de desbaste. A grande novidade da marca para 2024, é a gama Luxia, uma gama UV, que - uma vez mais - enfatiza a preocupação da Ixell pela redução de consumos energéticos.

2 O principal serviço associado à Ixell é a equipa de terreno, em que cada um dos elementos conta já com mais de 25 anos de experiência na marca. É uma equipa técnica formada e especializada, capaz de prestar o melhor conselho técnico e formar nova mão-de-obra de clientes da rede Ixell.

3 O sistema de leitura e formulação utilizado pela Ixell permite ter o Ixell Color Connect, o espectro fotocolorímetro e a balança ligados em rede, permitindo que as formulações de cores sejam realizadas de forma digital. Para além desta funcionalidade, os consumos da oficina ficam gravados no sistema, por colaborador se pretendido, permitindo uma análise de gestão mais eficaz e eficiente. O Ixell Color Connect permite ainda aceder às informações mais recentes sobre todos os construtores, com constantes atualizações feitas remotamente.



HELLA
Frederico Abecasis
www.hella.com

1 As mais recentes novidades a nível de produto são um novo verniz de elevadíssima qualidade que permite um acabamento perfeito e duradouro, permitindo polimento

com facilidade. No que respeita a serviços, o nosso software que é cloud based, permite uma panóplia de serviços de primeiro nível, tanto a nível de colorimetria como a nível de gestão oficial e orçamentação. Este software denomina-se Color Integral System e é um dos mais avançados que existem no mercado, possuindo uma base de dados de cor autoalimentada pelos utilizadores a nível global e que tem armazenadas milhares de formulações permitindo que a identificação da cor seja perfeita.

2 A formação é um dos serviços pós-venda mais importantes que disponibilizamos ao mercado. Estamos em constantes processos de atualização e formação técnica, permitindo dar um serviço de primeiro nível aos nossos clientes, apoiando-os continuamente com a nossa equipa de técnicos especializados que são uma grande mais-valia relativamente a outras opções que existem no mercado.

3 Fomos pioneiros na digitalização. Como referi, o nosso software é já de última geração, com base de dados em Cloud que permite uma abrangência tanto a nível de colorimetria como de gestão oficial que é ímpar no mercado da repintura automóvel. Através do nosso Color Integral System (CIS), asseguramos que o cliente dispõe de uma ferramenta de primeiro nível apenas equiparado a marcas de primeiro equipamento.

PUB

INDASAGroup

indasa-abrasives.com

Mesh Line

A diferença é clara.

Maximize a produtividade de lixagem e elimine virtualmente o pó.

DESCUBRA A GAMA

Mesh Line

INDASA - Indústria de Abrasivos, S.A.
Tel. +(351) 234 303 600
Fax. +(351) 800 202 500
vendas@indasa.pt



AKZONOBEL

Nuno Tomé

www.akzonobel.com

1A Autosurfacer Optima - Novidade Mundial. A Autosurfacer Optima permite às oficinas realizar reparações de todos os tamanhos, em diferentes condições de aplicação e secagem, com um tempo de processo mais rápido e um menor consumo de produto. Ao mesmo tempo reduz o custo energético e oferece um acabamento final premium. Eficiência energética: a secagem rápida a uma temperatura ambiente reduz em 85% o custo energético em comparação com os aparelhos convencionais, sem comprometer a velocidade e a produtividade. Rapidez e produtividade: Tempo de secagem para lixar: à temperatura ambiente (30 minutos com um diluente específico), a 60°C (10 minutos) e com IR (5 minutos direto alta potência, sem tempo de evaporação prévio); A excelente resistência à corrosão evita que seja obrigatório usar washprimer ou toalhas de pré-tratamento; Aplicação seguida sem interrupções. Flexibilidade: Adequado para ser usado na versão de enchimento com lixagem e Húmido/Húmido; Aplicação direta a todos os substratos incluindo os plásticos; A resistência ao descasque permite aplicar 2,5 - 4 camadas (com uma espessura até 300-400 micras). Atualmente, todos os fabricantes de repintura continuam a comercializar as máquinas de tintas manuais. Com a importância da sustentabilidade no dia a dia de cada oficina, as marcas de tintas estão a negociar cada vez mais este tipo de equipamento para os grandes reparadores. A Máquina Sikkens Repintura Auto 100% Automatizada. Máquina automatizada da AkzoNobel para Repintura Auto. A Máquina Doseadora Automatizada da AkzoNobel, projetada para aumentar a eficiência de centros de colisão de alto volume. Como exemplo, tem a capacidade de misturar 200 gramas de tinta em apenas 4,32 segundos, o que marca um avanço notável na simplificação dos processos de pintura. O potencial desta máquina é libertar os técnicos qualificados para outras tarefas, potencialmente agregando milhares de Euros em receita diária ao aumentar a rotatividade do ciclo de trabalho na oficina. Esta máquina simplifica o processo de mistura na medida em que não requer nenhuma formação técnica para operar, permitindo que qualquer pessoa no centro de reparação da área de colisão possa fazer as misturas das cores de maneira precisa e consistente.

2A Sikkens insiste e investe muito na formação, para que os trabalhadores que utilizam os nossos produtos estejam sempre atualizados das novidades e na vanguarda das novas tecnologias. Com todos os trabalhadores devidamente formados, será possível aumentar a produtividade ou assegurar esta com menor esforço. Para acompanhar todos os nossos clientes mais de perto, a multinacional AkzoNobel dispõe de 1 centro de formação no Carregado (Distrito de Lisboa) equipado com todas as ferramentas de repintura auto de última geração. Para 2024 estão previstas cerca de 528 horas de formação para todos os nossos clientes Sikkens ou para clientes que queiram conhecer os nossos produtos. Para a AkzoNobel, a formação significa um investimento no futuro, que será amortizado num curto espaço de tempo.

3Mixit Cloud / Automatchic Vision - Online, Confiável e Simples. O Mixit Cloud é uma aplicação avançada de pesquisa e identificação da cor da Sikkens online. Com o Mixit Cloud, os utilizadores têm acesso direto e imediato à nossa vasta base de dados que possui mais de dois milhões de cores e de variantes – com atualizações diárias e em tempo real através dos nossos laboratórios de cor em todo o mundo. O Mixit Cloud é muito rápido de aceder, fácil de usar e pode ser usado em todos os dispositivos, tudo graças ao seu sistema baseado na cloud. Automatchic Vision: O Automatchic foi lançado pela AkzoNobel em primeira vez em 1993 e tornou-se o primeiro espectrofotómetro portátil pioneiro em todo o mundo na área de repintura auto. No seu formato atual - Automatchic Vision em combinação com a nossa extensa base de dados, é o sistema de correspondência de cor mais preciso que está disponível. O seu elevado grau de precisão reduz drasticamente a probabilidade de combinar erros e elimina a necessidade de realizar reformulações. É fácil de usar e requer formação mínima. Para simplificar os processos, a última versão do Automatchic Vision é ativada por wi-fi. Quando combinado com o software de recuperação de cores da AkzoNobel, tem acesso a mais de dois milhões de cores e variantes. Na Sikkens adotamos uma abordagem holística em relação à sustentabilidade. Começa por repensar cada passo do processo de reparação, desde o início até à repintura. O www.rethink.com consiste: Produtos para ajudá-lo a reduzir as emissões de CO₂ no processo de reparação – Nova geração de produtos Sikkens; Ferramentas para reduzir as emissões de CO₂ nas vossas empresas – CO₂ Calculadora; Ferramentas digitais de cores para reduzir o desperdício de tinta e levar à combinação correta de cores numa só vez – Mixit Cloud E Vision; Digitalização no local de trabalho “Fim das OR em papel” para o sucesso empresarial sustentável – www.carbeat.com.

De que forma a escolha das tintas corretas pode ajudar no aumento da rentabilidade numa oficina de repintura?

AXALTA, Virgílio Maia

Uma correta avaliação de todos os parâmetros na hora de tomar decisões é fundamental. Tendo a mão de obra e os custos energéticos um peso enorme nos custos globais de uma oficina, procurar uma marca de tintas que proporcione uma redução do consumo energético e que tenha processos mais simples e rápidos, proporcionando a possibilidade de aumentar o número de reparações diariamente, pensamos ser uma grande ajuda na rentabilidade da oficina.

IXELL, Diogo Neto

A escolha correta da tinta tem um papel muito importante na rentabilidade da oficina. Não só a curto prazo, tendo em conta a quantidade e materiais necessários como também a longo prazo. No curto prazo, marcas diferentes de repintura automóvel apresentam métodos distintos para uma mesma cor. Uma marca que necessite de um maior número de camadas de tinta, por exemplo, não só apresenta um maior consumo de material, como também implica um maior número de horas despendido para o mesmo trabalho. No longo prazo, a qualidade do trabalho apresentado ao cliente, diretamente ligado à qualidade dos materiais utilizados na oficina, seja ele B2B ou B2C, revela-se extremamente importante numa perspetiva de fidelização do cliente.

HELLA, Frederico Abecasis

Uma colorimetria assertiva permite um evidente aumento da rentabilidade na medida em que um trabalho ficará garantidamente perfeito logo à primeira aplicação. Um dos grandes desafios de uma oficina de repintura automóvel é conseguir esse feito. Há muita rentabilidade que se perde ao ter de voltar a executar trabalhos cuja assertividade da cor não ficou perfeita e essas correções posteriores traduzem-se em custos adicionais que são de evitar.



A brand of BASF –
We create chemistry



ProClass

Uma conjugação de capacidade e
eficiência de alto nível.

Produtividade de
outro nível.



Perfection
made simple



A brand of BASF – We create chemistry

**BASF**

Berta Moya Matutano
www.basf-coatings.com

1 Na R-M estamos focados em dois objetivos principais. A primeira é oferecer produtos de pintura projetados para proporcionar rentabilidade a longo prazo aos negócios dos nossos clientes. A segunda é garantir que protegemos o meio ambiente no processo. A nossa equipa de pesquisa e desenvolvimento, conhecida pela sua inovação, desenvolve continuamente produtos que levam a processos significativamente mais rápidos, seguros e que geram menos resíduos e CO2 do que nunca. Por isso, contamos atualmente com as melhores soluções do mercado como a Série Pioneer, a nossa gama de soluções mais revolucionária e completa. Todos os aspetos são aperfeiçoados para alcançar um acabamento inigualável sem sacrificar a sustentabilidade. Todas as lacas da gama Pioneer Series são produtos eSense, cuja fabricação é baseada em recursos renováveis. Série Pioneer, uma gama económica, produtiva e eficiente, que é garantia de resultados excecionais. Dentro desta gama, oferecemos a forma mais rápida de secar com o nosso processo de reparação UV. A tecnologia UV-A é uma forma inteligente de concluir reparações que oferecem uma ampla gama de benefícios às oficinas. Desde tempos de secagem significativamente mais rápidos que utilizam menos energia até maior tenacidade, durabilidade e resistência química. O nosso novo aparelho e primer aparelho UV-A da série Pioneer oferece vantagens claras para sua loja: tempos de processo reduzidos, menos energia em cada trabalho, menos desperdício e menos consumo de materiais. Por outro lado, durante este ano lançaremos a nossa solução de pintura mais avançada para o mercado português: AGILIS. A R-M estabeleceu novos padrões na indústria de repintura automóvel ao apresentar AGILIS, a sua nova linha de tintas à base de água. Com o menor teor de VOC do mercado e a mais elevada ecoeficiência até agora, a nova linha de produtos revoluciona o mercado global de repintura automóvel premium à base de água. Graças à sua produtividade avançada, o AGILIS ajuda as oficinas a aumentar ainda mais o seu desempenho. Como resposta inovadora aos desafios atuais e

futuros, o AGILIS possui nova tecnologia de pigmentos e garante um processo mais rápido através de uma aplicação mais fácil, com milhões de combinações de cores.

2 A formação R-M é uma oferta de alto valor que ajuda as lojas a obter rentabilidade e a satisfação do cliente e do pintor. A equipa R-M, formada por especialistas de todo o mundo, oferece ampla experiência, aliada a modernos métodos de formação com exercícios práticos e ferramentas digitais altamente eficazes e dinâmicas. Além disso, a R-M presta assistência técnica para produtos, processos e identificação de cores. E para novos clientes, a R-M oferece suporte direto no local e formação para todos os pintores, para que a transição para os produtos e processos da R-M seja tranquila. Por outro lado, as novas ferramentas de digitalização permitem-nos acompanhar a gestão da oficina essencial para otimizar resultados e acompanhar o dia-a-dia do negócio. A nossa equipa de consultoria trabalha especialmente para prestar a ajuda necessária aos nossos clientes e maximizar a rentabilidade da oficina. Por fim, os nossos produtos únicos e sustentáveis possuem certificações que permitem à oficina oferecer um serviço de excelência e certificado com a melhor tecnologia ecoeficiente.

3 A digitalização faz parte do serviço completo que oferecemos à oficina, desde o nosso software de gestão até o Colortronic 12/6: a mais avançada tecnologia de ajuste de cores para a oficina, uma solução para ajuste digital completo de cores e máquina de misturas conectadas. Em breve teremos também a plataforma digital Refinity. Permite aceder rapidamente a soluções projetadas para cores, formação, gestão, suporte e soluções de parceiros. Tudo foi pensado para ajudar a oficina a alcançar o sucesso na era digital.



A escolha correta da tinta tem um papel muito importante na rentabilidade da oficina.

IXELL, Diogo Neto

AKZONOBEL, Nuno Tomé

A Sikkens é significado de alta qualidade, alta velocidade na aplicação, excelente correspondência de cores e com um acabamento perfeito. O portefólio de produtos da Sikkens é uma linha inovadora e de qualidade superior baseada em produtos de alta tecnologia. Graças a um alto teor de qualidade de pigmentos e resinas, com os produtos da Sikkens são necessárias, em média, menos camadas por cada repintura, com uma consequente redução do consumo, dos tempos e dos custos por reparação. Hoje a preocupação de uma empresa como a AkzoNobel é a sua sustentabilidade dos seus clientes. Por este motivo, este é o sistema de repintura Sikkens perfeito para ajudar qualquer oficina de repintura a chegar aos seus objetivos. Aparelho Autosurfacar Ultra-Violeta + Autowave MM 2.0 (pintura base água) + Autoclear Aerodry (Verniz de secagem à temperatura ambiente). Redução das emissões de CO2e - 27%, Redução da duração do processo - 51%, Poupança Custos energéticos - 28%, Redução do consumo energético - 26%. Qualquer oficina que use a gama de todos os produtos da Sikkens, o resultado será sempre uma reparação perfeita, duradoura e invisível, determinando uma maior satisfação do proprietário do veículo.

BASF, Berta Moya Matutano

Um produto R-M é muito mais que uma lata de tinta. Atuamos como parceiros dos nossos clientes, oferecendo os nossos serviços e soluções para oferecer não só o melhor produto, mas também toda uma gama de soluções e ferramentas que ajudam a oficina a rentabilizar o seu negócio, obtendo os melhores resultados com os melhores padrões de qualidade. Graças aos produtos e processos ecoeficientes da R-M, a oficina pode ter tempos de processo mais curtos, poupança de energia e otimização de recursos.





PROFIX CATALGAIA

Alberto Pedrosa

www.profix-iberica.com

1A marca PROFIX adicionou à sua gama de produtos um produto já existente no mercado (Bedliner), mas novo na nossa gama. De nome BodyGuard, com duas versões, uma de cor Preta e outra transparente Tintavel. De fácil aplicação com vários tipos de pistola e ou de aplicação manual a rolo; resistente a vários agentes químicos. A outra novidade é o lançamento da linha Industrial de nome SIMPLEX, dedicada ao setor industrial e automóvel.

2A nossa empresa dispõe desde há alguns anos assistência técnica aos nossos clientes bem como formação certificada.

3A digitalização na nossa marca é já uma realidade com o sistema Profix Refinish System, que permite conectar o espectrofotó-

metro com a máquina misturadora automatizada MC MIX, utilizando um programa de cores online aumentando significativamente a eficiência do trabalho, a precisão eliminando possíveis erros humanos.



SINNEK

Iker Ecenarro

www.sinnek.com

1A SINNEK está comprometida com o desenvolvimento constante de soluções inovadoras e sustentáveis no setor de carroçarias. O resultado mais recente desta dedicação são dois produtos revolucionários, como o Verniz Cerâmico CC/1800 Plus e o Spray Primer SPF/UV: O Verniz Cerâmico CC/1800 Plus oferece rápido endurecimento e velocidade de secagem ao ar, além de excepcional dureza na superfície. Isso permite maior eficiência nos reparos, com possibilidade de manipulação e polimento do veículo apenas 60 minutos após a aplicação, sem a necessidade de utilização de

calor na cabine. Esta inovação não só reduz os custos de energia na oficina, mas também melhora a rentabilidade de cada reparação, superando outros vernizes do mercado. Lançamos também recentemente o SPF/UV UV Primer em formato spray, desenvolvido para otimizar os processos de reparação de manchas. A sua secagem rápida com lâmpada UV e em temperatura ambiente não só economiza energia, mas também promove a sustentabilidade e o cuidado com o meio ambiente, ao reduzir a emissão de solventes na atmosfera.

2Contamos com uma equipa técnica e comercial próxima e altamente qualificada, que acompanha e oferece soluções rápidas e eficazes no dia-a-dia dos nossos clientes. Por outro lado, na SINNEK apostamos fortemente na formação dos nossos clientes. Graças ao trabalho e empenho de toda a equipa SINNEK, desde o departamento comercial à equipa técnica e formativa, foi possível desenvolver uma oferta formativa completa, de acordo com os valores da marca. Que o utilizador aprimore as suas competências e habilidades profissionais será sinónimo de sucesso, e é neste ponto que o SINNEK pretende ser um elemento diferenciador da oficina. Oferecer conteúdos de qualidade, relevantes para o utilizador e que possam ter impacto direto na resolução de problemas e necessidades reais, permitirá ao profissional otimizar a produtividade e rentabilidade do seu negócio, ao mesmo tempo

PUB

SIDEM DIREÇÃO E SUSPENSÃO.



SIDEM.EU

SIDEM
Experts know why



que obtém um melhor conhecimento do produto e do seu funcionamento. Para o conseguir, a SINNEK disponibiliza ao utilizador uma vasta gama de ofertas de formação baseadas na ajuda e apoio ao profissional de repintura, tanto presencial como digital. Na plataforma SINNEK ACADEMY oferecemos conteúdo de alto valor em formato de vídeos, assessoria técnica e casos práticos.

3A precisão na colorimetria é essencial na repintura automóvel e a SINNEK fornece soluções digitais de alto desempenho para as oficinas. Aproveitamos a vanguarda tecnológica para incorporar um conjunto de ferramentas no nosso sistema de acabamento de duas camadas à base de água, com o objetivo de simplificar o processo de obtenção de colorimetria excepcional, de forma fácil e intuitiva. Por um lado, oferecemos um software robusto de gestão de cores, projetado a pensar nas necessidades do profissional. Esta ferramenta melhora os processos de trabalho na oficina e facilita a gestão e o controlo do negócio. Com uma interface intuitiva, fornece acesso remoto a uma das bases de dados de fórmulas de cores mais abrangentes do mercado, garantindo a reprodução precisa de qualquer variante existente. Por outro lado, contamos com um espectrofotómetro de última geração, que alia alta qualidade e facilidade de uso para uma leitura eficiente das cores. A sua integração perfeita com o software de cores permite acesso instantâneo a praticamente qualquer fórmula disponível no mercado, agilizando o processo de identificação de cores de forma rápida e fácil.



AXALTA
Virgílio Maia
www.axalta.com

1A Axalta desde sempre foca o seu desenvolvimento de novos produtos nas necessidades que o mercado e os profissionais apresentam: melhorar a rentabilidade, simplificar os processos de trabalho, reduzir os tempos de reparação e apresentar soluções que reduzem o impacto ambiental e ajudam a ter um futuro melhor. Dentro deste conceito, a Axalta destaca o seu mais recente e inovador sistema de tintas com a tecnologia “Fast Cure Low Energy”. Provado e testado, esta

tecnologia tem o potencial de reduzir as emissões de carbono equivalentes e o consumo de energia até 45% em comparação com as tecnologias de tintas padrão. É uma maneira segura para ter um impacto imediato no consumo de energia e na rentabilidade da oficina. Todos os nossos últimos desenvolvimentos de produtos estão centrados nestas premissas. Para complementar todo esse nosso esforço, temos agora a única máquina de mistura totalmente automática: Axalta Iru Mix. Ler, Encontrar e Misturar. A máquina de mistura mais rápida, totalmente automática e completamente mãos-livres para a indústria de repintura automóvel. A Axalta Iru Mix proporciona cores e trabalhos muito precisos com uma inovadora embalagem Axalta, maximizando a rentabilidade e minimizando o impacto no ambiente contribuindo para os clientes de repintura atingirem ou excederem os seus principais objetivos empresariais. Isto deve-se ao sistema de garrafas e jarros da Axalta feitos de plástico 50% reciclado, destacando assim o compromisso da empresa com a sustentabilidade.

2A Axalta Refinish desde sempre proporcionou aos seus clientes um conjunto de serviços de máxima qualidade para garantir a sua satisfação e que destacamos: Uma equipa de Assistência Técnica que cobre o país em parceria com os nossos Importadores e Distribuidores. Formação presencial e online. Recentemente apresentamos a Axalta Academy, um novo conceito de formação que se adapta à forma de trabalhar dos clientes. Formação para aprendizes, pintores ou gestores para ajudar a que os objetivos dos nossos clientes sejam atingidos de maneira mais rápida. Drivus – uma marca de serviços profissionais empresariais pelas oficinas de pintura é estabelecida na EMEA.

3A Axalta destaca-se, entre outras coisas, pelas suas inovações digitais e pela sua experiência inigualável em ajudar oficinas a aumentar a sua eficiência através da tecnologia digital. Os destaques da inovação incluem o Digital Color Management da Axalta, o primeiro sistema de gestão de cores 100% sem fios baseado na nuvem da indústria, que viu o lançamento do primeiro espectrofotómetro WiFi habilitado para nuvem no mercado. A Gestão da Cor 100% digital, torna tudo mais simples. Maior precisão, maior rigor e muito mais fácil de fazer. A ligação Wi-Fi e a base de dados de fórmulas de cores alojada na Internet permitem proceder à correspondência de cores no escritório ou na sala de mistura, através do tablet, smartphone ou PC. Máxima flexibilidade, sempre.

FHOREX, Margarida Serra

A escolha das tintas e dos produtos adequados pode ser fundamental para aumentar a rentabilidade numa oficina de repintura. Tintas de qualidade garantem uma aplicação mais fácil e precisa, mas muito do trabalho chave na qualidade do serviço depende da sua aplicação e dos cuidados necessários a ter em atenção nesta área. É importante que o cliente leia as fichas técnicas e siga as instruções do fabricante de forma a tirar melhor proveito possível do produto e que o serviço corra na perfeição, economizando tempo e recursos.

IMPOESTE, João Ramos

Mais que a escolha das tintas, é a escolha dos corretos processos com o sistema competente de tintas que permite o aumento da rentabilidade das operações de pintura. - Este facto integrado numa gestão abrangente da oficina permite, de forma controlada, aumentar a rentabilidade da oficina/empresa de pintura. - Neste capítulo temos o melhor sistema de tintas do mercado.





PUB

**CAMPANHA
ABRIL**

Auto  Silva
 ACESSÓRIOS, S.A.

**KITS DE
DISTRIBUIÇÃO**



www.autosilva.pt

TEMOT
SHAREHOLDER

Quais os principais desafios e oportunidades de tintas no mercado Português?

IXELL, Diogo Neto

O principal desafio da Ixell é o constante acompanhamento dos seus clientes, respondendo às suas necessidades e solicitações, enquanto paralelamente trabalhamos para expandir a rede Ixell no mercado Português.

HELLA, Frederico Abecasis

O principal desafio, para nós também representa uma grande oportunidade. Trata-se da proliferação de marcas distribuídas de forma massiva e originando a que haja uma erosão na rentabilidade tanto a nível da distribuição como mesmo a nível da oficina. Na Hella, procuramos parcerias de longa duração e queremos encontrar um parceiro que em Portugal possa levar a cabo o desenvolvimento da marca SONNE sem que haja nenhum canal adjacente a comercializar o mesmo produto, seja ele via WEB ou outro.

AKZONOBEL, Nuno Tomé

Depois de um período de abrandamento, devido à pandemia da Covid-19, o setor da repintura automóvel está, novamente, a dar sinais de crescimento. Nestes últimos anos, algumas oficinas multimarca têm crescido e investido em novos espaços/equipamentos para hoje poderem dar uma qualidade de serviço de excelência na área de Repintura. Um dos fatores de crescimento tem como base os acordos com as seguradoras e gestoras de frotas. Mas continuamos a ver nas oficinas em Portugal um crescimento acentuado no consumo de tintas base Solvente em detrimento das tintas base aquosa – produto que não cumpre a lei europeia VOC. Temos também assistido a um crescimento na venda de produtos “vernizes 2K e aparelhos 2K” de marcas brancas não registadas, sem qualquer certificado de qualidade, sem fichas técnicas, sem fichas de higiene/segurança e sem identificação do fabricante. Esta situação deve-se ao fato de não haver fiscalização nesta área de negócio, o que leva a uma concorrência desleal para quem vende produtos de marcas registadas.

FHOREX, Margarida Serra

No mercado português de tintas para o ramo automóvel, os principais desafios incluem uma forte concorrência, nomeadamente a estrangeira, a necessidade de acompanhar a evolução tecnológica constante exigida pelos fabricantes de automóveis, a conformidade com regulamentações ambientais rigorosas e os altos custos associados à pesquisa e desenvolvimento de novos produtos. No entanto, existem oportunidades significativas para empresas que procuram inovar em materiais e prezar pela qualidade. A FHOREX está há 72 anos no mercado da repintura automóvel e o seu leque de clientes e a sua experiência veterana no mercado ajuda a que consiga dar um maior apoio e confiança aos seus clientes.

BASF, Berta Moya Matutano

Quando se fala em reparação e mais especificamente em repintura, verifica-se uma tendência de diminuição e isso deve-se por um lado, à redução de índice de sinistralidade potencializado pelos sistemas de segurança dos automóveis, pelo controlo efetivo das forças de segurança no controlo da velocidade e pela melhoria das vias de comunicação terrestres. Por outro prisma de análise, vemos que, a própria tipologia de dano se alterou, pelo atrás mencionado, potencializando a diminuição da utilização da quantidade de materiais de pintura consumidos por reparação. A juntar a tudo isto, também o processo qualitativo e tecnológico que os materiais de pintura têm sofrido por parte de todas as marcas premium que operam no mercado, o que significa, uma oferta de produtos de maior rentabilidade e menor consumo por reparação. Isto significa que, se existe uma contração no mercado e as oficinas são as mesmas em termos de número, a competitividade aumenta, o que coloca muita pressão no setor e nos operadores. Em suma e perante os desafios constantes para as oficinas, a R-M, disponibiliza para além de uma equipa profissional e experiente, uma série de soluções, quer a nível de produtos e sistemas de pintura, quer a nível de ferramentas de controlo, que ajudam as oficinas no processo de reparação, com o objetivo de maximizar os meios técnicos existentes e minimizar os custos, incrementando assim a sua competitividade.

SINNEK, Iker Ecenarro

O mercado português, tal como outros mercados vizinhos como Espanha ou França, está a sofrer mudanças. O parque automóvel continua a envelhecer, o que implica um tipo de reparação diferente. Além disso, é um mercado onde coexistem muitas marcas e cada vez mais players. É evidente que estamos num momento de mudança. O mercado de repintura, cada vez mais condicionado pelas seguradoras, está a forçar um novo cenário em que as oficinas terão de evoluir e reinventar-se. Um produto de qualidade não só serve para entregar um bom trabalho, mas também precisa de alternativas lucrativas para a viabilidade dos seus negócios. Entregar um bom trabalho é muito importante, mas é igualmente importante ter rentabilidade. Sem rentabilidade não há negócio. Com a premissa de garantir a viabilidade das oficinas, o pós-venda está a tornar-se um pilar fundamental do setor. O suporte contínuo para as oficinas e o aconselhamento organizacional e de processos é fundamental. E achamos que essa será a tendência no futuro. O fator humano será o que fará a diferença e posicionará as marcas no mercado.



Uma colorimetria assertiva permite um evidente aumento da rentabilidade na medida em que um trabalho ficará garantidamente perfeito logo à primeira aplicação.

HELLA, Frederico Abecasis

CATALGAIA, Alberto Pedrosa

O maior desafio é a fidelização dos clientes ao uso de uma só marca no processo de repintura. A maioria dos profissionais priorizam o preço produto a produto, quando deveriam verificar as vantagens não só da garantia da reparação (uma vez usada uma só marca), bem como o real valor económico.

AXALTA, Virgílio Maia

Os principais desafios e oportunidades, estão muito em compreender os sinais do mercado para construir soluções que vão ao seu encontro. Cada vez mais as questões da sustentabilidade estão na ordem do dia. Recentemente a Axalta apresentou o seu portfólio "BeLeaf" que demonstra que Axalta é uma companhia convicta da sua responsabilidade como parceira dos seus clientes para fornecer produtos ecológicos de alto desempenho, ferramentas inovadoras e recursos ótimos para ajudar a minimizar a sua pegada ambiental, contribuindo ao mesmo tempo para o sucesso das oficinas. Este é um dos nossos grandes desafios.

IMPOESTE, João Ramos

Acreditamos que o mercado português, à imagem do europeu, tem três grandes desafios e uma grande oportunidade. Os desafios são o retorno à legalidade ambiental através da eliminação do uso indevido das bases bicamada solventes, que de forma generalizada cresceram nos últimos anos, apesar de ilegais. – E teremos sempre o desafio da sustentabilidade económica, paralelamente à questão ambiental, que é um problema para o qual nem sempre estamos preparados para resolver pelos atos de gestão apropriados. Na nossa opinião, o último desafio é também uma clara oportunidade. – A falta de mão de obra, é um desafio que terá de ser resolvido sobretudo pelo aumento da Produtividade. – Fazer mais com menos recursos é obrigatório e quem o conseguir vingará nos próximos tempos.

ELECTRUM

E – MOBILITY

**RUMO AO FUTURO COM A WOLF**

Na Wolf, não nos limitamos a combinar lubrificantes sofisticados. Também trazemos ideias para criar a mobilidade futura ainda mais fluida. Apresentamos a ELECTRUM, a nossa mais recente descoberta nascida desta dedicação inabalável! Esta nova gama de líquidos de transmissão, massas lubrificantes e líquidos de refrigeração destina-se a satisfazer as gerações atuais e futuras de veículos elétricos. É assim que colocamos a nossa tecnologia ao serviço de um futuro com mobilidade mais sustentável.

Faça valer cada detalhe. Saiba mais em www.wolf lubes.com

wolf[®]
LUBRICANTS



FHOREX TINCOMIL

Margarida Serra
www.fhorex.pt

1A FHOREX está há 72 anos no mercado e tem vindo a destacar-se com inúmeros produtos para a repintura no ramo automóvel. Os produtos que mais se têm destacado e têm vindo a ser mais procurados por clientes é o nosso Verniz 2K UHS Acrílico VOC (VLC-9000) e o nosso Primário Acrílico 2K UHS de Enchimento, dois componentes (PDK-4001/5/9). O nosso Verniz Acrílico destaca-se devido ao seu excelente acabamento conhecido no mercado como o “espelho d’água”, que além de realçar a cor dos automóveis e proporcionar um visual deslumbrante e profissional, oferece ainda uma proteção robusta contra riscos, UV do sol e desgaste diário. O resultado é um acabamento de alto brilho que deixa qualquer automóvel impecável. Relativamente ao nosso Primário Acrílico, tem um excelente enchimento, fácil de lixar, secagem rápida, e de fácil aplicação. Pode secar ao ar, em estufa ou por infravermelhos. De ambos estes produtos temos um excelente feedback dos nossos clientes.

2 Sendo que o produto que vendemos não é um produto final, e o seu fim depende da sua correta aplicação, a FHOREX preza por facilitar o trabalho aos seus clientes e, portanto, asseguramos que o cliente tem toda a informação técnica à sua disposição e encontramos-nos sempre disponíveis para eventuais questões técnicas que possam surgir, quer seja para apoiar os clientes na escolha dos produtos corretos para o

que necessitam, tanto como na resolução de problemas de aplicação no pós-venda.

3 A digitalização dos produtos e serviços da nossa marca de tintas inclui a disponibilização de fichas técnicas e de fichas de segurança no nosso website. Estas fichas fornecem informações detalhadas sobre composição, características técnicas, instruções de aplicação e precauções de segurança, permitindo que os clientes tomem decisões informadas e utilizem os produtos corretamente. Além disso, a presença de uma loja online possibilita que os clientes possam comprar os produtos de forma conveniente e segura, a qualquer momento e em qualquer lugar. Estas iniciativas digitais visam melhorar a experiência do cliente e demonstrar o compromisso da nossa marca com a transparência, qualidade e praticidade. Claro que um cliente que queira um atendimento mais personalizado e pessoal pode sempre dirigir-se a uma das nossas lojas físicas, ou contactar-nos via e-mail ou chamada telefónica.



NEXA AUTOCOLOR IMPOESTE

João Ramos
www.impoeste.com

1 O aditivo “One Visit” que permite a aplicação seguida das demãos de cor da base bicamada aquosa Nexa Autocolor. – É um opcional que o cliente pode escolher a qualquer momento e em qualquer trabalho. – Repito: pode escolher como trabalha, ou tudo seguido, ou com espera entre demãos. É uma opção que ajuda o pintor a obter melhores resultados de produtividade.

2 Na Nexa Autocolor e na MaxMeyer, principalmente os serviços de auditoria e consultoria que prestamos aos nossos parceiros de forma abrangente nas oficinas de colisão. – Estes serviços em conjunto com o serviço técnico permite a constante otimização das operações e a evolução positiva dos principais indicadores de gestão: a Rentabilidade e a Produtividade.

3 Há uns anos, fomos a primeira marca a colocar no mercado de forma absoluta os espectrofotómetros RAPIDAMATCH®, em 2020 introduzimos a primeira máquina de mistura automatizada MOONWALK® e recentemente temos feito uma substituição dos catálogos pela nova ferramenta PPG PPG VisualizID®, ou seja, somos verdadeiramente digitais, temos uma gênese digital da atividade.



Os principais desafios incluem uma forte concorrência, a necessidade de acompanhar a evolução tecnológica, a conformidade com regulamentações ambientais e os altos custos associados à pesquisa e desenvolvimento de novos produtos

FHOREX, Margarida Serra





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 96 49

Apoio electrónico
geral@carf.pt

CARF
www.carf.pt
TOTALMEDIA



A CHAVE PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

Inspirar Equipas no Setor Automóvel

No mundo empresarial, especialmente no dinâmico setor automóvel, os colaboradores são o motor de qualquer organização. A sua motivação, produtividade e competência não só impulsionam a inovação e a eficiência, mas também fortalecem a marca e a lealdade dos clientes. Assim, inspirar e alinhar as equipas torna-se crucial para os empresários que aspiram ao sucesso sustentável.

TEXTO LUÍS CHARNECA - luischarneca@actioncoach.com

Partilho neste artigo 5 estratégias críticas para que as suas pessoas se sintam cada vez mais motivadas, gerando maior compromisso e produtividade:

1. Compreender a Motivação

A motivação dos colaboradores começa com o entendimento das suas necessidades e aspirações. No setor automóvel, onde a paixão pelos veículos muitas vezes faz parte da cultura empresarial, reconhecer e alimentar essa paixão pode ser um poderoso motivador. Incentivar a participação em eventos do setor, oferecer formações sobre as últimas tendências automotivas e proporcionar experiências práticas com novos modelos são formas de estimular o entusiasmo e a dedicação dos colaboradores.

2. Estabelecer Objetivos Claros e Atingíveis

Objetivos bem definidos e comunicados claramente proporcionam aos colaboradores uma direção e um propósito. No setor automóvel, isso pode significar estabelecer metas de vendas realistas, objetivos de inovação em serviços ou indicadores de satisfação do cliente. Importante é que os objetivos sejam desafiadores, mas atingíveis, e que haja reconhecimento e recompensa pelo esforço e pelos resultados alcançados.

3. Fomentar o Desenvolvimento de Competências

A constante evolução do setor automóvel,

com novas tecnologias e tendências emergindo regularmente, exige que os colaboradores estejam sempre a aprender e a adaptar-se. Promover o desenvolvimento de competências através de formações, workshops e certificações não só aumenta a competência individual como também beneficia a organização, mantendo-a competitiva e inovadora. Além disso, demonstra um investimento no futuro dos colaboradores, aumentando a sua lealdade e motivação.

4. Cultivar um Ambiente de Trabalho Positivo

Um ambiente de trabalho positivo, onde os colaboradores se sentem valorizados e respeitados, é fundamental para manter a motivação. No contexto automóvel, isso pode incluir desde a criação de espaços de trabalho inspiradores, repletos de imagens e modelos de carros, até a promoção de um espírito de equipe através de atividades e desafios comuns. A comunicação aberta e o feedback regular são também essenciais para construir confiança e fomentar um ambiente positivo.

5. Incentivar a Inovação e a Criatividade

O setor automóvel thrives on innovation. Encorajar os colaboradores a trazer ideias novas e criativas, seja para melhorar processos internos, seja para desenvolver novos produtos ou serviços, cria um sentido de propriedade e envolvimento. Concursos de inovação, sessões de brainstorming e programas de sugestões são algumas das maneiras de estimular

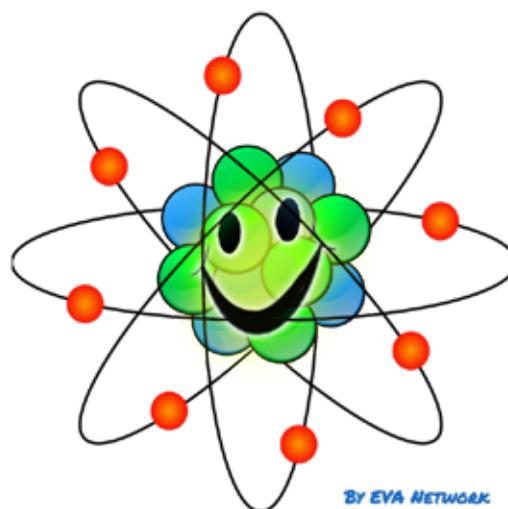
a criatividade e o pensamento fora da caixa.

Conclusão

A inspiração de colaboradores no setor automóvel requer uma abordagem multifacetada, que combine a paixão pelo setor com objetivos claros, oportunidades de desenvolvimento, um ambiente de trabalho positivo e incentivos à inovação. Ao implementar estas estratégias, os empresários não só verão um aumento na motivação e produtividade das suas equipas, mas também fortalecerão a sua posição competitiva no mercado. Lembre-se, uma equipa motivada é o combustível que impulsiona o sucesso empresarial no setor automóvel. Se necessitar de alguma ajuda, discutir algum ponto deste artigo ou simplesmente perceber como implementar estas estratégias, terei todo o gosto em marcar uma reunião consigo. Basta agendar através do seguinte link: <https://bit.ly/3eh2xUf>

Até ao próximo artigo. ●





ARTIGO 4/12

FORMAÇÃO EM VEÍCULOS ELECTRÃO

Baterias de Estado Sólido: Grande avanço na Tecnologia de Armazenamento de Energia

As baterias de estado sólido emergem como uma inovação marcante na tecnologia de armazenamento de energia, prometendo superar várias limitações associadas às tradicionais baterias de íões de lítio.

Enquanto as baterias de lítio utilizam eletrólitos líquidos para facilitar o movimento de íões entre os eléctrodos, as baterias de estado sólido substituem esses eletrólitos líquidos por materiais sólidos ou polímeros condutores.

Componentes cruciais:

1. **Ânodo e Cátodo Sólidos:** A substituição do ânodo de grafite por um ânodo sólido de metal de lítio ou outros materiais de lítio é um aspecto crucial das baterias de estado sólido. Isso proporciona uma capacidade de armazenamento superior e permite uma carga e descarga mais eficientes. Da mesma forma, o cátodo sólido é desenvolvido para armazenar íões de lítio de forma mais eficaz, melhorando a densidade de energia da bateria.

2. **Eletrólito Sólido:** O eletrólito sólido é o componente-chave, substituindo os eletrólitos líquidos. Utilizando materiais sólidos ou polímeros condutores, facilita o movimento dos íões de lítio entre ânodo e cátodo, enquanto sua não inflamabilidade contribui para a segurança das baterias.

Vantagens significativas:

1. **Maior Densidade de Energia:** As baterias

de estado sólido apresentam potencial para armazenar mais energia em um espaço menor em comparação com as baterias de íões de lítio convencionais, resultando em maior autonomia para veículos elétricos e maior durabilidade para dispositivos eletrónicos.

2. **Maior Segurança:** Graças ao eletrólito sólido, estas baterias são menos propensas a fugas de líquidos e a sobre aquecimento, aumentando sua segurança operacional.

3. **Ciclos de Vida Prolongados:** A utilização de materiais sólidos em vez de eletrólitos líquidos pode estender a vida útil da bateria, reduzindo sua degradação ao longo do tempo.

4. **Carregamento Mais Rápido:** As baterias de estado sólido suportam taxas de carregamento mais rápidas, reduzindo significativamente o tempo de recarga.

5. **Tolerância a Temperaturas Extremas:** Estas baterias são mais tolerantes a uma ampla faixa de temperaturas, tornando-as ideais para uso em climas extremos.

Desafios a serem superados:

1. **Produção em Escala:** A produção em

larga escala das baterias de estado sólido enfrenta desafios técnicos e logísticos que precisam ser solucionados para tornar essa tecnologia amplamente acessível.

2. **Custos Iniciais:** Inicialmente, os custos de produção das baterias de estado sólido podem ser elevados, mas espera-se que diminuam à medida que a tecnologia se desenvolve e se torna mais difundida.

3. **Estabilidade a Longo Prazo:** Garantir que as baterias de estado sólido mantenham sua estabilidade e desempenho ao longo de muitos anos de uso é um desafio contínuo que requer atenção.

As baterias de estado sólido representam uma promissora evolução na tecnologia de armazenamento de energia, com potencial para revolucionar a mobilidade elétrica e o armazenamento em larga escala. Com investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento, é provável que essas baterias desempenhem um papel fundamental na transição para um futuro mais limpo e sustentável. Em Portugal a solução EVA Lab no seu nível 4 já disponibiliza equipamento para diagnóstico profundo também deste tipo de baterias. ●

Formação



MECÂNICA do dia-a-dia

by



RENAULT CLIO V 1.5 BLUE DCI – AVARIA SENSOR DE PRESSÃO DE ÓLEO

Este mês o nosso relatório relata uma avaria relacionada com o sensor de pressão de óleo dos motores 1.5 Blue dCi da Renault. Estes motores são identificados pelos códigos de motor K9K8xx e também equipam outros modelos da marca.

EFEITO CLIENTE:

- Luz de serviço laranja acende com mensagem “Verificar Veículo”
- Em alguns casos pode acender a luz vermelha da pressão de óleo, a luz de aviso STOP e a mensagem “Perigo de Avaria do Motor”

CÓDIGOS DE AVARIA:

- Unidade de proteção e comutação:
 - ♦ DTC 922C64 – Circuito do sensor de pressão de óleo
- Unidade de controlo do motor:
 - ♦ DTC 052129 / P052129 – Falha de plausibilidade do sinal do sensor de pressão de óleo

ABORDAGEM:

Para diagnosticar a avaria o técnico deverá começar por conectar o equipamento de diagnóstico compatível e comunicar com a unidade de controlo do motor para verificar a presença dos códigos de avaria referidos acima.



Ilustração 1 Permutador óleo/água com sensor de pressão de óleo

De seguida deve:

- Controlar com o multímetro a continuidade elétrica entre os pontos 3 e 4 indicados na imagem acima
 - ♦ Caso seja medido um valor de 0 Ohms, indica que existe continuidade entre estes pontos e a ligação à massa no permutador está conforme

- ♦ Caso seja medido um valor de resistência mais alto ou infinito a ligação à massa do sensor de pressão de óleo ao corpo do permutador está defeituosa

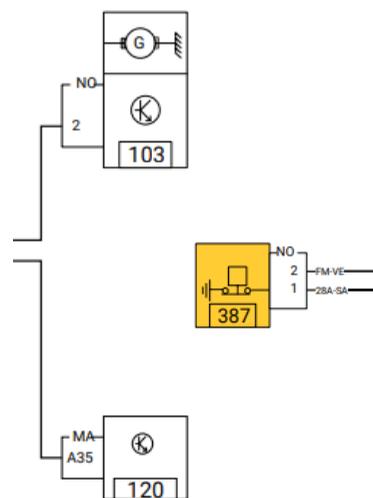


Ilustração 2 Esquema elétrico sensor de pressão de óleo

CAUSA:

- A causa da avaria é a ligação defeituosa da massa do sensor de pressão de óleo ao corpo do permutador óleo/água
- Para solucionar a avaria deve ser substituído o permutador óleo/água. Este componente foi alterado pelo fabricante de modo a corrigir o aparecimento desta avaria.

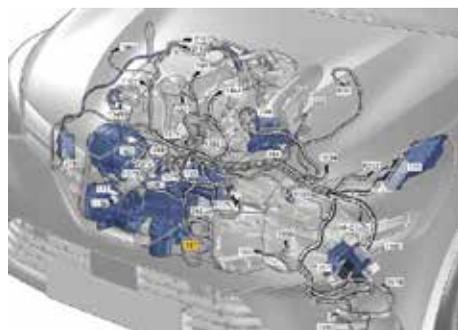


Ilustração 3 Localização do permutador óleo/água com sensor de pressão de óleo



PLATAFORMAS DE
COMUNICAÇÃO
OFICIAL

CALENDÁRIO
CALENDARIO
CALENDAR

2025



NOVO
NUEVO
NEW

FUNCIONALIDADE + ORGANIZAÇÃO
FUNCIONALIDAD + ORGANIZACION
FUNCTIONALITY + ORGANIZATION

RESERVADO
BOOKED

ESPACIO EXCLUSIVO
ESPACIO EXCLUSIVO
EXCLUSIVE SPACE

1

600€
4,2 X 7,5 CM

» FAÇA A SUA RESERVA
ATÉ 4 DE NOVEMBRO

Distribuído com a edição de dezembro da Pós-Venda e Pós-Venda Pesados

» HAGA SU RESERVA
HASTA EL 4 DE NOVIEMBRE

Distribuido con la edición de diciembre de Pós-Venda / Pós-Venda Pesados

» MAKE YOUR RESERVATION
UNTIL NOVEMBER 4TH

Distributed with the December issue of Pós-Venda and Pós-Venda Pesados

geral@posvenda.pt

ESPAÇO
ESPACIO
SPACE

3

300€
2,1 X 2,1 CM

ESPAÇO
ESPACIO
SPACE

4

180€
1,4 X 1,4 CM

TOTAL PROTEÇÃO PARA TODOS OS TRAVÕES

424 defletores para 29,298
aplicações no programa AIC



*FROM COMPETENCE
TO EXCELLENCE.*

aic-germany.de