



CHECK-UP

media

AFTERMARKET AUTOMÓVEL

AFTERMARKET E DESPORTO

Marcas com tração

Este suplemento é parte integrante da revista Carros & Motores n.º 155, não podendo ser vendido separadamente

KAMOKA
auto parts

ROMAFE

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO
EM PORTUGAL

TODA A GAMA DISPONÍVEL



www.romafe.com | www.kamoka.pl

Distribuição exclusiva a casas de peças



Quando as marcas vão a jogo

Do desporto motorizado ao futebol, atletismo, ciclismo e náutica, as marcas usam a competição como laboratório, montra tecnológica e palco global de notoriedade 4

Entrevista

Matthias Bleicher, responsável da LIQUI MOLY para a Península Ibérica e o grande impulsionador do Experience Center da marca, situado no Cacém, fala de motores, de viagens de juventude, de ralis disputados na Argentina e de grandes competições internacionais 6

Atualidade

Do *drift* ao *rugby*, do ciclismo ao futsal, sem esquecer os desportos motorizados, as empresas “aceleram” patrocínios que ligam marcas, emoção e comunidade 12

Empresas

LIQUI MOLY	15
OSRAM	16
GoShop	18
Cetrus	20
Leasys	22

FICHA TÉCNICA

Redação

Jorge Flores (Editor)
jorgeflores@checkupmedia.com

Bruno Castanheira (Editor)
brunocastanheira@checkupmedia.com

Fotografia

Estelle Valente

Design e paginação

Boris Creative Collective

www.checkupmedia.com

geral@checkupmedia.com

Siga-nos nas redes sociais



Imagem de capa: **Astrolounge** © **Freepik.com**



Entre motores e nuvens de fumo

As modas mudam. Aquilo que, hoje, parece improvável já foi, durante décadas, símbolo de prestígio e enorme visibilidade. O desporto sempre refletiu o seu tempo e as marcas que o acompanham também. Durante muitos anos, por exemplo, a publicidade ao tabaco ocupou um lugar central no desporto motorizado, com imagens icónicas como as cores da Marlboro nas pistas da Fórmula 1. Basta recordar Ayrton Senna, nas décadas de 80 e 90, ao volante do seu monolugar, o lendário McLaren MP4/4 vermelho e branco, figura maior da história da modalidade. Fumo de outros tempos, bem sei, mas a lógica permanece: o desporto como palco de notoriedade e identidade.

Na verdade, esta ligação entre competição e projeção pública é muito mais antiga do que qualquer logótipo numa carroçaria. Muito antes dos patrocínios e das pinturas publicitárias, o desporto já funcionava como uma poderosa montra de reputação. Nos Jogos da Antiguidade, disputados em Olímpia, competir significava representar uma cidade e afirmar o seu prestígio perante o mundo helénico. Cada vitória elevava o nome da comunidade e transformava o desporto num palco de identidade e memória duradoura. Séculos depois, o princípio mantém-se surpreendentemente atual. O desporto continua a ser território de teste, desafio e afirmação. Ao lado de atletas e equipas estão, hoje, também as marcas, que encontram na competição uma forma poderosa de demonstrar valores como desempenho, resistência, fiabilidade e inovação.

No *aftermarket* automóvel, essa ligação surge quase de forma natural. Pistas, ralis e provas de resistência transformam-se em laboratórios extremos, onde pneus, lubrificantes, filtros ou componentes enfrentam condições que, raramente, se reproduzem fora da competição. Quando resistem, provam algo que nenhuma campanha publicitária consegue transmitir com igual força: que a engenharia funciona quando mais importa.

Algumas marcas expandem a presença para modalidades como futebol, ciclismo, motociclismo ou náutica, só para citar alguns exemplos, deixando claro que desempenho, fiabilidade e paixão não têm fronteiras. Outras, como a LIQUI MOLY, fazem da ubiquidade desportiva uma estratégia, mostrando que a excelência não pertence apenas a uma pista ou a um *paddock*, mas a qualquer desafio onde haja máquinas, esforço e competição. E valores, já agora.

Dos corredores poeirentos da Grécia antiga às curvas rápidas das pistas modernas, do estádio ao mar aberto, o desporto continua a refletir cada época. Mudam as marcas, mudam as sensibilidades, como aconteceu com o “fumo” nas corridas. O que não muda é o papel da competição como palco privilegiado de talento, engenharia e ambição.

Jorge Flores

jorgeflores@checkupmedia.com



Quando as marcas vão a jogo



1 Laboratório tecnológico

Para muitas marcas da indústria automóvel, o desporto é um verdadeiro campo de ensaio. Competições de alta exigência permitem testar materiais, lubrificantes, pneus ou componentes em condições extremas. O que resiste a uma corrida de resistência, a um rali no deserto ou a um campeonato de motociclismo prova o seu valor técnico antes de chegar ao mercado. É inovação em velocidade máxima

2 Linguagem universal

O desporto tem uma capacidade única de gerar emoção e criar ligação com o público. Quando uma marca se associa a uma equipa, a um piloto ou a um grande evento, partilha, também, os valores que o desporto transmite: esforço, superação, paixão e vitória. Esta ligação emocional é, muitas vezes, mais forte do que qualquer campanha publicitária tradicional

3 Dos motores aos relvados

A presença das marcas não se limita ao desporto motorizado. Muitas empresas do setor automóvel patrocinam clubes, ligas ou competições de futebol, ciclismo e outras modalidades populares, como atletismo e basquete. A lógica é simples: ampliar a visibilidade junto de públicos muito mais vastos, reforçando notoriedade e reconhecimento de marca para além do universo técnico

Do desporto motorizado ao futebol, atletismo, ciclismo e náutica, as marcas usam a competição como laboratório, montra tecnológica e palco global de notoriedade



4 Presença transversal

Algumas marcas optam por uma estratégia de presença transversal no desporto. É o caso da LIQUI MOLY, conhecida por patrocinar desde competições de automóveis e motos até equipas de hóquei no gelo e eventos náuticos. A ideia é simples: associar a marca à *performance* e à fiabilidade em qualquer cenário competitivo

5 Prova da engenharia

No desporto motorizado, cada detalhe técnico conta. Empresas como a MANN+HUMMEL, por exemplo, utilizam estas competições como montra tecnológica para demonstrar a importância de componentes muitas vezes invisíveis, como os sistemas de filtração. Em condições extremas, a eficiência destes elementos pode determinar a fiabilidade de um motor

6 Equipas e pilotos

Motociclismo e ciclismo são modalidades onde a ligação entre produto e *performance* é especialmente evidente. Pneus, lubrificantes ou componentes são postos à prova em competição e rapidamente ganham notoriedade entre entusiastas e praticantes. Para as marcas, patrocinar equipas e pilotos significa falar diretamente com comunidades altamente envolvidas

7 Plataforma global

Hoje, o desporto funciona como um palco global para as marcas. Uma corrida internacional, um grande prémio de motociclismo ou um campeonato mundial pode alcançar milhões de espetadores em todo o mundo. Para empresas da indústria automóvel, em geral, e do *aftermarket*, em particular, esta exposição reforça reputação, confiança e presença nos mercados



Matthias Bleicher

“ No desporto como nas empresas, ou damos tudo ou não chegamos longe ”

Por: **Jorge Flores** Fotos: **Estelle Valente**

Responsável ibérico da LIQUI MOLY acredita que a ligação ao desporto nasce da paixão pelos motores e de valores como autenticidade e proximidade





Entre carros de competição, memórias de corridas e o ambiente muito particular que se respira no LIQUI MOLY Experience Center, no Cacém, percebe-se, rapidamente, que este espaço vai muito para além de uma simples infraestrutura técnica. Mais do que uma academia de formação ou um local de demonstração de produtos, o centro funciona como um verdadeiro ponto de encontro para quem vive o automóvel com emoção: técnicos, clientes, equipas de competição e entusiastas. Há motores, histórias, cheiro a mecânica e conversas que começam num detalhe técnico e acabam, inevitavelmente, em corridas, carros clássicos ou viagens de estrada. No fundo, é quase uma “cave” moderna para *petrolheads*, um refúgio onde a paixão pelos motores se sente em cada canto.

Foi neste ambiente descontraído, entre carros e histórias de competição, que o Check-up conversou com Matthias Bleicher, responsável da LIQUI MOLY para a Península Ibérica e o grande impulsor deste projeto. Falou-se de motores, de viagens de juventude e de ralis disputados na Argentina. E de grandes competições internacionais. Afinal, o desporto tornou-se numa das linguagens mais visíveis da marca alemã, presente em campeonatos como a Fórmula 1 e o MotoGP, mas, também, em modalidades tão distintas como o andebol, o esqui alpino ou o *rugby* internacional.

Para Matthias Bleicher, porém, esta diversidade vai para além de uma estratégia de visibilidade global. É, sobretudo, uma forma de expressar valores que fazem par-

te da cultura da LIQUI MOLY desde a sua origem: desempenho, autenticidade, proximidade e paixão pelos motores.

Quando é que o desporto deixou de ser um hobby para ti e passou a ser uma paixão para toda a vida?

Curiosamente, essa ligação ganhou uma dimensão ainda maior quando entrei para a LIQUI MOLY, em 2009. Sempre gostei de carros, algo que vem muito da família. O meu pai e o meu avô eram apaixonados por automóveis. Cresci numa pequena aldeia alemã onde praticamente nada acontecia. Ter um veículo representava liberdade. Comecei muito cedo a poupar dinheiro para comprar a minha primeira moto e, aos 16 anos, consegui, finalmente, adquirir uma Zündapp de 80 cc.

Em apenas dois anos, fiz quase 70 mil km com essa moto. Atravessei grande parte da Europa com amigos, fomos a Itália, Espanha... eram pequenas motos, mas grandes aventuras. Mais tarde, vivi em Espanha e, também, na América do Sul, onde participei em ralis na Argentina. A partir daí, essa ligação aos motores foi-se consolidando de forma muito natural.

Na LIQUI MOLY, o desporto surgiu como estratégia ou como expressão natural dessa paixão?

O verdadeiro sucesso acontece quando conseguimos ligar aquilo que realmente gostamos à nossa atividade diária. Quando existe essa harmonia, tudo ganha mais sentido. Quando entrei na empresa senti precisamente isso: que podia viver diariamente algo que sempre me apaixonou: carros, motos e motores.

Que valores do desporto refletem melhor o ADN da LIQUI MOLY?

O desporto tem algo de muito autêntico. Fala de desempenho, de compromisso e de trabalho em equipa. São exatamente os mesmos princípios que procuramos aplicar no nosso trabalho diário. No desporto, se não damos tudo, dificilmente chegamos longe. Numa empresa acontece exatamente o mesmo. É preciso dedicação, consistência e uma equipa que trabalhe com um objetivo comum.

Para mim, os valores são essenciais no desporto. O sucesso competitivo, por si só, não chega. Podemos estar perante um piloto extremamente vitorioso, mas se faltar respeito pelos outros ou se houver arrogância, então deixa de fazer sentido qualquer parceria. Preferimos trabalhar com pessoas que representem não apenas desempenho, mas, também, carácter.

A LIQUI MOLY está, hoje, presente em muitas modalidades, com e sem motores. O que te atrai nessa diversidade?

Existem duas dimensões. Por um lado, temos plataformas globais como a Fórmula 1 ou o MotoGP, que são ferramentas muito fortes de visibilidade internacional. Mas, depois, existe algo igualmente importante: a ligação local. Competições de ralis, equipas próximas das pessoas, carros que os fãs reconhecem e com os quais se identificam.

Quando alguém vê um carro de rali baseado num modelo que pode conduzir no dia a dia, cria-se uma ligação direta. A marca deixa de parecer distante e passa a fazer parte da realidade das pessoas.

“ O sucesso competitivo (...) não chega. Podemos estar perante um piloto extremamente vitorioso, mas se faltar respeito pelos outros ou se houver arrogância, então deixa de fazer sentido qualquer parceria ”

“ Em apenas dois anos, fiz quase 70 mil km com a primeira moto que comprei. Atravessei grande parte da Europa com amigos, fomos a Itália, Espanha... eram pequenas motos, mas grandes aventuras ”





“ O desporto tem algo de muito autêntico. Fala de desempenho, de compromisso e de trabalho em equipa. São exatamente os mesmos princípios que procuramos aplicar na nossa profissão diariamente ”



Quando participas em eventos, como o Estoril Classics, estás lá mais como empresário ou como fã?

Diria que sou 100% fã (risos). Claro que a Fórmula 1 é muito importante para a visibilidade global da marca, mas, muitas vezes, é um ambiente muito exclusivo. Está-se numa sala VIP, com janelas fechadas, a ver a corrida num ecrã. Para mim, o desporto motorizado também significa sentir os motores, estar perto das pessoas, conversar com quem constrói e conduz os carros.

O que torna o desporto motorizado tão especial?

É a autenticidade. As pessoas podem ver os carros de perto, falar com os pilotos, discutir detalhes técnicos. É algo muito real. Nunca comprarei um Fórmula 1 (risos). Um bom carro de rali clássico? Isso já é algo que podemos imaginar conduzir e viver.

Qual foi a ideia original que presidiu à criação do LIQUI MOLY Experience Center, onde nos encontramos?

Durante muitos anos, pensei que seria interessante criar um espaço onde pudéssemos realmente viver aquilo que fazemos. Não apenas andar com um catálogo na mão e mostrar produtos. A ideia era criar um lugar onde clientes, técnicos e fãs da marca pudessem ver, experimentar e sentir aquilo que representa a LIQUI MOLY.

O Experience Center é mais comunicação de marca ou partilha de paixão?

Diria que é, sobretudo, partilha de paixão. Naturalmente ajuda a comunicar a marca, mas a ideia principal é aproximar as pessoas daquilo que fazemos. Queremos que quem vem aqui possa tocar nos produtos, ver os carros, falar com as equipas e perceber melhor a cultura que está por detrás da marca.

O que gostarias que os visitantes sentissem quando entram neste espaço?

Gostaria que sentissem paixão. Que percebam que este espaço foi criado por pessoas que gostam verdadeiramente de carros, motores e competição. Se alguém entra aqui e sente vontade de ficar mais tempo, conversar ou aprender mais, então o objetivo está cumprido.



“ Queremos que quem vem aqui (ao LIQUI MOLY Experience Center) possa tocar nos produtos, ver os carros, falar com as equipas e perceber melhor a cultura que está por detrás da marca ”





Desporto com **assinatura empresarial**

Do *drift* ao *rugby*, do ciclismo ao futsal, sem esquecer os desportos motorizados, as empresas “aceleram” patrocínios que ligam marcas, emoção e comunidade

Por: Bruno Castanheira e Jorge Flores

Há muito que o desporto deixou de ser apenas competição. Tornou-se palco de paixão, vitrine de talento e terreno fértil para histórias que unem marcas, atletas e comunidades. Em Portugal e além-fronteiras, várias empresas do *aftermarket* automóvel encontraram no desporto uma forma de afirmar valores como desempenho, trabalho em equipa e superação.

LIQUI MOLY

Da Fórmula 1 ao rugby mundial

A ligação da LIQUI MOLY ao desporto é tão intensa quanto diversificada. No automobilismo, a marca tornou-se *naming partner* do Campeonato Portugal Drift, modalidade que apoia desde 2022. A aposta nas corridas continua com a parceria com a equipa alemã Black Falcon Motorsport, presença regular na Série de Longa Distância do Nürburgring (NLS) e nas 24 Horas no Eifel. Ao mesmo tempo, mantém uma forte ligação ao motociclismo ao lado da Dorna Sports, organizadora do MotoGP, sendo patrocinadora oficial da categoria-rainha e dando nome ao Grande Prémio da Alemanha. A marca apoia ainda a equipa LIQUI MOLY Dynavolt Intact GP e o piloto Luca Engstler, na LIQUI MOLY Engstler Team. A presença no desporto motorizado estende-se, também, à Fórmula 1, onde figura como parceira oficial.

Mas a ambição vai para além do asfalto. A empresa tornou-se parceira oficial do Campeonato Mundial de Rugby Masculino de 2027 e do Campeonato Mundial de Rugby Feminino de 2029, ambos na Austrália. Nos desportos de inverno, a marca tem, também, uma presença muito forte. Já no andebol, patrocina os Campeonatos Europeu e Mundial. Em cima da água, a LIQUI MOLY é *main sponsor* da Federação Portuguesa de Motonáutica e patrocina Duarte Benavente, o único piloto português de F1 e F2. Em Portugal, é *premium partner* do Estoril Classics e marca presença na série Historic Endurance. Soma-se ainda a parceria com a Betamotor, iniciada em 2014, apoiando equipas de fábrica em competições como MXGP, EnduroGP e TrialGP.

bilstein group

Raízes locais, espírito competitivo

O bilstein group encontrou no desporto uma forma



de reforçar a ligação às comunidades onde está presente. O apoio estende-se a modalidades como automobilismo, atletismo ou basquetebol. No universo dos ralis, associa-se ao Rallye das Camélias e ao Camélias Classic Rallye. Ao mesmo tempo, mantém um forte compromisso com o desporto local através do apoio a clubes da região de Mafra e Malveira. Entre os exemplos, estão os Amigos do Atletismo de Mafra, a equipa sénior feminina de basquetebol Lobos da Malveira, a equipa de triatlo do Clube Desportivo da Venda do Pinheiro e o Atlético Clube da Malveira, refletindo uma estratégia próxima das comunidades.

Sparkes & Sparkes

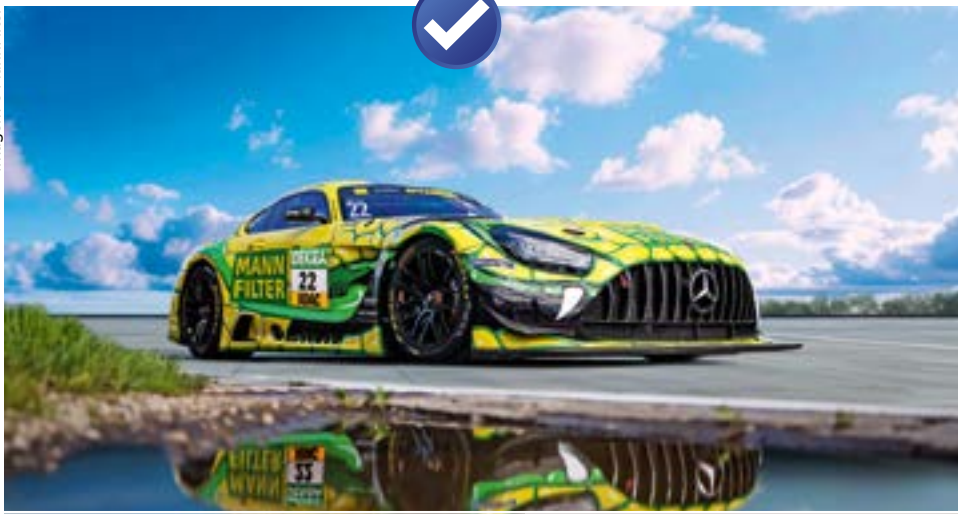
Diversidade competitiva

A Sparkes & Sparkes reparte a sua presença por várias modalidades, com destaque para o desporto motorizado. Apoia a equipa Project 4 Motorsport no Campeonato Nacional Super Legends 2026 com três viaturas e patrocina, também, uma equipa de *karting*. A aposta no desporto estende-se ainda ao basquetebol, com presença em competições como o FIBA U20 Women's EuroBasket, o Torneio Internacional de Braga e a Taça Hugo dos Santos. No ciclismo, é patrocinadora principal da equipa da ACDR de Santo Tirso e apoia, igualmente, a equipa da Maia, associando-se ainda a provas organizadas pelo Jornal de Notícias, O Jogo e a TSF.

Beta

Meio século de velocidade

A história da Beta (representada em Portugal pela Bolas) no desporto motorizado começou há mais de meio século. Em 1972, as suas ferramentas surgiram nos carros de Fórmula 2 e Fórmula 3 de Tino e Vittorio Brambilla. Dois anos depois, entrou na Fórmula 1 e, em 1975, o March Beta de Vittorio Brambilla venceu o Grande Pré-



mio da Áustria. Desde então, a presença nas competições tem sido constante. As ferramentas da marca estão, hoje, nas garagens das principais categorias do motociclismo internacional, incluindo MotoGP, Moto2, Moto3, MotoE, Superbike e Supersport.

O desporto automóvel funciona como laboratório de desenvolvimento de produtos. Mas a Beta também está presente no ciclismo, como parceira de equipas como a Polti Kometa e a UAE Team Emirates, sendo ainda patrocinadora oficial do Giro Rosa. Ao longo dos anos, apoiou ainda competições náuticas, como o Campeonato Mundial de Offshore.

Bolas

Entre trilhos e talento jovem

A Bolas tem apostado numa presença diversificada no desporto, sobretudo em modalidades ligadas ao universo automóvel e à aventura. A empresa eborense tem patrocinado provas de BTT e apoiado pilotos de carros clássicos e competidores em provas de todo-o-terreno. Outro projeto que acompanha é a Formula Student, iniciativa académica que desafia estudantes universitários a conceber e construir protótipos de competição.

MANN-FILTER

Resistência dentro e fora da pista

O ADN competitivo da MANN-FILTER manifesta-se, sobretudo, nas corridas de resistência. A marca participa em campeonatos como DTM, GT3 World Challenge Europe, ADAC GT Masters e Intercontinental GT Challenge. No universo dos camiões de corrida, apoia a equipa tankpool24 Racing Team da FAAS Truckracing, no FIA European Truck Racing Championship. A aposta estende-se, também, ao todo-o-terreno, com o apoio ao camião Instatrade Loprais Team De Rooy FPT da dupla Aleš Loprais e David Kripal no Rallye Dakar 2026. O envolvimento não se limita ao desporto motorizado: em 2024, foi, também, patrocinadora principal da Maratona de Zaragoza.



Imagem © ADC-Santaisabel



Imagem © Marcel Lorenz

Interescape

Desporto com missão social

Para a Interescape, o desporto é, também, uma forma de criar impacto social. A empresa patrocina todos os escalões de polo aquático do Clube Naval Povoense. Mais recentemente, apoiou a equipa DreamComeTrue, protagonizada pela dupla Pedro e Tiago. O Citroën Saxo com que competiam na Classe X1 do Campeonato Regional Norte de ralis tornou-se símbolo de um projeto que partilha a paixão pelos ralis com crianças e famílias desfavorecidas.

Motorbus

Apoio transversal ao desporto

A Motorbus apoia atletas e clubes de diferentes modalidades. No desporto motorizado, destaca-se o patrocínio ao piloto Daniel Silva, no Campeonato de Portugal de Todo-o-Terreno, e ao piloto José Eduardo Rodrigues, no FIA European Truck Racing Championship. A empresa marca, também, presença no futebol, com o Clube Desportivo Ribeira Brava. No futsal, colabora com o ADC Santa Isabel, nos escalões de formação e seniores da 2.ª Divisão, e com o C.C.D. Ordem, dedicado à formação. O apoio estende-se ainda ao andebol, com o Sporting Clube de Espinho.

Mewa

Futebol e ciclismo em alta rotação

A Mewa aposta numa estratégia consistente de patrocínio. Desde 2013, é parceira do clube alemão 1. FSV Mainz 05. Em 2021, o estádio passou a chamar-se Mewa Arena. Além do *naming*, o apoio inclui áreas comerciais, o centro de treino juvenil, as equipas femininas, a Escola de Futebol e o KidsClub. Nos últimos anos, a empresa reforçou, também, a presença no ciclismo. Depois de ter sido patrocinadora principal da Flanders Classics, a marca surge, agora, associada à equipa UCI WorldTeam Red Bull-BORA-hansgrohe, presente na Vuelta 2026 e no Tour de France.



— LIQUI MOLY —

Quer prevenir fugas de óleo?

Manchas de óleo ou perda de líquido de refrigeração podem indicar vedantes degradados. A LIQUI MOLY revela soluções simples que ajudam a resolver o problema

Por: Jorge Flores

Muitos automobilistas já passaram por esta situação: pequenas manchas de óleo no local onde o carro esteve estacionado ou uma perda involuntária de líquido de refrigeração. “São sinais que podem indicar fugas em diferentes componentes do veículo. Embora sejam problemas relativamente comuns, existem soluções simples que permitem resolvê-los de forma rápida e eficaz”, assegura a LIQUI MOLY.

“Com o passar dos anos, os vedantes de borracha e de plástico vão perdendo elasticidade. Quando não recebem tratamento adequado, secam, tornam-se porosos e podem acabar por quebrar”, afirma. E continua: “Este desgaste natural pode originar fugas de óleo provenientes do motor, da caixa de velocidades ou da direção assistida. Um dos primeiros sinais é precisamente a presença de pequenas manchas de óleo no chão”.

A utilização de aditivos específicos pode ajudar a resolver estas situações. “Ao serem adicionados ao respetivo lubrificante, estes produtos regeneram vedantes de borracha e plástico (como retentores ou vedantes das hastas das válvulas) devolvendo-lhes flexibilidade. Assim, os vedantes recuperam a sua função e evitam novas fugas”, diz.

Fuga de óleo do motor

“O Tapa Fugas de Óleo atua, diretamente, nos vedantes do motor, ajudando a regenerar componentes em borracha e plástico, como retentores do veio ou vedantes

das hastas das válvulas”, explica. “Ao recuperar a elasticidade destas peças, evita o aparecimento de manchas de óleo debaixo do veículo”, sublinha. Além disso, “ajuda a reduzir a diluição do óleo, diminui ruídos do motor e pode contribuir para baixar o consumo de óleo associado aos segmentos dos pistões e às guias das válvulas”, reforça. “Entre os principais benefícios, destacam-se ainda a redução de fumo, a prevenção de contaminação ambiental e a conservação dos vedantes”.

Fuga de óleo da caixa de velocidades

As fugas na caixa de velocidades também podem ser resolvidas com recurso a aditivos específicos. “O Tapa Fugas de Caixa de Velocidades foi desenvolvido para regenerar vedantes endurecidos ou ressequidos, evitando perdas de óleo e o aparecimento de manchas no pavimento”, esclarece. Ao manter o nível correto de lubrificação, contribui para o funcionamento adequado das engrenagens e reduz o risco de avarias causadas por níveis de óleo demasiado baixos. “É compatível com os óleos para caixas de velocidades disponíveis no mercado e destaca-se pela aplicação simples e melhoria da segurança de funcionamento da transmissão”, acrescenta.

Fuga de óleo da direção assistida

No sistema de direção assistida, os vedantes também podem perder eficiência

com o tempo. “O Tapa Fugas de Óleo da Direção Assistida ajuda a proteger e regenerar vedantes de borracha e plástico da caixa de direção, eliminando perdas de óleo e prevenindo novas fugas”, afirma. Além de restaurar a estanquidade do sistema, este tipo de aditivo “contribui para limpar canais e orifícios internos, renovar o desempenho do óleo e reduzir ruídos de funcionamento”, diz. “Resultado: maior durabilidade do sistema e menores custos de reparação”, garante.

Fugas de radiador

“Nem todas as fugas estão relacionadas com óleo”, afirma. “Uma perda de líquido de refrigeração pode indicar fissuras no radiador ou em componentes do circuito. Em muitos casos, estas microfissuras podem ser seladas a partir do interior do sistema”, revela. Os aditivos específicos para radiadores contêm partículas que se acumulam nas pequenas fissuras e as vedam sob pressão. “Quando o radiador atinge a temperatura de funcionamento, essas partículas fundem-se e criam uma vedação duradoura”, acrescenta. “O Tapa Fugas para Radiadores permite vedar, rapidamente, pequenas fugas e proteger o motor contra danos causados pela entrada de líquido de refrigeração na câmara de combustão”, diz. E conclui: “É compatível com os anticongelantes mais comuns e pode, também, ser utilizado de forma preventiva para reforçar a proteção do sistema de arrefecimento”.



— OSRAM —

Soluções altamente versáteis

São nada menos do que 30 os modelos que compõem, atualmente, a gama de luzes LED de inspeção da OSRAM. Ao fornecerem iluminação brilhante onde é necessária, as LEDinspect colocam o foco nas operações de manutenção e reparação

Por: **Bruno Castanheira**

“Não deixe que a pouca visibilidade o faça hesitar. Esteja a trocar um pneu, a colocar óleo e água no veículo ou, simplesmente, a realizar uma inspeção de rotina, a nossa gama de luzes LED de inspeção (LEDinspect) está à sua disposição para ajudá-lo no escuro”, começa por adiantar a OSRAM. Segundo diz, “as luzes de inspeção são uma parte vital da caixa de ferramentas de qualquer profissional ou cliente particular. As luzes para colocar debaixo do *capot*, por exemplo, fornecem iluminação brilhante numa área ampla para permitir que se trabalhe com a máxima visibilidade”. De acordo com a especialista em iluminação, “a nossa gama LEDinspect permite que os utilizadores coloquem a luz exatamente onde ela é necessária. As luzes de inspeção multifuncionais adaptam-se, perfeitamente, ao ambiente da oficina ou garagem, graças às suas características, robustez, flexibilidade e *design* duradouro, estando disponíveis para diversas tarefas em muitas áreas de atividade”.

Oferta variada

Entre modelos potentes, flexíveis e basculantes, com ímanes fortes, para mãos livres, para fixar na cabeça ou no pescoço, são nada menos do que 30 as opções disponíveis na gama LEDinspect. Como novidade, destaca-se o LEDinspect 3-IN-1

INSPECTION LIGHT KIT, que reúne, num único dispositivo, três tipos de luz — de lanterna, de inspeção e luz de pescoço de gancho — e quatro modos de intensidade (alto, médio, eco e *flash*), adequando-se a múltiplos contextos. “Este *kit* multifuncional foi concebido a pensar nos profissionais, mas, também, nos utilizadores particulares que valorizam soluções práticas e fiáveis”, explica a OSRAM. Já a LEDinspect FLEXIBLE INSPECTION LIGHT, a luz de inspeção mais versátil da marca, com tiras elásticas amovíveis, pode ser instalada em áreas com uma largura de até 2,1 m. “A tira de luz é totalmente flexível, permitindo que se curve, por exemplo, sob o arco da roda ou em torno do espaço de trabalho. As extremidades rotativas contam com ligações magnéticas fortes e carregamento USB-C. Pode ser fixada a superfícies metálicas com ímanes ou a várias áreas do veículo com os ganchos de montagem”, afirma a OSRAM.

No caso da gama LEDinspect PRO TORCH 500, 800 e 1200, foi desenhada para responder às exigências de profissionais que trabalham em ambientes com pouca luz ou em condições adversas. “Equipadas com tecnologia LED de alta potência, estas luzes oferecem uma iluminação fiável, precisa e duradoura: essencial para oficinas, garagens ou até atividades no

exterior”, garante a empresa. “Fabricadas em alumínio resistente e com pega de borracha para conforto e segurança no manuseamento, estas luzes ostentam a classificação IP44, garantindo proteção contra poeiras e salpicos de água. A gama destaca-se pela versatilidade, autonomia e robustez”, enfatiza.

Dois anos de garantia

A gama de luzes LED de inspeção caracteriza-se pelo *design* excepcional, benefícios individuais otimizados e características particulares para cada modelo. Quem o diz é a OSRAM, acrescentando que “as LEDinspect proporcionam a luz certa para as necessidades específicas de cada utilizador. Uma gama de produtos alargada para dar resposta a um amplo espectro de tarefas, desafios e áreas de aplicação”. E vai mais longe: “Adequadas para trabalhos de manutenção e reparação, para uso profissional e privado, para mecânicos, técnicos, adeptos de automóveis e para qualquer pessoa que precise de iluminação robusta e duradoura com produtos flexíveis e ajustáveis, cada luz de inspeção LEDinspect reflete uma compreensão das aplicações profissionais. A gama é versátil e diversificada, permitindo o uso preciso, eficiente e eficaz da luz. A OSRAM oferece dois anos de garantia para estes produtos”.

NÃO É SÓ UM ÓLEO!

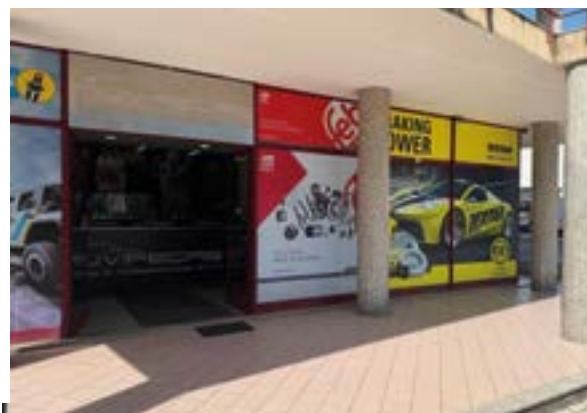
O NOVO TOP TEC 6320 5W-30 É A ESCOLHA CERTA PARA MODELOS STELLANTIS.

O Top Tec 6320 5W-30 foi desenvolvido para veículos a gasolina e diesel das marcas Citroën, DS, Fiat, Jeep, Opel, Peugeot e Toyota com motores PSA. Compatível com as especificações Stellantis FPW9.55535/03, PSA B71 2290, PSA B71 2297, ACEA C3 e API SP, é a escolha certa para muitos modelos no mercado. Com esta novidade, ampliamos a gama para os veículos do grupo Stellantis, garantindo sempre o óleo ideal para cada motor. Seja lubrificantes, aditivos, produtos de cuidado ou de serviço – temos a solução certa. Mais de 4.000 produtos. Uma missão: manter a mobilidade em movimento.



**LIQUI
MOLY**

FOR THE DRIVERS



GoShop

Nuvipeças: 30 anos e uma nova vida

Empresa celebra três décadas de atividade e reforça presença no mercado e proximidade às oficinas através da comunidade GoShop, desenvolvida pela Romafe

Por: **Jorge Flores**

Com três décadas de atividade no mercado nacional, a Nuvipeças vive uma fase de renovação estratégica marcada pela integração na GoShop, comunidade desenvolvida pela Romafe para ligar distribuidores, oficinas e fornecedores. Com um conceito orientado para a eficiência e proximidade ao mercado, a GoShop dispõe de uma rede parceiros que promove a colaboração e a partilha de benefícios entre todos.

A adesão da Nuvipeças à GoShop surge como parte de um processo de modernização da empresa e de adaptação às novas dinâmicas do setor. “Estar na GoShop significa poder disponibilizar produtos de forma mais rápida, transparente e eficiente, mantendo o mesmo compromisso de qualidade e confiança que caracteriza a Nuvipeças há 30 anos”, explica João Melo, administrador.

Relações de confiança

A história da Nuvipeças começa, precisamente, há três décadas, quando Augusto Melo, pai de João Melo, juntamente com um sócio, identificou uma oportunidade no mercado das peças e componentes para automóveis. A experiência de ambos no setor e a vontade de empreender levaram à criação

de uma empresa assente na proximidade com os clientes e em relações de confiança com fornecedores e parceiros. “Ao longo dos primeiros anos fomos consolidando a nossa posição no mercado, crescendo de forma sustentada e acompanhando a evolução do setor”, recorda João Melo.

Com o passar do tempo, a empresa foi evoluindo também ao nível da gestão. Há cerca de 10 anos, João Melo assumiu funções como administrador, numa fase que coincidiu com uma reorganização societária e com uma aposta mais clara na modernização da empresa. “Foi um momento importante para preparar a Nuvipeças para os desafios futuros e para um setor em constante transformação”, afirma o responsável.

Portefólio abrangente

O próprio nome da empresa tem uma origem curiosa. Nuvipeças resulta da junção das iniciais de Nuno e Vítor (filhos do antigo sócio do fundador) com a palavra “peças”, numa escolha feita ainda na fase inicial do projeto. Com o passar dos anos, o nome ganhou identidade própria e passou a representar o percurso e a credibilidade da empresa no mercado.

Hoje, a Nuvipeças disponibiliza um por

tefólio abrangente de peças e componentes para automóveis, cobrindo áreas como travagem, suspensão, motor, transmissão, sistema elétrico, iluminação e chaparia, além de consumíveis e produtos de manutenção. “O nosso objetivo é que os clientes encontrem na Nuvipeças um parceiro capaz de responder às necessidades da manutenção e reparação automóvel, com rapidez e fiabilidade”, sublinha João Melo.

Aumentar visibilidade

É neste contexto que a presença na GoShop assume particular relevância. Além de aumentar a visibilidade dos produtos e agilizar processos de encomenda, a comunidade contribui, também, para uma relação mais próxima com as oficinas. “A GoShop oferece ferramentas, programas e formações direcionadas aos profissionais do setor, o que nos permite acompanhar melhor as suas necessidades e reforçar a confiança na Nuvipeças”, destaca o responsável.

A Nuvipeças olha para o futuro com ambição renovada. “Queremos continuar a crescer dentro da comunidade GoShop, explorar novas oportunidades e reforçar o compromisso de qualidade e serviço que sempre marcou a nossa história”, conclui.

We are not meant
to stand still.
Move with us.



Leasys.com/pt

siga-nos em    

LEASYS
The New Mobility Choice



Cetrus

34 anos a elevar o nível

Especializada no fornecimento de equipamento oficial, com particular ênfase nos sistemas de elevação, a Cetrus celebra 10 anos de parceria estratégica com a EAE, reconhecida, hoje, como um dos maiores fabricantes mundiais do setor

Por: **Bruno Castanheira**

No competitivo mundo do pós-venda automóvel, a longevidade é um selo de qualidade. “A Cetrus, com um percurso de 34 anos a operar em Portugal, conhece, como poucos, as exigências de quem está ‘no chão da oficina’. Desde a sua fundação, a empresa especializou-se no fornecimento de equipamento oficial, com um foco muito particular nos sistemas de elevação — o pilar central de qualquer operação de manutenção ou reparação”, começa por enquadrar Edmundo Costa, diretor de projeto e compras da Cetrus. A celebrar 10 anos de parceria estratégica com a EAE, a Cetrus consolida a sua posição como o parceiro de confiança das oficinas nacionais. “Ao aliar 34 anos de experiência no terreno à capacidade industrial da EAE, a empresa oferece, hoje, uma das gamas de elevação mais completas e tecnologicamente avançadas do mercado”, afirma o responsável.

Parceria de visão global

Embora a Cetrus fosse já uma referência histórica, o ano de 2016 marcou o início de uma era com a introdução da EAE Automotive Equipment no seu portefólio. “O que começou por ser uma aposta num fabricante dinâmico transformou-se numa parceria de uma década, pautada pelo crescimento mútuo”, recorda Edmundo Costa. Segundo diz, “a EAE, apesar da sua relativa juventude face aos gigantes centenários, operou uma ascensão meteórica. Hoje, é reconhecida como um dos maiores fabri-

cantes mundiais, com uma presença imponente nas feiras internacionais de maior prestígio, como Frankfurt, Xangai e Dubai”. E vai mais longe: “Esta visibilidade global não é apenas cosmética, reflete a capacidade da marca em ditar tendências e responder, em tempo real, às necessidades de um setor em mutação acelerada”.

Gama sem fronteiras

Um dos grandes trunfos desta parceria de uma década é a amplitude da oferta. A Cetrus não se limita a fornecer o «elevador padrão». Através da EAE, consegue responder a nichos específicos com a mesma eficácia com que equipa grandes centros de reparação multimarca. A gama contempla elevadores para veículos de duas rodas (específicos para motociclos, garantem ergonomia e segurança num segmento em franco crescimento), para veículos ligeiros e comerciais (a “espinha dorsal” da oficina, com modelos de duas colunas - com e sem base - e de tesoura, otimizados para rapidez de posicionamento) e para viaturas pesadas (soluções robustas de colunas móveis ou elevadores de plataforma, capazes de suportar a exigência técnica do transporte de mercadorias e passageiros).

Desafio do peso

O mercado automóvel atravessa uma transformação radical. “Com a introdução massiva de baterias nos veículos elétricos e híbridos, bem como o aumento das dimensões

dos SUV, o peso médio das viaturas que entram na oficina disparou”, alerta Edmundo Costa. Antecipando esta realidade, a EAE tem vindo a redesenhar os seus modelos mais populares. “Não se trata apenas de reforçar a estrutura, mas, antes, de uma reengenharia completa: braços e plataformas com maior resistência à torção, geometrias atualizadas para alcançar pontos de elevação de chassis mais largos e sistemas de segurança ativos que garantem estabilidade absoluta sob cargas extremas”, enfatiza o diretor de projeto e compras da Cetrus.

Inovação e proximidade

A presença da EAE em certames internacionais permite à Cetrus trazer para Portugal o que de melhor se faz no mundo. “Contudo, o sucesso destes 10 anos não se explica apenas pela máquina, mas pelo suporte”, dá conta Edmundo Costa. “A experiência de 34 anos da Cetrus garante que cada elevador EAE instalado conte com uma equipa técnica capaz de assegurar a montagem, a afinação e a manutenção preventiva, maximizando o tempo de vida útil do investimento”, refere. “Ao olharmos para o futuro, a parceria entre a Cetrus e a EAE parece mais sólida do que nunca. Num setor onde a tecnologia não para, ter um parceiro que redesenha os seus produtos para enfrentar os desafios do peso e da conectividade é, para a oficina portuguesa, a maior garantia de rentabilidade”, conclui.

FORTES INDIVIDUALMENTE, IMBATÍVEIS EM EQUIPA



O bilstein group é um grupo de empresas familiares na sua sétima geração, com sede em Ennepetal, na Alemanha. As marcas de produto de renome internacional febi, SWAG e Blue Print estão debaixo do mesmo “teto”.

A vantagem para clientes e parceiros: recebem tudo de uma única fonte. Através da partilha de competências e serviços oferecemos aos nossos clientes mais de 80 000 peças de reposição, através de uma fonte única e confiável, para todos os modelos atuais de veículos ligeiros e pesados.



Leasys

Mobilidade certificada

A Leasys renovou a certificação do seu Sistema de Gestão integrado (SGI), que integra as normas ISO 9001 – Sistema de Gestão da Qualidade – e ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental –, num processo efetuado pela Bureau Veritas

Por: **Bruno Castanheira**

A Leasys, *joint venture* entre a Stellantis e o Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, especializada em soluções de mobilidade, desde o aluguer de médio e longo prazo até à gestão de frotas empresariais, iniciou 2026 com forte dinamismo. Em janeiro, anunciou, com a Mudum, uma nova parceria estratégica na área da mobilidade, com foco na integração de soluções de seguros em modelos de *renting* e gestão de frotas no mercado português. Esta parceria assenta numa visão comum sobre o futuro da mobilidade e consolida a ligação entre dois grandes grupos europeus de referência, o Crédit Agricole e a Stellantis.

O acordo surge num contexto de transformação do setor, marcado por novas formas de utilização do automóvel e por uma procura crescente de soluções mais completas, simples e orientadas para o cliente. No âmbito desta colaboração, a Leasys passa a integrar, de forma mais abrangente, soluções de seguros no seu ecossistema de serviços, reforçando a sua proposta junto de clientes empresariais e particulares que procuram uma experiência de mobilidade mais fluida e integrada.

Eficiência e sustentabilidade

Em março, foi a vez da recertificação do

seu Sistema de Gestão integrado (SGI), que representa a continuidade de um percurso sólido e consistente na adoção das melhores práticas de gestão, reforçando o compromisso com a excelência do serviço prestado ao cliente e na proteção do ambiente. A Leasys é, desde 2016, certificada pela norma ISO 9001, consolidando uma cultura organizacional orientada para a melhoria contínua, eficiência de processos e foco permanente na satisfação do cliente. Em 2022, a empresa ampliou o seu compromisso ao conquistar a certificação ISO 14001, reforçando a responsabilidade ambiental, a prevenção da poluição e a redução do impacto das suas atividades.

A recertificação do SGI confirma a ro-



bustez, a transparência e a eficácia do modelo de gestão implementado, demonstrando o alinhamento com exigentes padrões internacionais e de reconhecimento global. Nuno Jacinto, diretor-geral da Leasys Portugal, começa por explicar que “a recertificação das normas ISO 9001 e 14001 representa muito mais do que um reconhecimento formal: reflete o nosso compromisso diário com a qualidade, a responsabilidade ambiental e a melhoria contínua”. Segundo diz, “evidencia o nosso esforço contínuo para operar de acordo com rigorosos padrões internacionais e promove processos mais eficientes e sustentáveis, reforçando a fiabilidade e a redução de riscos”.

O diretor-geral da Leasys Portugal revela ainda que a recertificação do SGI “consolida uma prática de gestão sólida e controlada, fortalecendo a confiança dos nossos clientes, parceiros e colaboradores. Acima de tudo, permite que a empresa ofereça uma experiência consistente e de excelência para quem confia nela”. Com esta recertificação, a especialista em soluções de mobilidade reafirma o seu compromisso em criar valor sustentável, combinando qualidade, responsabilidade ambiental e excelência operacional como pilares estratégicos do seu crescimento.



AS
CETRUS

33
anos

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA OFICINAS

A Cetrus posiciona-se como uma referência no setor automóvel, sendo especialista no desenvolvimento de layouts oficinais e na comercialização de todo o tipo de equipamentos para oficinas.



WWW.CETRUS.PT



Saiba mais em:



Luz exatamente onde necessita Com práticas luzes LED de inspeção LEDinspect®

A gama LEDinspect® da OSRAM oferece soluções de iluminação potentes e versáteis para oficinas e entusiastas de bricolage:

- Design Flexível e Elegante: Perfeitas para espaços apertados sob o capot ou os para-lamas das rodas.
- Conveniência Mãos Livres: Bases magnéticas, ganchos e acessórios múltiplos permitem posicionamentos precisos.
- Iluminação Multimodo: Alterne entre feixes focalizados e amplos para ótima visibilidade.
- Recarregáveis e duradouras: Longos tempos de funcionamento e construção robusta para uso profissional.

Impulsione a segurança com ferramentas essenciais de iluminação OSRAM para cuidados do automóvel.

Esteja pronto para a estrada

OSRAM