



CHECK-UP

media

AFTERMARKET AUTOMÓVEL

expoMECÂNICA 2024

Por dentro do maior evento
de *aftermarket* nacional

Suplemento especial
Carros



SUBSTITUIÇÃO



REPARAÇÃO



CALIBRAÇÃO
ADAS

GLASSDRIVE®

Especialistas em vidro automóvel



Faça já a sua
marcação online



808 246 246 | GLASSDRIVE.PT

Cobertura em Portugal continental e ilhas



SUMÁRIO

expoMECÂNICA 2024

266 expositores, dos quais 87 são estrangeiros, em representação de 13 países, compõem o mapa da edição deste ano 4

Entrevista

José Manuel Costa, diretor da Kikai Eventos, entidade organizadora da feira, aborda o crescimento exponencial do salão 6

Atualidade

Quantas histórias e negócios cabem em 10 anos? Percurso do evento de referência do *aftermarket* automóvel em Portugal 12

Empresas

LIQUI MOLY	18
bilstein group	20
AD Parts	22
OSRAM	26
Bolas	28
Glassdrive	30
Lubrificantes Texaco	31
DAYCO	32
Filourém	34
BASF	36
Interescape	38
Sparkes & Sparkes	40
Go.Charge	42
Japopeças	44
GoShop by Romafe	46

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: © loveguli/istockphoto

**Exemplo a seguir**

Transparência, dedicação, perseverança. São estes os principais pilares, não necessariamente por esta ordem, sobre os quais assenta o sucesso da expoMECÂNICA, referência incontornável do *aftermarket*. Organizada pela Kikai Eventos há uma década, a feira tornou-se na “meca” do pós-venda automóvel independente no nosso país, sendo um ponto de encontro obrigatório para os profissionais do setor. Ao longo dos anos, o salão foi crescendo, tanto em dimensão como em importância. Dentro e fora de portas. Prova disso, são os 88 expositores estrangeiros, em representação de 13 países (dados de 21 de outubro), que marcam presença na edição deste ano, a 9.ª, número que constitui um recorde absoluto.

Mas os primeiros tempos foram tudo menos fáceis. Apesar de já existir uma feira do setor em Portugal, para mais estando o país a recuperar de uma crise económica, a Kikai Eventos apostou numa abordagem diferenciada, nunca baixou os braços e não quis repetir o que estava a ser feito. Pretendeu algo inovador, com novas ideias e num espaço melhor. Foi uma aposta ousada em 2014, quiçá arriscada, mas, hoje, passados 10 anos, pode dizer-se que a transparência, a dedicação e a perseverança da dupla José Manuel Costa/Sónia Rodrigues (sem esquecer a importância das outras duas pessoas que compõem a Kikai Eventos, Cátia Santos e Judite Leal) foram apostas ganhas.

O sucesso da feira não foi, por isso, obra do acaso. Deve-se a um trabalho metódico, com o foco em objetivos bem definidos e com muita capacidade de superação à mistura. O “segredo” foi envolver todo o setor, começando pelas associações e escolas de formação. E se há característica que assiste à Kikai Eventos, a quem o Check-up agradece o incondicional apoio dado desde o primeiro dia, é o facto de tratar com o mesmo respeito e igual dose de honestidade todos os *players*, independentemente do tamanho do *stand* que escolham. Sempre com o propósito de criar um evento que seja benéfico para todos, desde as pequenas oficinas até aos grandes fornecedores de componentes e equipamentos. Por tudo isto e mais uma série de razões que não cabem nestas linhas, a expoMECÂNICA é um exemplo a seguir.

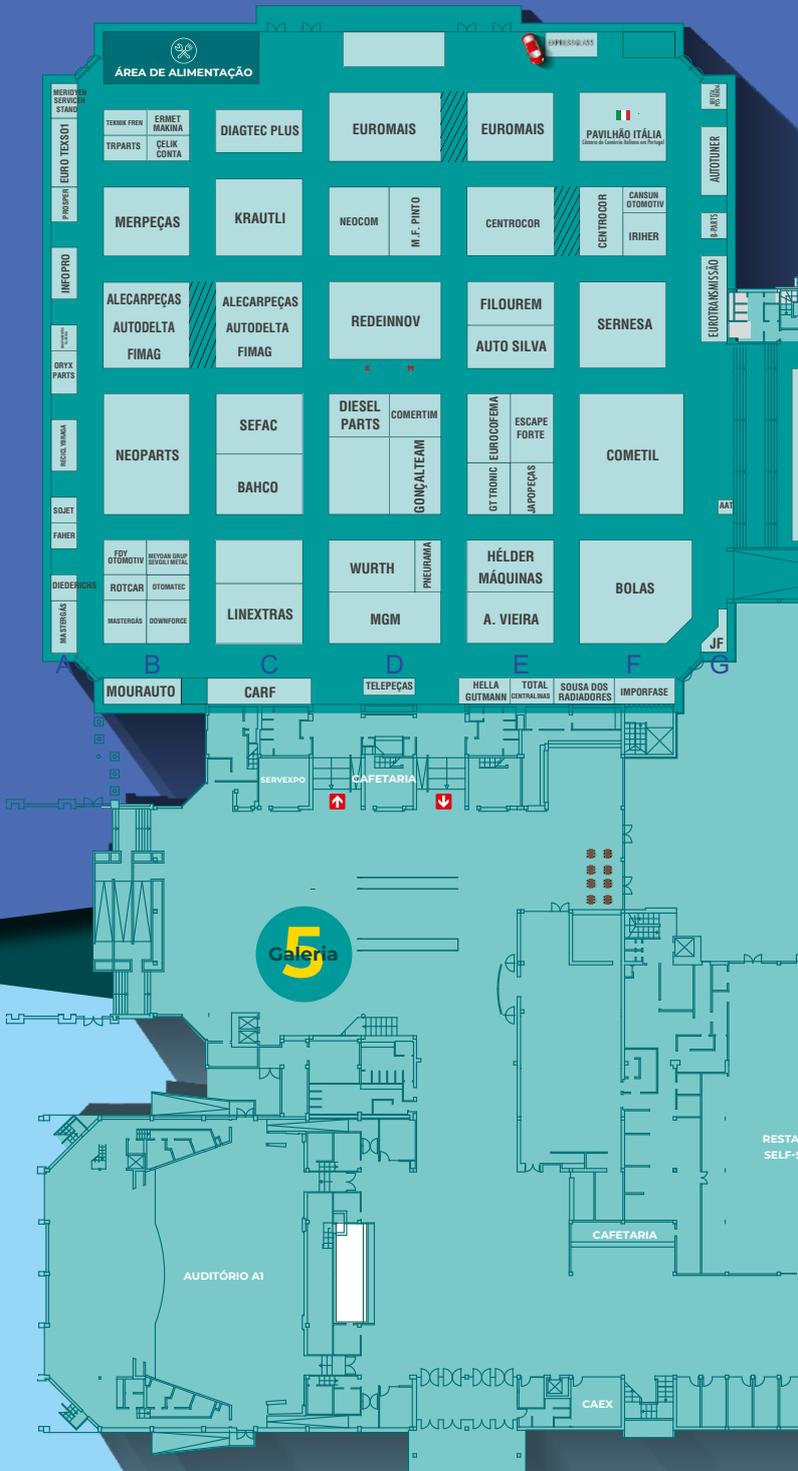
Bruno Castanheira

brunocastanheira@checkupmedia.com



expo MECÂNICA²⁴ vista à lupa

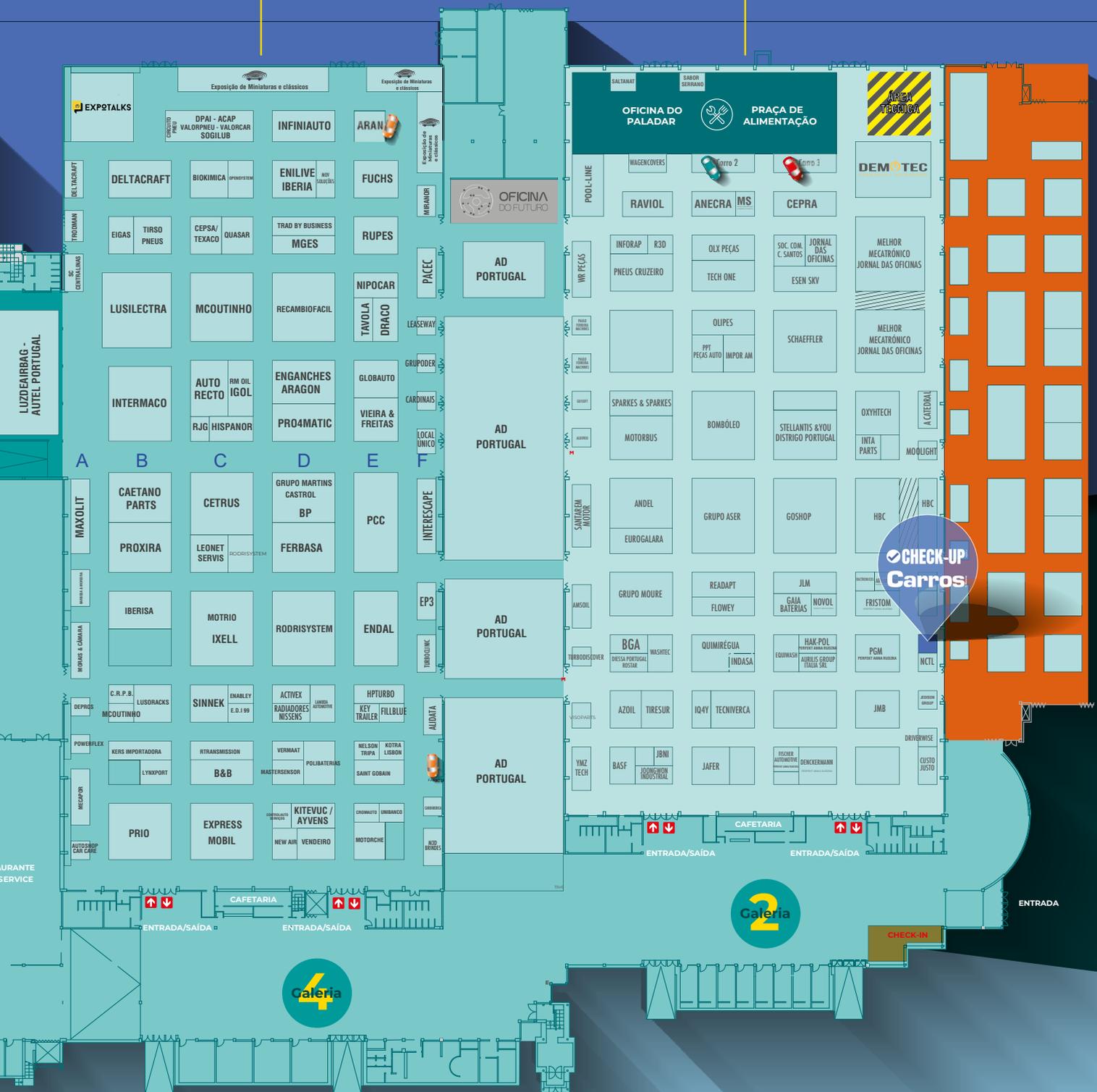
Na expoMECÂNICA, cada pavilhão é um universo de oportunidades para o *aftermarket* automóvel. Com uma diversidade de expositores e inovações, o mapa completo da feira permite descobrir os espaços onde negócios, tecnologia e *networking* se encontram. O **Check-up** e a **Carros & Motores** esperam por si no Pavilhão 2...



4 Pavilhão

3 Pavilhão

2 Pavilhão





José Manuel Costa

“Internacionalização da feira permite expandir negócios e conectar com novas oportunidades”

Diretor da Kikai Eventos, entidade organizadora da feira, aborda crescimento exponencial da expoMECÂNICA, na última década, e destaca recorde da edição de 2024 em número de expositores e empresas internacionais

Por: Jorge Flores | Fotos: Estelle Valente

Dez anos se passaram desde a criação da Kikai Eventos, entidade organizadora da expoMECÂNICA, o maior evento dedicado ao *aftermarket* automóvel nacional e que, cada vez mais, marca, também, a agenda do setor no campo internacional. Para quem viveu esta caminhada, desde o início, esta década parece mais uma “existência inteira”, tantos foram os “desafios, as conquistas e a aprendizagem”, como confessa José Manuel Costa, diretor da feira, em entrevista ao Check-up.

Segundo explica, a expoMECÂNICA tem conseguido afirmar-se além-fronteiras, como prova o recorde absoluto da edição de 2024 no que diz respeito a empresas internacionais e número de expositores. Por tudo isto, quando abrirem as portas da Exponor, no próximo dia 8 de novembro (o evento decorrerá até dia 10), apesar de toda a agitação e de tantos quilómetros percorridos para se certificar de que

tudo está em condições – e que ninguém ficará sem uma resposta – José Manuel Costa sentirá um enorme “orgulho e gratidão por tudo o que foi construído e pelo que ainda está por vir”.

Na edição de 2024 da expoMECÂNICA, cumprem-se 10 anos sobre a criação da Kikai Eventos. Parece que foi ontem ou há 100 anos?

A sensação é de que o tempo passou rápido. Mas a experiência e a evolução alcançadas, neste período, faz com que pareça que já se passaram muitos anos. Tem sido uma jornada intensa, cheia de aprendizagem e de crescimento para todos nós. Dez anos passaram rapidamente, mas, ao mesmo tempo, enfrentámos muitos desafios que nos deram a sensação de que já vivemos um século nesse setor. Olhando para trás, percebemos o quanto construímos e o quanto crescemos.





“O setor automóvel evoluiu significativamente, em tecnologia e sustentabilidade. O *aftermarket* também, adaptando-se às novas exigências do mercado”

Como avalia a evolução do setor automóvel, em geral, e do *aftermarket*, em particular, nesta década de existência da Kikai Eventos, sobretudo, a partir da realização da primeira edição da feira?

O setor automóvel evoluiu significativamente, especialmente em tecnologia e sustentabilidade. O *aftermarket* também se desenvolveu, adaptando-se às novas exigências do mercado e aproveitando as

inovações para oferecer melhores serviços e produtos. Na última década, o setor automóvel viu avanços significativos, especialmente na digitalização, mobilidade elétrica e na crescente importância da sustentabilidade. No segmento do *aftermarket*, houve um aumento na procura por serviços de reparação e manutenção, acompanhado de uma maior complexidade tecnológica dos veículos e uma di-

versificação de produtos e serviços.

Quais as principais novidades que os visitantes podem esperar da edição de 2024 em comparação com as anteriores?

Esperamos trazer mais interatividade, novas tecnologias, uma diversidade de expositores e produtos inovadores que refletem as últimas tendências do setor. Ao mesmo tempo, apresentaremos um livro sobre a



“História da Reparação Automóvel” e um espaço da Oficina do Futuro.

A seis meses da abertura de portas, já 80% da área de exposição estava ocupada e 36 novas empresas estreantes. Como está a organização a gerir o crescente interesse dos expositores?

Hoje, estamos com mais de 90% dos espaços vendidos e seguros que teremos casa-cheia. Desde logo, com muitos novos expositores e mais países representados. Estamos a trabalhar em estreita colaboração com os expositores para garantir que as suas necessidades sejam atendidas, oferecendo apoio personalizado e espaços bem planeados para maximizar a experiência de todos.

Que ferramentas tecnológicas estão a uti-

lizar para tornar a comunicação do evento mais interativa?

Continuamos a apostar na plataforma de MatchMaking, *networking online*, que, a um custo muito baixo, faz o agendamento de reuniões antes da feira e a criação de uma infinidade de *marketplaces*, tantos quantos os expositores aderentes, que, em 2023, foram mais de 50 empresas. Implementámos, no passado, o catálogo oficial eletrónico, sem utilização do papel. No passado do mês de setembro, foi implementado um arrojado plano de comunicação através das redes sociais, para interação contínua antes, durante e após o evento.

Com a participação recorde de empresas estrangeiras, quais consideras serem os fato-

res que têm atraído mais expositores internacionais, especialmente de Espanha?

O nosso foco na qualidade do evento, a sua reputação crescente e a capacidade de conectar expositores a compradores do mercado português e ibérico, mas, aos poucos, também europeu, têm sido fatores muito atraentes para empresas internacionais, especialmente de Espanha. Estão contabilizadas já 88 empresas internacionais de 13 países.

O aumento de 10% da área de exposição reflete uma maior diversificação de produtos e serviços?

Por um lado, uma crescente procura pelo mercado português e a feira como canal, mas, ao mesmo tempo, esse aumento indica um crescimento na diversidade de



produtos e serviços que as empresas estão dispostas a oferecer, o que, por sua vez, enriquece a experiência dos visitantes.

Qual é a expectativa em termos de número de visitantes para a edição de 2024? Existe uma meta específica a ser alcançada?

Esperamos uma afluência de visitantes semelhante à da edição anterior, cujo registo de mais de 19 mil visitantes foi extraordinário. Mesmo com tão elevada frequência, temos sempre como um objetivo específico alcançar um público mais amplo, tanto nacional quanto internacional.

A forte adesão dos *players* do setor é evidente. Mas quais são os principais desafios na organização de um evento desta dimensão?

Os principais desafios incluem a logística de coordenação de tantos expositores e visitantes, assegurar a qualidade do evento e adaptar-nos, rapidamente, às necessidades do mercado em constante mudança. Mas, acima de tudo, a satisfação de todos os envolvidos na expoMECÂNICA.

Existe alguma área dentro do *aftermarket* automóvel independente que tenha evidenciado um crescimento particularmente notável nas últimas edições?

Sim, temos observado um crescimento significativo nas áreas de peças e componentes eletrónicos. Mais recentemente, de soluções de mobilidade sustentável.

Como tem sido a reação das empresas em relação à crescente internacionalização do evento?

A reação tem sido muito positiva. As empresas veem isso como uma oportunidade, não apenas para expandirem os seus negócios, mas, também, para se conectarem com novas oportunidades dentro da própria feira.

Quais as principais tendências que a organização espera ver refletidas nos produtos e serviços expostos em 2024?

Esperamos ver uma forte presença de tecnologias de veículos elétricos, soluções de digitalização e inovação em automação.

Como promoveu a Kikai Eventos a feira para atrair ainda mais visitantes e expositores, tanto nacionais como internacionais?

Utilizamos campanhas de *marketing* digital, feiras de negócios e parcerias com associações da indústria para aumentar a visibilidade do evento e atrair um público diversificado. E, em termos internacionais, estamos presentes em revistas de Itália e

Turquia, mas com muito mais força em Espanha, onde asseguramos publicidade e a componente editorial em praticamente todos os meios de comunicação especializados.

Qual é o papel da expoMECÂNICA no contexto do *aftermarket* automóvel internacional? Ainda há caminho a percorrer neste sentido?

A expoMECÂNICA está a consolidar-se como um importante ponto de encontro para os profissionais do setor automóvel, ajudando a fortalecer laços internacionais, embora ainda haja espaço para expansão e maior reconhecimento global. Apesar de Portugal ser um país periférico, a componente internacional, tanto de expositores como de visitantes, tem crescido lentamente, é certo, mas de forma consolidada.

Qual será a primeira coisa em que pensarás quando abrires as portas desta edição?

Provavelmente, será um sentimento de orgulho de ver todo o nosso trabalho árduo, culminando num evento que une pessoas, inovações e oportunidades no setor automóvel. Ao mesmo tempo, será de gratidão pelos parceiros e expositores que acreditaram no evento. E de entusiasmo pelo que está por vir.

“Dez anos passaram rapidamente, mas, ao mesmo tempo, enfrentámos muitos desafios que nos deram a sensação de que já vivemos um século neste setor.”





expoMECÂNICA

Quantas histórias e negócios cabem em 10 anos?

Organizada pela Kikai Eventos há uma década, a feira é, hoje, o encontro do *aftermarket* automóvel independente consigo mesmo, atraindo à Exponor visitantes e expositores de várias partes do globo

Por: Bruno Castanheira e Jorge Flores





10

anos é muito tempo. Muitas vidas, histórias e negócios cabem, também, dentro deste espaço temporal. Ora, a Kikai Eventos foi fundada há, precisamente, uma década, por José Manuel Costa. O percurso da empresa, como veremos, está umbilicalmente ligado à organização da expoMECÂNICA, ainda que a companhia tenha começado a ganhar forma antes de saber que seria sobre o setor automóvel o seu primeiro evento. A verdade é que uma não existiria sem a outra. Mas ambas, juntas, fazem da expoMECÂNICA a referência incontornável do *aftermarket* automóvel em Portugal. O momento maior, agora de dois em dois anos (começou por ser anual e, mais tarde, a cada 18 meses), em que o setor olha para si próprio. E vê formas de evoluir.

No espaço de 10 anos, a feira tornou-se no principal evento do pós-venda automóvel independente no nosso país e um ponto de encontro obrigatório para os profissionais do setor. O que começou como um projeto ambicioso, cresceu, cresceu muito, atingindo dimensões internacionais, atraindo visitantes e expositores de várias partes do globo. Mas recuemos um pouco na história.

Primeiros tempos

José Manuel Costa, casado e pai de três filhos, é um exemplo de perseverança e

dedicação. Formado no colégio Salesianos do Porto, começou a trabalhar aos 15 anos para apoiar a mãe, viúva, enquanto estudava à noite. Mais tarde, conseguiu ingressar numa universidade pública, fez o programa Erasmus em Barcelona e completou uma pós-graduação na Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo. “Sempre fui um homem de família e de princípios. Nunca me considerei um génio. O que conquistei foi através de muito trabalho, esforço e honestidade”, partilha José Manuel Costa com o Check-up.

A sua carreira começou no Grupo Jerónimo Martins, mas foi na Exponor que o seu trajeto no mundo dos eventos e feiras tomou forma. Em 1998, foi enviado para o Brasil, onde fundou e dirigiu a Exponor Brasil durante uma década, criando feiras que receberam a atenção de ministros e até de presidentes da república. No entanto, após regressar a Portugal, em 2012, e passar novamente pela Exponor, sentiu que o rumo da empresa já não se alinhava com os seus princípios. “Percebi que não me sentia bem com o caminho que a Exponor estava a seguir. Decidi sair e traçar o meu próprio trilha”, recorda.

A ideia de criar a Kikai Eventos foi-se construindo ao longo de uma reflexão pessoal. Peça a peça. “Enquanto não decidia o que fazer, fui visitar a minha irmã a Omã. Numa conversa com ela, percebi que o que eu sabia realmente fazer era organizar feiras. Porque não criar o meu próprio negócio?”, relembra. Essa conversa foi o ponto de partida para a criação da Kikai Eventos, oficializada a 10 de janeiro de 2014, já com

o objetivo de realizar a primeira edição da expoMECÂNICA nesse mesmo ano.

Nascimento da feira

A primeira edição da feira, realizada de 3 a 5 de outubro de 2014, foi o culminar de meses de planeamento e dedicação. “Comecei a trabalhar diariamente numa confeitaria, em Matosinhos, das 9h às 18h, enquanto desenhava o conceito de uma feira, que, na altura, não sabia que viria a ser a expoMECÂNICA. Rodeei-me das pessoas certas, como a Sónia Rodrigues, que viria a ser uma das minhas sócias. Foi uma jornada desafiante, mas tínhamos a certeza de que havia espaço no mercado para um certame como este”, conta José Manuel Costa.

Apesar de já existir uma feira do setor em Portugal, a Kikai Eventos apostou sempre numa abordagem diferenciada. “Não queríamos apenas repetir o que já estava a ser feito. Queríamos algo inovador, com novas ideias e um espaço melhor. Foi uma aposta ousada, especialmente em 2014, quando o país ainda estava a recuperar da crise económica, mas resultou”, recorda o fundador da feira.

Conquista e consolidação

A primeira edição da expoMECÂNICA foi um sucesso. Sem margem para discussão no setor. Realizada no Pavilhão 6 da Exponor, a feira atraiu um número impressionante de expositores e visitantes, superando as expectativas. “Trabalhámos muito para este resultado. Visitámos pessoalmente mais de 90% dos potenciais

clientes. Não havia outro caminho. Queríamos marcar a diferença desde o início, mostrando que éramos uma empresa jovem e dedicada”, confidencia o diretor da Kikai Eventos.

O sucesso da feira não foi obra do acaso, mas sim de um trabalho meticuloso e de um conhecimento profundo. “O segredo foi envolver todo o setor – desde associações a escolas de formação. Tratámos todos com o mesmo respeito, independentemente do tamanho do stand. O objetivo era criar um evento que beneficiasse todos, desde as pequenas oficinas até aos grandes fornecedores”, explica José Manuel Costa.

Plataforma internacional

Ao longo dos anos, a expoMECÂNICA foi crescendo, tanto em dimensão como em

Desafios do futuro

Com a edição de 2024 já em preparação, que coincidirá com o 10.º aniversário da empresa, José Manuel Costa e a sua equipa (Sónia Rodrigues, Cátia Santos e Judite Leal) continuam a trabalhar para que a expoMECÂNICA se mantenha na vanguarda do setor. “Temos muitos planos para o futuro. Queremos continuar a inovar e a expandir. O nosso objetivo é que, até 2026, possamos ocupar o Pavilhão 1 da Exponor, o maior espaço de exposição. Não é uma meta impossível, mas sabemos que depende de muitos fatores”, refere. A resiliência e a capacidade de adaptação são características que definem tanto a Kikai Eventos como o seu fundador. “Sempre acreditei que o trabalho árduo compensa. O que alcançámos até agora é fruto de muita dedicação e de uma equipa fantástica. Não há segredos, apenas



Foto © Estelle Valente

importância. Dentro e fora de portas. “Em 2014, começámos com uma primeira planta de 4.000 m². Hoje, o evento ocupa vários pavilhões da Exponor e continua a expandir-se. Temos vindo a atrair cada vez mais expositores e visitantes internacionais, consolidando a feira como uma referência também além-fronteiras”, diz.

A internacionalização da expoMECÂNICA é um dos grandes objetivos para os próximos anos. Uma missão assumida com convicção, de resto. “Queremos continuar a crescer, não apenas a nível nacional, mas, também, no plano internacional. Há um enorme potencial para expandir a feira e torná-la num ponto de encontro global para o setor do *aftermarket*”, afirma José Manuel Costa.

seriedade e foco”, conclui o responsável.

Com um crescimento sustentado ao longo dos últimos 10 anos, a expoMECÂNICA não só é a maior feira do *aftermarket* em Portugal, como, também, começa a afirmar-se como um evento internacional de destaque. A aposta na inovação, na proximidade com o setor e no envolvimento de todos os *stakeholders* tem sido a chave para o sucesso. O futuro parece promissor, tanto para a Kikai Eventos como para a expoMECÂNICA. José Manuel Costa, com o seu espírito determinado e visão estratégica – e acompanhado da sua equipa – continuará a liderar este projeto, sempre com o olhar fixo no futuro, mas sem esquecer as bases sólidas que construiu ao longo do tempo.

expoMECÂNICA em números

1.ª EDIÇÃO (3 a 5 de outubro de 2014)

Pavilhão

6

Número de expositores

104

Área bruta

7.000 m²

11

Expositores estrangeiros

Países

3

(Portugal, Espanha e Itália)

Número de visitantes

11.194

9.ª EDIÇÃO (8 a 10 de novembro de 2024)

Pavilhões 2, 3, 4 e 5 + Galerias

Área bruta

27.840 m²

Número de expositores

267

88

Expositores estrangeiros

Países

14

(13 + Portugal)

Número de visitantes edição de 2023

19.887

8.379

Número visitantes registados



“ A expoMECÂNICA é da maior importância pela capacidade de reunir, num só local, todos os *players* de referência do *aftermarket* português, desde a distribuição, passando pelo retalho, até à oficina, ultrapassando já a dimensão nacional, por contar, também, com empresas internacionais ”

Luís Almeida

Diretor-geral da Japopeças

“ A expoMECÂNICA é, sem dúvida alguma, um momento alto para o nosso setor, tendo dado um contributo forte para o contínuo progresso e desenvolvimento do IAM em Portugal, desde a sua primeira edição ”

Joaquim Candeias

Managing Director do bilstein group e Presidente da DPAI/ACAP

“ A expoMECÂNICA é a montra do *aftermarket* em Portugal ”

Ricardo Caldas

Area Sales Manager Portugal da DAYCO

“ A expoMECÂNICA é uma oportunidade estratégica para reforçarmos a nossa posição como o melhor parceiro no setor da repintura automóvel. O evento é crucial para apresentar as novas soluções de que dispomos, as mais sustentáveis dos mercados português e internacional, fortalecendo, desta forma, a visibilidade da BASF ”

Miguel Costa

Marketing Specialist Portugal da BASF Coatings Services

“ A expoMECÂNICA assume um papel fundamental no panorama do *aftermarket* português, sendo uma plataforma de referência para o setor. O evento facilita a interação entre profissionais, promove a inovação tecnológica e impulsiona a partilha de conhecimento, fortalecendo a competitividade e o crescimento das empresas que nele operam ”

Rui Bolas

Administrador da Bolas

“ A expoMECÂNICA é o evento de referência do *aftermarket* em Portugal, que reúne os seus principais *players* e, desta forma, proporciona uma plataforma única para apresentar ao mercado o trabalho desenvolvido e os projetos futuros. É uma oportunidade estratégica para fortalecer relações e impulsionar novas parcerias que promovem o crescimento do setor ”

Flávio Menino

Diretor de Marketing e Comunicação do Grupo Autozîtânia

“ A expoMECÂNICA é ‘a nossa feira’. Estivemos presentes sempre, desde a primeira edição. É a feira da ‘nossa terra’ e é, seguramente, uma das melhores do setor na Europa ”

Diamantino Costa

Diretor-geral da Sparkes & Sparkes

“ A expoMECÂNICA reúne profissionais e empresas, promovendo a inovação, o *networking* e a partilha de conhecimentos, com o objetivo de desenvolvimento do setor ”

José Carvalho

Diretor da Divisão Automóvel da Romafe

“ A expoMECÂNICA é, hoje, uma feira de referência no *aftermarket* nacional, afirmando-se como um ponto de encontro por excelência para profissionais do setor, mas, também, a nível ibérico, com os maiores *players* de Portugal e Espanha a marcarem presença no certame e com tendência a crescer no panorama internacional... ”

Mónica Violante

Marketing Manager Spain & Portugal
ams OSRAM Group

“ Lembro-me bem do projeto da expoMECÂNICA numa fase muito embrionária e passada uma década, acompanhar, participar e ver a sua evolução, mesmo com os desafios que o mundo viveu nos últimos anos, é impressionante. Se, hoje, damos por adquirido que é uma feira relevante a nível ibérico, foi uma conquista da paciência e perseverança do José Manuel Costa, da Sónia Rodrigues e de toda a sua equipa pelo trabalho. A pressão de fazer sempre melhor aumenta a cada ano, mas na mesma medida da satisfação de ver o sucesso edição após edição. Parabéns! ”

Cláudio Delicado

Head of Strategic Communication & Marketing
da LIQUI MOLY Iberia

“ A expoMECÂNICA é um espaço altamente privilegiado de partilha, interação e novidades. De partilha de conhecimentos e experiências, de interação com todos os nossos parceiros, desde fornecedores, clientes e outros distribuidores e amigos do setor. Novidades porque é um momento interessante para as marcas e os diferentes *players* lançarem novos conceitos e novos produtos. Por estes motivos e tantos outros, é sempre um gosto enorme e um orgulho fazer parte deste evento! ”

Carlos Jorge Gonçalves

Diretor-geral da Filourém

“ A Texaco, enquanto marca de referência do *aftermarket*, devido à sua extensa oferta diferenciadora de lubrificantes, não poderia deixar de estar presente na expoMECÂNICA, que é um dos mais importantes eventos do setor ”

Renaud Van Der Haegen

Diretor de Distribuição para a Península Ibérica e Norte de África da Texaco

“ Sendo a única feira de *aftermarket* em Portugal, achamos relevante estarmos presentes para um contacto presencial com os atuais clientes e, também, como montra para possíveis novos clientes ”

Jorge Carvalho

Diretor-geral da Interescape





A cor da tampa indica onde usar o aditivo:
Vermelho – Diesel; **Azul** – Gasolina;
Preto – Óleo; **Branco** – Radiador

O que são aditivos?

Para responder a esta pergunta, recorreremos à LIQUI MOLY, especialista em aditivos há mais de 65 anos, que faz sair do seu laboratório, na Alemanha, as receitas para prevenir problemas ou melhorar certas propriedades dos veículos

Por: **Bruno Castanheira**

“Cada quilómetro percorrido provoca desgaste do motor e dos seus componentes. Um processo lento e subtil que é, muitas vezes, acelerado devido a combustível de baixa qualidade e depósitos de lubrificantes antigos. Uma manutenção regular do circuito do óleo, do combustível ou do radiador permite que o motor volte a ter o desempenho que tinha quando o veículo era novo. Sem grande esforço, mas com grande eficácia”, começa por enquadrar Cláudio Delicado, *head of strategic communication & marketing* da LIQUI MOLY Iberia.

São várias as ações que os aditivos podem fazer. Desde logo, o desempenho. Seja no sistema de óleo, de combustível ou de refrigeração: os mais diversos processos durante a utilização do veículo permitem que, com o passar do tempo, se formem depósitos em vários componentes, como, por exemplo, nas válvulas ou na câmara de combustão. “Estes depósitos afetam o funcionamento de componentes dispendiosos, provocando, muitas vezes, perdas de desempenho. Se aplicados preventivamente, os nossos aditivos não só removem sujidades no sistema, como, também, previnem a sua nova formação”, explica Cláudio Delicado.

Inúmeros benefícios

Os aditivos podem prevenir e resolver muitos problemas, como, por exemplo, o funcionamento irregular do motor, o envelhecimento do combustível e as fugas no circuito

do óleo ou do líquido de refrigeração. “Devido à sua ação de limpeza, de vedação ou de redução do desgaste, são a primeira escolha para problemas que surjam ou para prevenção”, dá conta o responsável. Os aditivos são, muitas vezes, uma alternativa económica a reparações onerosas ou à substituição de componentes individuais. “Também protegem, preventivamente, contra desgaste e danos dispendiosos, aumentando, assim, a vida útil dos componentes”, sustenta o nosso interlocutor. E vai mais longe: “Além disso, a sua ação de limpeza permite reduzir o consumo de combustível, o que também contribui para diminuir as emissões de CO₂”.

Tipos de aditivos

Óleo, combustível, radiador e... AdBlue. São vários os tipos de aditivos. Os de óleo “são adicionados, diretamente, ao lubrificante, sendo adequados para todos os óleos de motor e de caixa de velocidades normalmente vendidos”, explica Cláudio Delicado. “Melhoram as propriedades do óleo, reduzindo, assim, o desgaste e o consumo de óleo”, diz. “Devido a propriedades anti-desgaste adicionais, a fricção interna é reduzida e o consumo de combustível é menor. A vida útil do motor e da caixa de velocidades aumenta, estando garantida a segurança de funcionamento”, enfatiza.

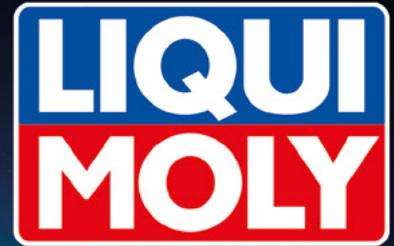
Já os aditivos de combustível, “são adicionados, diretamente, ao gasóleo ou à gasolina. Eliminam os depósitos existentes em todo o sistema, nas válvulas de injeção/bo-

cais, nas válvulas de admissão, nas velas e na câmara de combustão, impedindo que voltem a formar-se”, assegura. Mais: “Cuidam de todos os componentes dos sistemas de injeção, protegem todo o sistema de combustível da corrosão, otimizam os valores de análise da emissão de gases e de desempenho do motor e melhoram a aceleração. A prevenção da obstrução do filtro de partículas Diesel também se pode fazer através de um aditivo”, revela. Quanto aos aditivos de radiador, “o produto de limpeza elimina sujidades com resíduos de calcário e óleo, crostas e sedimentos no sistema de refrigeração. O tapa-fugas para radiadores veda, de forma eficaz, pequenas fugas. Pode ser utilizado de forma preventiva ou para resolver problemas” esclarece.

A novidade, o aditivo Anti-Cristalização do AdBlue, resolve um problema comum. “O AdBlue, sendo composto por cerca de dois terços de água desmineralizada e cerca de um terço de ureia, cria resíduos”, alerta Cláudio Delicado. “Desta forma”, refere, “nos tubos ou nas válvulas doseadoras formam-se cristais de ureia. Isto acontece quando a água nos tubos evapora, podendo causar obstrução no sistema AdBlue, o que, por sua vez, provoca danos na bomba e nos injetores”, acrescenta. E conclui: “O novo aditivo da LIQUI MOLY impede a formação de cristais prejudiciais e pode evitar a criação de depósitos no bico de injeção. O aditivo deve ser adicionado ao depósito de AdBlue em cada reabastecimento”.



Toda a informação sobre a mudança de óleo com LIQUI MOLY está disponível aqui: www.liqui-moly.to/mudanca-de-oleo



Precisa de uma mudança de óleo?

Vamos a isso!

Um desejo, uma marca: encontrar o óleo de motor certo não requer magia. Com a marca de lubrificantes mais popular da Alemanha, os parceiros da LIQUI MOLY oferecem a melhor qualidade fabricada na Alemanha e sabem exatamente o que o seu veículo precisa. Mude agora!



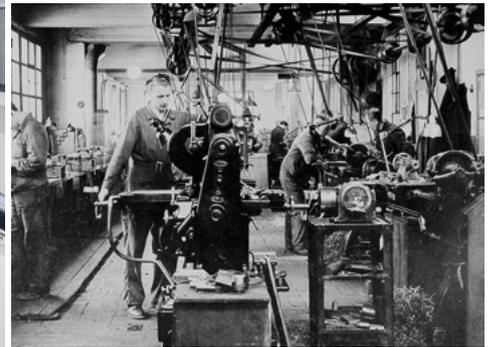
Issue 15/2024

Issue 8/2024

Issue 4/2024

Issue 4/2024

Issue 9/2024



— bilstein group —

180 anos a moldar o futuro

“Pensar no amanhã, hoje”. É este o conceito que preside à celebração dos 180 anos de história do bilstein group, cujas origens remontam a 1844, quando Ferdinand Daniel Friedrich Bilstein lançou a pedra basilar de uma empresa que combina pensamento global com atitude regional

Por: **Bruno Castanheira**

Para o bilstein group, “pensar no amanhã, hoje”, é o seu *modus operandi*. Ao longo dos últimos 180 anos de história, o detentor das marcas febi, SWAG e Blue Print soube adaptar-se e desenvolver-se de forma constante, em resposta às mudanças do mercado. Só com esta mentalidade foi possível transformar uma pequena fábrica num especialista global em peças de substituição.

Hoje, 2.700 colaboradores em todo o mundo trabalham em conjunto para garantir que os clientes de 170 países recebem produtos e serviços de elevada qualidade. Em 2023, o grupo ultrapassou, pela primeira vez, a fasquia dos mil milhões de euros de volume de negócios, apesar de todas as crises políticas e económicas internacionais. O crescimento consistente do bilstein group baseia-se num *claim* simples: “Mudar é a nossa tradição”. Por isso, para este “gigante” do *aftermarket* mundial, que combina pensamento global com atitude regional, desafiar estruturas e processos existentes, fazendo os ajustes que forem necessários, faz parte da sua natureza.

Este *mindset* caracteriza, também, a sua

colaboração com clientes e parceiros nos quatro cantos do globo. Tanto mais, que as relações comerciais do bilstein group centram-se sempre no crescimento conjunto, apoiadas por oportunidades de cooperação a longo prazo. E o facto de ser uma empresa independente, confere-lhe total liberdade para fazer negócios onde quiser, sendo esta uma vantagem significativa. Graças à sua própria organização de vendas e ao apoio dos seus parceiros de distribuição, o bilstein group construiu uma rede global de excelência.

Em Portugal desde 2004

Ter marcas fortes contribui, também, para o crescimento internacional, uma vez que geram reconhecimento, criam valor e, mais importante, constroem confiança. As marcas de renome internacional febi, SWAG e Blue Print encontram-se unidas sob a égide do bilstein group. Insígnias que oferecem ainda uma vantagem competitiva em relação aos “monoprodutores” e líderes tecnológicos: flexibilidade. Pese embora o facto de fornecer apenas o que pode produzir, o grupo oferece os produtos que são necessários. Nesse sentido, a qualidade não está

apenas ligada à sua produção *in-house*. Ou seja, a empresa não tem, necessariamente, de produzir qualidade sozinha, mas precisa de controlá-la e mantê-la. O investimento na qualidade é sustentado pelos laboratórios de testes existentes em vários locais, que garantem que os padrões são verificados, regularmente, em toda a gama e, portanto, mantidos a longo prazo. A garantia de três anos que dá para todos os produtos das suas marcas enaltece os padrões de qualidade pelos quais o grupo se rege, sendo um sinal inequívoco para distribuidores, oficinas e consumidores finais.

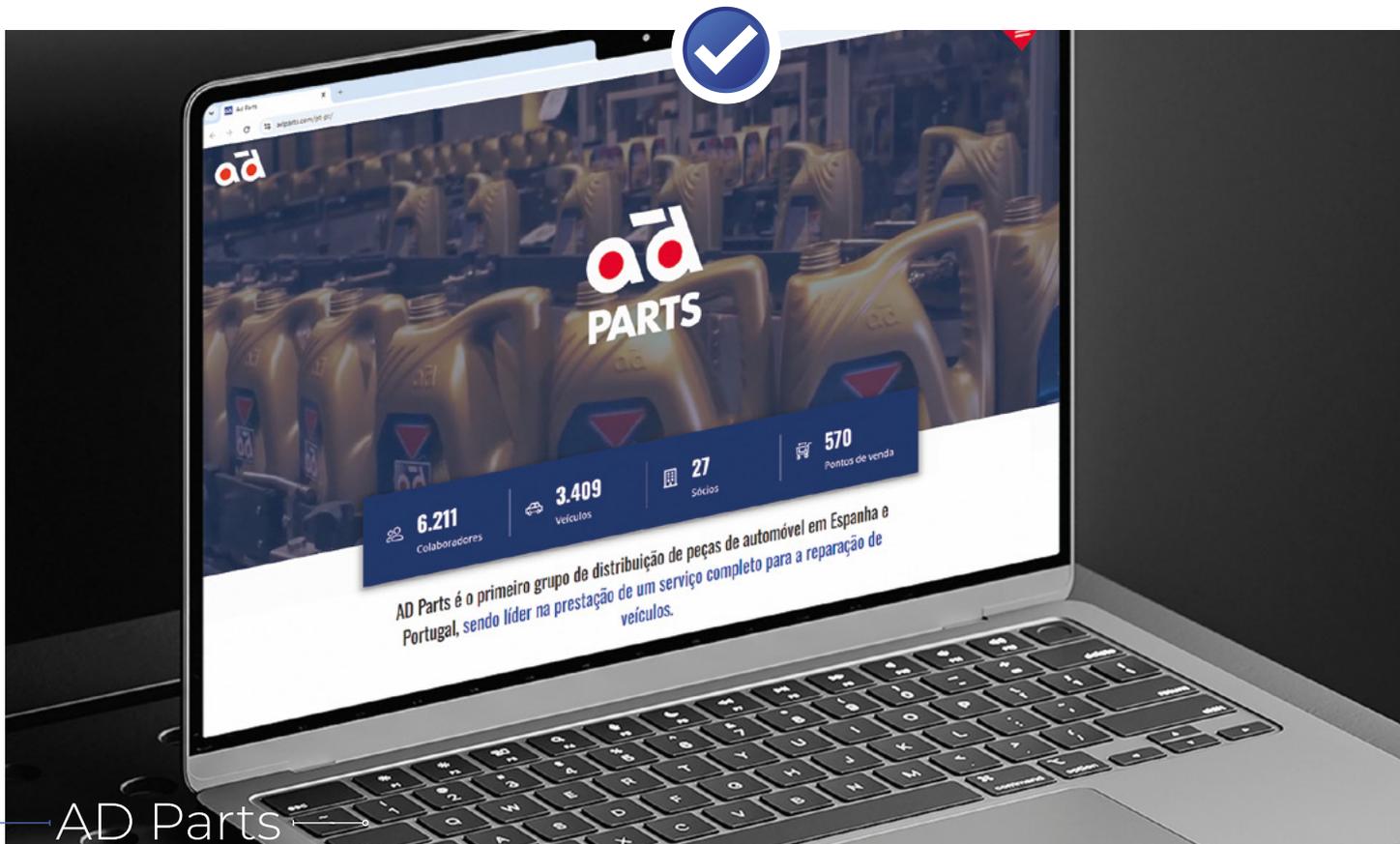
A construção do novo centro logístico em Gelsenkirchen, na Alemanha (cuja ocupação total ficou concluída em abril de 2023), os esforços para proteger o ambiente (sendo a integração de um máximo de 50% de plástico reciclado no embalamento e a instalação de painéis fotovoltaicos apenas duas medidas) e as inúmeras funcionalidades do catálogo partsfinder (como o Live Chat, aberto a todos os clientes e utilizadores), fazem do bilstein group um dos mais conceituados *players* do *aftermarket* mundial, presente em Portugal há, precisamente, 20 anos.

bilsteingroup®

180 anos

A MUDANÇA É A NOSSA TRADIÇÃO





Soluções de A a D

O maior grupo de distribuição de peças do *aftermarket* ibérico, AD Parts, destaca-se pela sua forte presença em Portugal e Espanha. Com uma posição consolidada e uma vasta experiência, a AD oferece uma gama completa de produtos e serviços, garantindo qualidade e fiabilidade

Por: **Bruno Castanheira**

Duas letras bastam para definir a força e a abrangência de uma Premium Private Brand: AD. Propriedade da AD Parts, o maior grupo de distribuição de peças do *aftermarket* ibérico, que se destaca pela sua forte presença em Portugal e Espanha, a AD compromete-se a disponibilizar soluções de elevada qualidade, projetadas para dar resposta às necessidades específicas do *aftermarket* automóvel, oferecendo uma combinação ideal de inovação, durabilidade dos produtos e preço competitivo no mercado. Apesar de a sua sigla reunir “apenas” as primeira e quarta letras do alfabeto português, a AD cobre todo o “léxico do mercado”, como se de A a Z se tratasse. Prova disso, é a completa gama de componentes para automóveis que oferece, garantindo o melhor desempenho e fiabilidade para a maioria do parque automóvel nacional.

Se existe característica que assiste à AD, como a própria faz questão de frisar, é a vasta gama de produtos de elevada qualidade de que dispõe. “Entre os principais,

estão os lubrificantes, que garantem a melhor proteção e elevado desempenho do motor, as baterias, conhecidas pela sua durabilidade, os filtros, que asseguram uma filtração eficiente, e os anticongelantes, que protegem o motor nas temperaturas mais baixas. A AD conta ainda com lâmpadas e escovas limpa para-brisas no seu portefólio de produtos”, explica.

Apoio técnico especializado

Mas será que produtos de elevada qualidade chegam para garantir um leque de soluções abrangente, que envolva os clientes em toda a sua plenitude? “A AD disponibiliza uma ampla variedade de serviços voltados, exclusivamente, para as oficinas, com o objetivo de aumentar a sua eficiência operacional e melhorar a satisfação dos clientes”, enfatiza. “Entre os principais serviços oferecidos, estão o AD360, uma ferramenta completa para consultas, compras *online*, informação técnica e elaboração de orçamentos”, acrescenta. Segundo diz, “a AD disponibiliza, também, apoio técnico especializado através do conceituado

Grup Eina, que ajuda as oficinas a solucionar problemas complexos com rapidez e precisão”. E vai mais longe: “Por último, mas não menos importante, a formação contínua, que também é uma prioridade, permitindo que as equipas de trabalho adquiram novas competências e estejam sempre atualizadas para oferecer um serviço de excelência aos seus clientes”.

Destaque merecem ainda os conceitos oficiais desenvolvidos pela AD Parts. “As redes de Oficinas AD e Expert Service Car estarão operacionais até ao fim deste ano, com presença garantida em todo o território nacional. Estas duas redes oficiais, apoiadas pela AD, visam oferecer tanto ao consumidor final como às oficinas um serviço de excelência, pautado pela qualidade, confiança e proximidade”, assegura a AD Parts. E conclui: “Estas redes oficiais proporcionarão serviços completos e profissionais, garantindo que cada cliente tenha acesso a soluções eficientes e de elevada qualidade, sempre com o apoio técnico necessário para dar resposta às mais diversas necessidades dos clientes”.



PREMIUM PRIVATE BRAND



\\ A QUALIDADE ESTÁ NO NOSSO **ADN** \\

Pneus

+ de 6 000 referências de pneus
99% de cobertura
na gama de marcas premium

 **EUROMAIS**
PEÇAS E PNEUS



 **Lusofiltros**

AUTOMOTIVE AFTER

Peças Auto

+ de 30 000 referências de peças auto
Cobertura de no mínimo 80%
do parque automóvel

Coli

[#simtemosstock](https://www.instagram.com/simtemosstock)

3am
peças auto

RPL

V
VISCORPEÇAS
COMÉRCIO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS AUTO, LDA.

MARKET ALLIANCE

Indústria

Ar Condicionado

marca própria presente no

CERTIFIED
TecDoc®
DATA SUPPLIER

isãõ



só para profissionais

www.3aaftermarket.pt



Inovação no cuidado dos pneus

Soluções (portáteis) que permitem controlar e manter a pressão dos pneus, além de taparem furos? Sim, pertencem à OSRAM, empresa especialista em iluminação automóvel, e respondem pelo nome de TYREinflate e TYREseal

Por: Bruno Castanheira

Compressores e geles selantes. Ou, recorrendo ao “léxico” da OSRAM, TYREinflate e TYREseal. Estas soluções fazem parte do portefólio de cuidado e equipamento automóvel da empresa especialista em iluminação, tendo sido criadas para que os utilizadores de veículos estejam sempre prontos para a viagem e preparados para qualquer eventualidade. Sendo os pneus os únicos elementos de contacto do veículo com a estrada, a manutenção destes componentes de borracha torna-se, por isso, prioritária. Nesse sentido, a OSRAM dispõe de diversas opções inovadoras. Os produtos para cuidado dos pneus respondem pelo nome de TYREinflate (compressores portáteis para corrigir e manter a pressão de insuflação em carros, motos, bicicletas, bolas e outros insufláveis) e TYREseal (gel selante que permite tapar furos). Mas vamos por partes, começando pelos compressores.

TYREinflate

Analógicos, digitais, com fio, sem fio, rápidos, ultrarrápidos. Uns são alimentados pela tomada de 12V do carro, outros são recarregáveis através da bateria de iões de lítio que integram. Mas todos exibem um *design* estável, que mantém o equipamento imóvel durante a utilização, e são construídos com recurso a materiais de qualidade. São vários os modelos de compressores portáteis que a OSRAM disponibiliza. A gama contempla nada menos do que sete opções. A saber:

TYREinflate 200; TYREinflate 450; TYREinflate 1000; TYREinflate 2000; TYREinflate 4000; TYREinflate 6000; TYREinflate 830 especialmente desenvolvido para uso com veículos maiores, como todo-o-terreno, carrinhas e caravanas.

A oferta de compressores começa no modelo analógico TYREinflate 200, capaz de encher um pneu de 13” desde vazio até 2,4 bar num máximo de quatro minutos e meio, dispondo de um grande botão *on/off*. O longo cabo de alimentação (três metros) facilita o acesso a todos os pneus em redor do veículo. Já o topo de gama é o TYREinflate 6000, compressor sem fio, recarregável com bateria de iões de lítio, é capaz de encher um pneu em apenas dois minutos. Depois, a “meio da tabela”, encontramos os supracitados TYREinflate 450, TYREinflate 1000, TYREinflate 830, TYREinflate 2000 e TYREinflate 4000, valendo a pena destacar este último, por ter conquistado o “German Innovation Award” na categoria “Excellence in Business to Consumer - Travel, Sports & Outdoor Goods”, um prémio que distingue criações revolucionárias, cujo foco está sempre na experiência do utilizador. Este compressor sem fio, recarregável com bateria de iões de lítio, pode insuflar um pneu em três minutos e meio. Entre as suas inúmeras características, encontram-se a função de paragem automática, a válvula de deflação, o *display* LED retroiluminado, a luz de LED integrada e a configuração da memória.

TYREseal

No que aos geles selantes para pneus diz respeito, a gama da OSRAM é mais simplificada, dispondo apenas de duas opções: TYREseal 450 e TYREseal KIT. O TYREseal 450 pode ser utilizado como substituto do selante original do fabricante. Permite selar furos até 6 mm, através do recurso à mais recente tecnologia de gel de partículas. Depois, é só voltar a encher o pneu com um compressor OSRAM TYREinflate. Convém, no entanto, frisar que não devem ser percorridas distâncias superiores a 200 km. O propósito desta solução é selar, em cerca de 10 minutos, um pneu danificado de forma rápida e fácil, sem recurso a ferramentas ou macacos, para que o condutor possa prosseguir viagem até obter um pneu de substituição. Em comparação com os selantes de espuma, a fórmula do selante da OSRAM foi projetada para ser compatível com o sistema de monitorização da pressão dos pneus do veículo (TPMS). Graças à tecnologia de passagem de válvula, o topo desta não precisa de ser removido ao ser utilizado o selante.

No caso do TYREseal KIT, contém um frasco de 450 ml de gel selante, um compressor e uma bolsa de armazenamento, podendo ser utilizado como substituto para o *kit* original de selante de pneus do fabricante. Trata-se de uma opção “2 em 1”, uma vez que inclui o gel selante e o compressor, dispensando, assim, a aquisição destas soluções em separado.



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

OSRAM





BOLAS

Soluções de qualidade

Com três pontos de apoio/salões de exposição, 400 clientes, cerca de 60 colaboradores e detendo a representação exclusiva de 25 marcas/fabricantes para o território nacional, a Bolas dispõe de um vasto portefólio de soluções de qualidade para o setor automóvel, onde se destaca a Telwin

Por: Bruno Castanheira

“A Telwin, marca que é uma referência mundial na produção de equipamentos de soldadura, sistemas de reparação, corte por jato plasma, carregadores de baterias e sistemas de arranque, apresentou várias soluções inovadoras e tecnológicas na Automechanika Frankfurt, confirmando a sua posição de líder no setor”, começa por destacar Pedro Carvalho, gestor de produto da Bolas. “Com mais de 60 anos de experiência, a empresa italiana apresentou uma gama de produtos de vanguarda, que despertou grande interesse entre os profissionais da reparação e outros”, afirma. Segundo revela, “os novos produtos apresentados durante a exposição de Frankfurt sublinharam o compromisso contínuo da Telwin em fornecer ferramentas inovadoras para melhorar a eficiência, a qualidade e a sustentabilidade dos processos de reparação”.

Eficiência e inovação

O sistema Smart Repair, da Telwin, representa a combinação de tecnologia avançada e *know-how*. “Esta proposta inovadora foi concebida para reduzir o tempo e o custo das reparações em oficinas de carroçaria em mais de 50%, permitindo um trabalho rápido e preciso em aço, mesmo sem remoção de tinta”, explica Pedro Carvalho. O conceito Smart Repair da marca

transalpina é composto por ferramentas altamente especializadas, cuja ação combinada conduz a uma eficiência de trabalho maximizada. Começamos pelo Battery Puller de íões de lítio 2800 A patenteado. “Oferece o mesmo desempenho do que um *spotter* tradicional com fio, mas com a liberdade de um dispositivo sem fio”, frisa o gestor de produto da Bolas. E vai mais longe: “Permite trabalhar de forma mais conveniente em qualquer área da carroçaria. A bateria de lítio é recarregável e intercambiável para um trabalho de reparação quase interminável”.

Agora, o T-Raction 250. “Trata-se de uma inovadora torre de tração com funcionamento a ar comprimido, que garante uma ótima aderência ao pavimento, sem necessidade de apoios ou pontos de fixação adicionais”, dá conta Pedro Carvalho. “Este sistema permite puxar e endireitar chapas de aço e alumínio, exercendo uma força máxima de 250 kg. Graças ao sistema de regulação, o profissional pode trabalhar em diferentes ângulos e alturas, com a máxima flexibilidade”, acrescenta.

Nova gama de acessórios

A Automechanika Frankfurt foi o evento escolhido para a Telwin lançar, oficialmente, uma gama de novos acessórios, concebidos para apoiar os profissionais em todas as fases da reparação e manutenção de

veículos. Entre as várias ferramentas, destacam-se as alavancas de diversos tipos, “concebidas para trabalhar em chapa sem decapagem, permitindo operar em diferentes pontos e de várias formas”. Depois, os martelos profissionais. “Disponíveis em vários modelos e materiais, são ideais para diferentes partes e fases da carroçaria”, assegura Pedro Carvalho.

A gama de acessórios e produtos manuais da Telwin foi concebida para tornar o trabalho mais fácil, mais rápido e mais confortável para o operador. “Com estas novidades em catálogo, a Telwin confirma a importância do setor automóvel para o seu negócio, bem como o compromisso contínuo de oferecer soluções tecnológicas avançadas que satisfazem e antecipam as necessidades crescentes do mercado”, enfatiza.

Doctor Charge 130

O novo Doctor Charge 130 foi outra das grandes inovações da Telwin, expandindo a gama Battery Manager com um dispositivo ainda mais compacto e potente. “As suas características avançadas de carregamento e manutenção de baterias, juntamente com o suporte para tarefas de diagnóstico, foram muito apreciadas pelos profissionais que trabalham no setor da manutenção de veículos, destacando o foco da Telwin nas necessidades diárias dos operadores”, conclui Pedro Carvalho.

TELWIN[®]
JOIN THE INNOVATION



Magazine Telwin 2024/25



expo
MECÂNICA²⁴

8 a 10 Novembro
EXPONOR
Pavilhão 5 | Stand F3



www.bolas.pt



Glassdrive

Força de um líder

Com mais de 130 centros distribuídos de norte a sul de Portugal continental e ilhas, a Glassdrive é líder no negócio de substituição e reparação de vidro automóvel. O serviço de excelência em calibração de ADAS é outro dos seus ex-líbris

Por: **Bruno Castanheira**

Marca internacional propriedade do Grupo Saint-Gobain, especialista na produção de vidro há mais de 350 anos, a Glassdrive é líder no negócio de reparação e substituição do vidro automóvel. Com uma forte filosofia de apoio ao cliente, a Glassdrive conta com profissionais formados e experientes, distinguindo-se dos seus concorrentes pela rapidez, qualidade do serviço e proximidade ao cliente.

Com mais de 130 centros distribuídos de norte a sul de Portugal continental e ilhas, a empresa utiliza apenas produtos de elevada qualidade na realização dos seus serviços, dispondo de acordos com as principais companhias de seguros. Mais: a Glassdrive é a única rede de centros de substituição de vidro automóvel que utiliza vidro produzido, fabricado e distribuído pelo seu próprio grupo empresarial: Saint-Gobain Sekurit. O serviço de excelência que presta em calibração de ADAS é outro dos seus ex-líbris.

Especialização em ADAS

Ao fazer parte do Grupo Saint-Gobain, a Glassdrive está comprometida em proteger o ambiente, mas, também, em melhorar o bem-estar de todas as pessoas que contribuem para a sua atividade, além de promover uma indústria automóvel mais sustentável. A segurança e o serviço de qualidade estão, por isso, no topo das suas prioridades. E o seu compromisso assenta em três pilares. Primeiro: mesma qualida-

de do que o original. A Glassdrive escolhe produtos da Saint-Gobain Sekurit, que garantem a mesma qualidade das peças originais. Segundo: garantia do serviço. A Glassdrive tem formação para trabalhar com todos os modelos de veículos, com garantia de produto e serviço. Terceiro: age de forma sustentável. A empresa recicla 100% dos para-brisas partidos e procede à devida separação de resíduos, frisos e outros consumíveis dos Centros Glassdrive, uma vez que presta vários serviços para além da reparação e substituição de vidro em viaturas ligeiras e pesadas.

Mas a especialização em ADAS (sigla inglesa que significa Advanced Driver Assistance Systems ou, em português, Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor) é outra das suas mais-valias. Tratando-se de uma solução integrada de segurança ativa, cuja função é evitar acidentes, o ADAS engloba um conjunto de dispositivos projetados para melhorar a conveniência do condutor

e garantir a segurança na estrada, recorrendo a múltiplos sensores, câmaras e radares para monitorizar tudo o que se passa em redor do veículo. Após processar os dados em unidades de controlo, o sistema desencadeia as funções que foram necessárias para reduzir ou anular uma situação de perigo: *cruise-control* adaptativo, reconhecimento de sinais de trânsito, aviso de mudança de faixa, travagem de emergência, sistema de visão noturna, alerta de tráfego cruzado, deteção de peões, alertas de colisão, deteção da presença de veículos no ângulo morto e assistência ao estacionamento.

Um ADAS com manutenção deficiente ou calibração incorreta pode representar perigo ao invés de ser uma ajuda para o condutor. Todos os sistemas têm procedimentos de teste rigorosamente definidos. O cumprimento das regras de utilização e manutenção garante que os sistemas funcionem como previsto. A Glassdrive é especializada em calibração de ADAS (podendo esta ser estática ou dinâmica), tarefa indispensável quando se repara ou substitui o para-brisas do veículo. O alinhamento físico e preciso dos sensores cobrirá as capacidades da mira eletrónica, garantindo que os dados são corretamente recolhidos e transmitidos com as características necessárias às unidades de controlo. Os experientes técnicos da Glassdrive não só dispõem das ferramentas necessárias, como cumprem à risca as normas OEM relativas à calibração.



Tecnologia fluida

Comercializada pela Cepsa na Península Ibérica, a Texaco dispõe de uma oferta de produtos e soluções muito ampla e adaptada a cada negócio e necessidade, desde automóveis a energia, passando por veículos pesados e indústria

Por: Bruno Castanheira

Com vários distribuidores espalhados por todo o país, cuja intenção é potenciar a marca junto dos clientes, os lubrificantes Texaco são comercializados pela Cepsa na Península Ibérica. A multienergética tem, aliás, uma rede de parcerias de alcance nacional para a gama de produtos Texaco, disponíveis no mercado nacional desde 2016, inicialmente com um distribuidor exclusivo e, a partir de 2020, com o alargamento a outros distribuidores de referência em território luso, encontrando-se estes divididos por segmentos (distribuidores multicanal auto, profissional e indústria B2B; distribuidores específicos canal *auto-retail* B2B-B2B2C) e áreas geográficas.

Enquanto a Carlos Baltazar Combustíveis trabalha a área do Alentejo e o sul do país, a Sosi Energia desenvolve a sua operação na zona centro/Lisboa. Já a EuroMais, trabalha a gama Havoline, da Texaco, para veículos ligeiros, de modo a complementar a sua oferta de serviços de peças e pneus. A EuroMais foi, aliás, o primeiro distribuidor a lançar em Portugal o novo formato Texaco Havoline PIT Pack, que traz inúmeras vantagens para distribuidores e oficinas, entre as quais uma redução da intensidade de carbono. Esta solução torna mais fácil a armazenagem e dispensa dos óleos de motor

Texaco Havoline. As embalagens de 20 litros são fornecidas com prateleiras sob medida, jarros de transferência e rotulagem de produtos, utilizando menos 85% plástico do que os baldes convencionais. Além disso, utiliza cartão 100% reciclável com bico dispensador anti gota e é uma verdadeira alternativa na poupança de espaço.

Ainda no *auto-retail*, a Stellantis & You posiciona-se, também, como um parceiro de referência no segmento do *aftermarket*, complementando a sua oferta com a gama Havoline da Texaco ao seu universo de clientes. Por fim, o acordo ibérico com o Grupo CGA irá permitir uma maior visibilidade e distribuição dos produtos das gamas Havoline e líquidos de refrigeração junto dos prescritores e utilizadores.

“Gigante” norte-americano

Com um *website* disponível em português, onde se pode consultar toda a sua oferta, a Texaco inclui um guia de lubrificação/seletor de produtos que permite encontrar o produto adequado de forma rápida, bastando, para tal, colocar a matrícula ou o modelo e marca da viatura. Já no que diz respeito aos setores agrícola e profissional, os produtos Texaco são concebidos tendo em vista proteção, fiabilidade, durabilidade e *performance*. A marca comercializa lubrificantes de qualidade, apoiados em serviços de excelência, em perfeito respeito pelo ambiente e pela comunidade. Adicionalmente, a Texaco tem uma garantia de dois anos, Texaco Warranty, que confere aos utilizadores um grau extra de

confiança. Das marcas detidas pelo “gigante” norte-americano, destaca-se precisamente a gama Delo, dedicada aos veículos profissionais, autocarros, camiões e máquinas agrícolas, com uma gama completa de produtos focados na lubrificação do motor. A gama Delo, com tecnologia Iosyn, fornece a referência de classe mundial que os clientes precisam para maximizar a proteção em serviço e a durabilidade do motor, reduzindo os custos operacionais de todos os veículos.

A Chevron é das maiores empresas petrolíferas do mundo e a segunda maior empresa petrolífera norte-americana, o que lhe confere o título de “Supermajor”. É, também, o quarto maior fabricante integrado de lubrificantes em termos de produção de óleos base, o que lhe confere uma experiência tecnológica e uma dimensão acima da média do que é o habitual em termos de produtores de lubrificantes. Atravésemos o Atlântico e aterremos, agora, em Portugal. A Texaco marcará presença na expoMECÂNICA 2024, no Pavilhão 4, Stand C15, num espaço conjunto com a Cepsa, onde destacará duas gamas: Havoline para motores de veículos ligeiros, onde a Texaco coloca toda a sua tecnologia em prática e tem uma das gamas mais completas do mercado, que inclui, também, anticongelantes/líquidos de refrigeração e produtos auxiliares de elevado desempenho; Delo dedicada aos veículos profissionais, autocarros, camiões, máquinas agrícolas, maquinaria de movimentação de terras ou obras públicas. O renovado programa de fidelização da Texaco para oficinas também estará em evidência.





— DAYCO —

Novo portefólio de correias Poly-V

Com a sua liderança de mercado e a ampla *expertise* técnica de que dispõe em correias, a DAYCO tem soluções para as últimas gerações de motores e o melhor produto para cada aplicação. Tudo para garantir montagem perfeita, funcionamento eficaz e longa vida útil

Por: **Bruno Castanheira**

As correias Poly-V são produzidas para transmissões auxiliares de veículos ligeiros, comerciais, industriais e autocarros. A crescente complexidade do sistema de correias auxiliares e as maiores cargas dos acessórios impulsionados pela correia, com os seus requisitos de inércia e potência mais elevados, resultaram na criação de diversos materiais e no desenvolvimento de tecnologias diferentes. A diversificada e atualizada gama de correias Poly-V garante o fornecimento da solução técnica ideal para cada aplicação individual.

Com a sua liderança de mercado e a ampla *expertise* técnica de que dispõe em correias, a DAYCO tem soluções para as últimas gerações de motores e o melhor produto para cada aplicação. Tudo para garantir montagem perfeita, funcionamento eficaz e longa vida útil. A partir dos requisitos de engenharia, a DAYCO seleciona o produto ideal para cada transmissão específica com

o objetivo de dar resposta aos requisitos técnicos e funcionais de desempenho de cada aplicação.

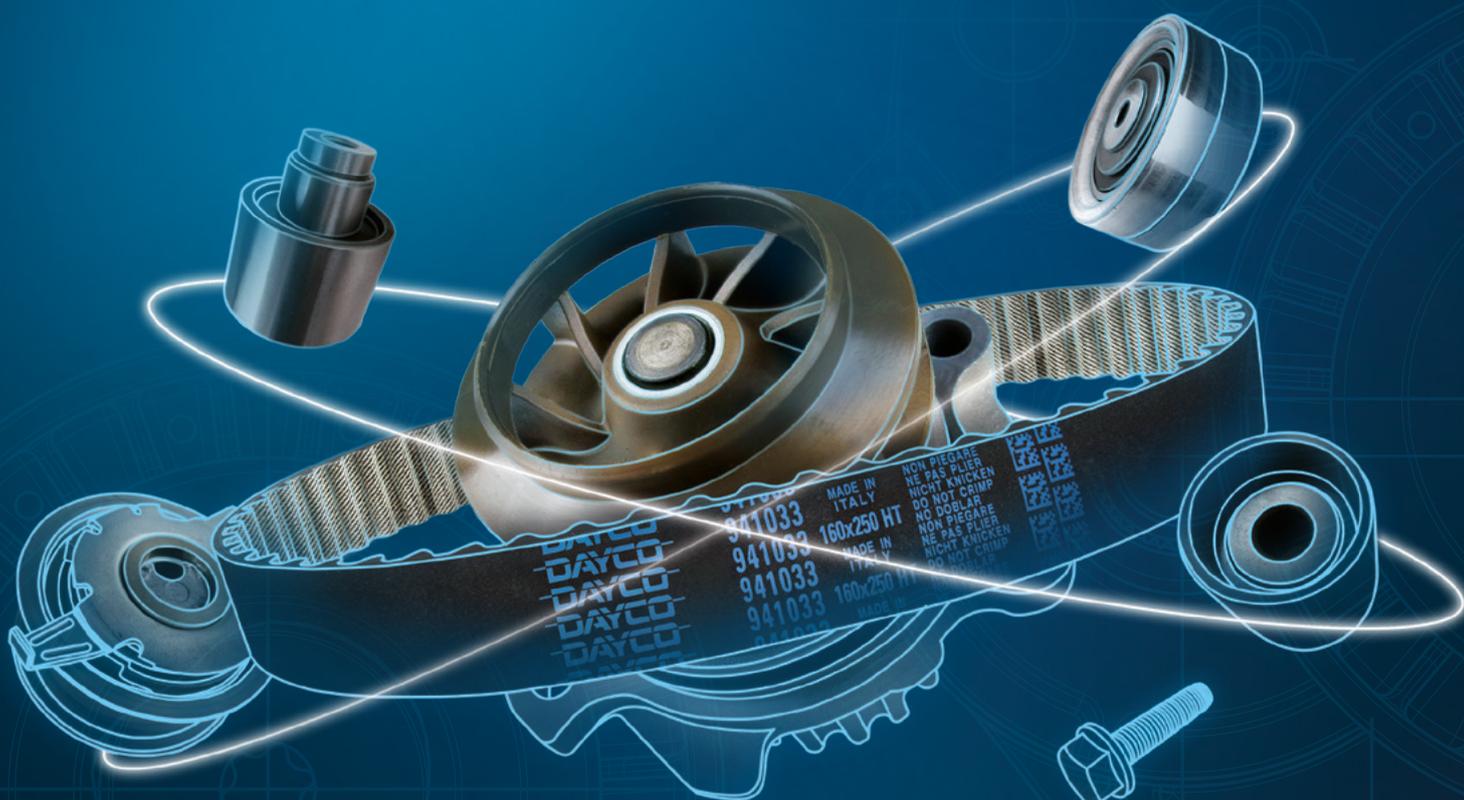
Função essencial

As correias de serviços controlam quase todos os sistemas auxiliares. Têm funções muito importantes que permitem o correto funcionamento do compressor do sistema de ar condicionado, da bomba da direção assistida, em alguns casos também da bomba da água e ainda do alternador. O novo portefólio de correias Poly-V da DAYCO em EPDM (Monómeros de Etileno-Propileno-Dieno) garante resistência, fiabilidade, baixo ruído e longa vida útil. A gama inclui correia com camada branca nas nervuras, correias para condições de utilização pesada, correia com borracha texturizada de apoio, correias elásticas e correia padrão. Como principais características, destacam-se a flexibilidade para utilização em polias

com pequenos diâmetros, as dimensões para a utilização de uma única correia para controlar muitos componentes auxiliares, a elevada faixa de temperatura de operação para garantir maior vida útil e a transmissão de potência, mesmo com o dorso da correia “com nervuras duplas” (linha DPK).

Além dos tradicionais sistemas de transmissão de correias Poly-V com tensores, a DAYCO também fornece para o mercado de Equipamento de Origem (OE) e de reposição a correia Poly-V elástica. “Motores com sistemas de correia elástica contam com uma polia central fixa e apresentam distâncias e comprimento de correia limitados”, explica a DAYCO. Segundo afirma, “a correia não precisa de um sistema externo de tensionamento (tensores)”. Contudo, “a instalação requer ferramentas especiais que permitem esticar e posicionar, corretamente, a correia nas polias”, alerta.

Um **movimento** perfeito é o primeiro **elemento** do motor.



Kit de distribuição com bomba de água

Código QR com instruções de montagem, número de série para garantir a rastreabilidade de cada produto, segurança da garantia Long Life+1, para além da constante qualidade DAYCO.

DAYCO[®]

MOVE FORWARD. ALWAYS.[™]



Filourém

Original BIRTH: ordem para duplicar

É a nova missão da Filourém. E nada tem de secreta. Duplicar o número de referências da marca italiana Original BIRTH a médio prazo é um dos objetivos da empresa liderada pela dupla Alzira Reis e Carlos Gonçalves

Por: **Bruno Castanheira**

O aumento de *stock* em todas as marcas que constam no seu portefólio tem sido uma das estratégias da Filourém para o ano de 2024. Contudo, a empresa tem dado especial atenção às insignias que representa em regime de exclusividade no nosso país: Japko, Bremsi, Zeta Erre e Original BIRTH. “Nos últimos meses, fruto de um estreitar profundo da parceria com a marca sediada em Nápoles, o aumento do nosso stock tem sido uma evidência. A estratégia, a médio prazo, passa por duplicarmos o número de referências da Original BIRTH”, adianta Carlos Jorge Gonçalves, diretor-geral da empresa fundada, em fevereiro de 2002, pela dupla Alzira Reis e Carlos Gonçalves, que começou a sua atividade com a comercialização de filtros. Comprometida com o ambiente e com a Responsabilidade Social Corporativa, a Original BIRTH tem na qualidade de produção e dos materiais, que Carlos Jorge Gonçalves classifica de “inequívocas”, outros dos seus ex-líbris. Tanto mais, que a preocupação da marca transalpina baseia-se “total e rigorosamente” na peça original, sendo esta uma “garantia de fiabilidade que a Filourém pode dar aos seus clientes”, enfatiza. Outro aspeto a ter em conta é o facto de haver uma referência específica e única para cada produto, à semelhança do material OE, e não referências abrangentes e genéricas.

Parceria de sucesso

Outro dos objetivos da marca italiana e do seu distribuidor exclusivo para Portugal é desmistificar a ideia que a Original BIRTH dispõe apenas de produtos na linha de Suspensão e Direção. “Apesar de existirem milhares de referências nesta gama e da sobejamente (re)conhecida qualidade dos braços de suspensão, os componentes de borracha e metal (apoios de motor, apoios de caixa de velocidades e de transmissão, suportes) e o sistema de refrigeração (tubos, depósitos de água) são os grandes pilares e as gamas de referência deste fabricante”, explica o diretor-geral da Filourém. E vai mais longe: “Não obstante o profundo processo de digitalização a que a marca se submeteu, onde se incluem *websites* e *webshops*, o catálogo em papel da Original BIRTH é muito específico e pormenorizado, sem deixar de ser intuitivo e prático”. Carlos Jorge Gonçalves afirma mesmo que a versão impressa deste manual “é destacada e acarinhada pelos especialistas do setor”. A Original BIRTH dispõe de um catálogo para cada um dos seus três grandes grupos: “Vermelho para Suspensão e Direção; cinzento para Componentes de Borracha e Metal; verde para Sistema de Refrigeração. Todos se encontram divididos pelos diferentes modelos de cada

uma das marcas de automóveis”, conta.

E porque uma parceria só faz sentido quando é profícua para ambas as partes, a Filourém está já a preparar uma nova viagem à sede da Original BIRTH, que acontecerá na primavera de 2025, para os clientes que mais se destacarem no desenvolvimento e crescimento da marca no nosso país. As duas ações de formação dedicadas à Original BIRTH que tiveram lugar nas instalações de Ourém, nos passados dias 26 e 27 de julho, personificam o envolvimento e a cumplicidade das duas empresas em prol de uma causa comum. Orientadas pela representante da marca, Rodolfo Delinavelli, as sessões contaram com cerca de 30 pessoas, distribuídas pelos dois dias, e terminaram com um jantar de confraternização entre clientes, fornecedor e elementos da Filourém, incluindo gerência, membros do departamento comercial e colaboradores.

Além de apresentações de cariz mais comercial, que abordaram a história e as características da Filourém, houve lugar a “palestras” técnicas, que versaram sobre linhas de produto e diferentes gamas, tipos e origens de materiais utilizados, controlo de qualidade, processos de embalagem e logística de envio. No final, procedeu-se à entrega de galardões ao “TOP de Clientes BIRTH 2023”.

expo
MECÂNICA²⁴



filourem

PEÇAS AUTO

REPRESENTANTE



ZETA ERRE



ORIGINAL
BIRTH ITALY
S.p.A.



www.birth.it



BREMSI



CHOOSE
ONLY THE BEST

PAV.5 | STAND E10

8 a 10 Novembro
EXPONOR



BASF

Glasurit Série 100 chega a Portugal

A Glasurit, marca de repintura *premium* da BASF, apresenta o seu mais avançado sistema à base de água, Série 100, que aposta na ecoeficiência, na eficácia dos processos e na máxima qualidade dos produtos

Por: **Bruno Castanheira**

Desde 1888 que a Glasurit é, segundo a BASF, sinónimo de qualidade, responsabilidade social e ecologia. Agora, a inovadora Série 100 foi concebida para ajudar os clientes a crescer e a tornarem-se mais competitivos, melhorando a pegada ambiental e aumentando o desempenho global. A Série 100 é, assim, a primeira linha de esmalte bicamada à base de água existente no mercado, com um valor de VOC inferior a 250 g/l, sendo ainda pioneira graças ao facto de estar 40% abaixo do limite de solventes da UE. Além disso, também excede todos os requisitos globais de VOC.

Com a Série 100, a Glasurit conseguiu criar um sistema de esmalte bicamada à base de água, que anuncia qualidade e eficácia ecológica sem precedentes, expandindo o portefólio de produtos da Glasurit em Portugal. Jane Niemi, diretora de *marketing* global da BASF Automotive Refinish Coatings Solutions, destaca a importância deste lançamento. “A Série 100 é um *game changer* para os nossos clientes. Não só oferece níveis de qualidade e eficiência sem precedentes, como, também, apresenta os valores de VOC mais

baixos do mercado”, diz. “Quando todos estes argumentos se juntam à excelente estabilidade de cor, robustez de aplicação e atributos ambientais, a Série 100 é o sistema de repintura mais inovador e sustentável da indústria para realizar trabalhos em automóveis”, reforça.

Vantagens 1000

A nova Série 100 consiste numa inovadora tecnologia de pigmentos que permite às oficinas prepararem-se para o atual e futuro espectro de cores da indústria automóvel. De acordo com a BASF, a sua estabilidade de cor é muito robusta e resistente a influências externas. Além disso, a Glasurit é líder nas soluções de gestão digital de cores e leva a procura da cor certa a um novo nível com o espectrofotómetro Glasurit RatioScan 12/6. Os clientes podem, deste modo, identificar tonalidades precisas de forma rápida e fácil, acedendo a milhões de fórmulas de cores. Agora, que mais de 1.000 oficinas em 20 países já experimentaram a Série 100, a Glasurit atualizou os seus dados para sustentar o facto de ser ainda mais produtiva, com a mais elevada eficiência de processo e qualidade de pro-

duto, bem como com o menor teor de VOC jamais alcançado.

“Quando introduzimos a Série 100, sabíamos que era inovadora. Agora, temos os dados concretos para prová-lo. Pintores reais em oficinas verdadeiras em todo o mundo estão a obter os resultados que prometemos e muito mais”, enfatiza Chris Titmarsh, vice-presidente sénior de Global Automotive Refinish Coatings da BASF. E vai mais longe: “Recebemos *feedback* do mercado, trabalhamos com clientes e parceiros, melhoramos, de forma contínua, as nossas formulações e processos. Todos os dados nos dizem que a Série 100 oferece aos clientes uma vantagem significativa para o seu negócio”. Tanto mais, que a BASF revela que as oficinas de colisão que utilizam a Série 100 reportam, todos os dias, uma poupança 40% no tempo de processo, aumentando a rentabilidade, e utilizam menos 30% de material em cada aplicação, resultando numa poupança significativa. Outra vantagem da Série 100 é permitir que as oficinas utilizem sobras de tinta de trabalhos anteriores, o que significa menos 20% de consumo e mais 50% de tempo de processo.

Torne-se o mais Rápido, ecológico. A versão mais colorida de si.

Agilis vence a concorrência em todos os sentidos. A sua equipa também pode vencer! Com períodos de processos até 40% mais curtos, é o mais rápido da indústria. O banco de dados de cores mais abrangente do mundo, permite obter correspondência de cores com 100% de precisão.



This photo is for proprietary use in the R-M AGILIS campaign and for promotional purposes only. Please adhere to the actual safety recommendations and the correct type and fit of personal protection guidelines.
1. Compared to a standard basecoat line in the market.

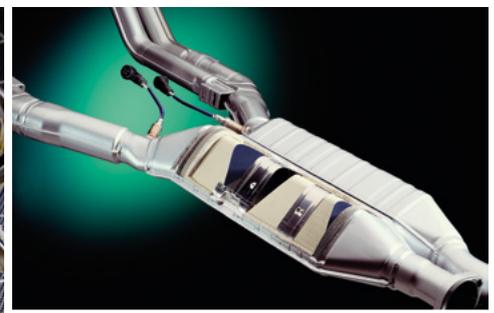


Perfection
made simple



rmpaint.com

A brand of BASF - We create chemistry



Interescape

Original por direito

Quer manter o filtro de partículas Diesel original com um serviço de limpeza que garante a reposição da eficiência deste componente, evitando a sua substituição por um novo de *aftermarket*? A Interescape tem a resposta: ieservice

Por: Bruno Castanheira

Desengane-se quem pensa que a Interescape se dedica “apenas” à produção, reparação e importação de sistemas de escape e catalisadores para qualquer tipo de veículo (ligeiro, comercial ou industrial), por amostra ou por catálogo. Os filtros de partículas Diesel, determinantes nos modelos equipados com motor a gasóleo, fazem parte, há vários anos, da especialização da empresa, criada no Porto em 1985.

A utilização deste componente tornou-se obrigatória a partir de janeiro de 2010 para cumprimento das normas antipoluição Euro 5 (embora seja usado por alguns construtores desde o ano 2000). Os percursos urbanos frequentes ou a pouca utilização dos veículos faz com que os filtros de partículas Diesel não atinjam a temperatura ideal para regenerar as partículas que ficam presas no filtro, o que, normalmente, causa a perda de rendimento da viatura e o aumento do consumo de combustível. Daí até que se acenda a luz de avaria no painel de instrumentos, pode ser um instante.

Qualidade certificada

A especialização é fundamental para se obter um serviço de limpeza que garanta a re-

posição da eficiência do filtro de partículas Diesel original. “O nosso processo de limpeza de filtros de partículas Diesel, único em Portugal com certificação TÜVRheinland, segue as indicações recomendadas pelos fabricantes destes componentes e utiliza vários equipamentos especialmente testados e desenvolvidos para o efeito, diferenciando-se de outras alternativas existentes no mercado (que recorrem a ultrasons ou produtos químicos), incapazes de atingir uma limpeza a 100%”, começa por explicar Jorge Carvalho, diretor-geral da Interescape. “A cada regeneração, existem resíduos (cinzas) que vão ficando depositados e que apenas são possíveis de remover por profissionais qualificados munidos do equipamento correto”, afirma. “A maior parte dos filtros que equipam os veículos são do tipo combinado (catalisador e filtro de partículas), revestidos no seu interior com metais preciosos”, revela.

Só um processo certificado consegue assegurar o sucesso da operação. “Ao utilizar tecnologia não adequada para limpeza, os metais poderão ser removidos, afetando o filtro e a sua regeneração, comprometendo o seu funcionamento e obrigando à substi-

tuição por um novo”, alerta Jorge Carvalho. Concluído o serviço, a Interescape fornece um relatório técnico detalhado com os parâmetros relativos ao estado do filtro, antes e após a limpeza, que permite verificar o grau de obstrução inicial e confirmar que o processo repôs a eficiência para parâmetros equivalentes ao filtro original novo.

São, por isso, oito as razões pelas quais se deve manter o filtro original e optar pela limpeza ieservice. Primeira: mantém os metais preciosos que ajudam na regeneração do filtro. Segunda: inclui material SIC (carbeto de silício) mais resistente a altas temperaturas e a regenerações forçadas. Terceira: o filtro é produzido de acordo com as exigências e especificações do fabricante da marca. Quarta: permitem uma montagem mais simples. Quinta: existe menor contrapressão em relação ao filtro de *aftermarket*. Sexta: representa uma pequena percentagem do custo de um filtro novo. Sétima: a limpeza ieservice fornece um relatório técnico detalhado que permite confirmar a eficácia da intervenção. Oitava: o filtro limpo é entregue no próprio dia na grande Lisboa/Aveiro e no grande Porto (24h/48h no resto do país).

 **ie service**

LIMPEZA DE FILTROS DE PARTÍCULAS A ÚNICA SOLUÇÃO CERTIFICADA



Cleaning
Procedure for
Diesel-Particle
Filters
Regular
Surveillance
www.tuv.com
ID 000045901

O sistema de Limpeza de Filtros de Partículas Diesel da Interescape é o único no mercado nacional com a certificação TÜVRheinland®

 **interescape**

Entregas e recolhas no mesmo dia.

Contacte-nos

Porto - Vila do Conde
+351 252 248 810

Lisboa - Sacavém
+351 219 418 613

www.interescape.com

Armazéns - Porto - Vila do Conde, Lisboa - Sacavém e Aveiro
Fábrica - Vila do Conde - Rua do Caminho Real, 96 | 4485-062 Fajozes





Sparkes & Sparkes

Humor britânico, atitude portuguesa

Rapidez de serviço, qualidade do processo de reconstrução de caixas de velocidade manuais, garantia sem limite de quilómetros e parceria com a FUCHS. Serão estes os destaques da Sparkes & Sparkes na expoMECÂNICA 2024

Por: **Bruno Castanheira**

De 8 a 10 de novembro, a Sparkes & Sparkes apresenta-se na 9.ª edição da expoMECÂNICA na sua máxima força. Ainda que 2024 fique invariavelmente marcado pelo falecimento de Peter Ralph Sparkes, no dia 30 de janeiro, aos 86 anos, acontecimento ao qual é impossível não fazer referência, a empresa liderada por Diamantino Costa encontra-se de boa saúde e recomenda-se. Tanto mais, que é bastante conhecida no setor automóvel, por via do seu elevado grau de especialização na reconstrução de caixas de velocidade manuais para veículos ligeiros, intervencionando, também, caixas de transferência. Da sua carteira de clientes, fazem parte diversas organizações de grande prestígio, onde se incluem grupos de oficinas a gestoras de frotas, desde os mais conhecidos *stands* de automóveis até mecânicos que trabalham por contra própria.

Se a Sparkes & Sparkes é, hoje, um nome incontornável no panorama do *after-market* nacional, e cada vez mais em Espanha, muito se deve ao legado deixado pelo seu fundador, um dos pioneiros nos produtos reconicionados no nosso país, tendo ajudado a dar forma ao mercado da reconstrução de peças para automóveis com a criação, no dia 13 de setembro de 1990,

da empresa que junta, orgulhosamente, o apelido de Peter ao da esposa, Ruth.

Presença assídua

Durante décadas, a bandeira do Reino Unido, juntamente com a portuguesa, dominava o logótipo da Sparkes & Sparkes, como que a simbolizar o orgulho britânico das suas origens, tão presente nas anteriores edições da expoMECÂNICA. Mas o mundo foi-se globalizando e, em 2021, em plena pandemia, chegou a renovação total da imagem da empresa, que rompeu com um conceito de três décadas. O orgulho não se perdeu. Bem pelo contrário. A Sparkes & Sparkes fortaleceu-se, lançou uma nova loja *online* e passou disponibilizar pedidos de orçamento no seu *website*. A digitalização foi a maior mudança ao longo dos seus 34 anos de história.

Numa altura em que os carros novos equipados com caixa automática têm vindo a ganhar expressão, a empresa equaciona novos produtos e novas áreas de negócio. Não que a sua atividade esteja em risco para os próximos 10 ou 20 anos (basta olhar para as características do parque automóvel circulante no nosso país...), mas porque se torna necessário preparar o futuro. Até lá, a Sparkes & Sparkes con-

tinuará a marcar presença nos principais certames do setor, como aquele que é organizado pela Kikai Eventos. “A expoMECÂNICA é ‘a nossa feira’. Estivemos presentes sempre, desde a primeira edição. É a feira da ‘nossa terra’ e é, seguramente, uma das melhores do ramo na Europa”, revela Diamantino Costa. “Nesta feira, encontramos a maioria dos nossos clientes, que só conhecemos de falar ao telefone ou de comunicar por *email*. Só por isso, já vale a pena a participação. Mas é, também, uma excelente oportunidade para conhecermos potenciais clientes, já que o salão, ao estar tão bem montado, atrai um grande número de visitantes”, sublinha.

Na edição deste ano da expoMECÂNICA, a Sparkes & Sparkes dá ênfase à rapidez do serviço que presta, à qualidade do seu processo de reconstrução de caixas de velocidade manuais, à garantia de três anos sem limite de quilómetros (com exceção dos clientes empresariais, em que a garantia é de um ano sem limite de quilómetros) e à parceria que detém com a FUCHS, que permite fornecer as caixas de velocidade manuais reconstruídas com o óleo correto, sempre com o “selo de qualidade” deste fabricante de lubrificantes de renome.



Sparkes.pt

Caixas de Velocidades

A ESCOLHA Nº1
NA RECONSTRUÇÃO DE CAIXAS
DE VELOCIDADES MANUAIS





“A nossa aplicação de carregamento agrega, numa única plataforma, várias funcionalidades indispensáveis”, diz Ricardo Soares

A Go.Charge, do Grupo Salvador Caetano, oferece soluções integradas de carregamento para veículos elétricos, através de uma *app* bastante intuitiva

Por: Jorge Flores

A Go.Charge está a facilitar a adoção da mobilidade elétrica com uma solução completa de carregamento. A sua aplicação permite monitorizar o carregamento em tempo real, aceder a uma rede de milhares de postos, gerir dados e ainda efetuar pagamentos digitais. A combinação entre “inovação e experiência” é um dos trunfos, como explica Ricardo Soares, diretor da Go.Charge.

A Go.Charge oferece uma solução integrada de carregamento para veículos elétricos. Pode explicar-nos como esta plataforma se diferencia de outras soluções do mercado e quais as principais vantagens para os utilizadores?

A missão da Go.Charge é facilitar a transição para a mobilidade elétrica, oferecendo um portefólio de soluções integradas que proporciona uma resposta 360° aos clientes. A nossa aplicação de carregamento agrega, numa única plataforma, várias funcionalidades indispensáveis. Com o telemóvel, os utilizadores podem acompanhar, em tempo real, o carregamento, aceder a uma rede em expansão com milhares de postos, fazer simulações (preço, tempo e potência), gerir dados e efetuar pagamentos digitalmente, sem necessidade de um cartão CEME físico.

A *app*, disponível na App Store e no Google Play, foi projetada para simplificar a

adoção da tecnologia elétrica, dotando os clientes de ferramentas necessárias para a nova rotina. Com a Go.Charge, o cliente pode carregar imediatamente o veículo em qualquer carregador da rede pública nacional ou em milhares de postos em mais de 30 países, num processo 100% digital. Além disso, a Go.Charge desenvolve soluções de carregamento doméstico e empresarial, com uma equipa que acompanha todo o projeto, desde a instalação até à operação e manutenção dos carregadores.

A Go.Charge pertence ao Grupo Salvador Caetano, uma empresa com um vasto historial no setor automóvel. De que forma a experiência do grupo tem influenciado o desenvolvimento da Go.Charge e a sua abordagem à mobilidade elétrica?

O surgimento da Go.Charge no Grupo Salvador Caetano foi natural, dado que a nossa missão é responder às necessidades do consumidor no ecossistema da mobilidade. Num momento de transição para a mobilidade elétrica, surge a oportunidade de fornecer soluções integradas a clientes, tanto particulares como empresas, desde a aquisição da viatura até à gestão do seu carregamento, seja público, doméstico ou na gestão de frotas eletrificadas. A Go.Charge fortalece sinergias internas, colaborando com marcas do grupo e com

a maior rede de retalho automóvel da Península Ibérica, que precisa de infraestrutura de carregamento. A Go.Charge adapta soluções às necessidades de cada empresa, promovendo, por exemplo, a plataforma Hyundai Blue. Para outras áreas do grupo, como a Caetano Bus, a Go.Charge permite-lhes oferecer um produto “chave-na-mão”, incluindo serviços como infraestrutura de carregamento, posicionando-se como parceiros competitivos. Estas variáveis, aliadas ao nosso portefólio de soluções, ajudam a Go.Charge a ser líder na transição para a mobilidade elétrica.

A Go.Charge já disponibiliza uma rede de postos de carregamento em constante expansão. Quais são os próximos passos em termos de crescimento dessa rede e como planeia a empresa enfrentar os desafios da infraestrutura de carregamento em Portugal?

A democratização da eletrificação depende da expansão da infraestrutura de carregamento. A Go.Charge investe na criação de uma rede de carregamento em colaboração com parceiros, com mais de 30 pontos de carregamento já disponíveis em Portugal. O nosso compromisso é expandir esta rede nos próximos anos, aumentando a acessibilidade a mais pontos de carregamento com tarifas competitivas.

Go.Charge

Go.Electric



FAÇA DOWNLOAD DA
APP GO.CHARGE

EMBARQUE NO MUNDO DA
**MOBILIDADE
ELÉTRICA.**



APP MOBILE
para **carregar** o seu carro



INSTALAÇÃO
e manutenção de **carregadores**



CARTÃO CEME
para um **carregamento simples**

Peça o seu
cartão grátis em
gocache.pt

Go.Charge



JAPOPEÇAS

ADN nipónico

A Japopeças chega à expoMECÂNICA 2024 na sua máxima força. Como novidade absoluta para o mercado português, apresenta a marca CTR, fabricante OEM sul-coreano de componentes de suspensão e direção

Por: **Bruno Castanheira**

Fará, em 2026, quatro décadas de existência. Conotada no mercado nacional como especialista em peças para veículos asiáticos, a Japopeças dispõe, hoje, de uma oferta expressiva para veículos europeus, com particular destaque para as famílias de suspensão e direção, embraíagem e refrigeração. Umbilicalmente ligada aos fabricantes OEM japoneses, a empresa sediada em São João da Madeira conta nas suas fileiras com todas as famílias de produto do fabricante AISIN, que vão desde embraíagens a refrigeração, passando por travagem, hidráulicos e fluidos, merecendo especial ênfase a novidade nesta categoria: óleo de travões DOT 5.1 EHV.

A empresa chega, assim, à expoMECÂNICA 2024 na sua máxima força, onde apresenta como novidade absoluta para o mercado português a marca CTR, fabricante OEM sul-coreano de componentes de suspensão e direção. “Esta parceria, que ainda não celebrou um ano de existência, mais do que fruto do acaso, é um casamento perfeito com o perfil das marcas de primeiro equipamento que já compõe a nossa oferta e resulta da crescente representatividade e prestígio dos veículos sul-coreanos no parque automóvel português”, começa por explicar Luís Almeida, diretor-geral da Japopeças. Segundo diz, “pese embora a nossa incursão nas aplicações para veículos euro-

peus, que ganham tração na nossa oferta, a verdade é que mantemos a aposta nos veículos asiáticos, pelo que duas novas marcas estão, também, a ser apresentadas, dando ainda maior profundidade à nossa oferta atual, de seu nome FEBEST e JAPACO, que nos permitem oferecer referências únicas no *aftermarket*”.

Olhos postos no futuro

No que a produtos e marcas diz respeito, a edição de 2024 da expoMECÂNICA é aquela em que a empresa mais novidades tem para apresentar. “Continuamos a expor as peças reais porque acreditamos ser esta a melhor forma de o cliente poder manuseá-las, aferindo por si próprio a qualidade dos produtos que é nosso apanágio”, enfatiza Luís Almeida. “Enquanto empresa consolidada no mercado português, temos como maior desafio a inovação. Nesse sentido, gostaríamos de ter já terminado aquela que será a nova plataforma *online B2B*, que ainda levará o seu tempo a estar concluída”, revela. E vai mais longe: “Esperamos que seja uma pequena ‘revolução’ que muito irá melhorar a experiência do utilizador, ao mesmo tempo que contará com muito mais aplicações e ferramentas. Antecipamos sermos capazes de levá-la conosco a uma futura edição da expoMECÂNICA”.

O que se mantém inabalável na Japopeças? “O nosso compromisso com o cliente, espelhado no reforço do nosso *call center*, e o nosso ADN nipónico, que se reflete no rigor da nossa logística para que a peça correta chegue no momento certo e na quantidade solicitada, com a garantia da qualidade inerente às marcas que representamos”, afirma Luís Almeida. Que explica por que razão a expoMECÂNICA é um evento único no panorama do *aftermarket*: “Tem o condão de valorizar as pessoas, permitindo um contacto próximo num contexto mais descontraído do que o dia a dia de trabalho que nos liga. E esse é o fator que mais valorizamos. Naturalmente, aproveitamos este palco tendo como expectativa dar visibilidade às marcas que distribuímos e ao serviço que prestamos, ao mesmo tempo que revelamos as novidades que marcam o presente. Por essa razão, também ‘teimosamente’ expomos no nosso *stand* as peças, para que possam ser manuseadas *in loco*”. E conclui: “Falamos de presente com os olhos postos no futuro que estamos a construir. Temos um longo caminho na vertente da digitalização e inovação que estamos a percorrer a par e passo, para que possamos responder aos desafios do futuro. Novas formas de mobilidade, competitividade e reconfiguração do mercado, entre outros”.

SOMOS A MARCA QUE LHE FALTA

AISIN

CTP

FBK

KAVO
PARTS

ashika

FEBEST

ashimori

ADVICS

JAPACO



KYB

NKS
parts

EXEDY

Três décadas a construir
uma marca de sucesso



JAPOPEÇAS
CONTE CONNOSCO

www.japopecas.pt



GoShop

A 100% na expoMECÂNICA

“Clube” da Romafe estará em destaque na edição deste ano da feira. Conceitos Go Repair, Go Green e Go Care serão os protagonistas do espaço com 120 m²

Por: **Jorge Flores**

Não há como visitar a expoMECÂNICA 2024 e não ver a GoShop. Nesta edição, a Romafe assume o seu conceito a 100% e mostra-o a 3D, para que não haja dúvidas em relação à aposta sustentada neste “clube” inovador. A feira mostra-se, desta forma, o palco ideal para a Romafe revelar esta abordagem arrojada, num *stand* de 120 m², onde mais de 20 parceiros da GoShop, vindos de várias partes do país (Açores incluído), terão um lugar de destaque. As marcas representadas pela Romafe, como Mannol, SKF, Sachs, TRW, Corteco e SNR, serão as protagonistas, com a Mannol a ocupar um lugar de maior relevo no evento.

A presença da GoShop na expoMECÂNICA 2024 não será apenas uma oportunidade para promover produtos e serviços. Será, acima de tudo, uma plataforma de inovação e partilha de ideias, onde a sustentabilidade e a responsabilidade social ocupam um lugar central. Na mente dos responsáveis da Romafe, sempre um objetivo: dar a conhecer a GoShop, assumindo esta o papel de um autêntico “clube”, onde a interação entre as diferentes vertentes do setor automóvel seja privilegiada, unindo marcas, lojas de peças, oficinas e profissionais, num “ecossistema” que valoriza tanto a excelência técnica como a consciencialização social e ambiental.

Conceito Go Repair

Durante a feira, principalmente na sexta-feira e no sábado, será dinamizado um

espaço exclusivo para apresentações do conceito GoShop, especialmente dirigido às lojas de peças que possam estar interessadas em integrar o “clube”. Além disso, a Romafe aproveitará o evento para apresentar o seu novo conceito Go Repair, uma rede oficial que será, também, introduzida aos responsáveis de oficinas presentes na feira. Este conceito visa criar uma rede oficial alinhada com a visão e os valores da Romafe, promovendo qualidade e inovação nos serviços prestados ao cliente final.

Conceito Go Green

Outro conceito em destaque no espaço da GoShop será o Go Green. Uma iniciativa que vinca o compromisso da empresa (e do “clube”) com a sustentabilidade, dando a conhecer todas as atividades realizadas com vista à redução da sua pegada ambiental. Para melhor passar a mensagem, nada como oferecer brindes aos visitantes em material reciclado e cuidar da gestão de resíduos no próprio *stand*, disponibilizando vários ecopontos identificados com o logótipo Go Green.

Ponto alto do espaço será ainda o *video hall*, um local com um ecrã de grandes dimensões, 4 m x 2 m, onde serão exibidos vídeos sobre a empresa e o GoShop, permitindo aos visitantes conhecerem melhor a história e os objetivos futuros da Romafe. Esta ferramenta audiovisual servirá para ilustrar as conquistas da empre-

sa e o seu compromisso com a inovação no setor automóvel.

Conceito Go Care

A GoShop vai ainda destacar o seu compromisso com a responsabilidade social, através da apresentação do conceito Go Care, que reflete o apoio do “clube” a projetos comunitários, como o patrocínio de uma equipa de futsal composta por atletas com deficiência. Outro elemento diferenciador da presença da GoShop na expoMECÂNICA 2024 será o espaço de *flash interviews*, dedicado à realização de entrevistas rápidas a fornecedores, clientes e responsáveis de oficinas. Estas entrevistas serão transmitidas em *live streaming*, permitindo que tanto os presentes na feira como o público em geral possam acompanhar, em direto, as conversas sobre temas relevantes para o setor automóvel, como a sustentabilidade, o futuro da mobilidade e os desafios enfrentados pelos operadores.

Todo o *stand* da GoShop foi concebido para proporcionar uma experiência imersiva, repleta de momentos de lazer e interação. Para os mais entusiastas, haverá um simulador de corridas com a pista do Estoril, num ambiente de “brincadeira”, que atrairá profissionais do setor, mas, também, curiosos e apaixonados pelo mundo automóvel. Será oferecida ainda uma variedade de *com-es e bebes*, tornando o espaço num local descontraído e social.



**UM CONJUNTO DE PARCEIROS
DISTRIBUÍDOS ESTRATEGICAMENTE
PELO PAÍS, COESOS EM GARANTIR O QUE
HÁ DE MELHOR NO SETOR AUTOMÓVEL.**

**Na busca incessante pela excelência, o Club
GoShop concentra-se na implementação de
projetos, produtos e serviços.**

Os Parceiros GO! desfrutam de uma experiência única no setor automóvel, com o acesso a uma vasta gama de peças e serviços de alta qualidade, além de um atendimento personalizado e eficiente. Destacam-se pelo compromisso em garantir a satisfação dos seus clientes em cada produto e serviço. Um trabalho dedicado e em conjunto, tornará assim o Club GoShop uma referência no setor Automotivo.

QUALIDADE, EFICIÊNCIA E UNIÃO

Inovação

A inovação está no centro da abordagem do Club GoShop, permitindo que os parceiros ofereçam aos seus clientes as soluções mais avançadas do setor.

Eficiência

Comprometidos em fornecer produtos e serviços de alta qualidade, mantendo ao mesmo tempo um alto nível de eficiência em todas as operações.

Abrangência

Com uma ampla gama de produtos e serviços, O Club GoShop atende às necessidades de todos os seus clientes em todo o país, desde grandes empresas a proprietários de carros individuais (através dos nossos parceiros).

Compromisso

O Club GoShop valoriza fortemente a parceria com os seus clientes e comprometendo-se a trabalhar juntos para atender às necessidades do mercado automotivo em constante evolução.



WWW.GOSHOP.PT



Havoline®

Proteção pró-ativa para o seu motor. **Keep going com Texaco Havoline.**

Capazes de responder às exigências extremas do seu motor, os óleos de motor Havoline proporcionam proteção e desempenho dinâmicos onde estes são mais necessários, excedendo muitas das especificações mais exigentes do mercado Auto.



Para descobrir mais, contacte um Distribuidor Autorizado de Texaco® Lubricants:

CEPSA – Portuguesa Petróleos, Lda

Tel.: +351 217 218 805 E-mail: lubrificantes.portugal@cepsa.com

A Chevron company product

© 2024 Chevron. Todos os direitos reservados. Todas as marcas comerciais são propriedade da Chevron Intellectual Property LLC ou dos respetivos proprietários. HAV 738-PT_Carros e Motores-0 [10/24]

[f /HavolineEurope](https://www.facebook.com/HavolineEurope)

[texacolubricants.com/Havoline](https://www.texacolubricants.com/Havoline)

