



CHECK-UP

media

AFTERMARKET AUTOMÓVEL

Expo
MECÂNICA²⁶
10 ANOS

Este suplemento é parte integrante da revista Carros & Motores n.º 157, não podendo ser vendido separadamente

Suplemento especial
Carros



Esteja pronto para a estrada

A confiança vem agora numa nova gama de produtos



A OSRAM tem vindo a transformar a noite em dia há mais de 110 anos. Agora estamos a ir além da luz com uma nova gama de produtos concebidos para o manter em movimento, não importa o que surja pela frente – desde luzes de inspeção, a inversores, ao cuidado dos pneus e da bateria. Onde quer que esteja, para onde quer que vá, esteja pronto para a estrada.

Descubra o nosso portefólio de Cuidado e Equipamento Automóvel em osram.pt/am



expoMECÂNICA 2026

10.ª edição inclui centenas de marcas, novidades e áreas dedicadas ao *aftermarket*. Conheça a distribuição dos pavilhões e localize os principais espaços da feira 4

Entrevista

A poucos dias da abertura de portas da expoMECÂNICA 2026, José Manuel Costa recebeu o Check-up, falou da maior edição de sempre e abordou o futuro do pós-venda 6

Atualidade

Ao longo de uma década, a feira cresceu em dimensão, notoriedade e influência, acompanhando a evolução de um setor cada vez mais profissional e tecnológico 12

Empresas

LIQUI MOLY	16
OSRAM	18
GoShop	20
Sparkes & Sparkes	21
Filourém	22
Exide	24
AD	26
Mewa	27
Japopeças	28
Varipeças	30

FICHA TÉCNICA

Redação

Jorge Flores (Editor)
jorgeflores@checkupmedia.com

Bruno Castanheira (Editor)
brunocastanheira@checkupmedia.com

Fotografia

Fernando Teixeira

Design e paginação

Boris Creative Collective

www.checkupmedia.com

geral@checkupmedia.com

Siga-nos nas redes sociais



Imagem de capa: © **magnific.com**



Imagem © Estelle Valente

Inteligência não artificial

A expoMECÂNICA assinala a sua 10.ª edição e confirma o percurso de afirmação que a transformou no mais importante evento do *aftermarket* automóvel em Portugal. Organizada pela Kikai Eventos desde 2014, a feira tem crescido em dimensão, notoriedade e influência, acompanhando a evolução de um setor cada vez mais profissional, tecnológico e orientado para a proximidade entre os diferentes *players* do mercado. O empenho e a dedicação da dupla José Manuel Costa e Sónia Rodrigues (sem esquecer o imprescindível contributo de Cátia Santos e Judite Leal) estão na génese deste sucesso. A expoMECÂNICA é, hoje, muito mais do que um espaço de exposição. É o ponto de encontro para fabricantes, distribuidores, retalhistas, oficinas, parceiros tecnológicos e associações, promovendo um ambiente onde o *networking*, a partilha de conhecimento e o reforço das relações comerciais assumem um papel central.

Mais internacional, mais evoluída e mais especializada, a expoMECÂNICA é, durante três dias, a "meca" do pós-venda automóvel em Portugal, sendo o resultado, não de uma conquista individual, mas de um esforço coletivo que envolve empresas e parceiros rumo a um objetivo comum. O forte desempenho comercial da feira confirma aquilo em que a organização sempre acreditou: que o setor precisava de uma plataforma mais robusta, dinâmica e preparada para responder às mudanças da mobilidade e da reparação automóvel. Mais do que um evento, a expoMECÂNICA pretende ser um motor de transformação positiva para o *aftermarket* português. E por mais que a Inteligência Artificial, a eletrificação e a conectividade ditem as tendências, é a proximidade humana, o conhecimento do terreno e a ligação genuína ao automóvel que permitem erguer um evento desta dimensão. Tudo embalado com emoção, que mais não é do que um superpoder da inteligência não artificial. Certas experiências não se descrevem, vivem-se. É precisamente o que vai fazer o Check-up na edição de 2026 da expoMECÂNICA.

Bruno Castanheira

brunocastanheira@checkupmedia.com



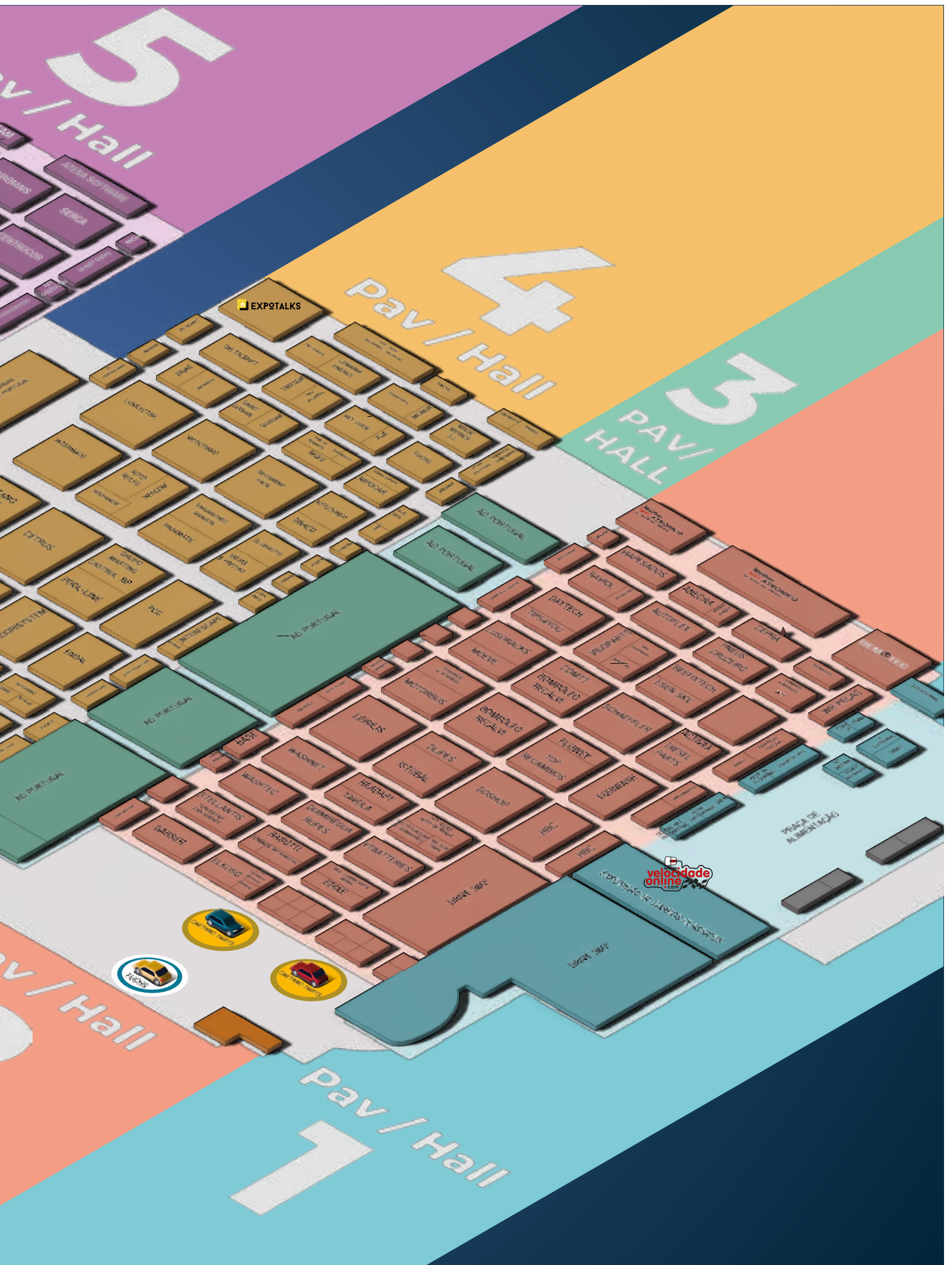
✓ CHECK-UP
Carros



expoMECÂNICA 2026

Descubra os pavilhões da 10.^a edição

A expoMECÂNICA regressa para a sua 10.^a edição com centenas de marcas, novidades e áreas dedicadas ao *aftermarket* automóvel. Nesta infografia, fique a conhecer a distribuição dos pavilhões e localize os principais espaços de uma feira que continua a crescer em dimensão e relevância no setor. Venha visitar o Check-up e a Carros & Motores ao Pavilhão 5, Stand B04a



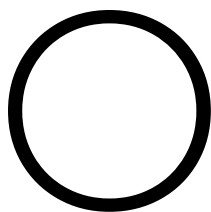


José Manuel Costa

“ O verdadeiro sucesso mede-se no impacto depois da expoMECÂNICA terminar ”

Por: Jorge Flores Fotos: Fernando Teixeira

A poucos dias da expoMECÂNICA 2026, José Manuel Costa recebeu o Check-up e falou da maior edição de sempre e do futuro do *aftermarket* automóvel



Douro segue tranquilo junto às instalações da Kikai, quase indiferente ao movimento constante que antecede a abertura de portas da expoMECÂNICA 2026, entre os dias 29 e 31 de maio, na Exponor, em Matosinhos. Entre telefonemas, reuniões, decisões técnicas e os inevitáveis detalhes de bastidores, vive-se um ambiente de concentração absoluta em torno daquela que será a 10.^a e maior edição de sempre da feira.

Foi neste cenário, entre a serenidade do rio e a intensidade própria dos dias que antecedem um grande evento, que José Manuel Costa recebeu a equipa do Check-up. Sem formalismos, sem necessidade de exibir cargos ou estatutos, o responsável da Kikai e da expoMECÂNICA mantém uma postura discreta e próxima, mais focada no trabalho e na equipa do que em protagonismos pessoais.

Ao longo da conversa, percebe-se, rapidamente, que a edição de 2026 da expoMECÂNICA representa muito mais do que um

marco simbólico. Representa a afirmação de um *aftermarket* português mais moderno, tecnológico e preparado para enfrentar uma transformação que já está em curso. Hoje, fala-se de Inteligência Artificial, eletrificação, conectividade, diagnóstico avançado e gestão digital de oficinas com a mesma naturalidade com que, há uns anos, se falava apenas de mecânica tradicional.

A feira cresceu com o setor e acompanha a velocidade a que o mercado evolui. Mais internacional, mais tecnológica e mais especializada, a expoMECÂNICA procura posicionar-se como um verdadeiro ponto de encontro para empresas, oficinas, técnicos e decisores que pretendem perceber para onde caminha a mobilidade e o pós-venda automóvel.

Sempre por perto, Sónia Rodrigues acompanha cada movimento de uma organização que funciona em permanência. Entre validações, coordenação de equipas e contactos constantes, surge como uma presença discreta, mas essencial, numa engrenagem que se prepara para receber milhares de profissionais.

Há, também, um detalhe que marca esta

conversa: José Manuel Costa raramente fala da feira como uma conquista individual. Prefere destacar o setor, os parceiros, os expositores e as equipas. Talvez porque saiba que o verdadeiro crescimento da feira acompanha a própria expansão de todo o *aftermarket* português. E enquanto o Douro continua o seu percurso silencioso ali ao lado, dentro da Kikai prepara-se uma edição que pretende confirmar algo maior do que o sucesso de uma feira: a maturidade de um setor que continua a evoluir sem perder a proximidade que sempre o definiu.

Quando os leitores estiverem a ler esta entrevista, a expoMECÂNICA 2026 estará prestes a abrir portas. O que ainda está a ser afinado nos bastidores?

Estamos naquela fase decisiva em que tudo ganha forma. Nos bastidores da expoMECÂNICA, cada detalhe está a ser afinado com rigor e sentido de responsabilidade para com o setor da reparação e do pós-venda automóvel. Da logística de montagem aos fluxos de visitantes, das plataformas digitais às demonstrações técnicas, tudo está a ser preparado para



garantir uma experiência fluida, tecnológica e próxima.

As equipas trabalham de forma coordenada, validando *stands* e artes finais, testando soluções digitais, acompanhando equipamentos vindos de vários mercados e garantindo que cada demonstração decorra com rigor. Acima de tudo, queremos que cada profissional que entre na Expo sinta de imediato que está num espaço de encontro, conhecimento e confiança, onde o setor reconhece o caminho feito e se prepara para os desafios que aí vêm.

Com os objetivos comerciais superados, houve necessidade de ajustar o conceito?

Mais do que ajustar, sentimos necessidade de ampliar o conceito. O forte desempenho comercial confirmou aquilo em que sempre acreditámos: o setor precisava de uma plataforma mais robusta, dinâmica e preparada para responder às mudanças da mobilidade e da reparação automóvel.

Mantivemos o ADN da expoMECÂNICA

sapareceu. Hoje, o *aftermarket* é um setor mais especializado, digitalizado e preparado para os desafios da nova mobilidade. Nesta edição, os profissionais vão encontrar soluções de diagnóstico inteligente, tecnologias ADAS, plataformas digitais de gestão, eletrificação, realidade aumentada, economia circular e novas abordagens à eficiência e à sustentabilidade.

Mais do que percorrer corredores de expositores, o visitante terá a perceção de estar em contacto direto com o futuro da reparação automóvel. E, isso, reforça algo essencial: o orgulho num setor resiliente, inovador e determinante para a mobilidade atual.

Que argumentos darias a quem já visitou a feira antes para regressar este ano?

Diria, com convicção, que o setor mudou muito nos últimos dois anos, talvez mais do que em toda a década anterior. Quem visitou a feira em 2024, encontrará, agora, uma realidade mais inteligente, conectada, tecnológica e exigente.

Esta edição não é apenas maior. É mais madura, mais imersiva e mais orientada para soluções concretas. Os visitantes vão encontrar ferramentas ligadas à Inteligência Artificial, à eletrificação, à manutenção preditiva, à conectividade, ao *software* de gestão e a novas soluções para aumentar a eficiência e a rentabilidade das oficinas.

Regressar à expoMECÂNICA é investir no futuro do próprio negócio. É perceber, de forma prática, como será o *aftermarket* nos próximos anos e garantir que a oficina, a empresa ou a equipa estão preparadas para acompanhar essa evolução.

Que impacto tem a presença internacional para as empresas portuguesas?

A presença internacional tem um impacto muito positivo e estratégico para o setor nacional. É uma oportunidade para as empresas portuguesas se posicionarem lado a lado com outros protagonistas internacionais do *aftermarket*.

Trazer marcas, fabricantes e profissionais

“ Hoje, a expoMECÂNICA vai além da exposição tradicional. É um espaço onde negócio, tecnologia, formação, *networking* e visão estratégica se cruzam (...) ”

enquanto principal ponto de encontro do *aftermarket* português, mas demos um passo em frente na ambição. Reforçámos áreas temáticas, criámos novas experiências, aumentámos os conteúdos técnicos e transformámos a feira num espaço ainda mais orientado para a inovação e o conhecimento.

Hoje, a expoMECÂNICA vai além da exposição tradicional. É um espaço onde negócio, tecnologia, formação, *networking* e visão estratégica se cruzam de forma natural, sempre com atenção ao futuro que o setor está a construir.

Onde é que o visitante vai sentir a evolução de forma mais clara?

Logo à entrada da feira. O visitante vai sentir a evolução na dimensão do evento, na energia, na presença internacional e, sobretudo, no reforço da componente tecnológica desta edição.

A fronteira entre a mecânica tradicional e a tecnologia avançada praticamente de-





“ Queremos ser mais do que um evento. Queremos ser um motor de transformação positiva para o *aftermarket* português ”

internacionais à expoMECÂNICA é colocar Portugal no radar global da reparação e do pós-venda automóvel. Para muitas empresas nacionais, esta é uma oportunidade de criar parcerias, abrir portas à exportação e à importação, acompanhar tendências e comparar-se com o que de mais avançado se faz no mundo.

É uma forma de competir num palco internacional sem sair do país. Isso gera confiança, competitividade e crescimento. O conhecimento circula, as oportunidades multiplicam-se e o setor português ganha projeção, preparação e reconhecimento internacional.

Qual foi o momento mais exigente na preparação desta 10.ª edição?

O maior desafio foi gerir o crescimento sem perder a essência da expoMECÂNICA. Esta 10.ª edição traz uma responsabilidade acrescida, porque representa um marco simbólico para todos nós e para o próprio setor.

Tivemos de reorganizar espaços, reforçar equipas, ajustar fluxos logísticos e acomodar um crescimento muito significativo de expositores e visitantes, garantindo, ao mesmo tempo, qualidade, proximidade e uma experiência consistente.

Foi um exercício intenso de planeamento, equilíbrio e dedicação. Mas, também, muito gratificante, porque este crescimento reflete a vitalidade do setor e a confiança depositada na expoMECÂNICA e no futuro do *aftermarket* português.

Que “retrato” do *aftermarket* esperas ver refletido?

Esperamos ver o retrato de um setor moderno, resiliente, qualificado e em transformação. O *aftermarket* atual já não vive apenas da mecânica tradicional. Combina conhecimento técnico, digitalização, eletrificação, conectividade e sustentabilidade.

Hoje, as oficinas transformaram-se em verdadeiros centros tecnológicos. Há menos imprevisto e mais especialização, me-

nos reação e mais diagnóstico inteligente, menos processos isolados e mais integração digital.

A expoMECÂNICA 2026 será o reflexo dessa evolução: um setor que mantém a paixão pelo automóvel e o orgulho no trabalho técnico, mas que soube reinventar-se e preparar-se para os desafios da mobilidade do futuro.

Que ferramentas digitais vão fazer a diferença na experiência da feira?

A digitalização terá um papel central nesta edição. A aplicação oficial da expoMECÂNICA foi reforçada para funcionar como um verdadeiro guia de visita, tornando a experiência mais inteligente, eficiente e produtiva.

Com um *scan* no Guia do Visitante ou numa das plantas, os visitantes poderão consultar planta interativa, criar agendas personalizadas, agendar reuniões, identificar expositores relevantes e produtos, guardar contactos e aceder a informação



“ Queremos que o visitante sinta a energia de um grande evento internacional, comparável aos principais encontros europeus do *aftermarket* ”

técnica em tempo real, a captação de contactos através do sistema de *smart badge*. Além disso, a plataforma de *matchmaking* vai facilitar ligações entre empresas e profissionais com interesses comuns, através da criação de *marketplaces* de cada expositor, potenciando oportunidades concretas de negócio.

O nosso objetivo é simples: maximizar o valor de cada minuto passado na Exponor e tornar a experiência física da feira mais intuitiva, útil e eficaz com o apoio do digital.

Como está estruturada a feira para o visitante exigente e informado?

A feira foi pensada com funcionalidade e respeito pelo tempo do profissional. Sabemos que o visitante atual é informado e procura objetividade, experiência prática e soluções concretas.

Por isso, cada pavilhão da expoMECÂNICA integra áreas temáticas e zonas de especialização dedicadas a equipamentos oficinais, peças, pintura e carroçaria, eletrificação, tecnologia, gestão e mobilidade.

Reforçamos, também, as demonstrações ao vivo, os *workshops* e os conteúdos técnicos, porque o profissional de hoje

não procura apenas informação: procura validação prática, contacto direto com a tecnologia e respostas aplicáveis ao seu negócio. Queremos que cada visitante saia da feira com ideias novas, ferramentas úteis e decisões mais sólidas para o futuro.

Que perfil de visitante consideras mais estratégico?

O visitante mais estratégico é aquele que olha para o futuro com ambição e vontade de evoluir. Falamos de donos de oficinas, gestores de frota, distribuidores, responsáveis de compras, técnicos especializados e empresários que procuram modernizar os seus negócios e adaptar-se às novas exigências da mobilidade.

Há, também, uma atenção especial às novas gerações. Os jovens técnicos e estudantes representam o futuro do *aftermarket* e terão um papel decisivo na transformação tecnológica do setor.

Queremos atrair profissionais com curiosidade, espírito empreendedor e vontade de aprender. Pessoas que transformam conhecimento em ação, contactos em oportunidades e inovação em crescimento.

Que áreas vão assumir maior protagonismo nesta edição?

A eletrificação e os veículos híbridos continuarão a ter grande destaque, mas esta edição será, também, marcada pelo crescimento das soluções digitais, do diagnóstico avançado e da gestão inteligente de oficinas.

A conectividade, a telemática, a economia circular, a regeneração de componentes e as soluções sustentáveis estarão, igualmente, em evidência, refletindo a transformação que o setor atravessa.

Estamos perante um *aftermarket* cada vez mais tecnológico, eficiente e preparado para responder às novas exigências da mobilidade contemporânea. E a expoMECÂNICA será palco dessa transformação.

O que define o verdadeiro sucesso desta edição?

O verdadeiro sucesso mede-se pelo impacto que a feira gera depois de terminar. Mais do que os números, interessa-nos saber que os expositores concretizaram bons negócios, que os visitantes regressaram às suas empresas com novas ideias e que o setor saiu mais forte, mais preparado e mais unido.

Se, daqui a alguns meses, uma oficina disser que modernizou processos, investiu em tecnologia ou encontrou novas oportunidades graças ao que viveu na expoMECÂNICA, então teremos cumprido a nossa missão. Queremos ser mais do que um evento. Queremos ser um motor de transformação positiva para o *aftermarket* português.

O que continua a ser o fator diferenciador da expoMECÂNICA?

A sua autenticidade e a ligação ao setor. É uma feira tecnológica, internacional e profissional, feita por pessoas, expositores, associações e *media partners* que conhecem, de perto, a realidade das oficinas, dos distribuidores e dos profissionais do pós-venda automóvel.

Aqui, fala-se de Inteligência Artificial, eletrificação e conectividade, sem perder a proximidade humana, o conhecimento do terreno e a ligação genuína ao automóvel. O negócio faz-se com profissionalismo, mas, também, com confiança, relação e espírito de comunidade.

É essa combinação entre inovação, competência técnica e proximidade que torna a expoMECÂNICA num ponto de encontro tão relevante para o setor.

Ainda há espaço para surpreender ou o desafio é consolidar?

Há espaço e vontade para fazer as duas coisas. Consolidar a credibilidade construída ao longo de 10 edições é fundamental, mas surpreender continua a ser uma parte importante da nossa identidade.

Num setor em permanente transformação, deixar de inovar seria deixar de evoluir. Por isso, esta edição aposta em experiências mais imersivas, demonstrações técnicas fortes, novas áreas de *networking* e atividades pensadas para tornar a visita ainda mais memorável.

Queremos que o visitante sinta a energia de um grande evento internacional, comparável aos principais encontros europeus do *aftermarket*, sem perder a proximidade e a autenticidade que fazem parte do ADN da expoMECÂNICA.

Qual será o teu primeiro pensamento quando as portas abrirem?

Quando as portas abrirem, o meu primeiro pensamento será: "Conseguimos". Será um momento de orgulho, gratidão e emoção. Ver os corredores cheios de profissionais, empresas, técnicos, estudantes e empresários confirmará que todo o esforço valeu a pena.

Nesse momento, sente-se algo muito especial: a confirmação de que o trabalho da nossa equipa valeu a pena e a certeza de que o setor da reparação e do pós-venda automóvel continua vivo, forte, resiliente e preparado para o futuro. Cada conversa, cada demonstração, cada aperto de mão e cada negócio concretizado representam mais do que uma feira. Representam uma indústria inteira em movimento.

Haverá, também, uma profunda gratidão por podermos ser o palco onde o *aftermarket* português se encontra, se inspira e continua a avançar rumo ao futuro.

“ Regressar à expoMECÂNICA é investir no futuro do próprio negócio. É perceber, de forma prática, como será o *aftermarket* nos próximos anos (...) ”





expomecânica 2026: 10 anos a unir o aftermarket



A expoMECÂNICA celebra a sua 10.ª edição em 2026. Uma década a aproximar empresas, oficinas e marcas do setor. Em Portugal e além-fronteiras

Por: **Jorge Flores**

Em 2026, a expoMECÂNICA assinala a sua 10.ª edição e confirma o percurso de afirmação que a transformou no mais importante evento do *aftermarket* automóvel em Portugal. Ao longo de uma década, a feira, organizada pela Kikai Eventos, cresceu em dimensão, notoriedade e influência, acompanhando a evolução de um setor cada vez mais profissional, tecnológico e orientado para a proximidade entre os diferentes *players* do mercado.

Antes e depois...

Hoje, a expoMECÂNICA é vista como muito mais do que um espaço de exposição. É um ponto de encontro para fabricantes, distribuidores, retalhistas, oficinas, parceiros tecnológicos e associações, num ambiente onde o *networking*, a partilha de conhecimento e o reforço das relações comerciais assumem um papel central.

Para Joaquim Candeias, *managing director* do bilstein group, "existe um antes e um depois da expoMECÂNICA no panorama do *aftermarket* automóvel em Portugal". O responsável considera que o "investimento contínuo da Kikai na promoção e valorização deste evento" teve um papel decisivo "na aproximação e dinamização do setor", permitindo à feira afirmar-se como "um verdadeiro ponto de encontro entre os diferentes *players* do *aftermarket*". A crescente procura por espaços de exposição e as sucessivas lotações esgotadas são, na sua opinião, reflexo direto da relevância conquistada pela feira ao longo dos anos. Mesmo sem presença própria com *stand*, o bilstein group acompanha, de perto, o evento através dos seus parceiros e clientes, estratégia que considera importante para "o reforço da notoriedade das marcas" e para a criação de valor no mercado.

Joaquim Candeias destaca ainda o Fórum DPAI/ACAP, que tem como *slogan* "Para quem move o *aftermarket*", integrado na feira, considerando que



este se afirma como “o espaço de debate de alguns dos tópicos mais determinantes para o futuro do setor”. O responsável acredita que momentos como este reforçam o verdadeiro valor da expoMECÂNICA, onde, “mais importante do que o negócio em si, são as relações e as sinergias” criadas entre os participantes.

Marco importante

Também Carlos Jorge Gonçalves, diretor-geral da Filourém, vê na feira um marco importante para o *aftermarket* nacional. Segundo o responsável, a expoMECÂNICA “aumentou os canais de comunicação, de divulgação e de partilha de ideias”, funcionando como uma “enorme mais-valia” na aproximação entre parceiros, fornecedores e clientes. Para a Filourém, a participação no evento tem permitido divulgar produtos, conhecer novos clientes e contactar com fornecedores, num ambiente que favorece relações mais próximas e menos formais. Carlos Jorge Gonçalves admite que a feira, “não sendo momento para fazer negócios ou compras diretamente”, acaba por desempenhar um “papel importante na criação de vínculos e no fortalecimento das relações entre distribuidores e empresas do setor”.

O diretor-geral da Filourém valoriza, igualmente, a capacidade de “evolução da organização ao longo das várias edições”. Apesar de reconhecer semelhanças com eventos anteriores, considera evidente a preocupação da equipa organizadora com “a melhoria contínua, o crescimento de

todo o evento e a inovação”. A “proximidade da organização, o contacto permanente e a disponibilidade demonstrada” são, para o responsável, fatores diferenciadores da expoMECÂNICA.

Plataforma agregadora

A mesma leitura é partilhada por Carlos Silva, diretor de vendas e *marketing* da Krautli Portugal. Para o responsável, a feira veio “preencher um espaço muito importante no setor”, criando “uma plataforma profissional, agregadora e representativa de toda a cadeia de valor do pós-venda automóvel”. Na sua visão, o *aftermarket* passou, finalmente, a ter “um palco próprio, com dimensão nacional”, capaz de reunir fabricantes, distribuidores, retalhistas, oficinas e marcas internacionais no mesmo espaço. “A expoMECÂNICA é, hoje, um local onde se apresentam tendências, se reforçam relações comerciais, se discutem desafios do setor e se demonstra a evolução técnica, digital e profissional das empresas”, afirma.

Para a Krautli Portugal, a feira transformou-se numa importante “ferramenta de proximidade e desenvolvimento comercial”. Ao longo das várias edições, a empresa encontrou na expoMECÂNICA uma oportunidade para “reforçar relações com clientes, apresentar novidades, consolidar o posicionamento das marcas representadas e dar visibilidade a soluções ligadas a peças, equipamentos, lubrificantes, redes de oficinas e plataformas digitais”, explica o responsável.

Carlos Silva acredita que uma das grandes forças da feira está precisamente na

expo MECÂNICA²⁶

capacidade de reunir “todo o ecossistema do *aftermarket* automóvel” num ambiente favorável ao negócio, à identificação de tendências e ao relacionamento profissional. Destaca ainda a forma como a organização tem sabido acompanhar a evolução do mercado, transformando a expoMECÂNICA num evento dinâmico, onde coexistem exposição, demonstrações, formação, lançamentos e *networking*. “Essa combinação entre negócio, conhecimento e relacionamento é precisamente o que faz a diferença”, conclui.

Estreia promissora

A estreia da Mewa na expoMECÂNICA, precisamente no ano da 10.^a edição, reforça, também, a capacidade da feira em continuar a atrair novas empresas e novos protagonistas do *aftermarket*. Javier Fernández, diretor de vendas da Mewa Portugal & Espanha, admite que, apesar de esta ter sido a primeira participação da empresa no evento, a perceção sobre o impacto do evento no setor é, claramente, positiva. “Atendendo ao enorme número de visitantes, deve existir um antes e um depois”, refere, considerando que a feira oferece “uma excelente oportunidade para nos apresentarmos a um público especializado e para trocar impressões com clientes”. O responsável acredita que esta participação deverá contribuir, “de forma significativa”, para o crescimento da Mewa em Portugal, sobretudo, pelo “interesse demonstrado nos panos de limpeza e mantas absorventes reutilizáveis com serviço completo apresentados durante o evento”, acrescenta o responsável ao Check-up. Javier Fernández destaca ainda a capacidade da expoMECÂNICA para reunir, durante três dias, profissionais de todo o país e, também, de Espanha, funcionando como “uma excelente plataforma para partilhar ideias sobre a atualidade e o futuro do pós-venda”, afirma. Entre os aspetos diferenciadores da organização, aponta “o ambiente positivo, dinâmico e inspirador, a boa organização do evento e a facilidade de acesso às informações mais importantes”.





Excelência formativa ao serviço do setor automóvel

FORMAÇÃO PRESENCIAL | DISTÂNCIA

mecatrónica | carroçarias | pintura | receção | orçamentação
gpl | peritagem | inspeção | transversal



cepra.pt



ANECRA



Cofinanciado pela
União Europeia



— LIQUI MOLY —

Encontrar o aditivo certo é fácil

A LIQUI MOLY disponibiliza, de forma gratuita, um guia de óleos e um guia de aditivos para garantir uma escolha simples, rápida e eficaz para cada veículo, seja ele carro, moto ou outro

Por: **Bruno Castanheira**

Com o novo guia de aditivos, a LIQUI MOLY facilita, mais do que nunca, a procura da solução química certa para cada aplicação, seja para corrigir ou para prevenir problemas. O motor tem um funcionamento irregular? O filtro de partículas Diesel está entupido? É perceptível uma perda de potência no veículo? Há muitos problemas a que os aditivos da LIQUI MOLY podem dar resposta. Mas que produto devemos usar em que situação? A gama de produtos é vasta e é aqui que o novo guia de aditivos entra em ação.

É natural que os veículos tenham alguns problemas, que podem ter várias origens e consequências. Antes de pensar em soluções dispendiosas, vale a pena dar uma vista de olhos às soluções LIQUI MOLY. Em muitos casos, oferecem soluções imediatas ou preventivas. “Os aditivos são ótimos aliados de uma manutenção preventiva, cada vez mais importante, que evitam despesas mais avultadas no futuro

e paragens não programadas que dificultam a vida de quem utiliza o carro”, sublinha Cláudio Delicado, head of communication & marketing da LIQUI MOLY.

Rápido e eficaz

Esta ferramenta *online* evita a necessidade de pesquisas demoradas e oferece a solução ideal em poucos cliques. Graças a uma função de filtro inteligente, os utilizadores podem pesquisar especificamente por modelo de veículo, problema ou efeito pretendido, recebendo, imediatamente, uma recomendação de produto. Desta forma, depois de identificado pelo utilizador qual o problema sentido, o Guia de Aditivos explica a causa mais provável e indica o produto adequado a aplicar. “Os nossos aditivos são soluções altamente eficazes, mas a diversidade da oferta pode causar algumas dúvidas. Com o guia de aditivos, oferecemos uma solução rápida, simples e precisa para todos os que

querem o melhor para o seu veículo, com a garantia de uma informação fiável e de confiança para os consumidores”, explica Cláudio Delicado.

A nova ferramenta disponibiliza várias funcionalidades numa só. Graças à utilização intuitiva, os utilizadores podem filtrar facilmente por modelo de veículo ou problema, tendo acesso direto a toda a gama de aditivos da LIQUI MOLY. Isto poupa tempo e facilita a seleção ao eliminar a necessidade de pesquisas ou comparações demoradas. “O guia foi concebido de forma prática e ajuda a encontrar a solução ideal”, diz. “Uma outra vantagem é que se o utilizador não encontrar o problema que procura, pode facilmente, num clique, entrar em contacto e indicar qual o problema para que os técnicos da LIQUI MOLY respondam com a melhor solução”, enfatiza. É possível encontrar soluções para veículos ligeiros e o acesso pode ser feito em www.liqui-moly.com.



Sparkes.pt

Caixas de Velocidades

A ESCOLHA Nº1
NA RECONSTRUÇÃO DE CAIXAS
DE VELOCIDADES





— OSRAM —

Aventura luminosa

De pequenos problemas a soluções rápidas. Em cinco passos, a OSRAM explica como o condutor deve construir o seu *kit* de prevenção de avarias

Por: **Bruno Castanheira**

“Uma viagem de carro deve começar com antecipação, não com incerteza”, começa por enquadrar a OSRAM. “Quer o condutor arranque para um fim de semana ou umas férias mais longas, uma verificação rápida ‘antes de partir’ ajuda a prevenir os problemas mais comuns antes que estes possam ocorrer”, alerta. “Alguns minutos de preparação prévia podem transformar potenciais problemas em ‘não eventos’. Porque se o condutor estiver pronto, lembra-se da viagem – não do incómodo”, sublinha.

Pneus

Manter o controlo desde o primeiro quilómetro. “A pressão incorreta dos pneus é das principais causas de avarias em viagens mais longas. Com o OSRAM TYREinflat 2120, o condutor pode verificar e ajustar, rapidamente, a pressão dos pneus antes da partida ou mesmo na estrada. Pneus devidamente calibrados melhoram a condução, eficiência e segurança geral, especialmente ao viajar com passageiros ou bagagem”, explica.

Bateria

Arrancar com confiança. “Nada é mais impeditivo para uma viagem do que uma bateria descarregada. Uma verificação rápida antes de sair – e ter o OSRAM BATTERYjumpstart 1500 no carro – garante que o condutor está preparado para arranques lentos ou paragens inesperadas. É uma forma simples de quem vai ao volante se manter independente e seguir com os seus planos no caminho certo”, diz.

Visibilidade

Escolher a luz que se adequa ao estilo. “Boa visibilidade é essencial. Mas nem todos os condutores querem o mesmo visual. Para quem aprecia a diferença que uma iluminação automóvel potente faz, a NIGHT BREAKER 220 - a mais brilhante luz de halogéneo da OSRAM – oferece até 220% mais brilho e até 20% luz mais branca em comparação com o padrão mínimo legal”, revela. “Mais luz e melhor visibilidade podem ajudar os condutores a identificar e reagir mais rapidamente aos perigos do trânsito”, assegura.

Preparação

Clareza quando realmente importa. “Se algo precisar de ser verificado na estrada, uma boa visibilidade fará toda a diferença. A OSRAM LEDinspect PRO 800 ajuda o condutor a ver, claramente, por baixo do capot ou à volta do veículo, mesmo em situações de pouca luz – para que possa agir de forma rápida, segura e confiante”, afirma.

Consciência

Tranquilidade em todas as rotas. “Estradas desconhecidas e trânsito intenso podem ser imprevisíveis. As câmaras de bordo OSRAM ROADsight acrescentam uma camada extra de tranquilidade ao documentarem o que acontece no percurso, ajudando o condutor a manter o foco na própria viagem em vez dos ‘e se’”, enfatiza. Com a lista de verificação “antes de partir” e os produtos OSRAM certos a bordo, alguns minutos de preparação dão a quem vai ao volante horas de condução descontraída e liberdade para desfrutar de cada quilómetro à frente. “Esteja pronto para a estrada com OSRAM”, conclui.



GoParts abre nova frente

Nova plataforma de peças da GoShop estreia-se na expoMECÂNICA com foco no cliente final, mas sempre “respeitando a hierarquia” e os parceiros

Por: **Jorge Flores**

A GoShop apresenta, na expoMECÂNICA 2026, uma das maiores novidades desde o lançamento do conceito GoRepair. O novo projeto chama-se GoParts e promete criar uma nova dinâmica de negócio para os parceiros da comunidade, através de uma plataforma de venda de peças orientada para o cliente final, mas construída “sempre através dos parceiros”, como sublinha José Carvalho, administrador da Romafe para a área automóvel e responsável pela GoShop.

Loja virtual

A feira surge, uma vez mais, como o palco escolhido para revelar os próximos passos do conceito. Para José Carvalho, a expoMECÂNICA continua a ser “o momento de união entre todos” e o espaço ideal para mostrar “quem, de facto, está envolvido no projeto”. Mais do que um evento comercial, o responsável vê a feira como “o expoente máximo do que se pretende de um conceito como o da GoShop, jun-

tando clientes, fornecedores e parceiros num ambiente de proximidade e transparência”.

É precisamente nesse espírito de colaboração que nasce a GoParts. Depois da apresentação da GoRepair na edição de 2024, a GoShop avança, agora, para uma plataforma que permitirá aos parceiros “aumentar o alcance do seu negócio e reforçar a fidelização dos clientes”. “Trata-se de “uma grande loja *online*, em que todos os parceiros estarão presentes”, explica José Carvalho.

A ambição passa por criar uma estrutura capaz de integrar diferentes operadores e respetivas ofertas de produto, mantendo intacta a lógica de relação entre distribuidores, oficinas e clientes. “Será uma oportunidade de alargar a nossa base de negócio, mas sempre respeitando a hierarquia. O que significa respeitar os nossos parceiros e os parceiros deles”, garante o responsável ao Check-up. A GoParts surge, assim, como uma ferramenta de serviço para toda a rede, replicando a filosofia colaborativa já aplicada na Go-

Repair. “Tal como a GoRepair, agora teremos a GoParts”, resume José Carvalho.

Consolidar relações

Apesar de o lançamento oficial ainda depender do desenvolvimento final da plataforma, José Carvalho revela que a fase mais complexa já está concluída. “A base está feita. Ou seja, como vamos articular isto entre todos e como cada um vai apresentar os seus produtos”. O objetivo mais otimista aponta para uma apresentação no final de setembro e um arranque operacional entre o último trimestre de 2026 e o início de 2027.

Na expoMECÂNICA 2026, a GoShop espera, também, consolidar relações e gerar novas oportunidades para os parceiros atuais. A entrada de novos membros continua a ser importante, mas sem pressas. “O entra e sai não faz muito sentido”, refere José Carvalho, defendendo que o crescimento da comunidade deve acontecer de “forma sustentada e alinhada com os valores do projeto”.

A engrenar relações desde 1990

Especialista na reconstrução de caixas de velocidades (mecânicas e automáticas), a Sparkes tem no vasto *stock* de peças novas um dos seus grandes trunfos

Por: **Bruno Castanheira**

Depois de 35 anos a reconstruir caixas mecânicas, a Sparkes decidiu, em 2025, alargar a sua atividade às caixas automáticas. Qual o balanço desta aposta? “Estamos em fase de aprendizagem, de formação dos nossos colaboradores e de contratação de novos elementos. É algo que queremos fazer sem pressa e sem precipitações. O importante é dar passos certos, em que continuemos a controlar todo o processo para podermos manter a qualidade Sparkes e continuar a dar garantia total aos nossos clientes. Estamos muito satisfeitos com a evolução da empresa. Queremos modernizar e diversificar (mercados e produtos), mas, acima de tudo, queremos continuar a ser referência pela qualidade e rapidez. E estamos a conseguir”, revela Diamantino Costa.

O responsável não esconde que a reconstrução de caixas automáticas é uma forma de a empresa assegurar o futuro da sua atividade. “Quando olhamos para o mercado automóvel, é impossível não pensar que os veículos vêm cada vez menos com caixas

de velocidades manuais clássicas. Quando olhamos para uma empresa que se quer sólida e consolidada, temos de olhar a longo prazo. E, conjugando estas duas visões, não podemos deixar de perceber que, daqui a uns anos, serão muito mais os veículos equipados com caixas automáticas (de diversos tipos) do que os equipados com caixas manuais clássicas. Por isso, é uma questão de bom senso ir avançado para a diversificação dos nossos produtos, enquanto temos disponibilidade para fazê-lo de forma calma e sem precipitações”, sublinha.

Garantia de confiança

O vasto *stock* de peças novas é um dos grandes trunfos da Sparkes. “Temos um grande *stock* de peças novas para caixas de velocidades, tanto rolamentos e vedantes como carretos e eixos. Não deve haver nenhuma empresa que tenha em *stock* praticamente todas as referências de rolamentos para caixas de velocidades. Nós temos! Assim como dispomos de imensas referências de outras peças, principalmente

aquelas que sabemos serem mais necessárias. Esse *stock*, que custa muito dinheiro a manter e a alimentar, é um grande trunfo na reconstrução das caixas de velocidades, porque, muito rapidamente, conseguimos reconstruí-las sem termos de estar à espera da chegada das peças, o que, por vezes (demasiadas), acaba por acontecer”, afirma.

A garantia é outra das mais-valias da Sparkes. A garantia que damos é uma verdadeira garantia. Se uma caixa de velocidades reconstruída por nós der problemas,



queremos muito saber o porquê, para evitar que volte a acontecer. E queremos que o cliente seja o menos prejudicado possível. Se o cliente acreditou em nós e nos nossos produtos, é nossa obrigação fornecer um componente de excelência. Eventualmente, pode acontecer algum problema, mas quando tal acontece, é nosso dever e desejo resolvê-lo da forma mais rápida e com menos complicações possível para o cliente”, explica. E vai mais longe: “Temos muito segurança e confiança nos nossos produtos. Damos uma garantia, nas caixas de velocidades, de três anos ou de um ano, sempre sem limite de quilómetros, dependendo se o cliente é uma empresa ou um particular. É importante esclarecer que a grande maioria dos nossos clientes são empresas, são oficinas. Há muita gente que acredita que a garantia seria sempre de um ano, mas não é assim. Para a Sparkes, o que importa é o proprietário da viatura. Se uma oficina (empresa) nos compra uma caixa de velocidades para uma viatura de um particular, essa caixa tem três anos de garantia e não um ano”, alerta.





Filourém

A travar com Bendix desde 2022

Marca do Grupo TMD Friction assume protagonismo no portefólio da empresa liderada por Alzira Reis e Carlos Gonçalves, ao representar cerca de 15% do volume de vendas da Filourém no segmento da travagem

Por: **Bruno Castanheira**

Tão ou mais importante do que acelerar, é travar. Saber abrandar ou mesmo parar, faz toda a diferença. Quer estejamos ao volante de um automóvel ou à frente de um negócio. A Filourém cumpre à risca esta regra de ouro. Acelera onde é preciso, trava (com Bendix) quando tal se torna necessário. “Iniciámos a nossa ligação à Bendix em 2022 e inseriu-se, claramente, na nossa visão. Por diversos motivos: qualidade do material, vontade de ter uma gama de travagem *premium* de reconhecida fiabilidade, dispor de uma marca diferenciada que não estivesse demasiado presente no mercado. O que nos permitiu, bem como aos nossos parceiros, fazer um trabalho dedicado e desenvolver uma aposta de raiz, com um produto de qualidade acima de qualquer suspeita, detentor de uma imagem forte e renovada”, começa por afirmar Carlos Jorge Gonçalves, diretor-geral da Filourém.

Segundo diz, “a linha de travagem tem um impacto grande na atividade da nossa empresa. E creio que será transversal à maioria dos *players*. Por se tratarem de peças de desgaste, por serem habituais nas revisões, por estarem presentes em todos os modelos de veículos, dos mais antigos aos mais recentes, dos europeus aos asiáti-

cos, torna-se numa gama de elevada rotatividade e preponderância no nosso setor”.

Formações em curso

Fundamental para a Filourém é garantir a qualidade do produto e, consequentemente, a satisfação dos clientes. “Queremos garantias de segurança, durabilidade, resistência, elevado desempenho e, acima de tudo, confiança no segmento da travagem. O facto de a Bendix ser uma marca reconhecida, com a qual conseguimos trabalhar sem que esteja presente em todos os retalhistas de determinada zona ou cidade, permite-nos uma abordagem diferenciada”, enfatiza. Como seria o portefólio da Filourém sem a Bendix? “Seguramente, menos forte. Teria de ser reajustado com outra marca, porventura. Mas a Bendix insere-se na nossa estratégia e não podíamos estar mais satisfeitos com esta aposta. A travagem representa entre 24 e 26% da



nossa atividade. A Bendix tem uma parte significativa dessa fatia, reunindo cerca de 15% do volume de vendas”, revela. Além de discos e pastilhas, a Bendix disponibiliza tambores e maxilas, bem como avisadores, sensores de ABS e *kits* pré-montados.

A estratégia da empresa liderada por Alzira Reis e Carlos Gonçalves passa por continuar a apostar na marca do Grupo TMD Friction, sem quaisquer reservas ou hesitações. “Crescermos juntos é o objetivo. Estamos convictos de que a Bendix se enquadra na nossa forma de abordar o mercado. Estamos satisfeitos com a qualidade e a fiabilidade do produto. Só faz sentido encarar esta parceria a médio e longo prazos de forma séria, consistente e profícua para ambas as partes”, refere o diretor-geral.

As ações de formação que a Filourém tem promovido com a marca, mais do que importantes, são fundamentais. “Em 2023, fizemos uma sequência de formações Bendix. Conseguimos fidelizar parceiros e criar sinergias muito interessantes. O objetivo mantém-se. Em abril, realizámos uma ação nas nossas instalações. Em maio, proporcionámos uma formação na Madeira. Em junho, será num parceiro da zona de Lisboa. Outras mais se seguirão ainda neste ano”, garante.

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



Exide

Energia versátil

Com o novo Solition Powerbooster 2.0, da Exide, as empresas podem contar com um sistema modular que as ajuda a evitar sobrecargas e a permanecer dentro dos limites contratuais da rede

Por: **Bruno Castanheira**

A Exide Technologies, líder mundial em soluções sustentáveis de armazenamento de energia em baterias, apresenta a sua mais recente adição à série Solition Powerbooster. “Trata-se de um sistema modular de 62kWh, de última geração, concebido para simplificar a gestão de energia, reforçar a independência operacional e ajudar as empresas a ultrapassar os desafios crescentes da capacidade limitada da rede e do aumento dos custos de pico de carga”, adianta. “O novo Solition Powerbooster 2.0 é construído com um *design* modular que permite a configuração escalável de várias unidades em paralelo, tornando-o numa solução flexível para organizações com necessidades energéticas em evolução”, acrescenta. Segundo diz, “a sua elevada densidade de energia e a sua pegada compacta oferecem uma capacidade significativa sem comprometer o espaço – ideal para centros logísticos, instalações industriais, locais comerciais e qualquer ambiente que necessite de um *buffer* de energia eficiente e fiável”.

“Potenciado pela tecnologia avançada LFP (Lithium-Iron Phosphate), o sistema anuncia desempenho de segurança me-

lhorado, ciclo de vida longo e estabilidade térmica robusta, garantindo a máxima fiabilidade, mesmo em condições de funcionamento exigentes.

Atualizações *over-the-air*

Com opções de configuração interior e exterior, adapta-se, facilmente, a uma vasta gama de ambientes de instalação. “O novo Solition Powerbooster 2.0 foi concebido para proporcionar uma verdadeira independência da rede pública, garantindo energia estável e fiável mesmo durante períodos de elevada procura”, explica a Exide. E vai mais longe: “Fornece um suporte poderoso para a redução de picos de consumo e armazenamento de energia para frotas de veículos elétricos e intralogística. O sistema permite o fornecimento de energia de pico através de mudança inteligente de energia em combinação com células de combustível, geradores a gás ou sistemas fotovoltaicos”.

O fabricante garante ainda que “as empresas modernas podem contar com o sistema modular para ajudá-las a evitar sobrecargas e permanecer dentro dos limites contratuais da rede, fornecendo uma

espinha dorsal de energia flexível e resiliente da qual podem depender”. O *software* de gestão inteligente de energia aumenta ainda mais o desempenho do sistema. Suporta recursos avançados de redução de picos de procura, otimização solar e registo contínuo de dados em servidores na “nuvem” localizados na EU, além de permitir a manutenção remota e atualizações *over-the-air* para garantir o máximo tempo de atividade e transparência. As opções flexíveis de instalação com ligação direta ou indireta à rede elétrica tornam a integração em infraestruturas existentes simples, eficientes e preparadas para o futuro.

Serge Arbes, diretor comercial sénior global da Exide Technologies, Soluções de Energia, enfatiza que “esta nova geração do Solition Powerbooster marca um passo significativo no apoio à transição dos nossos clientes para novas soluções de energéticas mais seguras, inteligentes e flexíveis. Com o seu *design* modular, tecnologia LFP avançada e recursos inteligentes de gestão de energia, oferece às empresas uma forma confiável de estabilizar o seu fornecimento de energia, integrar energia renovável e superar as limitações da rede”.



A BENDIX ESTÁ AINDA MELHOR

QUALIDADE E CONFIANÇA

QUE SE SENTE NA

Travagem!



QUALIDADE INTRANSIGENTE



CONFIANÇA TOTAL



DESEMPENHO DE PRECISÃO



AD

Premium Private Brand

O vasto portefólio de produtos de que dispõe é um dos ex-líbris da AD. As soluções de qualidade da Premium Private Brand para manutenção automóvel foram desenvolvidas para responder às exigências do parque automóvel moderno

Por: **Bruno Castanheira**

Com a qualidade no seu ADN, a marca exclusiva da AD Parts, o primeiro grupo de distribuição de peças para automóveis em Portugal e Espanha, disponibiliza soluções eficazes para manutenção automóvel, desenvolvidas para responder às exigências do parque automóvel moderno. Um dos exemplos, chega-nos através da gama de baterias. “A bateria é responsável por fornecer a energia necessária para o arranque do motor e alimentar os sistemas elétricos e eletrónicos do veículo. Nos automóveis modernos, a bateria suporta cada vez mais equipamentos, tornando-se num componente essencial para garantir fiabilidade e desempenho”, começa por enquadrar a AD. “A bateria pode utilizar tecnologia convencional tradicional (para veículos com necessidades elétricas *standard*), tecnologia convencional de maior capacidade (indicada para veículos com consumo elétrico superior), tecnologia EFB (Enhanced Flooded Battery – desenvolvida para veículos com sistema *start&stop*) ou tecnologia AGM (Absorbent Glass Mat – para veículos com sistemas eletrónicos mais exigentes)”, explica.

Segundo a AD, “nos veículos atuais, a bateria alimenta diversos sistemas essenciais, como assistência à condução, dispositivos de segurança, iluminação avançada e equipamentos de conforto e multimédia. Uma bateria adequada garante arranque

fiável e estabilidade elétrica”. E vai mais longe: “A gama de baterias AD Parts inclui diferentes tecnologias e capacidades para responder às exigências do parque automóvel atual, garantindo qualidade, fiabilidade e ampla cobertura de veículos”.

Oferta variada

Se há característica que distingue a Premium Private Brand é a oferta variada de que dispõe. A gama de lubrificantes AD Parts inclui diversas viscosidades e especificações técnicas, permitindo responder às necessidades de diferentes motores e condições de utilização. “Fornecemos soluções de lubrificação desenvolvidas para garantir desempenho, proteção e eficiência no motor. O lubrificante reduz o atrito entre os componentes, dissipa calor e protege contra desgaste. Uma lubrificação adequada contribui para maior eficiência e durabilidade do motor”, afirma. Quanto a tecnologias, dividem-se em três tipos: “Mineral (lubrificante obtido, diretamente, da refinação do petróleo, sendo adequado para motores menos exigentes); semisintético (combinação de bases minerais e sintéticas, oferecendo níveis superiores de proteção e estabilidade térmica); sintético (lubrificante de elevada tecnologia desenvolvido para motores modernos e maiores exigências de desempenho)”, detalha. “Os motores atuais trabalham com tolerâncias

mais reduzidas e temperaturas mais elevadas. Os lubrificantes modernos ajudam a reduzir o desgaste, a manter o motor limpo, a melhorar a eficiência e a proteger os sistemas de controlo de emissões”, reforça.

No caso dos líquidos de refrigeração, foram desenvolvidos para manter a temperatura ideal de funcionamento do motor, sendo gerada uma grande quantidade de calor quando este se encontra a trabalhar. “O líquido de refrigeração circula no sistema de arrefecimento para manter a temperatura ideal de funcionamento e evitar o sobreaquecimento”, relembra. Quais as tecnologias de refrigeração? “IAT (Inorganic Additive Technology – tecnologia tradicional utilizada em veículos mais antigos); OAT (Organic Additive Technology – tecnologia com aditivos orgânicos que proporciona maior durabilidade e proteção contra corrosão; HOAT (Hybrid Organic Additive Technology – combinação de tecnologias orgânicas e inorgânicas para proteção avançada em motores modernos)”, esclarece.

De acordo com a AD, “além de controlar a temperatura do motor, o líquido de refrigeração protege o sistema contra corrosão, cavitação, formação de depósitos e congelamento”. E conclui: “A gama de líquidos de refrigeração AD Parts inclui diferentes tecnologias e formulações para garantir proteção eficiente e compatibilidade com uma ampla variedade de veículos”.



Mewa

Eficiência sustentável

Com o seu sistema de panos de limpeza reutilizáveis, a empresa especialista em serviços têxteis demonstra como os princípios da economia circular podem ser integrados, de forma simples e eficaz, no dia a dia das oficinas

Por: **Bruno Castanheira**

“Os clientes de uma oficina automóvel esperam, hoje, qualidade, rapidez, sustentabilidade e bons preços. Com uma equipa qualificada e equipamentos modernos, está criada a base para isso”, adianta a Mewa. “Aumentam-se muitos outros fatores decisivos para o sucesso, como uma boa gestão e organização, processos coordenados, competências interpessoais que vão do espírito de equipa à comunicação com o cliente, bem como lubrificantes de elevada qualidade e uma solução de limpeza eficiente”, afirma. Segundo diz, “quando óleos, massas lubrificantes e sujidade são removidos de máquinas e ferramentas com os panos de limpeza reutilizáveis da Mewa, a oficina consegue destacar-se em vários aspetos”.

O envio de vídeos comentados aos clientes sobre diagnósticos automóveis ou trabalhos de reparação é uma forma de reforçar a confiança. “Condição: que transmitam qualidade e – cada vez mais importante – sustentabilidade”, frisa a multinacional alemã. Os panos de limpeza da Mewa “comunicam” profissionalismo e consciência ambiental. “Ultra absorventes,

com boa estabilidade e frequentemente reutilizáveis, acompanham os mecânicos no dia a dia da oficina. Absorvem lubrificantes e sujidade de forma rápida e eficaz, para que os trabalhos de reparação e manutenção decorram a bom ritmo”, dá conta a empresa.

Volume triplicou

Quando o mecânico dá por terminada a função do pano de limpeza, este não precisa de ser eliminado como resíduo perigoso, como se de um trapo ou solução de papel sujo de óleo se tratasse. É colocado no contentor de segurança SaCon, que inclui fecho hermético, onde aguarda a sua próxima vez. “No SaCon, os panos usados da Mewa são recolhidos para lavagem e, após um controlo de qualidade com várias etapas, voltam a ser entregues, diretamente, na oficina. Um pano de limpeza da Mewa pode ser lavado e reutilizado até 50 vezes”, garante a multinacional alemã.

O sistema de panos de limpeza da Mewa facilita o trabalho de pequenas e grandes oficinas, uma vez que existem sempre panos limpos à mão. A prestadora de serviços

têxteis trata de toda a logística. Assim, as oficinas ganham muito tempo para a sua atividade principal. “Em Portugal, disponibilizamos a oficinas e empresas industriais toda a nossa gama de panos. Há quatro: desde o robusto pano multifunções de algodão até ao pano de microfibra suave e que praticamente não larga algodão para superfícies sensíveis”, explica Javier Fernández, diretor de vendas da Mewa para Portugal e Espanha. “Também está disponível a nossa manta de recolha de óleo. É superleve, absolutamente flexível e consegue absorver até três litros de líquidos. Estes são transportados imediatamente para o interior, pelo que a superfície fica praticamente seca. Disponibilizamos ambos, ou seja, os panos e a manta, num sistema sustentável com serviço completo”, dá conta. E vai mais longe: “A consciência da qualidade e do ambiente aumentou bastante na última década em Portugal. Em que me baseio para afirmar isso? Nos números. Nos últimos sete anos, conseguimos triplicar o nosso volume de negócios nas regiões de mercado de Portugal e da Galiza”.



Japopeças

Viagem no tempo

A celebrar 40 anos, a Japopeças deve o seu sucesso ao percurso de crescimento contínuo e sustentado, alavancado em marcas sólidas e de prestígio reconhecidas pelo mercado. Luís Costa, fundador e administrador, faz uma viagem no tempo

Por: **Bruno Castanheira**

A história da Japopeças começou a escrever-se em 1986. Terão estas quatro décadas passado a correr ou houve alturas em que o fundador conseguiu usufruir da viagem? “Fruto da intensidade com que vivi todo este percurso, ‘nem dei pelo tempo passar’. Diria que usufruí desta viagem, na medida em que este projeto foi somando sucessos face ao resultado do trabalho árduo desenvolvido. Naturalmente, é com satisfação que vejo o patamar onde chegámos como empresa e o lugar que ocupamos no aftermarket atualmente”, começa por recordar Luís Costa. Em algum momento, sentiu que a empresa estava a perder o seu ADN nipónico por via do alargamento do portefólio de produtos a veículos europeus? A resposta é perentória: “Não, por dois motivos. Primeiro: o alargamento está a ser feito com as marcas asiáticas que representamos e que, algumas delas, são fabricantes OE também para veículos europeus, pelo que este segmento já integra o portefólio de produtos das próprias marcas. Segundo: ainda hoje somos conotados como es-

pecialistas no segmento asiático e a nossa expansão para o europeu está a ser feita sem comprometer a expertise nesse segmento”.

Fiel aos princípios

A AISIN está umbilicalmente ligada à história da Japopeças. Tanto mais, que ambas celebram esta parceria na expoMECÂNICA 2026. Teria sido mais difícil percorrer este caminho sem essa marca? “Seria diferente, não necessariamente mais difícil. Efetivamente, trata-se do primeiro fabricante OE com quem iniciámos a importação e assinala, de forma indelével, o percurso da Japopeças, no sentido em que comungamos de um ADN Nipónico caracterizado pela qualidade e um desígnio de melhoria continua que se reflete em tudo o que fazemos”, revela Luís Costa. “Desde o dia zero da empresa que os princípios e valores que pautam a nossa atividade são intocáveis: profissionalismo, integridade, transparência e primazia à qualidade, tanto nos produtos comercializados como no serviço prestado”, garante.

Hoje, o mundo está diferente. O aftermarket também. Mas a empresa manteve inabaláveis os pilares sobre os quais assenta a sua atividade: integridade, ética profissional, respeito pelos clientes e parceiros. “Acreditamos que estes valores mereceram o reconhecimento dos nossos clientes ao longos destes 40 anos, sem os quais este percurso não teria sido possível. Acompanhamos com naturalidade as mudanças ocorridas no aftermarket, nomeadamente a concentração do mercado em estruturas maiores resultantes de fusões, aquisições ou parcerias que elevam os padrões e a competitividade”, frisa. Trabalhar o presente é honrar o passado. E procurar deixar um legado que sustente um futuro tão promissor quanto o percurso feito até à data. É este o *modus operandi* da Japopeças, para quem a responsabilidade social não é uma moda. “Começa dentro de casa, no bem-estar de todo o *staff*. Naturalmente, envolvendo-nos em contributos a instituições locais e outras iniciativas de amplitude nacional”, conclui Luís Costa.



PREMIUM PRIVATE BRAND



A qualidade está no nosso **adn**



— Varipeças —

Parceria com raízes no futuro

Da proximidade ao crescimento sustentado, a Varipeças, liderada por Mário Viseu e Manuel Sousa, encontrou na GoShop um parceiro com a mesma visão do *aftermarket*

Por: **Jorge Flores**

Há empresas que crescem com o mercado. E outras que crescem com as pessoas. A história da Varipeças pertence, claramente, à segunda categoria. Fundada em setembro de 1987, em Argoncilhe, a “casa” nasceu da vontade de dois empreendedores locais em dinamizar a venda e a distribuição de peças para automóveis na região e nos concelhos vizinhos. Quase quatro décadas depois, continua a ter na proximidade o seu principal motor.

Ao longo dos anos, a empresa acompanhou a profunda transformação do *aftermarket* automóvel. “Das antigas microfichas aos modernos sistemas digitais de identificação de peças, das deslocações dos clientes ao balcão para levantar material até a uma operação em que cerca de 90% das vendas é entregue, diretamente, nas oficinas, a evolução foi constante”, revela Mário Viseu, responsável da Varipeças. Também o crescimento da estrutura acompanhou essa mudança, com reforço de armazém, aumento da frota e investimento contínuo em tecnologia e recursos humanos.

Para Mário Viseu, a identidade da empresa nunca se perdeu nesse percurso. “O atendimento personalizado com base na proximidade foi, é e sempre será a nossa bandeira de referência”, afirma. Uma filosofia que se traduz num contacto diário



próximo com os clientes e numa resposta rápida às exigências das oficinas.

Portefólio abrangente

Hoje, a Varipeças apresenta um “portefólio abrangente, pensado para responder às diferentes necessidades do setor”, garante o responsável. Desde consumíveis e material de mecânica até chaparia, colisão, ferramentas e sistemas de diagnóstico, a empresa aposta numa cobertura transversal do *aftermarket*, sempre com foco na qualidade. Essa exigência explica, também, a ligação a marcas de referência, como Bosch, Beru, Valeo ou TRW. “Os critérios que orientam as nossas escolhas são sempre qualidade de serviço e material, rapidez de resposta e lealdade”, sublinha Mário Viseu ao Check-up. Foi precisamente essa visão

de mercado que aproximou a Varipeças da GoShop. A integração na comunidade aconteceu em janeiro de 2026, num passo encarado como natural pela empresa de Argoncilhe. Não se trata de uma simples parceria comercial. A entrada na GoShop representou o encontro entre empresas com objetivos e valores semelhantes.

Visão de mercado

“A possibilidade de ter um parceiro comercial com a mesma visão de mercado e preços mais competitivos motivou esta decisão”, explica Mário Viseu.

Os primeiros meses confirmam o “alinhamento entre as duas partes”, diz. O impacto da integração é descrito como positivo, com expectativas de “um crescimento sólido e contínuo”. Uma ambição sustentada, de resto, na experiência acumulada da Varipeças, mas, também, na capacidade de adaptação a um *aftermarket* cada vez mais exigente e competitivo.

Num setor onde a rapidez conta, mas a confiança vale ainda mais, a Varipeças continua a construir o seu caminho com a mesma lógica que esteve na origem da empresa: estar próxima das oficinas, compreender as suas necessidades e criar relações duradouras. Agora, com a GoShop ao lado, esse percurso ganha nova dimensão.

Cada bateria afirma ser a melhor do mercado.

TUDOR[®]
BATTERIES

As nossas baterias provam isso quando necessário.



Criando o futuro – o caminho da Exide:



Inovação



Confiabilidade



Sustentabilidade



Alta Performance



**ENERGIZING
A NEW
WORLD**

exidegroup.com

EXIDE[®]
TECHNOLOGIES



«Podes contar
com eles –
a qualquer
momento!»

Mewa.
Panos de limpeza
com serviço completo.

Descubra mais agora em mewa.pt/servico-completo