



CHECK-UP

media

AFTERMARKET AUTOMÓVEL

EXPORTAÇÕES DE COMPONENTES

Futuro do automóvel constrói-se peça a peça

Suplemento especial
Carros

Esteja pronto para a estrada

OSRAM

A nossa gama de iluminação, cuidado e equipamento automóvel foi concebida para manter os condutores preparados para a realidade na estrada. Desde compressores de pneus e carregadores a arrancadores de bateria, luzes de inspeção e câmaras de bordo, a gama oferece um apoio inteligente e fiável exatamente quando é necessário.

Fáceis de utilizar, compactos e concebidos para durar, os produtos desta gama ajudam a prevenir avarias, a melhorar a segurança e a transformar os problemas do dia-a-dia numa aventura de que pode desfrutar. Quer se trate de manter o seu veículo, lidar com o inesperado ou proporcionar tranquilidade em cada viagem, a OSRAM mantém-no em movimento com confiança.



Recorde a viagem, não os percalços

Prepare-se para a aventura com iluminação premium, cuidado e equipamento automóvel



Componentes que movem Portugal

Exportações, inovação, *aftermarket*: os números que explicam por que razão a indústria de componentes para automóveis é um dos pilares mais fortes da economia portuguesa 4

Entrevista

A indústria nacional de fabrico de componentes para automóveis atravessa um dos momentos mais determinantes da sua história. José Couto, presidente da AFIA, faz um retrato do setor 6

Atualidade

Portugal é sinónimo de engenharia, resiliência e tecnologia, numa atividade que representa 5,1% do PIB. Futuro do automóvel fabrica-se peça a peça. Mas o verdadeiro salto qualitativo está nas empresas 12

Empresas

LIQUI MOLY	16
OSRAM	18
Metrocar	20
Filourém	22

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

Peças sem fronteiras

Nem sempre o todo é maior do que a soma das partes. Na indústria portuguesa de componentes para automóveis, são, muitas vezes, as partes que explicam a dimensão do todo. Cada empresa, cada fábrica, cada profissional e cada componente ajudam a construir uma indústria que encontrou nas exportações uma das suas principais forças.

Num país com um mercado interno limitado, olhar para fora não é apenas uma opção de crescimento. É uma necessidade. Exportar permite ganhar escala, diversificar clientes e mercados e, sobretudo, reduzir a dependência da economia nacional. Mas significa, também, competir num palco mais exigente, onde qualidade, inovação, produtividade e capacidade de resposta fazem a diferença.

A indústria nacional de componentes construiu, assim, uma posição relevante nas cadeias internacionais de valor. A sua presença em diferentes mercados resulta de décadas de investimento, especialização e capacidade de adaptação. É, também, a prova de que o tamanho de um país não determina a dimensão da sua indústria.

Há, contudo, outras oportunidades a explorar. O *aftermarket* é uma delas. Como explica o presidente da AFIA, José Couto, na entrevista que publicamos nesta edição, o mercado de reposição representa uma parcela relevante da atividade das empresas portuguesas, existindo operadores que trabalham, exclusivamente, para este segmento e têm alcançado resultados expressivos. Num contexto de envelhecimento do parque automóvel europeu e de maior longevidade dos veículos, este mercado ganha importância.

Para as empresas, o *aftermarket* pode significar diversificação, novos clientes e novas geografias. É uma oportunidade para reduzir a exposição a ciclos específicos e construir modelos de negócio mais equilibrados. Não se trata de escolher entre equipamento de origem e mercado de reposição, mas de aproveitar as oportunidades existentes em ambos.

Neste contexto, a internacionalização continua a ser decisiva. Não apenas para vender mais, mas para construir empresas mais resilientes e menos dependentes de um único mercado. Num momento em que a Europa procura reforçar a sua capacidade industrial, Portugal dispõe de uma base empresarial, conhecimento e experiência que não pode desperdiçar.

As peças portuguesas já atravessam fronteiras. O desafio é garantir que continuam a fazê-lo com mais valor acrescentado, em mais mercados e com ambição renovada.

Jorge Flores

jorgeflores@checkupmedia.com



Componentes que movem Portugal

Exportações, inovação, *aftermarket*: os números que explicam por que razão a indústria de componentes para automóveis é um dos pilares mais fortes da economia portuguesa





Motor exportador

A indústria portuguesa de componentes para automóveis mantém-se entre os setores mais relevantes da economia nacional. Em 2024, as exportações ascenderam a 11,8 mil milhões de euros, o equivalente a cerca de 14,9% das exportações portuguesas de bens. O setor integra, aproximadamente, 360 empresas, emprega mais de 61 mil trabalhadores e exporta cerca de 85% da sua produção, confirmando a forte orientação para os mercados internacionais.

Europa lidera

A União Europeia continua a ser o principal destino dos componentes produzidos em Portugal, absorvendo cerca de 88,5% das exportações. Espanha (28,3%) lidera a lista de mercados, seguida da Alemanha (23,4%) e de França (8,4%). Apesar da forte

concentração europeia, mercados como os EUA e Marrocos têm ganho importância, contribuindo para uma maior diversificação das vendas externas.

Força do *aftermarket*

Embora o fornecimento aos construtores de automóveis continue a dominar o negócio, o *aftermarket* assume uma importância crescente. O envelhecimento do parque automóvel europeu, cuja idade média ultrapassa os 12 anos, impulsiona a procura de componentes de substituição. Para muitos fabricantes portugueses, este mercado representa uma oportunidade para estabilizar receitas, diversificar clientes e reforçar as exportações.

Nova mobilidade

A transição para a mobilidade elétrica está a transformar profundamente o se-

tor. As empresas portuguesas enfrentam o desafio de desenvolver componentes para veículos elétricos e híbridos, sem descuidar o mercado dos automóveis de combustão, que continuará dominante durante vários anos. Paralelamente, temas como o direito à reparação e o acesso aos dados dos veículos serão decisivos para o futuro do *aftermarket*.

Valor nacional

A indústria de componentes é um dos principais geradores de riqueza em Portugal. Representa cerca de 5,1% do PIB, 12,1% do Valor Acrescentado Bruto da indústria transformadora e quase 15% do investimento industrial. O reforço da presença no *aftermarket* internacional poderá consolidar este contributo e reduzir a dependência dos ciclos de produção dos fabricantes de automóveis.



José Couto

“ Europa percebeu que descarbonizar, por si só, não basta ”

A competitividade regressou ao centro da política industrial europeia. Presidente da AFIA diz que Portugal tem de aproveitar esta mudança

Por: **Jorge Flores**

Fotos: **Fernando Teixeira**

A indústria portuguesa de componentes para automóveis atravessa um dos momentos mais determinantes da sua história. À eletrificação, digitalização e transição energética juntam-se a Inteligência Artificial (IA), a pressão sobre os custos, a reorganização das cadeias globais de abastecimento e uma nova estratégia europeia que volta a colocar a competitividade industrial no centro das decisões.

Apesar deste contexto exigente, Portugal continua a afirmar-se como um dos principais produtores europeus de componentes para automóveis, graças à capacidade tecnológica das empresas, à sua forte vocação exportadora e à adaptação permanente às necessidades dos construtores de automóveis. Em entrevista ao Check-up, o presidente da Associação de Fabricantes para a Indústria Automóvel (AFIA), José Couto, faz um retrato de um setor que representa cerca de 5% do PIB, emprega mais de 62 mil pessoas e responde por 15% das exportações nacionais de bens transacionáveis.

Ao longo da conversa, analisa os desafios da inovação, da qualificação, da captação de investimento e do *aftermarket*, defendendo que a Europa entrou numa nova fase em que descarbonizar continua a ser essencial, mas já não é suficiente. Para o responsável, preservar a capacidade produtiva, reforçar a competitividade e criar condições para atrair investimento serão decisivos para garantir o futuro da indústria automóvel portuguesa.

A indústria portuguesa de componentes para automóveis continua a afirmar-se como um dos setores mais exportadores da economia nacional. Que balanço faz da sua evolução nos últimos anos e quais são, hoje, os principais fatores que sustentam essa competitividade?

A indústria de fabrico de componentes para automóveis é estratégica para a economia nacional, representando cerca de 5% do PIB, mais de 14 mil milhões de euros de volume de negócios, cerca de 62 mil empregos diretos e 15% das exportações nacionais de bens transacionáveis. Estes indicadores refletem a relevância económica, industrial e exportadora de uma cadeia de valor que contribui, de forma decisiva, para a capacidade industrial do país. Esta indústria tem vindo a assegurar a sua competitividade de forma positiva devido, não só, às suas competências técnicas e de inovação, mas, também, à boa capacidade de adaptação da mão de obra e à cooperação entre empresas, universidades e centros de investigação e desenvolvimento. Convém realçar que a produtividade é fundamental para a afirmação competitiva das empresas.

Num contexto marcado pela eletrificação, digitalização e novas exigências ambientais, como está a indústria nacional a adaptar-se para manter a relevância nas cadeias de valor globais?

As empresas têm conseguido reagir em conformidade com as exigências que a evolução do produto automóvel tem mostrado nos últimos anos, o que é visível

na manutenção das cadeias de produção dos seus clientes. Na AFIA, costumamos dizer que é crucial estarmos a fornecer as linhas de produção e na cadeia de valor, seja qual for o tipo de produto. Sabemos que o setor automóvel está a passar por grandes transformações. As novas tecnologias estão a transformar a indústria automóvel e a sua cadeia global de valor. Novas tecnologias tanto modernizam os processos produtivos como permitem o desenvolvimento de novos produtos, como, por exemplo, veículos elétricos ou autónomos. Outras grandes mudanças (como mudanças nas preferências dos consumidores e restrições mais rígidas ao impacto ambiental) estão a contribuir para esta transformação. Portanto, é preciso estar no grupo que se mostra capacitado para dar respostas que apóiem valor e, isso, as empresas têm conseguido.

A atual conjuntura internacional, marcada por tensões geopolíticas, tarifas e reorganização das cadeias de abastecimento, representa mais riscos ou mais oportunidades para os fabricantes portugueses?

Hoje, este setor vive um momento particularmente exigente. A transição digital e climática, a evolução tecnológica, a IA, os novos materiais e a pressão sobre custos, energia e talento estão a impactar e a redefinir a indústria automóvel. Esta transformação é uma oportunidade, mas exige, também, uma nova abordagem. O papel da AFIA é (e será) acompanhar os fabricantes de componentes para automóveis,



representá-los, defendê-los e ajudá-los a antecipar e gerir os desafios do dia a dia, preparando as empresas para o futuro. No-meadamente, na necessária transição dos modelos de negócio tradicionais para um novo conceito que dê resposta às preocupações ambientais, sociais e de boa governação, como é exemplo o ESG (Environment, Social & Governance, na sigla inglesa).

Há várias nuances que lutam entre si – como são as questões ambientais e o esforço de financiamento da guerra ... – a manutenção dos princípios da UE e a concordância dos 27 países. A competitividade não se constrói apenas dentro das empresas. Depende, também, de um ambiente regulatório estável e previsível, acesso a financiamento, energia com valores com-

petitivos, mais qualificação de pessoas, capacidade de investimento e uma ligação mais próxima entre empresas, centros tecnológicos, universidades e decisores públicos. É um ambiente que pressupõe que a Europa se envolva e consiga seduzir os Estados-membros, para retomar um processo competitivo.

Portugal continua a ser visto como um destino competitivo para investimento na indústria automóvel? Que condições considera essenciais para atrair novos projetos e consolidar os existentes?

A resposta é para o caso das componentes: sem dúvida que sim! Há oportunidades derivadas das tendências de evolução tecnológica do automóvel, como a limitação

de emissões, a condução autónoma e o aumento da conectividade, que podem ter um ambiente capaz para atrair e assegurar um bom nível de desempenho. Estas tendências criam janelas de oportunidade para a indústria automóvel em Portugal. É neste quadro que a AFIA está em contacto permanente com todas as entidades que têm poder para influenciar o setor, sensibilizando-as para estas realidades e incentivando-as no sentido das intervenções possíveis e desejáveis.

Para um país que, tendo em conta a sua dimensão, tem feito um percurso de valorização da indústria, consideramos que era fundamental que as entidades pública, em coordenação com as privadas, desenhassem um plano de contacto com todos os



impacto de alavancagem para toda a indústria de componentes para automóveis. Mas não podemos esquecer um princípio basilar: temos de ser competitivos. Temos de acrescentar valor e contribuir para o VAB nacional.

O setor enfrenta uma transformação tecnológica sem precedentes. As empresas portuguesas estão a conseguir acompanhar este ritmo de inovação ou existe o risco de algumas ficarem para trás?

A indústria portuguesa de componentes para automóveis propõe soluções aos clientes para dar forma à mobilidade do futuro, inteligente e com baixas emissões de carbono. Isto não é novo. As empresas sempre o fizeram e tiveram essa orientação como fundamental para se afirmarem junto dos clientes. Considero que estamos a conseguir responder aos desafios dos nossos clientes, aos desafios do regulador, ao novo quadro concecional da mobilidade, a todo este novo desiderato. Porém, não nos podemos equivocar: nem tudo depende das empresas! Se bem que as empresas têm investido, mas há que esperar que exista um reforço do país para podermos ser mais competitivos e provarmos aos clientes que existe um esforço de modernizar infraestruturas, também de aumentar a qualificação, como forma de incrementar, forma consistente, a produtividade.

empresas, podem estar obsoletas, o que determina um enorme esforço de requalificação, de formação mais avançada e de um processo de investimento neste ativo intangível. De referir o grande contraste entre a mudança exigida às empresas, no que se refere à flexibilidade e adaptação ao que o mercado impõe, *versus* a rigidez da legislação laboral que acaba por perpetuar modelos completamente desajustados à realidade presente e futura. Apesar da dimensão dos desafios, as empresas demonstram a confiança e a resiliência necessárias para enfrentá-los, aproveitando as oportunidades para continuar a fazer crescer sustentadamente o setor. A aposta nas pessoas é, em definitivo, inadiável.

Quando se fala da indústria de componentes, a atenção recai frequentemente sobre o fornecimento aos fabricantes de automóveis. Que peso e importância atribui ao mercado do *aftermarket* na atividade das empresas portuguesas?

As estimativas da AFIA apontam que o *aftermarket* (mercado de reposição) seja responsável por entre 5 a 10% do valor global da atividade da indústria portuguesa de componentes para automóveis. Há várias empresas que trabalham, exclusivamente, para o mercado de substituição e têm alcançado *performances* consideráveis nos últimos anos, com bons níveis de rentabi-

“O *aftermarket* continuará a ganhar importância, mas exigirá mais tecnologia, formação e investimento em serviços digitais”

construtores de automóveis (“OEM – Original Equipment Manufacturer”) e com os grandes fornecedores/integradores internacionais de componentes (os “Tier 1”) para captar os seus projetos e investimentos. O que se pode antecipar é que vamos ter a curto e médio prazos um ambiente altamente competitivo, onde o *Made in Europe* dá-nos uma visão para objetivos de incorporação de componentes, dá orientação para a origem europeia do “produto”.

Subjacentemente, devíamos promover a imagem do país no exterior com vista à captação de mais investimento estrangeiro, com particular enfoque na necessidade de atrair um novo construtor automóvel para estabelecimento de uma nova linha de montagem. Aquela teria um elevado

A escassez de mão de obra qualificada continua a ser uma preocupação transversal à indústria. Como está o setor a responder ao desafio de atrair e reter talento, sobretudo entre as gerações mais jovens?

As empresas estão despertas para os desafios que têm pela frente na liderança dos seus Recursos Humanos, como seja obter o compromisso, fidelização e motivação dos seus colaboradores num quadro de mudança e globalização, acrescendo a necessidade de gestão de carreiras e talentos, dando resposta à alteração do perfil de competências necessárias e, ao mesmo tempo, aproveitando as novas oportunidades tecnológicas. Porém, há algo de verdadeiramente novo: muitos dos quadros, das competências que, hoje, estão nas

lidade. Contudo, quando se trata de utilizar uma ferramenta, um equipamento, uma tecnologia singular, estamos a falar de encomendas de clientes que já incorporam o que esse segmento necessita.

A maior longevidade dos veículos em circulação, aliada ao envelhecimento do parque automóvel em muitos mercados europeus, abre novas oportunidades para os fabricantes nacionais no *aftermarket*?

O parque automóvel crescente e envelhecido, que exige manutenção e reparações regulares, continua a ser uma característica fundamental do mercado de reposição europeu. Assim, é expectável que isso proporcione alguma estabilidade no meio de desafios económicos complexos. A Mo-

bility Global (ex. S&P Global Mobility) prevê que o número de veículos ligeiros em circulação na Europa cresça mais de 9%, passando de 441 milhões em 2026 para 483 milhões de unidades em 2035.

Os veículos em circulação com idades entre 4 e 8 anos devem crescer 5,8%, de 85 milhões de unidades para 91 milhões no mesmo período. O maior crescimento, superior a 14%, deve vir dos veículos em circulação com 12 anos ou mais, com previsão de expansão desse segmento de 214 milhões de unidades em 2026 para 251 milhões em 2035. Isto aponta para o alargamento de uma oportunidade, de um reforço de uma janela de oportunidade e na entrada de novos agentes.

A eletrificação do parque automóvel irá alterar profundamente o mercado da reparação e da substituição de componentes. Como antevê a evolução do *aftermarket* nos próximos anos?

Os fornecedores devem continuar a investir em *software*, serviços digitais e recursos de cibersegurança para fortalecer a competitividade num mercado global cada vez mais desafiador. A formação contínua dos

colaboradores é chave para enfrentar os desafios tecnológicos do *aftermarket*. Não esqueçamos que a velocidade das alterações é uma nova variável.

O acesso aos dados dos veículos, a conectividade e o direito à reparação têm sido temas centrais na Europa. Que impacto poderão ter estas questões na competitividade do *aftermarket* independente e das empresas portuguesas?

O mercado de reposição europeu está a passar por uma rápida transformação, à medida que os objetivos de sustentabilidade, o progresso tecnológico e as mudanças no quadro legislativo moldam o setor. O acesso a dados e a concorrência leal são cruciais para o mercado de reposição neste contexto de transformação. É necessário um ambiente regulatório que apoie a inovação e a concorrência leal para que as empresas do mercado de reposição se mantenham competitivas. A orientação assumida pelo RGPD (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) é uma limitação que pretende proteger a privacidade, os dados pessoais e o poder de controlo de cada cidadão.

As empresas nacionais estão a desenvolver estratégias específicas para reforçar a sua presença no *aftermarket* internacional, ou este continua a ser encarado, sobretudo, como um complemento ao negócio OEM?

Depende da estratégia das empresas. E, sim, há empresas que continuam a apostar no reforço da sua projeção internacional no *aftermarket*, através de participações em feiras dedicadas ou em parcerias com empresas locais desses mercados de destino. De forma geral, as empresas têm ido atrás do que os seus clientes determinam, porque ou os componentes são encomendados por eles ou nos posicionamos na posição concorrencial e de violação contratual.

A sustentabilidade tornou-se num critério decisivo para clientes e mercados. De que forma a economia circular, a remanufatura e a reciclagem de componentes poderão criar novas oportunidades para a indústria portuguesa?

Gostaria de dizer, antes de mais, que os veículos são produtos que, quando saem das linhas de produção, têm um plano estruturado de recuperação de materiais. O novo regulamento dos veículos em fim

“Temos de ser competitivos, acrescentar valor e contribuir para o Valor Acrescentado Bruto nacional”



de vida tem em vista a transição do setor automóvel para um modelo mais circular, introduzindo medidas em todo o ciclo de vida das viaturas, da conceção e produção ao seu tratamento em fim de vida, com o duplo objetivo de reforçar a proteção do ambiente e de assegurar o bom funcionamento do mercado único.

Serão estabelecidos requisitos para assegurar que os veículos novos sejam concebidos de forma a facilitar a reciclagem, a reutilização e o refabrico de peças e componentes. Um elemento central do acordo é a introdução de metas obrigatórias para o teor de material reciclado, nomeadamente plásticos, presente nos veículos novos. Em seis anos, o objetivo é introduzir 15% de plástico reciclado, passando para 25% em 10 anos. Acresce ainda que, pelo menos, 20% deste plástico reciclado tem de provir de material valorizado a partir de veículos em fim de vida, de modo a assegurar que os materiais valiosos se mantenham na economia circular da União Europeia. Este quadro, no âmbito da circularidade, não deixa dúvidas relativamente ao esforço da indústria automóvel no cumprimento das metas do Green Deal.

Que papel espera da União Europeia e do Governo português para garantir que o setor continua a ser um motor das exportações e da criação de valor para a economia nacional?

A Europa está a entrar numa nova fase. Durante anos, o debate industrial europeu foi dominado pela urgência climática e pela transição energética. Essa prioridade mantém-se. Mas, hoje, tornou-se claro que descarbonizar, por si só, não basta e é introduzida, agora, uma dimensão adicional. A Europa percebeu que precisa, também, de preservar a sua capacidade produtiva, reforçar a competitividade e reduzir dependências estratégicas. É precisamente neste contexto que ganha relevância o Ato Acelerador Industrial (em inglês, *Industrial Accelerator Act* - IAA). O IAA não é apenas uma norma técnica, é o sinal de uma nova fase da política industrial e um sinal inequívoco de que a União Europeia quer voltar a produzir mais no seu território, fortalecer cadeias de valor europeias e orientar financiamento, investimento e contratação pública com vista a atingir esse objetivo.

A “marca” *Made in Europe* está a transformar-se num critério industrial estratégico. A UE está, agora (só agora), preocupada com o processo de reindustrialização, com a competitividade, mas não pode tardar em avançar. Para Portugal, e em particular



para os fornecedores da indústria automóvel, esta mudança é altamente relevante, permitindo aumentar, faseadamente, a produção de componentes na Europa e a sua integração nos veículos produzidos em território europeu. A indústria de componentes integra cadeias de valor exigentes, exportadoras e tecnologicamente intensivas. Se a Europa quer incorporar mais produção europeia nos veículos que fabrica, então este é o momento de posicionar a nossa base industrial para ganhar escala, captar investimento e reforçar integração nas cadeias de abastecimento.

A indústria de componentes para automóveis é um dos vetores considerados estratégicos pelo IAA e o financiamento europeu terá isso em conta. Mas esta estratégia exige atitude, rapidez e condições adequadas de enquadramento. Exige financiamento alinhado com os objetivos

europeus, infraestruturas competitivas, regulação de custos de energia, talento qualificado e estabilidade regulatória. Exige, também, que Portugal alinhe os seus instrumentos públicos com esta nova orientação, para que as empresas nacionais possam responder com capacidade produtiva, inovação e ambição exportadora. Portanto, na nossa visão, o essencial é simples: a transição verde e digital continuará a contar, mas passará a ser avaliada juntamente com a resiliência industrial, a intensidade tecnológica e a autonomia estratégica. Quem perceber esta mudança a tempo ficará melhor preparado e quem não a perceber arrisca-se a perder relevância. Portugal tem indústria, competência e experiência para fazer parte desta nova etapa europeia. Só precisa de transformar essa capacidade em prioridade estratégica.



Peça a peça se fabrica o futuro do automóvel em Portugal





Portugal é sinónimo de engenharia, inovação e tecnologia, num setor que representa 5,1% do PIB. Futuro do automóvel fabrica-se peça a peça

Por: Jorge Flores



Há um equívoco persistente sobre a indústria automóvel portuguesa: pensar que Portugal fabrica automóveis. Na realidade, o país fabrica algo muito mais valioso: tecnologia, engenharia e conhecimento que entram em milhões de veículos produzidos em todo o mundo.

A produção automóvel continua a ser uma peça essencial desta história. Em 2025, as fábricas instaladas no nosso país produziram 341.361 veículos, um crescimento de 2,7% face ao ano anterior, consolidando uma trajetória de recuperação sustentada, segundo dados da Associação Automóvel de Portugal (ACAP). Mas o verdadeiro salto qualitativo do setor está longe das linhas de montagem. Está nas empresas que desenvolvem componentes, sistemas eletrónicos, *software*, materiais avançados e soluções para os automóveis do futuro.

Números consistentes

É precisamente aí que Portugal faz a diferença. Segundo a Associação de Fabricantes para a Indústria Automóvel (AFIA), a indústria nacional de componentes atingiu 14,1 mil milhões de euros em vendas no ano de 2025, dos quais 11,8 mil milhões de euros correspondem a exportações. Nú-

meros muito consistentes. O impacto na economia é expressivo: o setor representa 5,1% do Produto Interno Bruto, gera 14,9% das exportações de bens transacionáveis e é responsável por 12,1% do Valor Acrescentado Bruto da indústria transformadora.

Os números impressionam ainda mais quando comparados com a dimensão do setor. "Portugal conta com cerca de 360 empresas de componentes para automóveis, o equivalente a apenas 0,9% das empresas da indústria transformadora", de acordo com dados da AFIA. Ainda assim, este pequeno universo industrial consegue gerar riqueza muito acima do seu peso estatístico, demonstrando uma forte especialização tecnológica e uma elevada integração nas cadeias internacionais de fornecimento.

Qualidade do emprego

Hoje, quando um automóvel é produzido na Europa, é muito provável que transporte consigo tecnologia portuguesa. "Componentes metálicos de elevada precisão, sistemas elétricos e eletrónicos, plásticos técnicos, compósitos, revestimentos têxteis, cablagens ou módulos completos são desenvolvidos e fabricados por empresas nacionais, muitas delas líderes mundiais nos

seus nichos de mercado", sublinha a AFIA.

Segundo a mesma associação, "esta transformação também se reflete nas pessoas". A indústria "emprega, diretamente, 61.700 trabalhadores, correspondendo a 8,8% do emprego da indústria transformadora portuguesa. Mais do que a dimensão, destaca-se a qualidade do emprego. "Os trabalhadores apresentam níveis médios de qualificação superiores aos do restante tecido industrial, recebem salários 21% acima da média da indústria transformadora e trabalham num setor cuja produtividade é 27% superior", acrescenta.

Num período particularmente desafiante para a indústria automóvel europeia, Portugal conseguiu destacar-se. "Entre 2019 e 2025, as empresas portuguesas de componentes cresceram, em média, 2,8% ao ano, enquanto a produção automóvel europeia registou uma quebra média anual de 3,6%", diz a AFIA. Um contraste que evidencia a capacidade competitiva das empresas nacionais, assente na inovação, flexibilidade e internacionalização.

Investimentos elevados

A confiança no futuro mede-se, também, pelo investimento. "Entre 2015 e 2025, o

setor aplicou 7,7 mil milhões de euros em novas instalações, equipamentos, automação, digitalização e investigação, valor que representa 14,8% de todo o investimento realizado pela indústria transformadora portuguesa”, refere a AFIA. São investimentos que respondem às novas exigências da mobilidade elétrica, conectada e inteligente.

O mapa industrial português ajuda, igualmente, a explicar esta dinâmica. “Mais de metade das empresas (51,5%) está concentrada na região norte, seguindo-se o centro (32,5%), a Área Metropolitana de Lisboa (10,2%) e o Alentejo (5,8%)”, adianta a associação. Esta concentração favorece a criação de um verdadeiro ecossistema de inovação, onde empresas, universidades e centros tecnológicos colaboram diariamente.

Essa ligação entre indústria e conhecimento é, hoje, uma das maiores vantagens competitivas de Portugal. “Centros como o CEiiA, a Critical TechWorks, a Volkswagen Digital Solutions ou a tb.lx demonstram que o país deixou de competir apenas na produção industrial para assumir um papel relevante no desenvolvimento de *software*, Inteligência Artificial, conectividade, engenharia e soluções para a mobilidade do futuro”, acrescenta a AFIA.

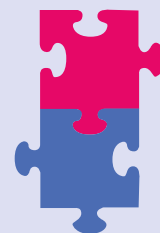
Grandes fábricas

Naturalmente, as grandes fábricas continuam a ser pilares do setor. “Em 2025, a Volkswagen Autoeuropa produziu 240.400 veículos, mantendo uma quota superior a 70% da produção nacional, enquanto a Stellantis Mangualde atingiu 91.662 unidades, um crescimento de 6,6% face ao ano anterior”, afirma a ACAP. “Em conjunto, sustentam uma vasta cadeia de fornecedores que exporta 88,3% da sua produção para a Europa, tendo Espanha (29%), Alemanha (21,8%) e França (8,9%) como principais mercados”, acrescenta, por sua vez, a AFIA.

No contexto europeu, Portugal integra um dos maiores polos automóveis do continente. “Em conjunto com Espanha, a Península Ibérica produziu cerca de 2,6 milhões de veículos em 2025, posicionando-se como o segundo maior centro de produção automóvel da Europa”, salientam ambas as associações.

Durante muitos anos, a competitividade media-se pelo número de automóveis que saíam das fábricas. Hoje, mede-se pelo conhecimento incorporado em cada componente, pela capacidade de inovar, pela engenharia que resolve problemas complexos e pela rapidez com que se responde às novas exigências da mobilidade. É precisamente nessa corrida que Portugal está a ganhar terreno.

Indústria de componentes em números



341.361
veículos

Produção automóvel portuguesa em 2025, mais 2,7% do que em 2024
(Fonte: ACAP)

61.700 **trabalhadores**

Emprego direto criado pelo setor, equivalente a 8,8% da indústria transformadora (Fonte: AFIA)

14,1
mil milhões de euros

Valor das vendas da indústria portuguesa de componentes para automóveis

(Fonte: AFIA)

11,8
mil milhões de euros

Exportações do setor, equivalentes a 14,9% das exportações nacionais de bens transacionáveis
(Fonte: AFIA)

7,7
mil milhões de euros

Investimento acumulado entre 2015 e 2025, correspondente a 14,8% do investimento industrial (Fonte: AFIA)

Salários 21% superiores

Os salários são 21% superiores à média da indústria transformadora e a produtividade é 27% mais elevada
(Fonte: AFIA)

360
empresas

Um universo reduzido que representa apenas 0,9% das empresas industriais, mas gera 5,1% do PIB (Fonte: AFIA)

2,6

milhões de veículos

Produção conjunta de Portugal e Espanha, fazendo da Península Ibérica o segundo maior polo automóvel da Europa (Fontes: AFIA e ACAP)

7,7
mil milhões de euros

Investimento acumulado entre 2015 e 2025, correspondente a 14,8% do investimento industrial (Fonte: AFIA)

88,3%
das exportações

A Europa continua a ser o principal destino dos componentes produzidos em Portugal (Fonte: AFIA)

5,1% **do PIB**

Contributo da indústria de componentes para a economia portuguesa (Fonte: AFIA)



Para uma proteção extra, a LIQUI MOLY disponibiliza um líquido de limpeza do radiador (Ref.º 2506), aplicado antes de substituir o anticongelante



LIQUI MOLY

Anticongelante: a proteção que o motor não dispensa

Quando se fala em manutenção automóvel, a maioria dos condutores pensa no óleo do motor. No entanto, existe outro líquido igualmente importante para a fiabilidade do veículo e que, muitas vezes, só recebe atenção quando surge um problema: o anticongelante

Por: **Bruno Castanheira**

A pesar do nome, a função do anticongelante vai muito além de proteger o motor das baixas temperaturas. Na realidade, o anticongelante é essencial durante todo o ano, ajudando a controlar a temperatura do motor e a proteger todo o sistema de refrigeração. "Sempre que o motor está em funcionamento, gera uma enorme quantidade de calor. O sistema de refrigeração tem a missão de dissipar essa energia e manter a temperatura ideal de funcionamento", começa por explicar Cláudio Delicado, *head of strategic communication & advertising* da LIQUI MOLY Iberia. "É, aqui, que entra o anticongelante. Além de impedir que o líquido congele no inverno, aumenta o ponto de ebulição da mistura de refrigeração, evitando o sobreaquecimento nos dias mais quentes ou em situações de maior esforço, como viagens longas ou condução em montanha. Ao mesmo tempo, protege os componentes internos contra a corrosão, a cavitação, os depósitos de calcário, bem

como a formação de espuma, fatores que podem comprometer, seriamente, a eficiência do sistema", alerta.

Água não é solução

Ainda há quem utilize apenas água para completar o nível do líquido de refrigeração. "Embora possa parecer uma solução económica, a verdade é que a água, por si só, não oferece qualquer proteção contra a corrosão nem suporta as elevadas temperaturas a que o motor está sujeito", afirma Cláudio Delicado. "Além disso", reforça, "a água da torneira pode conter minerais que favorecem a formação de depósitos de calcário no circuito de refrigeração, reduzindo a capacidade de dissipação do calor e aumentando o risco de sobreaquecimento".

Nem todos os anticongelantes de radiador precisam de ser misturados. "Existem, também, misturas prontas que podem ser adicionadas, diretamente, ao sistema de refrigeração. Já os anticongelantes concentrados, devem ser diluídos com água destilada, numa proporção de mis-

tura de 50:50, para evitar a formação de depósitos de calcário e outros depósitos no sistema de refrigeração", frisa.

Como escolher o certo?

Com tantas referências disponíveis no mercado, é natural surgirem dúvidas sobre qual o produto adequado para cada veículo. "Para facilitar essa escolha, a LIQUI MOLY disponibiliza, gratuitamente, o Guia de Óleos (disponível em www.liqui-moly.com), uma ferramenta *online* onde basta introduzir a marca, o modelo e a motorização do automóvel para encontrar o anticongelante correto, bem como os restantes lubrificantes e fluidos recomendados para o veículo", diz Cláudio Delicado. E conclui: "Porque, quando se trata da saúde do motor, utilizar o produto certo é tão importante quanto respeitar os intervalos de manutenção. Afinal, um 'simples' anticongelante pode ser a diferença entre muitos anos de funcionamento sem preocupações... ou uma avaria que ninguém deseja".



BREMSI®

CHOOSE ONLY THE BEST



filourem
PEÇAS AUTO



TRAVAGEM



FILTROS



SUSPENSÃO



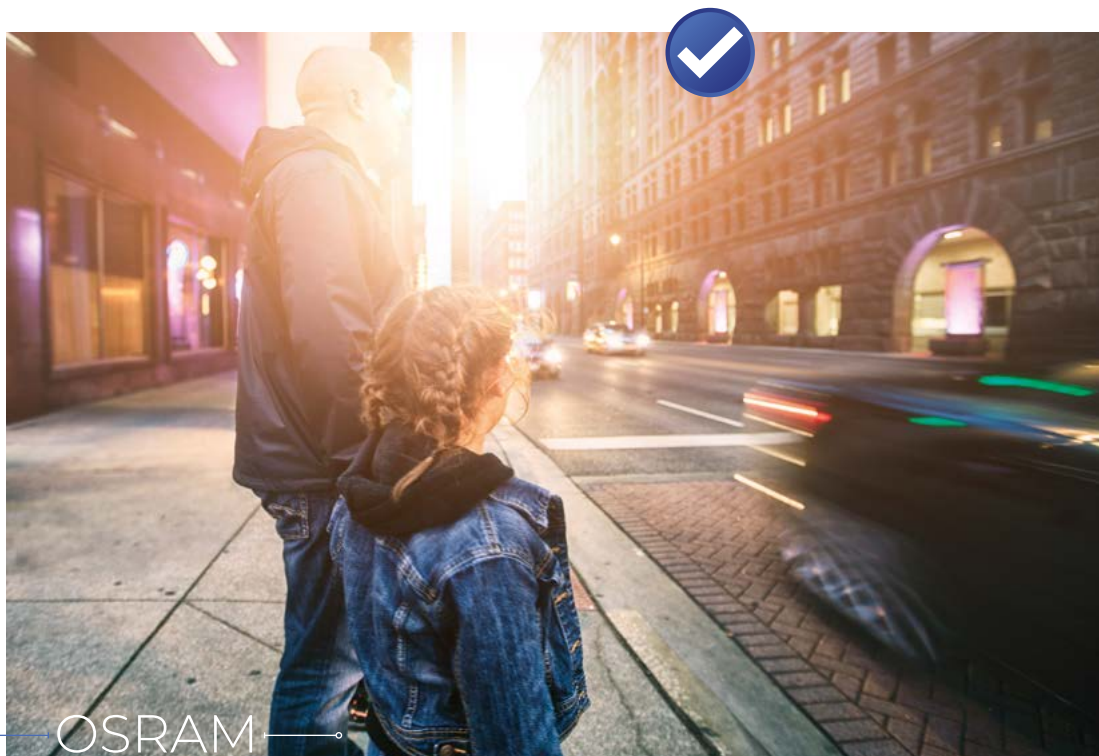
BOMBAS ÁGUA



ESCOVAS



HIDRÁULICA



Regresso à rotina... em segurança

Setembro traz de volta o foco nas rotinas familiares. As idas à escola, as deslocações diárias e os recados noturnos enchem, rapidamente, a agenda. Razões mais do que suficientes para nos concentrarmos na segurança

Por: **Bruno Castanheira**

De volta à rotina, de volta à segurança. E é por isso que a OSRAM alerta para as verificações que agora importam. E há uma razão para tal. Ou melhor, várias. “Setembro traz de volta o foco nas rotinas familiares. As idas à escola, as deslocações diárias e os recados noturnos enchem, rapidamente, o calendário, muitas vezes prolongando-se até ao anoitecer, ao contrário de algumas semanas antes”, começa por enquadrar a especialista em iluminação. “À medida que os padrões de condução quotidiana regressam, também aumentam os riscos associados à mudança das condições de luz e meteorologia. Por isso, agora é o momento de voltar a focar-nos na segurança”, alerta.

Visibilidade primeiro

Segundo a OSRAM, “a mudança mais imediata não é o tempo de inverno, mas sim a escuridão que ocorre mais cedo e o menor contraste. Os faróis e as luzes de sinalização passam, subitamente, a desempenhar um papel mais relevante na condução diária, especialmente durante as rotinas matinais e vespertinas”. Nesse sentido, “verificar o desempenho da iluminação cedo ajuda os condutores a adaptar-se de forma fluida. Soluções como as potentes lâmpadas OSRAM NIGHT BREAKER, permitem uma

visibilidade mais clara e tempos de reação mais rápidos à medida que a luz do dia diminui”, explica. E vai mais longe: “Luzes traseiras e ‘piscas’ totalmente funcionais são, igualmente, importantes, ajudando a garantir que os condutores permaneçam claramente visíveis para os outros em trânsito movimentado e com pouca luz”.

Pneus e baterias

As temperaturas de outono não afetam apenas o conforto, mas, também, o desempenho do veículo. “O ar mais frio pode reduzir a pressão dos pneus, enquanto a carga elétrica aumentada e as viagens mais curtas colocam pressão extra na bateria”, frisa. “Utilizar o compressor OSRAM TYREinflate 2120 facilita a integração de verificações regulares da pressão dos pneus nas rotinas semanais, ajudando a manter a aderência e a manobrabilidade em estradas molhadas ou cobertas de folhas”,



acrescenta. “Ao mesmo tempo, o carregador OSRAM BATTERYcharge 906 apoia a saúde da bateria antes que manhãs mais frias e uso mais intenso exponham fraquezas”, garante.

Antecipar problemas

Muitos problemas sazonais não surgem de repente, desenvolvem-se discretamente. “Lentes sujas, componentes gastos ou ligações soltas podem afetar a segurança sem acender luzes de aviso”, alerta a especialista em iluminação. “Com as luzes de inspeção OSRAM LEDinspect, condutores e oficinas podem realizar verificações visuais rápidas sob o capot ou em redor do veículo, facilitando a deteção de pequenos problemas antes que interrompam rotinas ocupadas”, afirma.

Dia a dia sem surpresas

A condução de volta à rotina deixa pouco espaço para surpresas. “Preparar-se agora, ajuda a transformar a segurança num hábito em vez de desencadear uma reação. Porque quando a vida diária acelera novamente, os controlos que mais importam são aqueles que mantêm cada viagem previsível – manhã, noite e tudo o que está pelo meio... Esteja pronto para a estrada”, conclui a OSRAM.

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



— Metrocar —

Confiança, proximidade e inovação

Parceria entre a Metrocar e a GoShop junta experiência, proximidade e inovação para responder às novas exigências do mercado

Por: Jorge Flores

Há mais de 25 anos que a Metrocar constrói a sua história com base num princípio simples: a “confiança conquista-se todos os dias”. Desde a sua fundação, ano a ano de 1999, em Castelo Branco, a empresa tem vindo a afirmar-se no comércio de peças e acessórios para automóveis através de uma combinação de “qualidade, conhecimento técnico e proximidade com os clientes”. Hoje, essa mesma filosofia estende-se ao universo digital, onde a parceria com a GoShop representa mais um passo na sua evolução.

A mudança ganhou um novo ritmo em 2015, quando Amândio Barata assumiu a gestão. O desafio passava por modernizar a empresa sem perder aquilo que sempre a distinguiu. “Queríamos acompanhar a evolução do mercado, mas sem deixar para trás a proximidade que os nossos clientes reconhecem em nós”, afirma.

Diversificação da oferta

Essa estratégia traduziu-se na diversificação da oferta de produtos, no reforço das parcerias com marcas de referência, na modernização da loja e na aposta na digitalização dos serviços. “Investimos na loja, reforçámos o nosso catálogo e apostámos na presença digital porque percebemos que os hábitos de compra estavam a mu-

dar”, explica Amândio Barata. “O setor automóvel evoluiu muito nos últimos anos e era fundamental acompanharmos essa transformação”, adianta o responsável.

Apesar da evolução tecnológica, a essência da Metrocar permanece inalterada. O atendimento personalizado continua a ser um dos principais fatores diferenciadores da empresa. “Não nos limitamos a vender uma peça. Procuramos perceber o que cada cliente precisa e aconselhá-lo da melhor forma. É isso que cria relações duradouras”, sublinha.

Com uma equipa experiente, uma vasta gama de marcas de qualidade, preços competitivos e um serviço de distribuição em Castelo Branco, a empresa conquistou a confiança de particulares e profissionais. “Os clientes valorizam a rapidez, a disponibilidade dos produtos e, acima de tudo, a confiança de saberem que encontram alguém que os pode ajudar”, refere Amândio Barata. “Esse reconhecimento é o que nos motiva a continuar a melhorar todos os dias”, acrescenta.

Presença digital

Para Amândio Barata, a integração na comunidade foi encarada como uma oportunidade para ampliar a presença digital da empresa e facilitar o acesso dos con-

sumidores aos seus produtos. “A GoShop permite-nos chegar a novos clientes e estar onde, hoje, muitos começam a procurar soluções. Faz todo o sentido fazermos parte desse ecossistema”, frisa.

A parceria trouxe ganhos para ambas as partes. Por um lado, a Metrocar aumentou a visibilidade da marca e reforçou a sua capacidade de resposta ao mercado. Por outro, os clientes passaram a beneficiar de um acesso mais simples a um catálogo mais alargado e a campanhas promocionais. “Queremos que os clientes encontrem os nossos produtos com a mesma facilidade com que entram na nossa loja física”, afirma. “A GoShop ajuda-nos precisamente a proporcionar uma experiência de compra mais cómoda e eficiente”, reforça.

Os valores da empresa continuam a orientar cada decisão. Integridade, competência, qualidade, confiança e proximidade são os pilares que sustentam a estratégia da Metrocar e que, segundo Amândio Barata, continuarão a definir o futuro da empresa. “Queremos consolidar a Metrocar como uma referência no setor, continuar a representar marcas fortes e acompanhar a evolução tecnológica sem perder a relação de confiança que construímos ao longo destes anos”, conclui.



REDES DE OFICINAS AD

ONDE A EXPERIÊNCIA SE ENCONTRA COM A QUALIDADE



A qualidade está no nosso **adn**



Bremzi

Camisola amarela (e preta)

A Filourém veste, desde 2015, a camisola amarela (e preta) da Bremzi. Mas, neste caso, não participa em nenhuma prova de contrarrelógio. Antes num percurso de resistência que tem permitido à marca italiana crescer no mercado português

Por: **Bruno Castanheira**

A história da Bremzi, marca registada da FRENAUTO S.R.L., começou a escrever-se em Portugal no ano de 2015, quando a Filourém passou a vestir as cores amarela e preta pelas quais a insígnia italiana é reconhecida. Primeiro, com componentes de travagem (pastilhas, discos, maxilas, tambores e bombitos, também designados de cilindros), gama que dispõe de quase 1.200 referências, depois, com bombas de água, filtros, escovas limpa-vidros e amortecedores.

A oferta da Bremzi divide-se entre as gamas de travagem, filtração, suspensão, refrigeração, escovas limpa-vidros e hidráulica. A travagem contempla pastilhas, indicadores de desgaste, discos, tambores, calços/maxilas e kits pré-montados. A filtração inclui filtros de habitáculo, de ar, de combustível, de óleo e de transmissão. Na área da suspensão, disponibiliza amortecedores. No setor da refrigeração, conta com bombas de água. No que às escovas limpa-vidros diz respeito, propõe modelos que, segundo frisa, primam pela eficácia. Quanto à hidráulica, a marca anuncia ainda que dispõe de bombas e cilindros para travões e embraiagens, além de corretores de travagem.

Oferta completa

Há mais de uma década que a empresa liderada pela dupla Alzira Reis e Carlos Gonçalves representa a Bremzi em regime de exclusividade. “O percurso da marca em Portugal começou connosco. Todos os anos, a Bremzi tem registado crescimento e, neste momento, é uma das insígnias mais importantes para nós, ocupando uma posição de destaque em termos de volume de vendas”, adianta Carlos Jorge Gonçalves, diretor-geral da Filourém. A Bremzi tem tido bastante aceitação no mercado, até pelo posicionamento *budget* da sua oferta. Os clientes procuram-na e os parceiros da empresa de Ourém confiam na relação preço-qualidade que apresenta. “A Bremzi tem tido uma excelente aceitação. E tem potencial para continuar a crescer. Disponibiliza uma oferta muito completa que se demarca por exibir uma apresentação muito moderna”, reforça o responsável.

Ainda que a gama da Bremzi seja, hoje, muito mais vasta do que era em 2015, quando a Filourém começou a representar a marca no nosso país, a verdade é que as suas avançadas criações continuam intrinsecamente ligadas ao segmento da travagem. É o caso das pastilhas “Ceramic For-

mula” e “Truck Formula”. A marca italiana explica: “As pastilhas de travão em cerâmica são uma solução moderna e avançada para os sistemas de travagem dos veículos”. E sustenta: “Fabricadas, principalmente, com materiais cerâmicos, estas pastilhas oferecem um desempenho superior em termos de resistência ao desgaste, dissipação de calor e redução de ruído durante a travagem”. Segundo diz, “graças à sua composição inovadora, proporcionam uma experiência de condução mais segura e confortável, com uma menor emissão de pó e uma vida útil mais longa em comparação com as pastilhas de travão tradicionais”.

Já a “Truck Formula”, consiste numa fórmula revolucionária de pastilhas de travão desenvolvida, especificamente, para veículos comerciais ligeiros. “Esta fórmula exclusiva oferece resistência e durabilidade sem precedentes, melhorando, significativamente, a segurança e a eficiência da travagem nas situações de para-arranca frequentes”, dá conta a Bremzi. “Foi concebida para satisfazer as necessidades de veículos comerciais, como viaturas blindadas, carrinhas de entrega e miniautocarros, que são alvo de travagens e arranques frequentes”, exemplifica.



Sparkes.pt

Caixas de Velocidades

A ESCOLHA Nº1
NA RECONSTRUÇÃO DE CAIXAS
DE VELOCIDADES



UMA GAMA COMPLETA PARA O SEU VEÍCULO

EM EXCLUSIVO NA ROMAFE



+20 Anos de
Experiência



Qualidade
Garantida



200 Linhas
de Produto



+30.000
Referências