

ANECRA

revista

n.º 393 | Novembro 2024
Bimestral | €2,50



35.ª Convenção Anual da ANECRA

**Mobilidade
mais sustentável**



valorpneu

Porque existe Amanhã

Recauchutagem ↑

Reciclagem ←

Valorização
Energética →

**DÊ AOS SEUS PNEUS
UMA VIDA LONGA.**

**A VALORPNEU DÁ-LHES
UMA VIDA NOVA.**

Com os cuidados certos pode aumentar o ciclo de vida dos seus pneus.

Quando já não puderem circular, a Valorpneu encaminha-os para **recauchutagem, reciclagem ou valorização energética.**

Conheça a vida destes pneus:
www.valorpneu.pt



Alexandre Manuel Ferreira
Presidente da Direcção da ANECRA

Sector Automóvel

MOBILIDADE MAIS SUSTENTÁVEL

A Convenção Anual da ANECRA, é o Evento nacional que congrega, de forma inequívoca, todos os que direta ou indiretamente contribuem para que o Setor Automóvel se posicione como uma das mais importantes Atividades Económicas do País.

Antes de mais relevo o facto de a presente edição da Convenção Anual da Anecra, ter uma vez mais a lotação esgotada, fruto do reconhecimento que nos é transmitido por todos aqueles a quem nos dirigimos, e que, presencialmente ou através das plataformas digitais não deixam de estar atentos ao programa que foi cuidadosamente elaborado para esta Convenção.

A capacidade de resiliência que os Empresários do Setor têm demonstrado nestas últimas décadas, enfrentando desafios constantes, por ventura, mais exigentes neste início do século XXI, permitiu-lhes contornar as dificuldades e identificar novas soluções para estes desafios.

Foi na análise objetiva dos cenários mais ou menos complexos que se colocam às Empresas e aos Empresários do Setor Automóvel, que escolhemos o tema de fundo da 35ª Convenção da Anecra:

“Sector Automóvel - MOBILIDADE MAIS SUSTENTAVEL! “

De forma inequívoca, consideramos que a “Sustentabilidade” é fundamental para garantir um futuro viável e justo, onde todos possam prosperar e onde o papel das empresas é crucial ao promover um desenvolvimento verdadeiramente sustentável, abrangendo as dimensões sociais, económicas e ambientais. Terminei este artigo com a convicção que a participação na Convenção da Anecra, será, uma vez mais, uma boa experiência que motivará os que a acompanhem, a promover mudanças positivas e inovadoras na gestão das suas empresas.

- 4 EDITORIAL
Sob o signo da mobilidade mais sustentável
- 6 35.ª CONVENÇÃO ANUAL DA ANECRA
Redefinir a mobilidade
- 12 PROGRAMA VOICE LEADERSHIP
Colaborar pela liderança
- 14 ENTREVISTA RAFAEL MONTEIRO
Xpeng, a marca tecnológica do carro voador
- 20 TRANSIÇÃO ENERGÉTICA
O hidrogénio como alternativa
- 26 ENTREVISTA ANDRÉ PINHEIRO
“A sustentabilidade é uma prioridade na FUCHS”
- 29 O RENTING AUTOMÓVEL
Porto seguro no meio da incerteza
- 30 VW PASSAT 1.5 TSI PHEV
O regresso ao confiável
- 34 RELATÓRIO SEMESTRAL DA ABA
Futuro sustentável com bioenergia
- 38 VÍDEOPERITAGEM
Streamers da avaliação
- JURÍDICO
- 42 Apoio financeiro à entidade empregadora
- ECONÓMICO
- 46 Consumo e exportações alavancam subida

ARTIGOS DE OPINIÃO

- 9 OPINIÃO DE MIGUEL MENDES
Produtos financeiros e soluções digitais de mãos dadas
- 10 OPINIÃO DE PEDRO NUNO FERREIRA
Caeteris Paribus, Mobility Back to Metal!
- OPINIÃO DE PEDRO BRITO
- 18 Acelerar a competitividade das PME
- OPINIÃO DE TIAGO OOM
- 24 Tendências de pagamento no sector automóvel
- 37 OPINIÃO DE LICÍNIO SANTOS
Transformação no sector automóvel?
- 45 OPINIÃO DE PAULO FIGUEIREDO
Fatores distintivos e sustentabilidade empresarial
- 50 OPINIÃO DE HENRIQUE HENRIQUES
Um olhar sobre rodas
- 58 OPINIÃO DE PEDRO ROSADO
Porque evitar ferramentas low-cost no balanceamento de células VE

DOSSIER DE USADOS

- 51 FG AUTOMÓVEIS
- 52 O ideal de um stand
- DADOS
- 54 Elétricos usados aumentam vendas
- DADOS
- 56 Queda de preços afeta BEVs e PHEVs/HEVs

www.anecrarevista.pt

info@anecrarevista.pt

Propriedade e redacção ANECRA - Associação Nacional das Empresas do Comércio e da Reparação Automóvel • Pessoa colectiva de utilidade pública • Av. Almirante Gago Coutinho 100, 1749-124 Lisboa • Telefone 213 929 030 • Fax 213 978 504 • Email lisboa@anecra.pt • NIPC 500 032 416 • Estatuto editorial publicado em www.anecrarevista.pt/estatuto-editorial • Director Joaquim Alves Pereira • Conselho editorial Alexandre Ferreira e Roberto Gaspar • Direcção financeira José Luís Veríssimo • Coordenação Editorial Nuno Pedrinho Martins • Design Carlos Hipólito • Colaboração técnica Isabel Figueira, João Patrício, Patrícia Paz e Mónica Silva (redacção) • Publicidade Nuno Pedrinho Martins | tel. 937 693 038 | e-mail: nuno.martins@anecrarevista.pt • Impressão Gráfica, Lda. | Praceta José Sebastião e Silva Lote 20 | 2840-072 Aldeia de Paio Pires • Produção Comunhão d'Ideias, Lda. • Inscrição na ERC N.º 127 365 • Depósito legal N.º 17 107/87 • Tiragem 7500 exemplares • Periodicidade bimestral • Preço €2.50 • Membro activo da CCP (Confederação do Comércio e Serviços de Portugal), CECRA (Comité Europeu do Comércio e da Reparação Automóvel), API (Associação Portuguesa de Imprensa) • A reprodução de artigos publicados na ANECRA revista é permitida em Portugal, desde que a origem seja assinalada de forma inequívoca e informados os nossos serviços. Os artigos assinados são da inteira responsabilidade dos seus autores. Os artigos constantes nesta revista não respeitam as regras do Acordo Ortográfico



Joaquim Alves Pereira
Diretor

35ª convenção da ANECRA

Sob o signo da mobilidade mais sustentável

Celebramos um marco significativo na história da ANECRA. Passaram 35 anos desde a realização da primeira Convenção Anual da Associação, evento que desde o seu início tem mantido uma trajetória de sucesso ininterrupto.

Após alguns anos dedicados à organização de encontros empresariais em diversos Distritos do país, a ANECRA deu um passo ousado ao adotar uma nova estratégia, centrada na promoção de um evento de âmbito nacional.

A primeira edição da Convenção da ANECRA realizou-se em 1990 e foi concebida como uma ação inovadora no nosso Sector, destinada a culminar, de forma marcante, o Plano de Dinamização Associativa que foi implementado ao longo do ano.

“Recordo-me com grande clareza desse momento inaugural, que se revelou um ponto de viragem para a ANECRA e para o setor automóvel em Portugal.”

A primeira Convenção, realizada, em Lisboa, contou com a participação de mais de uma centena de empresas associadas, além do apoio decisivo de três parceiros institucionais que, acreditando na visão da ANECRA, financiaram o evento por meio de patrocínios. O êxito da iniciativa foi retumbante, superando todas as expectativas e consolidando a “Convenção Anual ANECRA” como um evento de grande relevância no panorama automóvel nacional. Mais do que um simples encontro, a Convenção emergiu como um marco no setor, alicerçado em um conceito e uma terminologia que, à época, eram verdadeiramente inovadores no contexto português.

O êxito da primeira Convenção, e a forma como a marca “Convenção Anual ANECRA” se estabeleceu como um evento de relevância nacional no setor automóvel, deve-se a elementos inovadores que, na época, eram verdadeiramente pioneiros. Em primeiro lugar, o caráter nacional do evento foi uma estratégia audaciosa, com o objetivo de reunir um público diversificado, oriundo de diversas regiões e segmentos do setor automóvel. Essa abordagem assegurou uma verdadeira transversalidade, conectando empresas de diferentes áreas de atuação, do norte ao sul de Portugal. Além disso, a Convenção proporcionou à ANECRA uma oportunidade ímpar de estreitar laços com seus parceiros

institucionais, com especial destaque para as entidades da Administração Pública. Este aspeto não só fortaleceu o papel da ANECRA no setor, como também revelou a relevância estratégica do evento na construção de um ambiente colaborativo e sinérgico. Outro fator decisivo para o êxito da Convenção, e à época absolutamente inovador, foi a criação de um espaço de networking, que permitiu reunir uma larga dezenas (e mais tarde algumas centenas) de reuniu profissionais de diferentes segmentos do sector no mesmo espaço, facilitando o estabelecimento de relações extremamente valiosas.

À medida que avançamos para 2024, e ao fazermos um balanço das edições da Convenção Anual da ANECRA, podemos afirmar com segurança que cada uma das 34 edições realizadas até hoje foi um marco de sucesso. Para ilustrar, a 34ª Convenção, realizada em 2023, esgotou a sua lotação no Centro de Congressos de Lisboa, com quase 500 participantes presenciais, além de mais de mil pessoas que acompanharam o evento online, por meio das principais redes sociais. A edição de 2023 foi marcada por uma forte presença de empresas associadas, e uma notável participação de representantes da Administração Pública, além dos principais players do setor automóvel, como seguradoras, gestoras de frotas, instituições financeiras e fabricantes de veículos. Esse sucesso retumbante foi viabilizado graças ao apoio imprescindível de nossos parceiros e à participação de um seletivo grupo de oradores de renome, muitos dos quais são líderes de pensamento no setor.

Agora, com a preparação para a realização da 35ª Convenção Anual, que se realizará em 2024 sob o tema “Mobilidade Mais Sustentável”, sentimos um profundo orgulho pelo legado construído ao longo destas três décadas e meia de história. Com a mesma visão inovadora e o compromisso de sempre, a ANECRA almeja, uma vez mais, proporcionar uma experiência memorável para todos os participantes. Acreditamos firmemente que esta edição consolidará ainda mais a Convenção Anual ANECRA como o maior e mais relevante evento do setor automóvel em Portugal, reafirmando o seu papel como um pilar de excelência e inovação no desenvolvimento do setor e da mobilidade no país.



EVA
Center



EVA
Collision
Center



EVA
Experts
Academy



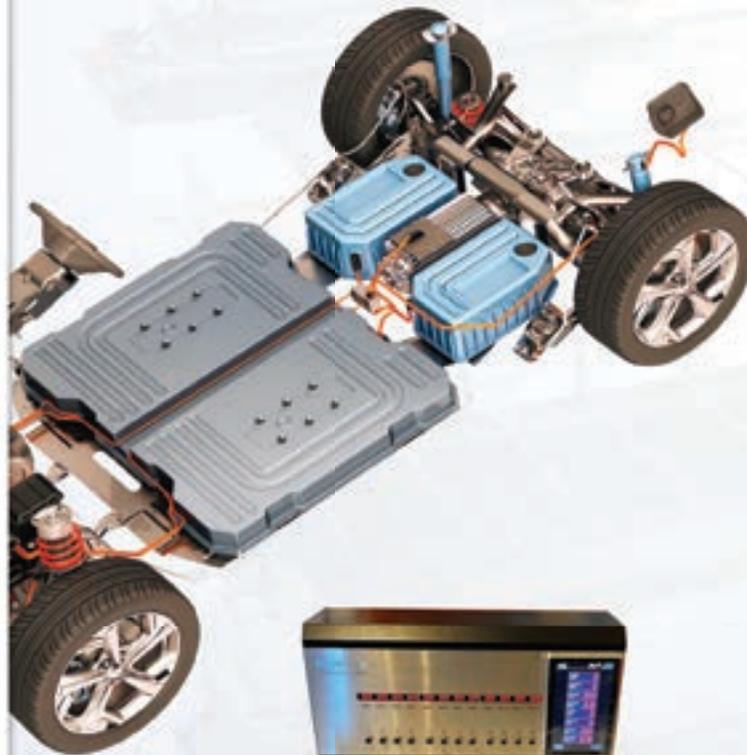
EVA Lab

EVA[®]



Electric Vehicle Assistance

JÁ SOMOS 29!



CERTIFIED
ORIGINAL
SERVICE

BMW • TESLA • HONDA • AUDI • MERCEDES • KIA •
HYUNDAI • PEUGEOT • TOYOTA • NISSAN • LEXUS • VW

A **REDE** com quem as Melhores Empresas
preparam o **FUTURO!**



Lisboa, Portugal
E-mail: info@eva-network.eu
Contactos: +351 214 415 610

808 20 30 94

(Chamada para a rede fixa nacional)

35.ª Convenção Anual da ANECRA

Mobilidade mais sustentável

A ANECRA irá realizar a sua 35.ª Convenção Anual, sob o tema “Mobilidade Mais Sustentável”, dia 29 de novembro, No CCL em Lisboa.

Por: Mónica Silva Fotos: ANECRA



A mobilidade sustentável está a redefinir o futuro do sector automóvel, impondo enormes desafios e muitas oportunidades especialmente relevantes para os diferentes segmentos do sector automóvel, de uma forma absolutamente transversal. À medida que os veículos eletrificados e mais eficientes ganham espaço, o sector precisa de investir em conhecimento técnico, equipamentos especializados e práticas mais ecológicas.

A 35.ª Convenção da ANECRA surge, assim, como o espaço ideal para explorar estas questões, reunindo vozes influentes e experiências que podem ajudar o sector nesta caminhada para a sustentabilidade. Este é o momento de

debater como esta mudança de paradigma pode ser uma alavanca para inovação e competitividade.

Como já nos vem habituando, a convenção reúne os principais agentes do sector automóvel para discutir os desafios e oportunidades da transição para uma mobilidade mais sustentável. Com um programa diversificado, este evento visa promover o diálogo entre profissionais.

A sessão de abertura ficará a cargo de Alexandre Ferreira, Presidente da ANECRA, seguindo-se a intervenção de Roberto Gaspar, Secretário-Geral da ANECRA, para abordar o tema da convenção e, logo a seguir, Pedro Brito,

Associate Dean na Nova SBE, falará sobre o projeto Voice Leadership Initiative.

O primeiro painel propõe-se discutir o “APÓS-VENDA: OS DESAFIOS IMEDIATOS DA ATIVIDADE”, focando-se em pontos como a mão-de-obra, a digitalização e os veículos elétricos. Segue-se o segundo debate sobre a “MOBILIDADE MAIS SUSTENTÁVEL”, onde os intervenientes se irão focar em temas como novas formas de mobilidade, novos combustíveis e o futuro dos veículos a combustão. Ainda de manhã, vamos perceber, com a participação de diferentes empresas financeiras, como é a realidade do “FINANCIAMENTO DO SECTOR AUTOMÓVEL E DA SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS”. Finalizamos a primeira parte com um momento dedicado à “SOCIEDADE 4.0: DA DIGITALIZAÇÃO À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA”. Depois do almoço, dedicamos tempo a ouvir representantes de diferentes empresas para falar sobre os “DESAFIOS IMEDIATOS DO COMÉRCIO DE AUTOMÓVEIS USADOS”, com grande foco neste contexto da mobilidade sustentável e no que isso representa para esta área do sector. Durante a tarde, haverá ainda a apresentação da Motortec Madrid 2025, um grande evento do sector automóvel à escala ibérica, seguindo-se o último painel

do dia dedicado aos “GRANDES DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL”, onde se falará sobre modelos de distribuição, marcas de automóveis chinesas, da Tesla e sobre o anunciado fim dos motores térmicos.

Mas o evento não ficará por aqui. Este ano haverá entrega de prémios “ANECRA EXCELÊNCIA”, onde serão reconhecidas as melhores empresas nestas categorias: “SECTOR PÓS-VENDA”, “SECTOR COMÉRCIO DE VIATURAS USADAS”, “SECTOR DO COMÉRCIO DE VIATURAS NOVAS”, “PERSONALIDADE DO ANO NO SECTOR AUTOMÓVEL PORTUGUÊS” e “CARREIRA”. Segue-se o encerramento do evento, onde será depois anunciada a data para a 36.ª Convenção Anual da ANECRA, em 2025.

Este evento é uma oportunidade única para todos os que fazem parte do sector automóvel — das oficinas ao mercado de usados, passando pelo comércio de viaturas novas — compreenderem as mudanças em curso, pela experiência de grandes agentes do sector, e fazerem parte de uma mudança impactante para os seus negócios, assim como para o planeta. Seja pelas mesas-redondas ou pelos momentos de networking, este é um evento marcado pela partilha, conhecimento e inovação. [A](#)

Sparkes.pt
Caixas de Velocidades



ESPECIALISTAS EM
RECONSTRUÇÃO DE
**CAIXAS DE VELOCIDADES
MANUAIS**



08h30 - Recepção dos participantes

09h30 - Sessão de abertura

Boas vindas do presidente da Direção da ANECRA, Alexandre Ferreira

09h35 Sector automóvel - Mobilidade mais sustentável

Orador: Roberto Gaspar, ANECRA, Secretário Geral

09h45 Projeto voice Leadership, Nova SBE

Orador: Pedro Brito - NOVA SBE, Associate Dean

10h00 - Após venda - Os desafios imediatos da atividade

Moderador: Roberto Gaspar - ANECRA, Secretário Geral

Participantes: João Cruz-MotorTube, Gerente

Raúl González Martin - Somos Movilidad, CEO

Miguel Melo - M. Coutinho, administrador

Pedro Prazeres - SIVA -Diretor de pós-venda

Luis Santos-IMPOESTE, Diretor geral

Vitor Pereira - ANCAV, Presidente da direção

10h40 - Hora dos parceiros/pausa para networking

11h10 - Sector automóvel - Mobilidade mais sustentável

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

Participantes: José Pedro Pinto -ARVAL, CEO

Tiago Ribeiro - Solera Portugal, Business Manager

Gonçalo Castelo Branco, EDP, Head of E-mobility

Carlos Ferraz- PRIO, E-Mobility Director

João Reis - PCBC, Plataforma Promoção Combustíveis

Baixo Carbono

11h50 - O financiamento automóvel e a sustentabilidade das empresas

Orador: Leonor Santos - ASFAC - presidente da direção

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

Participantes: Pedro Nuno Ferreira - Cetelem BNP Paribas,

Head of Automotive Business

Paulo Jorge Figueiredo - Cofidis Portugal, CCO - Executive

Board Member

Miguel Mendes - Santander Consumer finance, Director

E-Commerce

Henrique Henriques - Credibom, Diretor Comercial

Licínio Santos - Montepio Crédito, CEO

12h40 - Sociedade 4.0: Da digitalização à inteligência artificial generativa

Orador: João Ricardo Moreira - NOS, Board Member

13h00 - Almoço - Restaurante CCL

14h30 - Os desafios imediatos do comércio de automóveis usados

Orador: Daniel Rocha - Standvirtual, CEO

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

Participantes: Paulo Moreira - Carplus, COO

Américo Barroso - Só Barroso, administrador

Sandra Sousa - Xanauto, administradora

Gonçalo Pais Simões - Flexicar, CEO

Nuno Castel-Branco - Standvirtual, CEO

Nuno Carvalho - Brincar, CFO

15h25 - Apresentação Motortec Madrid 2025

Orador: David Moneo Vara - FEMA, Director Movilidad e Automoción

15h30 - A hora dos parceiros/pausa para networking

16h00 - Os grandes desafios da sustentabilidade da indústria automóvel

Orador: Miguel Fonseca - Salvador Caetano - CEO Mobility and Energy Transition

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

Participantes: Marília Machado Dos Santos - Volkswagen

Siva, General Manager

António Oliveira Martins - Ayvens, Managing Director

José Pedro Neves - Renault, diretor-geral

Nuno Castel-Branco - Standvirtual, CEO

17h00 - Prémios "Excelência" ANECRA

Categorias:

- Sector pós-venda
- Sector comércio de viaturas usadas
- Sector do retalho -viaturas novas
- Personalidade do ano no sector automóvel português
- Carreira

17h20 - Encerramento da 35.ª Convenção da ANECRA

**Miguel Mendes**

Santander Consumer Finance, Director Auto Retalho Independente

Produtos financeiros e soluções digitais de mãos dadas

Nos últimos anos, o Santander Consumer Finance tem-se destacado como um dos principais players no setor financeiro europeu, sobretudo quando se trata do crédito automóvel. Integrado no Grupo Santander, uma das maiores instituições financeiras do mundo, a unidade de Consumer Finance tem vindo a moldar-se às rápidas mudanças do mercado, com foco na transformação digital. Num ambiente em que as novas tecnologias e as mudanças nos comportamentos dos consumidores têm redefinido a forma como as finanças são geridas, a unidade portuguesa do Santander Consumer apresenta uma oferta de valor integrada e abrangente, direccionada para os profissionais da indústria automóvel.

A digitalização como pilar central da estratégia. A nossa grande aposta tem sido na transformação digital, um movimento essencial para qualquer instituição financeira que se queira manter relevante num mercado cada vez mais competitivo. O nosso Grupo investiu e tem investido fortemente em tecnologias como a inteligência artificial (IA), big data e automação de processos para personalizar as suas ofertas e tornar o acesso ao crédito mais simples e seguro. Investimos igualmente em plataformas digitais, como é o caso da carmine.pt, que tem permitido que os consumidores solicitem crédito e possa avançar com o processo de financiamento online. Pretendemos fazer o nosso caminho, integrando soluções tecnológicas com os nossos produtos financeiros, crédito, leasing, renting, ALD, de modo a oferecer serviços à altura de todas as expectativas dos consumidores atuais, que pedem mais rapidez, transparência e acessibilidade. Ao mesmo tempo, temos soluções digitais feitas 100% à medida dos profissionais do mundo automóvel, com o objetivo de adicionar valor ao seu negócio, aumentando as suas conversões e, conseqüentemente, as vendas de

automóveis. Soluções de CRM, gestão documental, rent-a-car, desenvolvimento e hosting de sites, com a devida componente analítica, são hoje fatores diferenciadores na nossa estratégia.

Um parceiro de referência

Não pretendemos ser apenas o fornecedor de produtos e serviços financeiros, mas o parceiro estratégico de referência no mercado automóvel português, juntando os produtos financeiros que temos disponíveis a outros produtos e serviços digitais, que possibilitam os nossos parceiros não só uma melhor gestão no tratamento das leads que recebem, como a criação de mais leads, que se traduzam em mais negócios.

Queremos ajudar pessoas e empresas a progredir, com a disponibilização, aos nossos clientes, de produtos e serviços Simples, Próximos e Justos.

O desafio do futuro

A experiência do cliente é e será, sem dúvida, um dos maiores desafios a enfrentar. Com a constante inovação de novos produtos e tecnologias, o Santander Consumer Finance precisará de se manter à frente, oferecendo não apenas serviços eficientes, mas também “experiências mais personalizadas” para os profissionais da indústria automóvel, que correspondam a expectativas crescentes de um público cada vez mais exigente.

Em suma, a nossa estratégia reflete bem a vontade de nos adaptarmos ao novo cenário digital. A transformação digital do Santander Consumer Finance é um exemplo claro de como a inovação pode ser usada para criar soluções financeiras que não apenas respondam às necessidades imediatas dos consumidores, mas também antecipem e moldem as tendências futuras do mercado, juntando compradores e vendedores e acelerando a jornada de compra de um automóvel, seja este novo ou usado.



Pedro Nuno Ferreira
Cetelem BNP Paribas, Head of Automotive Business

Caeteris Paribus, Mobility Back to Metal!

O mercado automóvel mostra uma forte resiliência e capacidade de adaptação num contexto de grandes mudanças. O cenário global revela um crescimento significativo em segmentos estratégicos - como o rent-a-car e o mercado empresarial -, apesar dos desafios que permanecem associados às vendas a particulares e à transição energética.

Com a pressão constante nos preços, nos valores residuais e na sustentabilidade das instituições financeiras, o ecossistema da mobilidade procura respostas inteligentes para manter a sua competitividade sem comprometer as margens e o valor da marca de todos os players.

Este é um dos momentos mais desafiantes para os construtores automóveis, que durante e após a epidemia da COVID 19 habituaram-se a um just in time - em que os carros chegavam e eram vendidos - no qual depositaram muita esperança e que consideraram que iria perdurar, permitindo-lhes alterar modelo de distribuição tradicional... Contudo, não tardou o “regresso ao metal”, com stock acumulado nos concessionários.

Isto é a realidade atual dos construtores europeus, mais atrasados na transição energética (que só avançou quando imposta pelos decisores do continente) - do que para construtores asiáticos - particularmente chineses e coreanos - que começaram a trilhar este caminho mais cedo.

No mercado de viaturas novas, tudo mais ou menos na mesma

O mercado de veículos novos tem crescido sustentadamente, registando um aumento de 5% acumulado a outubro de 2024 face ao período homólogo, impulsionado pelos segmentos Rent-a-Car e frotas, particularmente pequenas e médias empresas, com ênfase no sector de transporte de passageiros (TVDE), sendo que cada um representa cerca de um terço do negócio, além dos veículos de demonstração e zero quilómetros que correspondem a cerca de 20%.

Em contrapartida, o peso da procura dos particulares parece ter estabilizado em torno dos 20%, sendo esta mais expressiva entre cidadãos não residentes enquanto entre os restantes cresce a procura por carros usados.

Esta movimentação demonstra a diversificação do atual mercado, e da importância reforçada do sector empresarial. Ao mesmo tempo, representa um aumento da complexidade da cadeia de valor e novos desafios no financiamento.

A lei da oferta e da procura existe mesmo: oferta, stocks, procura, financiamento e valor residual

O aumento dos stocks nas marcas e concessionários, a maior ocupação das linhas de crédito stock nas instituições de crédito ao consumo e a degradação natural do valor residual dos veículos estão a obrigar as marcas automóveis a proteger os preços atuais e futuros. O desafio passa por equilibrar campanhas de desconto com estratégias de financiamento e renting subsidiados, alinhados com os interesses dos clientes, tentando preservar o valor das marcas.

Os mecanismos que têm ganho força são os produtos financeiros de fidelização, como o crédito balão de valor final garantido, que podem incluir ou não o compromisso de recompra pelos concessionários ou pelas marcas, e o renting. Estas estratégias são particularmente importantes na venda das viaturas eletrificadas, onde o fator preço, a fiabilidade das baterias e as persistentes dificuldades de carregamento elétrico parecem ainda não transmitir confiança suficiente para que mais clientes optem pela transição energética.

Apesar da pressão sobre os stocks e as tesourarias ser evidente, a proximidade entre as instituições de crédito ao consumo, as redes de distribuição e o trabalho alinhado com as marcas e fornecedores têm sido fundamentais para amortecer este impacto. Neste sentido, antecipar alertas e aplicar medidas de contenção são ações cada vez mais necessárias para uma gestão saudável dos recursos e garantir que as marcas e concessionários estão em condições de lidar com um mercado mais difícil, dinâmico e competitivo.

Mercado de viaturas usadas: uma oportunidade sustentada e sustentável

O financiamento de veículos usados continua a crescer, com o mercado a apresentar uma expansão anual de 9% a setembro de 2024. Este crescimento é fortemente alimentado pelo remarketing do Rent-a-Car, do renting e pela importação de veículos usados de outros países da União Europeia com modelos mais recentes do que a média do parque circulante em Portugal, que tem aproximadamente 13 anos.

Este fluxo constante de carros seminovos tem gerado uma oferta diversificada atrativa para os consumidores por ser mais acessível, representa uma oportunidade de expansão para

as instituições financeiras gerarem mais volume e capturem novos clientes. Contudo, o montante médio de crédito solicitado pelos clientes neste submercado é mais baixo e tem vindo a diminuir, pressionando o mercado a tornar esses veículos ainda mais acessíveis.

O mercado de viaturas usadas obriga ainda as financeiras a aplicar regras de apetite de risco mais inteligentes face aos tradicionais sistemas de scoring sócio-económico-profissionais-geográficos não sendo ainda evidente qual o melhor caminho a seguir, mas quem o descobrir ganhará avanço no seu posicionamento. Além disto, o mercado de segunda mão, apesar das motorizações, tem ainda a virtude de aumentar a circularidade e a vida útil das viaturas, limitando a construção e consequentemente contribuir para uma maior sustentabilidade ambiental. Este mercado ganhará ainda mais importância com a escalada na venda de elétricos usados.

Marketplaces: a montra digital

Os marketplaces digitais continuam a ser a porta de entrada para os clientes, servindo como a montra principal de veículos. Apesar disto, e do bem-sucedido modelo de distribuição da Tesla que assenta numa plataforma deste tipo, hoje, os clientes continuam a não concluir os seus negócios online e a compra do carro ainda vive muito do motu do meu amigo António Pessoa: “para comprar um carro e um sofá é preciso sentarmo-nos neles”!

Estas plataformas têm, no entanto, um papel crucial na primeira etapa da decisão de compra e a sua importância aumenta conforme os consumidores procuram mais conveniência e agilidade na procura dos veículos que pretendem comparar para poderem escolher. São uma peça cada vez mais importante da cadeia de valor do ecossistema da mobilidade, o que explica porque algumas instituições financeiras tenham lançado as suas próprias plataformas e outras procurem associar-se às independentes já existentes, até porque, no futuro, o domínio destas plataformas e da cadeia de valor poderá ditar muito do sucesso dos diferentes players.

Rent-a-car e as suas três vidas e meia

O rent-a-car tem-se revelado um negócio e uma estratégia poderosa, com potencial para maximizar o valor dos veículos com as suas três vidas e meia. A primeira época, como carro novo numa rent-a-car. A segunda, como carro seminovo na mesma ou noutra rent-a-car. Finalmente, o remarketing para o cliente final. Se formos uma instituição de crédito ao consumo e financiarmos o stock da marca ou do concessionário fornecedor, o rent-a-car e o cliente final, ainda podemos acrescentar mais meia vida!

Esta cadeia permite que um mesmo veículo seja utilizado de várias formas, várias vezes e por vários tipos de cliente e players, servindo não só como uma solução prática para os clientes, mas também como uma ferramenta para as marcas controlarem o valor de mercado dos seus modelos, para alimentar o mercado de viaturas usadas e para as instituições de crédito ao consumo financiarem.

Renting, uma estratégia competitiva

O renting é uma solução estratégica para as marcas que procuram manter a competitividade e reduzir a pressão sobre os descontos, particularmente se tiverem uma captive renting ou um acordo comercial com uma acting captive renting independente.

Para as marcas, é uma porta de acesso ao mercado empresarial, sendo as pequenas e médias empresas e profissionais os clientes maioritários daquele canal. Adicionalmente, o modelo possibilita que as marcas controlem a cadeia de valor e o valor dos veículos usados pois garante previsibilidade nas vendas e nas margens, ao mesmo tempo, que assegura a proteção da imagem e os valores da marca. Para o cliente final, é uma forma de aceder a uma viatura com flexibilidade e conveniência, além de uma eficaz forma de fidelização.

Instituições de crédito ao consumo: a base de uma economia saudável

As instituições financeiras enfrentam enormes desafios ligados ao funding, ao risco de crédito das suas carteiras, à permanente necessidade de investimento tecnológico, à capacidade de absorção dos seus gastos gerais, incluindo os associados à regulação e à própria concorrência entre elas. Ao mesmo tempo que respondem a estes desafios, desempenham um papel essencial na sustentabilidade económica, apesar de, fora da indústria, nem sempre se entender a importância que desempenham para a economia e o consumo. Quando estas não são rentáveis, o impacto é sentido em toda a cadeia: a economia sofre, o consumo diminui e o ciclo de investimentos é afetado. As instituições de crédito ao consumo necessitam de ter lucros, não os terem não é bom nem para a economia nem para a sociedade. Com a descida do funding que tem ocorrido nos últimos meses, a indústria do crédito ao consumo está genericamente focada em reconstruir as suas margens comerciais. Esta necessidade é especialmente relevante depois do impacto das altas nas taxas de juros nos últimos três anos, que não puderam ser totalmente passadas para clientes e parceiros. Por isso, neste momento as instituições financeiras procuram formas de operar com mais eficiência, garantindo que um crescimento do volume de financiamento, consumidor de capital e gerador de RWA (Risk Weighted Asset), que não comprometa o necessário crescimento das margens e do lucro.

Conclusão

O ecossistema da mobilidade, e particularmente o mercado automóvel, com seus múltiplos segmentos e estratégias, está num momento de transformação e adaptação. As marcas, os concessionários e as instituições de crédito ao consumo enfrentam grandes desafios, mas procuram soluções que protejam o valor dos seus produtos, nomeadamente o valor de mercado das viaturas novas e usadas, preservem margens e impulsionem a competitividade.

A visão de um mercado equilibrado, onde o foco é a sustentabilidade, a transição energética e a criação de valor para o cliente, é um caminho promissor e um convite para que as marcas, as instituições de crédito ao consumo, os concessionários e os comerciantes de carros usados explorem com confiança as oportunidades, incluindo de fusões e aquisições, que surgem neste novo contexto. Este é um período de redescoberta e inovação. Os avanços e adaptações mostram que, com as estratégias corretas, é possível enfrentar os desafios de forma positiva e construir um futuro sólido e promissor para o resiliente ecossistema da mobilidade.

Caeteris paribus, back to metal, é um desafio, mas não uma fatalidade para o ecossistema da mobilidade.

Programa Voice Leadership Initiative

Colaborar pela liderança

A ANECRA junta-se ao programa VOICE Leadership da Nova SBE para capacitar gestores de PME e reforçar a competitividade da economia portuguesa.

A ANECRA associou-se ao programa VOICE Leadership, uma iniciativa da Nova School of Business and Economics (Nova SBE) que visa capacitar e fornecer novas ferramentas aos gestores e decisores de 5000 empresas (PME), acelerando a competitividade global da economia portuguesa através de um programa nacional de formação e mentoria.

Trata-se de um programa de formação em Gestão absolutamente inovador, com um formato integralmente direcionado para os gestores das nossas PME e que se propõe aumentar a produtividade e a competitividade das empresas aderentes.

O programa tem a duração de 18 meses em formato híbrido: 38 horas online e 42 presenciais, a decorrer no Campus de Carcavelos da Nova SBE e, também, no Porto em local ainda a definir.

A chancela da Nova SBE garante a excelência académica: o acesso a uma learning community e a um ecossistema de conhecimento avançado, que junta docentes, alunos, especialistas e empresas, em temas centrais da gestão e do mundo empresarial e metodologias ativas que permitem uma rápida aplicabilidade prática à realidade empresarial dos participantes, além de momentos de partilha e networking entre pares.

Deve-se destacar ainda o facto deste programa, que foi lançado em outubro de 2023, já impactou diretamente mais de 2500 PME, com o apoio de mais de 30 parceiros - entre eles a ANECRA - e suportado num modelo absolutamente disruptivo, uma vez que a jornada de aprendizagem inclui o acesso a uma rede de apoio composta por 450 mentores e 100 formadores especializados.

Nas palavras de Roberto Gaspar, secretário-geral da ANECRA, “num setor que atravessa um processo de profunda transformação, o desafio das empresas do se-



tor automóvel para se manterem sustentáveis é enorme. Acreditamos que iniciativas como o VOICE Leadership Initiative, que visam dotar os líderes dessas empresas de mais know-how e competências de gestão, são absolutamente determinantes para termos empresas mais capazes, mais competitivas e com futuro.”

“Esta parceria em concreto e este tipo de Iniciativas inserem-se claramente na linha estratégica da ANECRA onde o factor formação é absolutamente central”, conclui. OICE Leadership insere-se no contexto de um estudo de investigação da Nova SBE, que tem como objetivo aferir o impacto da educação no aumento da competitividade das PME portuguesas a nível nacional e internacional. Até 2026, o Programa VOICE Leadership propõe apoiar a modernização e competitividade de decisores das PME nacionais e impactar positivamente o PIB português em 2%. A Nova SBE é a primeira escola de negócios portuguesa a ter os mestrados de Finanças e Gestão no top 10 mundial. Para este resultado, contribuiu o desempenho nos indicadores internacionais de mobilidade e experiência académica, assim como no critério de pegada de carbono. **A**

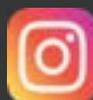


desde 2004
20 ANOS



MINHO JANTES

REPARAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO





Rafael Monteiro, Chief Operating Officer da Xpeng Portugal

Xpeng, a marca tecnológica do carro voador

A Xpeng é uma das marcas chinesas recentes que se instalou no mercado português pela mão da Salvador Caetano Auto. Rafael Monteiro, COO da Xpeng em Portugal, tem um plano forte de marketing, tem objetivos de no próximo ano estar a vender duas mil viaturas, com destaque para o SUV G6 e confia na vertente aspiracional do condutor português que quer a viatura elétrica mais tecnológica do mercado.

Por: Vítor Norinha

Um primeiro objetivo, antes das vendas massivas, é colocar no ouvido dos consumidores a marca Xpeng. Depois vem a tecnologia da Inteligência Artificial (IA) e o carregamento rápido de 800 volts e, por último, vem a expectativa do lançamento do carro voador nos mercados onde seja autorizado.

Três modelos de segmento médio e premium marcam o lançamento da marca tecnológica chinesa em Portugal, o segundo mercado europeu a ser testado depois de Espanha e onde os objetivos de Rafael Monteiro, o Chief Operating Officer da marca em Portugal, são elevados. A marca é tão jovem que há perguntas que só poderão ser respondidas ao longo do próximo ano, mas nesta entrevista ficámos com a ideia dos argumentos para a marca perseguir o líder americano nos carros elétricos.

Apelidam a Xpeng a Tesla chinesa. Aceita o nickname?

Tendo em conta o contexto atual em que as marcas chinesas já são vistas como especialistas no fabrico de carros elétricos é, até de certa forma, positivo. E se conseguirmos que essa nossa ambição de chegar ao volume (em vendas) que tem a Tesla, seria um sonho tornado realidade.

Podemos configurar a marca como orientando-se pela Inteligência Artificial (IA)?

Podemos fazê-lo dessa forma, tanto que fomos os primeiros no mundo a apresentar uma viatura movida com a ajuda de IA, com um radar que já era usado na condução autónoma para detetar obstáculos, mas em que temos, pela primeira vez, uma tecnologia em que se trata de um feixe laser, mas com um mecanismo gerado pela IA. Esse carro, o P7+, foi apresentado no Salão Automóvel de Paris no mês passado. Acabámos por ser pioneiros nessa tecnologia e, por isso, é um orgulho estar ligado a essa tecnologia e à marca que a representa.

Quais as estratégias e meios para dar a conhecer a marca em Portugal?

A nossa estratégia assenta numa comunicação forte, numa comunicação nas redes sociais, nos “mass media”, mas acima de tudo, queremos criar uma cultura de marca que esteja próxima do cliente, que mostre a nossa preocupação com a satisfação do cliente e com o pós-venda, a qual terá de ser robusta. Desta forma criamos a nossa notoriedade, não só através da comunicação mas, principalmente, pela



satisfação dos clientes e pelo passa-palavra, que acaba por ser a forma mais rica e valiosa de comunicação.

Qual o orçamento para comunicação da marca e dos modelos?

Temos um orçamento que considero o ideal e que espero não o ultrapassar. É um orçamento muito forte, com uma aposta forte nos vários tipos de comunicação possível.

A estratégia de comunicação depende de decisões em Portugal ou está ancorada em outro escritório?

É sempre uma parceria com a Xpeng Europa que está sediada em Amesterdão. Somos uma equipa com eles, sendo que o grupo Salvador Caetano tem sempre uma palavra a dizer.

Quais os objetivos de vendas para 2025 e seguintes?

Para 2025 queremos chegar às mil viaturas e em 2026 com o incremento do nosso line up que se prevê que seja alargado, pretendemos chegar às 2 mil viaturas.

Não existe o objetivo de ser líder nas vendas de elétricos?

Não, para já, mas esse é um objetivo pessoal a médio prazo. Para isso precisamos de um line up mais alargado e estar próximos de outros público-alvo, que é uma meta que hoje não temos, mas gostava de lá chegar.

Que modelos estão a ser lançados e quais os modelos previstos para os próximos dois anos?

Não temos ainda modelos definidos para incrementar o line up. Temos três modelos lançados, o G6, um SUV do segmento “D”; o P7, um sedan do segmento “E”; e o G9, um SUV de grandes dimensões do segmento “E”. Vamos estar com este line up até final do próximo ano/início de 2026 e aí prevê-se que saia mais um modelo para o mercado europeu, mas ainda não sabemos qual.

Como irá a Xpeng distanciar-se e diferenciar-se de ou-

tras marcas chinesas?

Não diria apenas das marcas chinesas, mas de todas as marcas no global. A Xpeng é uma marca de tecnologia, uma marca que é pioneira, uma marca que apesar de ser muito jovem já conseguiu colocar algumas tecnologias inovadores, caso do carregamento de 800 volts, e que hoje é visto como o melhor que a indústria de elétricos tem para oferecer, mas acima de tudo, a Xpeng tem a preocupação com o condutor e com os seus utilizadores. Tem uma tecnologia que funciona, uma tecnologia adaptada que permite melhorar o dia a dia de todos os utilizadores dos seus carros.

Onde espera a marca vender melhor, no retalho ou nas frotas?

Quer as frotas, quer o pequeno e médio empresários são importantes para a nossa indústria automóvel. No caso dos elétricos a venda de viaturas vendidas a empresas é superior às vendas de viaturas ICE (motores a combustão). Grande parte do volume será, por isso, feito a empresas.

O que justifica a escolha da Salvador Caetano Auto como distribuidor?

A Salvador Caetano é o maior retalhista da Ibéria e um dos 30 maiores da Europa. Toda a expertise tem na importação, com mais de 160 contratos de importação a nível mundial, acaba por ser o parceiro ideal para qualquer marca que se queira implementar na Europa. Obviamente que houve aqui um interesse comum para que fosse possível representar a Xpeng, tanto em Espanha como em Portugal.

As taxas alfandegárias sobre carros fabricados na China vão afetar os objetivos de vendas?

Essa é uma questão que estamos a acompanhar, a ver a evolução do assunto em termos europeus e mundiais. Por enquanto não temos uma posição marcada sobre o assunto.

Caso o aumento de taxas se venha a verificar como Bruxelas aprovou, como irá a Xpeng reagir? Aumenta pre-

ços ou absorve em detrimento da margem?

Enquanto não houver certezas do que isto trará para o mercado europeu, não nos pronunciaremos.

Qual a taxa alfandegária aplicada à Xpeng?

A taxa provisória é 21,7%, acrescido dos 10% que já existiam.

A marca irá consolidar a produção na Europa?

Aquando da apresentação da marca, foi referido por um dos responsáveis pelo mercado europeu que essa era uma opção em cima da mesa, mas não está nada fechado. Acredito que a marca está à procura de opções nesse sentido.

Considera que este (taxas) é o modo apropriado para defender a indústria automóvel europeia ou revela atraso tecnológico?

É uma questão à qual não posso responder, embora pessoalmente saiba do que se trata. Não lhe posso oficialmente responder se se trata de uma questão de protecção, mas é uma questão política em cima da mesa.

Quando o projeto foi apresentado em Portugal, foi também revelado o projeto do “carro voador”. Do

que se trata?

A Xpeng no caso de tecnologia voadora associada a automóveis é líder e já disponibilizou o X2, um carro que voou no Dubai, a par de testes na China, e é uma tecnologia em que a marca está a apostar, e que em 2026 já vai querer entregar os primeiros carros voadores nos mercados que tiveram licença para tal. Na China está a ser legislado o uso de veículos voadores e com um enquadramento muito avançado. A marca apresentou nos Emirados Árabes Unidos um veículo parecido com um automóvel, incluindo rodas, e que depois abre hélices e passa a voador. A marca está a trabalhar no futuro.

Quais os próximos mercados internacionais da Xpeng?

A Xpeng pretende estar em 12 mercados europeus até final do ano. Está em Espanha e Portugal, por esta ordem, e, possivelmente, o próximo mercado deverá ser a Itália.

Como vê o mercado dos elétricos em Portugal?

Continua a evoluir favoravelmente, sobretudo na intenção de compra. Acredito que com as soluções que a nossa marca tem, caso da velocidade de carregamento e da autonomia, seja possível quebrar barreiras ao crescimento de viaturas elétricas no mercado. **A**



A ESCOLHA CERTA

PARA ASSISTÊNCIA TÉCNICA DA SUA EMPRESA



OMCN 01



OMCN 03



OMCN 04



OMCN 05



RAVAGLIOLI 09



RAVAGLIOLI 10



OMCN 01



CASCOS 16



RAVAGLIOLI 12



OMCN 02



ORLANDINI 21



OMGN

Ravaglioli

volyen

Mussbaum

CASCOS

BRADSHAW



STENHOJ



oslandini

EMANUEL

SAVAGLI

SEFAC

R. Agro 150, 4410-089 Serzedo | geral@mgm.com.pt
+351 227 642 722 | +351 914 068 071

www.mgm.com.pt





Pedro Brito
Associate Dean & CEO

Acelerar a competitividade das PME

Num mercado global cada vez mais dinâmico, grande parte das Pequenas e Médias Empresas (PME) enfrentam o desafio de se adaptarem e inovar para alcançar crescimento e competitividade. Esta necessidade é especialmente relevante para o sector do Comércio e da Reparação Automóvel em Portugal, onde a evolução constante, a digitalização e as novas expectativas dos consumidores requerem empresas prontas a competir com os grandes players internacionais.

Em Portugal, muitas PME mantêm o seu foco apenas no mercado nacional, o que pode limitar o seu crescimento e capacidade de criar valor. Dados recentes mostram que 60% das PME não têm interesse em exportar e 71,8% ainda não realizaram qualquer investimento na sua transformação digital. Estes números revelam uma oportunidade única para aquelas empresas que desejam evoluir e destacar-se num mercado local e global.

Para apoiar esta transformação, a Nova SBE, com o apoio de mais de 30 parceiros - entre eles a ANECRA -, lançou em outubro de 2023, o programa VOICE Leadership, uma iniciativa que já impactou mais de 2.500 PME e que continua a crescer. Com uma duração de 80 horas, o programa de formação oferece conteúdos abrangentes em gestão, digitalização e sustentabilidade, preparando as empresas de pequena e média dimensão para competir no mercado em que opera. Mas o VOICE Leadership não é um programa de formação normal, uma vez que a jornada de aprendizagem inclui o acesso a uma rede de apoio composta por 450 mentores e 100 formadores especializados, focados em guiar as PME do setor na sua jornada de modernização.

A importância do VOICE Leadership para setores como o do comércio e reparação automóvel

A adaptação a novas tendências e inovações é essencial para se manter competitivo. O programa VOICE Leadership oferece às PME participantes acesso a

ferramentas e metodologias de gestão inovadoras, além do suporte contínuo na implementação de práticas mais eficientes e sustentáveis. Este é um diferencial importante, sobretudo para as empresas do setor do comércio e reparação automóvel, onde a eficiência, digitalização e gestão de pessoas são cruciais para o sucesso.

A transformação digital é uma das áreas de maior atuação do VOICE Leadership que, quando bem aplicada, ajuda as empresas a otimizar processos, reduzir custos e ampliar a sua presença no mercado. Com o apoio dos mentores e formadores do VOICE Leadership, as PME podem, por exemplo, explorar também novas estratégias de marketing digital, aumentar a sua visibilidade online e adotar modelos de negócio mais sustentáveis - como a economia circular e a mobilidade elétrica.

Tanto a Nova SBE como a ANECRA acreditam que a formação especializada é essencial para o crescimento económico e a criação de valor sustentável. Ao integrar temas como governança, sustentabilidade e inovação, o programa contribui para a formação de líderes que podem fazer a diferença neste setor de atividade.

Como participar e transformar o seu negócio
O VOICE Leadership já demonstrou a sua eficácia em várias PME de diversos setores, tornando-as mais competitivas e preparadas para o mercado global. Esta é uma oportunidade única para o setor do comércio e reparação automóvel participar neste programa e aumentar a sua competitividade no mercado. As candidaturas estão abertas até 31 de janeiro de 2025. Se está pronto para dar um passo decisivo para o futuro da sua empresa, consulte o site oficial do programa - voicelership.novasbe.pt - e descubra como o VOICE Leadership, em parceria com a ANECRA, pode acelerar a sua evolução no competitivo mundo do comércio e reparação automóvel.

NEW

Inteligência Artificial

Fundamentos e Ferramentas

FORMAÇÃO
ONLINE
4H

05
DEZ
2024

SAIBA MAIS



Google & publicidade

Marketing Digital

4H FORMAÇÃO
ONLINE

09 JANEIRO 2025



Transição energética

O hidrogénio como alternativa

Ultimamente temos assistido a um desacelerar do apetite por veículos totalmente elétricos. A surpresa e novidade, acabaram por dar lugar a uma notável decepção.

Por: **Fernando Pedrinho** Revisão por pares: **António Nicolau**
Fotos: **Kawasaki Motors, Liebherr, Kholer BMW, Toyota, Fernando Pedrinho**

O medo criado pela legislação anunciada pelos governantes europeus, levou a um pânico generalizado que os veículos que conhecemos num formato centenário – com motor de combustão – pudessem vir a ter de parar já em 2030. E muitos fabricantes – essencialmente da indústria automóvel - alinharam pelo mesmo diapasão, anunciando a total eletrificação das suas gamas já no final da década.

O último ano tem sido fértil no retrocesso desta tendência extremista e ‘talibânica’. A demonização dos motores diesel é disso um bom exemplo, mas aos poucos vai-se dando conta que o plano de descarbonização talvez tenha sido demasiado ambicioso em termos de cronograma. Para não dizer caro e inalcançável nos termos em que foi proposto. As indústrias pesadas, como a mineira ou a aviação, terão de pensar em alternativas não totalmente elétricas, como os combustíveis alternativos. O hidrogénio é uma fortíssima possibilidade. Mas será uma alternativa viável para os motores de combustão interna?

A tábua de salvação que se antevia para a indústria automóvel europeia com a sua total eletrificação, foi afinal um fiasco. Não só a Tesla domina este segmento de mercado a seu bel-prazer, bem como acabámos inundados por veículos chineses vendidos abaixo do preço de custo e que estão mesmo a gerar preocupações a nível de segurança nacional, como se viu recentemente no Reino Unido. E nas motos... a eletrificação é residual e, quando bem feita, o preço de venda de uma moto elétrica faz-se notar. Isto é o que acontece quando se metem políticos a fazer o trabalho de engenheiros, colocando a ambição e vontade de aparecer na fotografia à frente do conhecimento e dos factos. Faz-me lembrar as afirmações de um Ministro

do Ambiente nacional, conhecido por circular acima dos limites de velocidade, acerca dos perigos das motorizações a diesel. Numa altura em que os veículos modernos, nalguns sítios, libertam pelo escape um ar mais limpo do que o que admitem para o interior dos cilindros, tal a gama de dispositivos atualmente existentes para depuração dos gases gerados pela combustão de combustíveis fósseis. Quando o conhecimento demonstrado dá lugar ao sensacionalismo ignorante... acontece nisto!

O problema elétrico

A eletrificação da mobilidade pública e individual deveria ser vista como uma estratégia de descarbonização das nossas cidades e trajetos interurbanos. Já vimos que os veículos elétricos enfermam ainda de vários problemas de juventude inerentes a uma tecnologia relativamente recente (face aos motores de combustão interna), como é o caso das baterias. Autonomia, tempo e infraestrutura de carregamento são as duas maiores. Se ‘varrermos para baixo do tapete’, o custo da reciclagem e eliminação das baterias é apenas um ‘tsunami’ que se está a formar e nos devastará num futuro não muito distante, se para isso não nos precavermos.

Perante o custo e intensidade de recursos que este programa de eletrificação massiva tem acarretado, a procura por fontes de energia alternativa tem sido contínua. Os combustíveis sintéticos existem de há muito na Fórmula 1 e no MotoGP a percentagem não fóssil é cada vez maior. No caso dos motores a diesel, muitos são já os que aceitam biodiesel ou os chamados HVO, ou óleos vegetais hidrogenados. Para um aumento médio de 5% de consumo, os seus utilizadores passam a ter uma fonte



de energia 100% renovável, daí a designação HVO100. Falamos de um combustível que gera até menos 33% de micropartículas, menos 30% de hidrocarbonetos não queimados, até menos 24% de monóxido de carbono, e até menos de 9% de óxidos de azoto (NOx), como anuncia a Epiroc, um conhecido fabricante de equipamentos para o setor mineiro. Mas isto é para os motores a diesel. E para os motores a combustão, como os que equipam os nossos automóveis e as nossas motos?

Os combustíveis sintéticos são a opção mais rápida. Mas são caros e a produção ainda é escassa. E o hidrogénio? De facto, é tentador pensar no elemento mais abundante e disponível do universo. Seja no ar que respiramos ou na água do mar. Sim, porque o sol, a estrela mais próxima do planeta Terra, é uma enorme fornalha nuclear de hidrogénio. Mas está longe e para o recolher teríamos de lá 'ir de noite', como diz a piada.

Por outro lado, a eletrólise da água é um processo físico-químico pouco eficiente, que requer bastante energia para quebrar as ligações entre os dois átomos de hidrogénio e o de oxigénio. É o contrário disto que acontece nas chamadas pilhas de combustível, utilizadas pelos veículos FCEV (do acrónimo inglês 'Fuel Cell Electric Vehicles') como são os autocarros que vemos nas nossas cidades ou em modelos como o Toyota Mirai ou o Hyundai Nexa, com os catiões de hidrogénio a recombinarem-se com

oxigénio para formar moléculas de água, depois dos eletrões terem cumprido a sua função motriz. Na verdade, os FCEV não passam de veículos elétricos ainda mais complicados, que em vez de ligarmos à corrente, temos de encher um tanque com hidrogénio líquido, pressurizado a 700 bar! Ou seja, andamos com uma bomba prestes a explodir nas nossas costas, salvo seja. Felizmente, a tecnologia está bem desenvolvida, e desde o processo de reabastecimento a situações de sinistro com impacto violento, não temos assistido a qualquer tipo de incidente espetacular relacionado com o contacto do hidrogénio com o ar atmosférico.

Mas e se em vez de gerar eletrões, para o motor elétrico, utilizássemos o hidrogénio liquefeito para substituir a gasolina?

A aposta alemã

A BMW já o fez no passado e recordo os 760iL que a casa de Munique construiu entre 2005 e 2007 e utilizava para os mais variados fins em redor da capital bávara, nas mãos de figuras de renome do jet set alemão. As 100 unidades dotadas com o possante V12 de seis litros que equipava este Hydrogen 7, como se designava, podiam gastar 50 litros por 100 quilómetros percorridos (face aos 15,5 quando utilizava gasolina), o que não é de estranhar face à menor densidade deste elemento no estado líqui-

do, comparativamente à gasolina. E como na altura os reservatórios de combustível estavam pressurizados a um máximo de 350 bar, a autonomia resultava algo escassa... quase como num elétrico quando utilizado em autoestrada a alta velocidade.

Esta possibilidade de reutilizar hidrogénio em motores de combustão interna tem sido retomada, curiosamente, pelos fabricantes de motores industriais sabido que é o seu elevadíssimo compromisso e investimento com a produção de hidrogénio nas próximas décadas. Marcas como a Liebherr ou a Kohler têm desenvolvido projetos que lhes permitem, de uma forma mais rápida e económica, utilizar e manter o seu conhecimento sobre motores de combustão interna, tentando mudar para o combustível que, de tão poderoso, consegue mesmo derrubar governos nacionais, como sucedeu neste retângulo à beira mar plantado.

Esta é, sem dúvida, uma opção muito apelativa para diminuir a pegada de carbono, mantendo uma base sobejamente conhecida. É pura fruta madura, pronta a colher, com um investimento infinitesimalmente inferior ao de desenvolver uma tecnologia de raiz, mas em que especial atenção é requerida pelo sistema de injeção. A médio prazo, com a produção e redes de distribuição estabelecidas, o hidrogénio – sobretudo o ‘verde’, gerado por energias renováveis – poderá ser algo de muito interessante para a mobilidade individual utilizando motores baseados num conceito centenário.

Base comum, combustível diferente

Um motor de combustão a hidrogénio utiliza, praticamente, a mesma base de um motor a gasolina ou diesel. Portanto, sem grandes modificações a nível de peso ou dimensões, não obrigando, por isso, a redesenhar de forma profunda o chassis ou quadro. Para além disso, beneficiamos da imediata vantagem de dispensar qualquer tratamento pós-combustão (leia-se catalisador, embora se possam gerar algum óxido de azoto, NOx) e um sistema de escape muito simples que apenas emitiria vapor de água. Para além disso, adicionem-se maior densidade energética, dispensabilidade de baterias, custos de produção mais baixos e uma elevada maturidade tecnológica. Os níveis de prestações são muito idênticos e a tecnologia para o transporte a bordo do hidrogénio está bastante dominada, a ponto de as autoridades europeias, norte-americanas e japonesas, por exemplo, aceitarem que os construtores passassem a adotar tanques pressurizados a 700 bar, face aos anteriores 350 bar. Na prática, significa que um veículo que, por exemplo, percorresse 250 quilómetros com um depósito cheio, passou a duplicar essa autonomia. A título de curiosidade, para a entrega

de hidrogénio a estas pressões (700 bar), as pistolas de reabastecimento apresentam um diâmetro interno de 4 milímetros e combinam-se com manguueiras duplas de 13,6mm de diâmetro externo.

A opção da Liebherr

A Liebherr é uma marca suíço-alemã que, entre muitos tipos de equipamentos, também fabrica motores. A marca tem desenvolvido uma tecnologia que chamou de LPDI, que se pode traduzir como injeção direta a baixa pressão, que funciona com pressões de injeção de combustível de 30 a 60 bar. Isto se compararmos com os 2000 bar que se verificam no injetor de um sistema de rampa comum ou ‘common-rail’ de um motor a gasolina.

Como explicou Stefanie Gerhardt, diretora da área de negócios de sistemas de injeção da casa sediada em Bulle, no cantão suíço de Friburgo, o sistema de baixa pressão de injeção é baseado na tecnologia de câmara de combustão com recurso a vela de ignição. Há que entender que a atuação de um injetor de um gás é bastante diferente da requerida para um injetor de gasolina ou gasóleo.

Para começar, o efeito lubrificante da gasolina ou do gasóleo é inexistente. Na prática, o injetor trabalha a seco, sem óleo de lubrificação, já que este poderia contaminar o hidrogénio injetado. Este aspeto requereu investigação de raiz por parte da Liebherr, pois a marca não tem na sua gama de produtos qualquer solução com injeção de gás natural. A agulha do injetor foi o aspeto mais sensível, por forma a garantir um desenho que garantisse um nível de abrasão tão baixo quanto possível, para garantir a durabilidade necessária do injetor.

Os efeitos do hidrogénio

Um dos problemas provocados pela utilização do hidrogénio, reside na fragilização que induz nos metais. Por ser extremamente reativo, a difusão do hidrogénio no interior de um material torna-o mais frágil. A Liebherr contornou este problema recorrendo a aços austeníticos. Estes consistem em ligas inoxidáveis que veem a adição de níquel ou azoto na sua composição química, que os tornam mais resistentes à corrosão. Neste caso particular, tem melhor resistência à difusão do hidrogénio, assim como à fratura pelas tensões induzidas por aquele gás. Voltando aos injetores, a parte inferior foi desenhada tendo em vista maior flexibilidade de utilização, com uma geometria assimétrica que permite ter diferentes ângulos de injeção para o interior da câmara de combustão. Estes são apenas uma parte do conjunto, já que a Liebherr está com uma visão holística e tem em desenvolvimento os restantes componentes como o controlador de pressão o medidor de caudal de hidrogénio.



Viável para as motos?

Se nos basearmos na experiência do BMW Hydrogen 7, diria que não. E o problema reside no fato de necessitarmos de um tanque de elevado volume, para comportar (a uma pressão já de si elevada e limitada por lei) a maior capacidade de gás possível. No seu tanque de 170 litros de volume, o Hydrogen 7 conseguia armazenar oito quilogramas de hidrogénio, num motor cujo consumo médio era de 50 litros por 100 quilómetros.

Numa comparação direta, um tanque de 25 litros de uma moto daria para percorrer... 50 quilómetros. Bom, na verdade talvez um pouco mais, pois os tanques passaram a ser pressurizados num valor limite de 700 bar o que daria para armazenar à volta de 2,5 kg de hidrogénio. E o consumo de um motor mais pequeno de uma moto seria, por certo, inferior ao do guloso V12 bávaro. Contudo, cerca de 100 quilómetros com um tanque para uma moto topo de gama... muito esforço para tão parco resultado. E a prova disso vem patente na Kawasaki HySE que conhecemos no ano passado durante a Visão do Grupo 2030. Neste evento, o presidente e diretor executivo da Kawasaki Motors, Hiroshi Ito, anunciou este protótipo baseado na H2SX sobrealimentada e a vontade de a ter em venda ao público no final desta década. É inegável que a Kawasaki continua a acreditar que os motores de combustão interna podem trocar a gasolina pelo hidrogénio. A prova adicional disso é o seis cilindros em linha, com versões a gasolina e hidrogénio, apresentado no Paris AirShow do ano passado, destinado ao Cassio 330, um avião híbrido de 12 lugares concebido pela VoltAero. Vistos de fora, são exatamente iguais, apenas se diferenciando pela cor das tampas das válvulas.

Porquê a sobrealimentação?

Mas qual a necessidade da sobrealimentação, seja por via de um turbo compressor ou de um compressor volumétrico? Aqui há outro aspeto curioso a ter em conta. É que enquanto a gasolina requer 14,7 partes de ar para uma parte de combustível (a relação estequiométrica, que tem

vindo a ser contornada nos motores de mistura pobre), já o hidrogénio requer muito mais ar para a sua combustão. Na verdade, são 34 partes de ar para uma de hidrogénio, em termos de massa, apesar de também aqui os motores a hidrogénio poderem funcionar com misturas mais pobres. Ou seja, necessitamos de meter quantidades muito superiores de ar para o interior dos cilindros (mais do dobro do necessário para um motor a gasolina), daí o recurso obrigatório à sobrealimentação. Mais peso a adicionar à moto. Mas o maior óbice, voltando ao assunto, nem é este. O quebra-cabeças passa mesmo pelo armazenamento do hidrogénio, que tem muito menor densidade energética em termos de volume. Já vimos que em termos de massa, o elemento mais abundante do universo supera a gasolina por quase três vezes, mas quando analisamos em termos de volume esta vantagem desce abruptamente para um quarto do alcançado pelo combustível derivado do petróleo. É que a gasolina consegue ser quatro vezes mais densa em termos energéticos que o hidrogénio, mesmo quando este é adicionado no estado líquido (o que requer recurso à criogenia ou seja, a congelação a temperaturas muito baixas). É por isso que as motos necessitam de tanques de considerável dimensão e o que se pode ver na traseira da Kawasaki H2 HySE não são umas vistosas malas laterais de bagagem mas antes os seus depósitos de hidrogénio. Quer isto dizer que nem espaço para bagagem, nem possibilidade de levar um passageiro. Ora bolas! A Toyota, que é o segundo maior acionista da Yamaha, propôs tratar estes tanques laterais como cartuchos. Dada a sensibilidade da operação de reabastecimento – elevadíssimas pressões até 700 bar e o risco de reação com o ar atmosférico – a marca japonesa propôs a simples troca dos depósitos vazios por outros já cheios, um pouco como a Gogoro tem no seu modelo de troca de baterias de scooters ou como nós no habituámos durante anos a ir trocar a bilha de gás lá de casa.

Há ainda muito caminho pela frente, mas a genialidade humana tem dado mostras de que o impossível por vezes não é bem assim. **A**



Tiago Oom
UNICRE, Diretor Comercial

Tendências de pagamento no sector automóvel

Em 2023, de acordo com a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF), havia um total de 8 740 764 veículos com seguro a circular nas estradas portuguesas, sendo que 64,5% destes automóveis têm mais de 10 anos.

Neste contexto, a maior probabilidade de avarias e a necessidade de uma manutenção mais constante e dispendiosa paira sobre as pessoas que são detentoras de veículos. Felizmente, hoje o mercado financeiro oferece soluções que reduzem o impacto destes imprevistos na carteira dos portugueses, ao mesmo tempo que assegura a sustentabilidade dos negócios da área das oficinas.

Falo especificamente do formato Buy Now, Pay Later, uma solução que possibilita o parcelamento das despesas de reparação até 6x, sem juros, apresentando-se como uma alternativa financeira conveniente e acessível para os clientes finais. Na ótica da oficina, esta solução de pagamento permite aos negócios desta categoria obterem um acréscimo do seu lucro pois, por um lado as reparações são feitas, uma vez que os clientes não desistem dos orçamentos mais elevados, por outro lado, a adoção deste método de pagamento permite igualmente a redução da necessidade de negociação de pagamento, contribuindo para o aumento da satisfação dos clientes e, conseqüentemente, da fidelização à mesma oficina.

A oportunidade de diluir os pagamentos dos clientes em prestações não implica, contudo, que a oficina tenha de esperar pelo dinheiro, já que a decisão

de risco tomada pela UNICRE é imediata. Isto significa que, diariamente, o negócio vai receber “normalmente” o pagamento do valor das operações aprovadas no prazo de 48 horas, deduzido das comissões de factoring.

Já na ótica do proprietário de uma viatura, como todos sabemos, as avarias surgem sempre nos momentos menos oportunos e constituem um tipo de despesas inesperadas. Pelo seu caráter repentino, estas despesas podem beneficiar, para agrado do cliente, de uma postura de flexibilidade de pagamento por parte da oficina ou de forma mais abrangente da “entidade cobradora”.

De facto, o setor automóvel é um dos setores em que os negócios mais podem beneficiar do Buy Now Pay Later, uma vez que os produtos e serviços assumem, geralmente, um valor total elevado, já se podendo verificar isso quer em oficinas em Portugal, que nos países onde este conceito está mais implementado. A possibilidade de fazer o pagamento em prestações possibilita não só a distribuição do custo de reparação (e o conseqüente alívio financeiro imediato) por vários meses, como faculta o acesso instantâneo ao serviço (que não necessita de ser adiado por falta de fundos), resolvendo de imediato o problema ao proprietário e promovendo a disponibilidade financeira para a manutenção preventiva do veículo (prolongando a vida útil do mesmo e minimizando futuras despesas).

CONDUZA O SEU NEGÓCIO COM TODA A PROTEÇÃO.

Com a **parceria entre a MDS Auto e a ANECRA**,
o seu negócio tem tudo para correr sobre rodas.

Descubra as vantagens exclusivas da MDS Auto
para as **empresas de Reparação e Manutenção
Automóvel**, Associadas da ANECRA:

- Um conjunto exclusivo de serviços e coberturas
- Ofertas de mercado adaptadas às suas necessidades
- Preços altamente competitivos



ACIDENTES
DE TRABALHO



MULTIRRISCOS
COMÉRCIO



RESPONSABILIDADE CIVIL

- EXPLORAÇÃO • AUTOMÓVEL GARAGISTA
- INTERMEDIÁRIO DE CRÉDITO • AUTOMÓVEL

Mais informações sobre estas
e outras ofertas através de:



parceria.anecra@mdsgroup.com



808 100 140*

*Preço de uma chamada para a rede fixa nacional. Dias úteis das 9h às 12h30 e das 14h às 17h30.



André Castro Pinheiro, Fuchs

“A sustentabilidade é uma prioridade na FUCHS”

Em entrevista à ANECRA Revista, André Castro Pinheiro, Diretor da Divisão Automotiva da FUCHS Lubrificantes, reflete sobre a trajetória da marca em Portugal, os desafios do setor e o compromisso com inovação e sustentabilidade.

Por: Mónica Silva

A FUCHS está presente em Portugal desde 1989. Como descreve estes 35 anos?

Só acompanhei os últimos cinco anos, mas a evidência que encontro no mercado é de uma presença relevante e de enorme força, fruto de um crescimento sólido, baseado na qualidade e fiabilidade dos lubrificantes FUCHS e também na postura séria e profissional com que sempre atuámos.

De que forma a integração num grupo internacional beneficia o negócio?

A integração no Grupo FUCHS é importante no nosso negócio de várias formas. Desde logo, pelo acesso direto e imediato a todas as inovações e novidades. Depois, pelo foco exclusivo no negócio de lubrificantes e na correta implementação da marca no mercado nacional. Há ainda o apoio técnico e a diversidade da gama e disponibilidade de stock muito acima de um distribuidor.

A sustentabilidade é um tema central atualmente. Como é que a FUCHS integra práticas sustentáveis nos seus produtos e processos?

A sustentabilidade é uma prioridade na FUCHS. O nosso primeiro relatório de sustentabilidade foi publicado em

“*O nosso primeiro relatório de sustentabilidade foi publicado em 2011. Desde 2020, a produção da FUCHS é neutra em CO2.*”

2011. Desde 2020, a produção da FUCHS é neutra em CO2. As nossas embalagens pequenas são 100% recicladas e recicláveis. Através do conceito TIME TO ACT, estamos a transformar a nossa cadeia de produção de linear para circular ao utilizar matérias-primas de base renovável e reciclável. Estamos também focados na meta de Net-zero até 2040.

Considera a mobilidade elétrica um desafio?

Para a FUCHS, a mobilidade elétrica é uma oportunidade. Estamos a desenvolver, em conjunto com os principais OEM, lubrificantes e massas altamente especializadas e



inovadoras para utilização em todos os equipamentos de mobilidade elétrica. Somos pioneiros em fluidos para arrefecimento de baterias por imersão. Claro que, a longo prazo, a mobilidade elétrica pode tornar-se um desafio para o aftermarket, mas acredito que os motores a combustão ainda vão desempenhar um papel importante na mobilidade.

Como imagina que será o futuro do mercado automóvel de lubrificantes nos próximos anos? Que tendências antecipa?

É um mercado maduro que deve manter a sua dimensão nos próximos cinco a dez anos e depois vai começar a cair gradualmente. Estamos a falar de um mercado muito competitivo, onde constantemente a aparecerem marcas novas, muitas delas sem qualquer qualidade e credibilidade, e onde também assistimos a muitas mudanças e instabilidade na distribuição das marcas. Acredito que a renovação do parque automóvel vai obrigar a uma especialização da oferta de lubrificantes.

E o futuro da FUCHS?

A FUCHS é já uma referência ao nível da qualidade dos produtos e da fiabilidade do serviço, cuja importância aumenta com a instabilidade na distribuição da maior par-

te das marcas a nível nacional. Estamos diretamente em Portugal há 35 anos e vamos continuar, não há nenhuma marca com esta presença tão forte. Por isso, esta fiabilidade e confiança na FUCHS são a garantia de um futuro de sucesso. Há cinco anos que crescemos continuamente no mercado aftermarket, mesmo em 2020, ano da pandemia, e vamos continuar a crescer e a ganhar relevância e quota de mercado.

Como olha para associações como a ANECRA para o desenvolvimento de um setor mais eficiente e preparado para os desafios futuros?

O mercado de lubrificantes é altamente competitivo, mas também muito desregulado. Se as regras de qualidade, ou até legais e fiscais, não forem cumpridas por todos os operadores, podem-se criar situações de disrupção de concorrência que prejudicam, principalmente, os operadores cumpridores e com visão de mercado de longo prazo. O papel principal de associações como a ANECRA, para além da defesa e representatividade do setor junto das instituições legislativas e reguladoras, deve ser o da promoção de boas práticas por todos os operadores e de combate a práticas menos corretas, em prol da sã concorrência e da defesa da imagem do setor junto dos restantes stakeholders. **A**

O renting automóvel

Porto seguro no meio da incerteza

Por: Ayvens

Nos últimos meses, a economia europeia tem surpreendido com uma recuperação mais rápida e robusta do que o antecipado, impulsionada por um aumento do rendimento disponível e a expansão da procura externa. Em Portugal, as empresas mostram resiliência, com níveis de liquidez, capitalização e rentabilidade acima das expectativas. Todavia, um setor crucial da economia europeia enfrenta desafios profundos: a indústria automóvel. Será que essa recuperação geral será suficiente para salvar o setor automóvel europeu de uma crise iminente?

Embora o cenário atual possa parecer encorajador, é vital reconhecer que as cicatrizes das crises recentes ainda estão muito visíveis. A confiança dos investidores e o crescimento da produtividade continuam fragilizados. Essa incerteza económica permeia as decisões dos agentes económicos, e mesmo que a estrutura económica mostre resiliência, devemos-nos perguntar: que valor essa resiliência tem para setores como o automóvel?

Em 2024, cinco dos seis maiores fabricantes sofreram quedas alarmantes na capitalização bolsista, com marcas como a Stellantis e a BMW AG a perderem mais de 30% do seu valor. A indústria automóvel alemã, a espinha dorsal da produção europeia, encontra-se em apuros face à feroz concorrência internacional, especialmente da China. O mercado automóvel chinês representa uma fatia significativa do mercado global, com os consumidores chineses a optarem cada vez mais por soluções automóveis nacionais, particularmente veículos elétricos. Enquanto isso, a Europa parece perder terreno, uma batalha que, até há pouco tempo, parecia estar vencida, deixando-nos a perguntar: será que a nossa indústria está a fazer o suficiente para se adaptar a este novo paradigma?

Um dos principais obstáculos que a Europa enfrenta é o elevado custo dos Veículos Elétricos a Bateria (BEV).

Apesar de apresentarem custos de utilização mais baixos a médio e longo prazo, o preço inicial continua a ser superior ao dos veículos movidos a combustível fóssil (ICE), mesmo com os subsídios governamentais. Esta disparidade torna a transição para uma mobilidade mais sustentável desafiante, especialmente num momento em que os consumidores estão cada vez mais cautelosos, pressionados por condições económicas instáveis e taxas de juro elevadas. A realidade é que, para muitos, optar por um BEV ainda representa um risco demasiado elevado.

Em tempos como os que vivemos, de grande volatilidade, incerteza e transformação tecnológica do mercado automóvel, o renting destaca-se como o porto seguro, que confere paz de espírito a quem dele usufrui. Sendo um modelo de subscrição automóvel, o renting inclui todos os serviços necessários à utilização do automóvel, como a manutenção preventiva e corretiva, a substituição de pneus, o seguro com cobertura de danos próprios, o pagamento do IUC e até veículo de substituição, quando necessário. E, no final do contrato, não tem de se preocupar se fez a escolha certa do automóvel e qual será a sua aceitação no mercado de usados, pois essa responsabilidade é da locadora, que assume o risco do valor de venda em final de contrato. Tudo isto, em troca de uma mensalidade fixa, ao longo do período que melhor se adequa a cada um.

Para além dos benefícios económicos, o renting revela-se também um verdadeiro facilitador da mobilidade sustentável. Ao cobrir o risco tecnológico que retrai tantos consumidores, abre espaço para a adesão às novas tecnologias e acelera a transição. Por este motivo, o renting não é apenas uma escolha financeira inteligente, é uma forma responsável de mobilidade que se alinha com as necessidades contemporâneas, posicionando-se como uma solução que abraça um futuro mais sustentável. **A**

VW Passat 1.5 TSI PHEV

O regresso ao confiável

Pensar num carro novo, mas com a fiabilidade dos carros míticos! Esta é a proposta da VW com o novo Passat. Construído sobre a plataforma MQB Evo, e com uma autonomia elétrica da ordem dos 100 km, mas que pode chegar aos 150 km em cidade, tem (a versão testada) um motor de 204 cv de potência e uma autonomia total que pode chegar aos mil quilómetros. No entanto, e verdade seja dita, esta versão peca por alguma falta de motor, sobretudo para quem aspira fazer uma condução mais musculada.

Por: Vítor Norinha



Este Passat apenas é oferecido no modelo carrinha e pretende ser um “best seller”, depois de nos modelos anteriores - e vamos na nona geração - ter vendido cerca de 34 milhões de exemplares, o que o coloca como o segundo modelo mais vendido de sempre pelo construtor alemão depois do Golf. O novo Passat que passou a estar disponível no mercado nacional em março deste ano, foi apresentado com três sistemas eletrificados, que incluem o sistema plug-in e o mild hybrid e duas variantes sobrealimentadas a diesel, mas o modelo que experimentámos é aquele com maior sucesso no mercado português e que é o 1.5 TSI PHEV e com caixa automática DSG. O motor a gasolina funciona muito bem com o apoio do motor elétrico mas, sem este, a resposta é bem mais lenta, o que significa que este é um carro híbrido e que deve manter-se o hábito de carregar a bateria, caso contrário é um esforço e um consumo adicional de gasolina com o transporte de uma bateria de umas centenas de quilogramas. Vamos às partes técnicas e às revelações deste modelo. A bateria de 11 kw é uma novidade, pois o anterior

modelo usava uma bateria de 3,6 kw, o que permite uma carregamento rápido CC, pois pode usar “chargers” até 50 kw e que se traduz em 80% da capacidade da bateria abastecida em cerca de 23 minutos. Em termos opcionais é possível comprar um veículo com um novo sistema de chassis adaptativo e cuja construção foi possível com a tecnologia de duas válvulas, um sistema usado pela primeira vez num VW, o que significa uma condução mais segura e ágil, sobretudo em condições difíceis como são algumas das nossas estradas nacionais. O interior revela nova disposição de ecrãs, com um sistema de infoentretenimento mais avançado e de utilização mais intuitiva, sendo adaptado a smartphones. O ecrã de 15 polegadas apresenta um novo sistema operativo com ligação ao Chat GPT. Ao mesmo tempo a VW quis captar o sentimento da maioria dos clientes para quem a digitalização é excessiva e fez regressar os necessários botões físicos para uma série de funções, e que resultou em maior conforto para quem precisa de tempo para se adaptar. No fundo, é o regresso ao que é mais confiável e intuitivo. Há mais arrumação na consola central e o selector de caixa foi colocado na coluna de direção. Também a pedido é possível um sistema de assistência de última geração, nomeadamente a assistência ao estacionamento, sendo que com o Park Assist Pro é possível controlar o procedimento através de uma aplicação no smartphone, e com a função de memória o veículo quando chega a uma posição pré-definida, por exemplo à entrada da garagem, pergunta se é necessário assumir a função de estacionamento e fá-lo sozinho. É igualmente possível fazer sair o veículo de um lugar de estacionamento de forma autónoma, a par de uma aplicação no smartphone.

A apresentação de uma versão que é apenas de carrinha revela igualmente a preferência dos compradores e a “democratização” que é necessário fazer nos produtos, para oferecer mais por menos. No redesenho do exterior houve algumas mudanças com o construtor a ir buscar aquilo que tem mais sucesso no mercado, nomeadamente uma frente que tem semelhanças com o icónico e insubstituível Golf. O Passat está mais velho e cresceu ligeiramente para os 4,92 metros, ao mesmo tempo que para poupar nos consumos melhorou a aerodinâmica com o cx a passar de 0,31 para 0,25, uma melhoria notável. Estas novidades quando somadas à performance do motor elétrico de 115 cv e ao motor de combustão de 150 cv, permite atingir uma potência de 204 cv e 330 Nm de binário instantâneo. 





Hyundai Tucson

O **restauro** feito em grande

O Tucson vai na quarta geração. Renovado por dentro e por fora a Hyundai não quis deixar nada ao acaso. O Tucson tem mantido os proprietários bem disciplinados, o que é o mesmo que dizer que é uma viatura que pouco troca de mãos, é um carro que passa de geração na mesma família, e só há um movimento de venda quando se aproxima uma revolução de modelo. Estamos a entrar nela, ou seja, já se pode encomendar veículo da próxima geração.

Sendo um veículo para manter na família há um particular empenho em perceber como se irão comportar os novos grupos propulsores. As versões híbridas ganharam projeção, sendo que a versão híbrida pura foi aumentada de 4,2 kW para 47,7 kW, enquanto a variante híbrida plug-in com tração às duas rodas entrou no portfólio da Tucson. Refere a marca que esta tecnologia de geofencing, ou seja, de delimitação geográfica, permite que o veículo mude para o modo 100% elétrico em zonas designadas de baixas emissões ou áreas com restrições de emissões. Por outro lado, as variantes híbrida e híbrida plug-in oferecem o modo de travagem regenerativa com patilhas no

modo eco, o que faz com que o condutor possa personalizar a sua intensidade.

As motorizações disponíveis para o Hyundai Tucson são, dentro do diesel, o 1.6 litros CRDI e ainda outro com uma bateria e 48 volts. Nas versões a gasolina a variedade é maior com o motor 1,6 litros GDI com bateria de 48 volts, o GDI de 4 cilindros, o GDI híbrido e o GDI plug-in hybrid. Para os veículos ICE (motores a combustão) os preços começam nos 35 180 euros, enquanto na motorização híbrida e plug-in os preços começam nos 45 500 euros para os HEV e nos 48 900 para os PHEV

No design, o Tucson tem um interior novo que inclui atualizações no painel de instrumentos, no volante, nos bancos e no sistema de infoentretenimento. Tem um ecrã panorâmico curvo para a parte do painel de instrumentos digitais e uma parte para o infoentretenimento. A nível de segurança o Tucson vem equipado com sete airbags, incluindo um central lateral, de forma a evitar que os passageiros da frente colidam entre eles em caso de sinistro. Tem ainda um sistema CWC, ou seja, um controlo de estabilidade de ventos cruzados. **A**



Honda e:NY1

Honda na onda elétrica

A escolha do nome talvez deixe a desejar, mas se à primeira é estranho, depois entranha-se e Honda e:NY1 é um elétrico com 412 Km de autonomia, embora no nosso teste tenhamos conseguido um pouco menos desse valor, mas foi dos veículos que ficou mais próximo dos números reclamados pelo construtor. Um primeiro aspecto da condução foi a boa insonorização, a par de um sistema de som com seis colunas. Pelo contrário, a suspensão é rígida para circular em estrada nacional que não esteja nas melhores condições, sabendo nós que este é um compromisso entre a boa aderência, segurança e conforto.

O interior é dominado pelo ecrã digital de 15,1 polegadas e o sistema de infotretenimento tem tudo a que se possa aspirar. Aliás, o preço proposto de 57 750 euros não permite que o e:NY1 seja um carro popular, mas o construtor japonês tem consciência do valor que coloca dentro de cada viatura. Voltando à caracterização do veículo, o interior é de excelentes materiais e a digitalização é uma palavra de ordem, e traduz-se na quase ausência de botões no interior, de resto está tudo num ecrã. Depois, existem os pequenos detalhes, caso do volante aquecido, os vidros escurecidos, os estofos em pele sintética, as jantes de liga leve, o carregamento sem fios para os telemóveis, as entradas de USB na traseira, o sistema de “multi-view camera”, os sensores de estacionamento laterais adicionais ou o teto panorâmico em vidro. **A**



Renault Scenic E-Tech

Nova geração em grande

Surgiu no mercado como um grande crossover que continua a atrair famílias, mas em vez dos consumidores motores a combustão, aparece na versão 100% elétrica. Trata-se do novo Renault Scenic E-Tech, um carro grande, com um magnânimo espaço na segunda fila dos assentos e com um tipo de condução a que já nos habituámos no Megane E-Tech e no Espace.

Vamos na quinta geração de um veículo cuja primeira edição foi revelada no final do século passado e que, por isso, tem o tempo de uma geração. A transformação interior e exterior é clara. A nível de condução, foi clara a vocação estradista, com uma suspensão relativamente rígida e que revelava excelentemente em curva, enquanto em cidade trabalha bem a nível de motorização e consumo, mas não tanto no conforto. De qualquer forma é um veículo para o dia a dia, para os fins de semana e para as férias, quase um veículo três em um. Ainda a nível de condução, o facto de a bateria se situar entre os dois eixos tem importância na estabilidade e no conforto. O interior reflete o que de melhor se vê nos elétricos, e nas aplicações acessíveis no painel de bordo destaca-se, de imediato, os dois ecrãs grandes para informação ao condutor e para informação geral e acesso às várias possibilidades a nível de infotainment. Sendo um carro grande a uma bagageira com capacidade para 545 litros é um outro “plus” num SUV deste segmento. **A**

Relatório semestral da ABA

Futuro sustentável com bioenergia

De que forma a bioenergia avançada impulsiona a transição energética em Portugal? O relatório semestral da ABA reforça o papel dos biocombustíveis no futuro sustentável.

Por: Mónica Silva

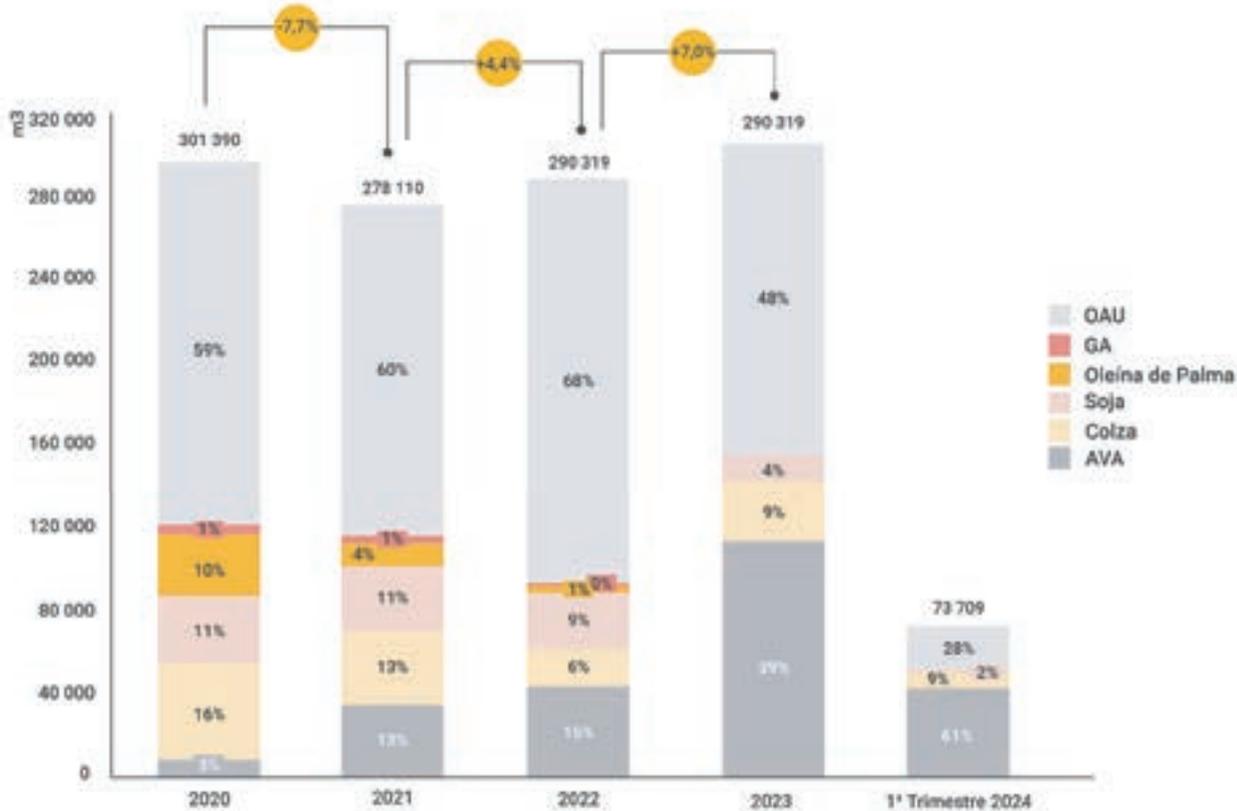


O relatório semestral da Associação de Bioenergia Avançada (ABA) apresenta uma análise detalhada sobre o panorama nacional da produção e importação de biocombustíveis. Este documento sublinha a crescente relevância da bioenergia avançada como uma solução essencial para a descarbonização e a valorização da economia circular, destacando o papel dos biocombustíveis avançados no cumprimento das metas de sustentabilidade.

Crescimento da produção nacional

A produção de biocombustíveis em Portugal registou uma trajetória ascendente no primeiro trimestre de 2024, acompanhando o aumento de 7% em 2023. Este crescimento é alicerçado pelo incentivo fiscal associado às matérias-primas avançadas (AVA), que permitiu duplicar a sua participação na produção nacional, de 16% em 2022 para 39% em 2023.

O relatório evidencia o contributo crescente dos



Matérias-primas utilizadas na produção de biocombustíveis desde 2020

Fonte: LNEG/ECS

efluentes de palma, que representaram 35% das matérias-primas nacionais em 2023. Este avanço demonstra uma transição significativa, afastando-se de óleos vegetais virgens, como o de colza e soja, e substituindo-os por resíduos renováveis, alinhados com as orientações europeias para a descarbonização.

Transformações na importação

No âmbito das importações, verificou-se um aumento expressivo de matérias-primas avançadas. Em 2023, representaram 74% do total importado, um salto considerável face aos 51% registados no ano anterior. Por outro lado, houve uma redução drástica na importação de óleos alimentares usados (OAU), que caíram de 17% para apenas 4% em 2023, refletindo as mudanças na política de incentivos.

O papel dos biocombustíveis avançados

A aposta nos biocombustíveis avançados tem sido impulsionada por incentivos fiscais e regulatórios. A Diretiva Delegada (UE) 2024/1405, publicada em maio de 2024, acrescentou novas matérias-primas elegíveis para a produção de biocombustíveis e biogás, reforçando o compromisso europeu com a transição energética.

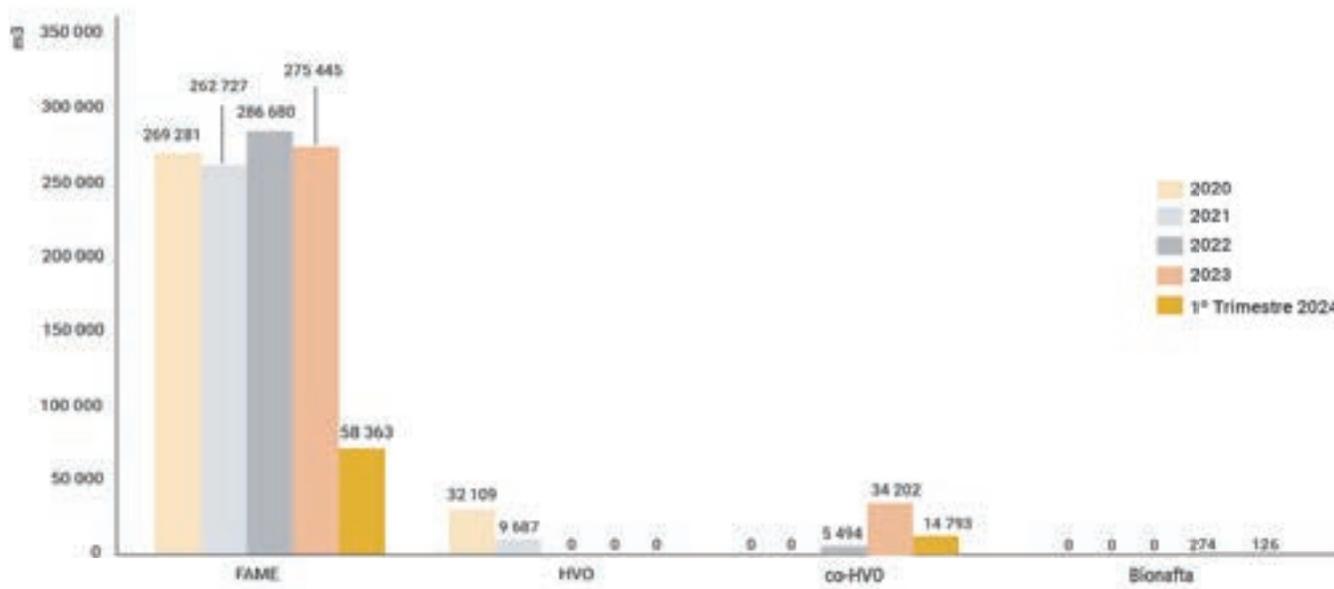
Entre os tipos de biocombustíveis, destacam-se o HVO (óleos vegetais hidrotratados) e o FAME (ésteres metílicos de ácidos gordos), cujas produções mostram uma tendência de adaptação às metas de sustentabilidade. O bioetanol, por sua vez, apresentou um aumento constante, associado à maior procura por gasolina em Portugal.

Desafios e oportunidades

Apesar do progresso, o sector enfrenta desafios. A redução de incentivos para OAU e a necessidade de investir em tecnologias inovadoras são exemplos que exigem um esforço conjunto de diversos stakeholders. Além disso, a integração de novos resíduos e subprodutos, como as moléculas ácidas e os efluente de palma, ainda carece de maior uniformização nos processos produtivos.

O caminho sustentável

O relatório da ABA não deixa dúvidas: o futuro da energia em Portugal passa pela bioenergia avançada. A utilização de matérias-primas renováveis e a implementação de soluções baseadas em resíduos são essenciais para atingir a neutralidade carbónica e reforçar a economia circular.



Produção de biocombustíveis em Portugal desde 2020

Fonte: LNEG/ECS

Portugal posiciona-se como um exemplo de adaptação às exigências climáticas e de mercado, mostrando que é possível aliar progresso económico à preservação ambiental.

O relatório semestral da ABA serve como um guia estratégico para impulsionar a transição energética, promovendo a cooperação entre agentes do setor e fomentando soluções inovadoras para um amanhã mais verde.

Perspetivas para o futuro

O caminho para uma realidade energética mais sus-

tentável passa por incluir a bioenergia avançada nesta estratégia. O relatório reforça a necessidade de colaboração entre stakeholders e incentiva políticas públicas que favoreçam a inovação, descarbonização e circularidade.

O relatório semestral da ABA apresenta dados que mostram avanços significativos no setor de bioenergia em Portugal, ao mesmo tempo que ressalta os desafios. Investir em inovação tecnológica e ampliar o uso de matérias-primas sustentáveis são passos essenciais para alcançar um futuro mais equilibrado e ecológico. **A**

Produção e importação de biocombustíveis

Neste relatório, é traçado um panorama detalhado da produção e importação de biocombustíveis no país desde 2020. Entre os principais insights estão:

- Tendência de produção: após uma queda de 7,7% entre 2020 e 2021, a produção nacional recuperou, com aumentos de 4,4% em 2022 e 7% em 2023.
- O primeiro trimestre de 2024 mantém essa trajetória positiva.
- Matérias-primas utilizadas: há um declínio do uso de óleos vegetais virgens, como colza e soja, em favor de matérias-primas avançadas (AVA).
- O incentivo fiscal para essas alternativas tem acelerado sua adoção.
- Na produção de biocombustíveis, o FAME é o mais produzido, tendo-se registado um aumento de produção do co-HOV em 2023.

- A importação de biocombustíveis apresentou uma queda recente, mas permanece relevante, especialmente pela aposta em matérias-primas avançadas, que representaram 74% das importações em 2023.
- O uso de efluentes de palma aumentou significativamente, chegando a 35% na produção nacional em 2023.
- Em contrapartida, a utilização de óleos alimentares usados (OAU) reduziu-se, de 68% em 2022 para 48% em 2023.
- A adoção de novas matérias-primas tem sido estimulada por mudanças regulatórias, como a Diretiva Delegada (UE) 2024/1405, que alargou a lista de recursos permitidos para a produção de biocombustíveis.



Licínio Santos
Montepio Crédito, CEO

Transformação no sector automóvel?

O setor automóvel encontra-se num período de transformação significativa, impulsionado por evolução tecnológica, desafios económicos e novos paradigmas de mobilidade. A pressão para cumprir as metas de emissões de CO2 para 2025 e assim assegurar a transição para um modelo mais sustentável, aliada às exigências de um consumidor cada vez mais informado, bem como, à competitividade económica face à concorrência agressiva proveniente da ásia, está a remodelar o mercado e as estratégias dos principais intervenientes.

Alguns dos maiores construtores europeus como a Volkswagen e a Stellantis têm revelado quebras nos lucros e na rentabilidade, fundamentados por custos operacionais mais elevados e níveis de produtividade inferiores aos previstos. A perda de penetração no mercado chinês tem também fragilizado alguns dos principais construtores alemães, conduzindo a reflexões diversas sobre como reduzir os custos e aumentar a margem.

No que diz respeito à sustentabilidade, vários construtores estão em risco de incumprir as metas de redução de emissões de CO2 definidas já para 2025, estando a colocar uma forte pressão sobre o aumento de veículos 100% elétricos de forma a aumentar a quota deste segmento e assim evitar multas aplicadas pela UE aos prevaricadores.

Todo este novo paradigma tem colocado sob pressão os principais construtores europeus, e naturalmente em Portugal o mercado continua também a ajustar-se, sendo que em 2024, os veículos a combustão já representam menos de 50% do total de novos veículos vendidos e a Tesla que vende exclusivamente veículos elétricos ocupa um lugar no Top 10 das marcas mais vendidas por cá.

Esta transformação terá naturalmente consequências no mercado de usados a médio prazo e os comerciantes deste segmento devem começar a preparar de forma atempada e estruturada a sua sustentabilidade no mercado. Isto passa naturalmente pela visão estratégica e do posicionamento, assim como, pela correta alocação dos recursos e definição das prioridades de investimento. Passa também pela correta diversificação das fontes de receitas, pela adaptação da sua estrutura, das suas instalações comerciais e oficina, dos seus processos de compra e gestão dos stocks, da preparação e formação das suas equipas de vendas, mas também das suas equipas técnicas e de pós-venda. Há todo um repensar do modelo atual que quanto mais cedo for realizado, mais bem-sucedido será.



Vídeoperitagem

Streamers da avaliação

A videoperitagem consiste na avaliação de danos via streaming, por meio de uma comunicação direta com as oficinas, conforme as coberturas contratadas e a aplicação das condições gerais e particulares da apólice do cliente. É um sistema eficiente para realizar o controlo e acompanhamento das avaliações, complementando o trabalho pericial presencial.

Por: Javier Hernández García- CESVIMAP



O uso massivo de videoconferências, através de múltiplas plataformas, levou muitos profissionais a continuarem a considerar este sistema como uma ferramenta de apoio.

Este processo de adaptação à disrupção imposta pela pandemia representou, na prática, um grande avanço e uma mudança no modelo de trabalho; um modelo que, em determinadas ocasiões, já não exige o deslocamento do perito à oficina.

A videoperitagem consiste na avaliação de danos via streaming, por meio de uma comunicação direta com as oficinas, segundo as coberturas contratadas e a aplicação das condições gerais e particulares da apólice do cliente. É um sistema eficiente para realizar o controlo e acompanhamento das avaliações, complementando o trabalho pericial presencial.

Trabalhar através de uma câmara agiliza os processos e permite maior eficiência, embora, dependendo do tipo de peritagem, ambos os sistemas continuarão a coexistir, combinando a videoperitagem com peritagens torna mais eficiente a gestão pericial das seguradoras.

Videoconferências e câmaras virtuais

O uso de videoconferências para reuniões virtuais ultrapassou o âmbito da formação ou aprendizagem.

“ *A combinação da videoperitagem com a presença física proporciona eficácia à gestão pericial das seguradoras.* ”

De plataformas já estabelecidas, como Skype, Webex, Cisco e, mais tarde, Teams, evoluiu-se para novas aplicações e ferramentas mais sofisticadas, com maiores utilidades para diferentes finalidades.

Uma boa iluminação é essencial para criar uma boa imagem durante uma videoconferência e permitir visualizar todos os detalhes. De nada adianta ter uma boa webcam se a iluminação for insuficiente ou mal posicionada; a imagem ficará granulada e de baixa qualidade. O ideal é iluminar o local com um foco suave em cada lateral e uma luz central, posicionada ligeiramente acima do monitor (mas não muito).



Para a iluminação central, é recomendável usar os chamados anéis de luz, preferencialmente de tamanho maior que a cabeça do utilizador.

Além disso, é vantajoso conectar um segundo monitor ao computador, configurado em modo estendido. Uma tela pode exibir os comandos do software da videoconferência, enquanto o outro monitor é utilizado para gerir janelas de trabalho, como tomar notas, realizar apresentações, redigir e-mails, entre outras tarefas.

Na configuração das telas em modo estendido, deve-se indicar ao sistema qual é cada monitor para que o movimento do cursor entre eles seja natural. Caso contrário, perder-se-ia tempo precioso localizando o cursor.

O ideal é dispor de um espaço fixo onde tudo esteja preparado para ser usado sempre que necessário,

evitando a necessidade de reorganizar o ambiente a cada utilização. Seja em casa ou no escritório, procure organizar os elementos essenciais, como fundo, iluminação, conexão e câmara. Isso economizará um tempo valioso na preparação do cenário.

Videoperitagem: Caso autos

O serviço de videoperitagem inicia-se com o envio de um SMS ou e-mail ao reparador, contendo um link individualizado e protegido. A comunicação é estabelecida através de uma aplicação própria, conectando o reparador ou o segurado ao perito, permitindo a avaliação dos danos e a interação em tempo real. Este sistema cumpre os padrões do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD).

Este método assemelha-se bastante à avaliação presencial, sendo fundamental a colaboração e o envol-

vimento do reparador para que a videoperitagem seja executada corretamente. A peritagem à distância é realizada através do dispositivo móvel do reparador e permite estruturar, com alta precisão, o plano completo de gestão do sinistro, desde a avaliação detalhada até à definição das etapas necessárias para a sua resolução.

Utilizando a aplicação, são captadas fotografias e vídeos por meio de um dispositivo móvel, controlado remotamente, para executar ações como teleperitagem, controlo de danos, controlo de qualidade, controlo de reparações, entre outras. Estas interações remotas são denominadas sessões ou intervenções.

A aplicação fornece apenas uma plataforma para realizar o controlo remoto do dispositivo móvel, captando imagens e vídeos através da sua câmara. A responsabilidade pelo uso inadequado da aplicação recai exclusivamente sobre os utilizadores.

É necessária uma conexão à internet para o correto funcionamento

Para que o sistema funcione adequadamente, é imprescindível que o dispositivo tenha um plano de dados móveis ativo ou esteja conectado a uma rede fixa, ou Wi-Fi. [A](#)

Principais vantagens do serviço de peritagem digital:

- Rapidez;
- Eliminação dos custos de deslocação;
- Redução dos tempos de permanência no reparador;
- Controlo rigoroso dos prazos de reparação;
- Informações quantitativas e qualitativas sobre as intervenções realizadas;
- Gestão centralizada de todo o processo



Medidas de apoio ao emprego

Apoio financeiro à entidade empregadora

Gabinete Jurídico da ANECRA

A Portaria n.º 220/2024/1, de 23 de setembro veio criar e regular a medida “+emprego”, que consiste na concessão, à entidade empregadora, de um apoio financeiro à celebração de contrato de trabalho sem termo, a tempo completo, com desempregado inscrito no Instituto do Emprego e da Formação Profissional, IP (IEFP).

Ao abrigo da presente medida é concedido:

Um apoio financeiro à contratação (nos termos estabelecidos no artigo 11.º), correspondente a 12 vezes o valor do indexante dos apoios sociais (IAS), que, em 2024, é de 509,26 €.

Este apoio pode ser majorado em 35%, nas seguintes situações:

- Contratação de pessoa com deficiência e incapacidade;
- Contratação de jovem com idade até aos 35 anos inclusive;
- Contratação de desempregado de longa duração;
- Posto de trabalho localizado em território do interior, nos termos definidos pela Portaria n.º 208/2017, de 13 de julho, na sua redação atual;
- Contratação de desempregados de sexo sub-representado em determinada profissão em que não se verifique uma representatividade de 33,3% em relação a um dos sexos e que constam indicados em lista específica publicada pelo IEFP, IP.

Estas majorações são cumuláveis entre si, até ao limite de quatro. Nos casos em que ocorra suspensão do contrato de trabalho apoiado, cuja ausência se verifique por período superior a um mês, a entidade empregadora tem direito ao apoio financeiro calculado de forma proporcional ao trabalho prestado e remunerado sempre que no 36º mês, após a data de início do contrato sem termo não se veri-

quem 24 meses completos de prestação de trabalho pelo trabalhador apoiado (Trata-se, por exemplo, de situação de crise empresarial, situações de doença ou em caso de gozo de licença parental).

Requisitos da entidade empregadora: Podem candidatar-se à medida:

I - As entidades empregadoras (pessoas singulares ou coletivas de natureza jurídica privada, com ou sem fins lucrativos), que preencham os seguintes requisitos:

- Estar regularmente constituída e registada;
- Preencher os requisitos legais exigidos para o exercício da atividade ou apresentar comprovativo de ter iniciado o processo aplicável;
- Ter a situação tributária e contributiva regularizada perante, respetivamente, a administração fiscal e a segurança social;
- Não se encontrar em situação de incumprimento quanto a apoios financeiros concedidos pelo IEFP, IP;
- Dispor de contabilidade organizada de acordo com o previsto na lei;
- Ter a situação regularizada em matéria de restituições no âmbito dos financiamentos dos Fundos Europeus;
- Não ter pagamentos de salários em atraso (com exceção das empresas que iniciaram processo especial de revitalização previsto no Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas ou processo no Sistema de Recuperação de Empresas por via Extrajudicial);
- Não ter sido condenada em processo-crime ou contraordenacional, grave ou muito grave, por violação de legislação de trabalho, nos últimos dois anos, salvo se da sanção aplicada no âmbito desse processo resultar prazo superior, caso em que se aplica este último.



II - As empresas que iniciaram processo especial de revitalização, previsto no Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas (CIRE), processo de recuperação ao abrigo do Regime Extrajudicial de Recuperação de Empresas (RERE), ou processo no Sistema de Recuperação de Empresas por Via Extrajudicial, em curso antes da entrada em vigor do RERE, podem candidatar-se à medida, devendo para o efeito fazer prova dessa situação, nos termos previstos na legislação.

Destinatários: Pessoas inscritas como desempregados no IIEFP, IP, há pelo menos 3 meses consecutivos, dispensando-se este prazo mínimo de inscrição quando se trate:

- Jovem com idade igual ou inferior a 35 anos, com exceção dos que possuem qualificação de nível 6 ou superior do Quadro Nacional de Qualificações);
- Beneficiário de prestação de desemprego ou rendimento social de inserção;
- Pessoa com deficiência ou incapacidade;
- Pessoa que integre família monoparental;
- Pessoa cujo cônjuge ou pessoa com quem viva em união de facto se encontre igualmente em situação de desemprego, inscrito no IIEFP, I. P.;
- Pessoa a quem tenha sido aplicada medida de promoção e proteção de acolhimento residencial;
- Vítima de violência doméstica;
- Cidadão nacional de país terceiro, desde que possua título que permita a sua residência ou permanência em Portugal e que o habilite a inscrever-se como candidato a emprego;
- Ex-recluso ou aquele que cumpra ou tenha cumprido penas ou medidas judiciais não privativas de liberdade em

condições de se inserir na vida ativa;

- Toxicodependente ou alcoólico em processo de recuperação;
- Refugiado ou beneficiário de proteção temporária;
- Pessoa desempregada nos últimos 12 meses consecutivos que precedem a data do registo da oferta de emprego e que não tenha registos na segurança social ou noutro regime de proteção social obrigatório, como trabalhador por conta de outrem nem como trabalhador independente;
- Pessoa que tenha prestado serviço efetivo em regime de contrato, regime de contrato especial ou regime de voluntariado nas Forças Armadas e que se encontre nas condições previstas no n.º 2 do artigo 22.º do Decreto-Lei n.º 76/2018, de 11 de outubro;
- Pessoa em situação de sem-abrigo ou em processo de inserção social em resposta definida para o efeito;
- Pessoa a quem tenha sido reconhecido o estatuto do cuidador informal e que tenha prestado cuidados enquanto cuidador informal principal;
- Pessoa que tenha concluído há menos de 12 meses estágio financiado pelo IIEFP,
- Pessoa que seja beneficiária da medida Emprego Interior Mais;
- Pessoa com idade igual ou superior a 45 anos.

É equiparada a desempregado a pessoa inscrita no IIEFP,IP, na qualidade de trabalhador com contrato de trabalho suspenso, com fundamento no não pagamento pontual da retribuição.

O tempo de inscrição não é prejudicado pela frequência de estágio profissional, formação profissional ou outra medida ativa de emprego, com exceção das medidas de



apoio direto à contratação e das que visem a criação do próprio emprego.

Requisitos de concessão do apoio financeiro:

- A publicitação e registo de oferta de emprego, no portal iefponline.iefp.pt/, sinalizada com a intenção de candidatura à medida;
- A celebração de contrato de trabalho sem termo, a tempo completo com desempregado inscrito no IEFP;

Não são elegíveis os contratos de trabalho celebrados:

A) Entre entidade empregadora ou entidade pertencente ao mesmo grupo empresarial e desempregado que a esta esteve vinculado por contrato de trabalho nos 12 meses anteriores à data da registo da oferta, exceto quando o contrato de trabalho tenha sido celebrado ao abrigo do regime para jovens em férias escolares;

B) Com desempregado que seja socio da entidade empregadora;

C) Entre cônjuges ou pessoas em união de facto, bem como com cônjuge de membro de órgão estatutário ou de sócio da entidade;

- Não ter procedido a despedimento coletivo, despedimento por extinção do posto de trabalho, despedimento por inadaptação, previstos no Código do Trabalho, nos três meses anteriores à data de submissão da candidatura;
- A criação líquida de emprego e a manutenção do nível de emprego atingido por via do apoio.

Considera-se existir criação líquida de emprego, quando a entidade empregadora, no mês do registo da oferta de emprego e por via do apoio financeiro, apresentar um número total de trabalhadores superior à média de trabalhadores dos 12 meses anteriores a esse mês.

A concessão do apoio financeiro obriga a manter o contrato de trabalho apoiado e o nível de emprego alcançado durante, pelo menos, 24 meses a contar do primeiro mês

de vigência do contrato apoiado em cada candidatura.

Considera-se existir manutenção do nível de emprego quando a entidade empregadora tiver ao seu serviço, no período de 24 meses, um número de trabalhadores igual ou superior ao número de trabalhadores registados no mês do registo da oferta, incluindo os trabalhadores apoiados em todas as candidaturas das ofertas do mesmo mês.

- A provisão de formação profissional durante o período de duração do apoio, em contexto de trabalho ajustada às competências necessárias ao desempenho das funções exercidas no posto de trabalho, pelo período mínimo de três meses, mediante acompanhamento de um tutor designado pela entidade empregadora ou formação ajustada às competências necessárias ao desempenho das funções exercidas no posto de trabalho, em entidade formadora certificada, com uma carga horária mínima de 40 horas, ou conforme o Contrato Coletivo de Trabalho aplicável, realizada, sempre que possível, durante o período normal de trabalho, tendo o trabalhador direito a uma redução equivalente no período de trabalho quando realizada total ou parcialmente fora do período normal de trabalho.

- A observância do previsto em termos de retribuição mínima mensal garantida e quando aplicável, do respetivo instrumento de regulamentação coletiva de trabalho, nomeadamente na determinação da remuneração oferecida no contrato de trabalho.

Procedimento de candidatura:

- Os períodos de abertura e encerramento de candidaturas são definidos por deliberação do conselho diretivo do IEFP e divulgados nos portais www.iefp.pt e iefponline.iefp.pt/



Paulo Figueiredo
CCO, Executive Board Member, Cofidis Portugal

Financiamento automóvel:

Fatores distintivos e sustentabilidade empresarial

O setor automóvel tem vindo a enfrentar transformações profundas, impulsionadas por novos modelos de consumo, exigências tecnológicas e a necessidade de sustentabilidade. Neste cenário dinâmico, o financiamento automóvel destaca-se como um pilar essencial para assegurar a estabilidade e o crescimento das empresas, ajudando-as a responder aos desafios de hoje e a preparar-se para os de amanhã.

Na Cofidis, entendemos que o financiamento é mais do que uma solução transaccional - é um instrumento de confiança e parceria. Com quase 30 anos de experiência em Portugal, desenvolvemos uma abordagem centrada em compreender as especificidades de cada negócio, criando soluções que apoiem o crescimento sustentável dos nossos parceiros. Este compromisso reflete-se na relação próxima que estabelecemos com os nossos clientes e parceiros, adaptando os nossos serviços às suas necessidades reais.

A rapidez de resposta e a personalização dos serviços continuam a ser fatores diferenciadores no mercado de financiamento automóvel. No entanto, acredito que o verdadeiro motor de sucesso está na força das relações comerciais. A confiança, construída ao longo do tempo, permite criar um ecossistema em que todos prosperam - desde os concessionários e distribuidores até aos clientes finais.

Paralelamente, a sustentabilidade das empresas surge como um fator determinante para a resiliência do

setor. Esta sustentabilidade não se limita às dimensões financeiras ou ambientais; é também uma questão de assegurar que as empresas têm os recursos, o conhecimento e o apoio necessários para inovar e competir num mercado em constante mudança. O papel das instituições financeiras, como a Cofidis, é fundamental para garantir que os seus parceiros possam adaptar-se aos novos desafios e identificar oportunidades de crescimento.

Foi esta visão de proximidade e compromisso que me levou a integrar recentemente a Cofidis como Diretor Comercial. Reconheço na empresa uma capacidade ímpar de criar relações de valor e de apoiar o crescimento dos seus parceiros através de soluções financeiras flexíveis e inovadoras. Este espírito de parceria é também reforçado pela nova colaboração com Catarina Furtado, que se junta à Cofidis para promover uma mensagem de confiança e proximidade. Mais do que o rosto da campanha “De pessoas para pessoas”, a Catarina reflete os valores fundamentais da Cofidis e o compromisso de apoiar os seus parceiros e clientes em diferentes dimensões, desde a educação financeira ao impacto social.

No financiamento automóvel, o futuro pertence àqueles que conseguem combinar inovação, rapidez e sustentabilidade. É com base nestes princípios que a Cofidis continuará a trabalhar para ser o parceiro que potencia o crescimento dos seus parceiros, garantindo estabilidade e criando relações de valor que perdurem no tempo.

Consumo e exportações alavancam subida

A economia nacional deverá crescer, no presente ano de 2024, 1,6% do PIB, de acordo com dados do Banco de Portugal (BdP). Este crescimento está assente, fundamentalmente, no consumo privado e nas exportações de serviços (essencialmente, o turismo).

Gabinete de Estudos Económicos

A economia nacional deverá crescer, no presente ano de 2024, 1,6% do PIB, de acordo com dados do Banco de Portugal (BdP). Este crescimento está assente, fundamentalmente, no consumo privado e nas exportações de serviços (essencialmente, o turismo). O BdP reviu em baixa, no boletim de outubro, o crescimento para o presente ano, em particular, no que se refere aos valores de investimento e das exportações.

A evolução recente da atividade económica foi mais fraca do que o esperado, projetando-se uma aceleração para o final do ano. O BdP projeta taxas de variação do PIB de 2,1% e 2,2%, para os anos de 2025 e 2026, respetivamente. As composições destes valores, segundo o BdP, mantêm os contributos atrás referidos, ao que acresce a projeção de um aumento significativo do contributo do investimento e um aumento ligeiro do contributo das exportações de bens.

Os valores macroeconómicos referidos, para o presente ano e seguintes, refletem a manutenção da convergência da economia nacional para níveis de rendimento europeus, com uma evolução da inflação idêntica à evolução da inflação da zona Euro. Nos últimos anos, a taxa de inflação tem seguido o “caminho” objetivado pelo Banco Central Europeu (BCE), de se atingir o valor de 2%. No presente ano, a taxa de

“*A evolução recente da atividade económica foi mais fraca do que o esperado, projetando-se uma aceleração para o final do ano*”

inflação deverá rondar os 2,6% (metade do valor do ano anterior), com a expectativa de se atingir os 2% durante o próximo ano.

Assim, à data atual, o BdP projeta condições de crescimento sustentado da economia nacional para os próximos anos. Contudo, as notícias europeias atuais, nomeadamente no setor automóvel, deixam no ar alguma preocupação relativamente ao sector, a que Portugal não estará alheio, apesar de ser um (muito) pequeno fabricante de automóveis. As notícias sobre



a economia francesa também não são favoráveis, dando conta de uma grande instabilidade económica e social, com aumento significativo do desemprego, no curto prazo, a queda do investimento das famílias e das empresas, a que se junta uma crise do imobiliário. O resultado das recentes eleições nos Estados Unidos da América, deverá trazer ao setor automóvel, segundo vários analistas, um aumento da concorrência e, possivelmente, medidas protecionistas para a economia, que poderão dificultar o comércio automóvel com a Europa.

Sector automóvel nacional

As vendas de veículos novos em Portugal, no presen-

te ano, aumentaram 5% face ao período de janeiro a outubro, face ao período homólogo do ano anterior, tendo sido ultrapassada a barreira das 200 000 unidades no ano, no mês de outubro. As vendas, face a 2023, têm-se caracterizado pela consolidação dos veículos 100% elétricos (com uma taxa de crescimento 3vezes superior à taxa de crescimento das vendas do restante mercado), pelo declínio dos propulsores térmicos (menos 13,4 pp) e um crescimento de 30% das vendas, conjuntas, das unidades do tipo Plug-in e Híbridos.

As vendas mantêm-se centradas nas empresas, em particular nos grandes operadores, como sejam gestoras de frotas e rent-a-car. Os particulares detêm



uma quota reduzida das vendas, devido, sobretudo, aos elevados preços dos carros novos juntamente com alguma perda de poder de compra registada nos últimos anos.

As importações de veículos usados deverão estabilizar “em alta” no presente ano. Ou seja, após ter-se atingido picos de importações de carros usados nos anos de 2023 e 2022, com mais de 110 000 unidades por ano, este canal tem-se consolidado como uma alternativa válida no setor, tendo em conta, principalmente, o fator “preço” (elevado, entenda-se) dos carros nacionais. Assim, as importações de carros (com uma média de idade entre 7 e 8 anos) continuam a valer cerca de metade das vendas de veículos novos, percebendo-se, assim, porque o parque automóvel nacional continua a envelhecer de ano para ano.

Neste cenário, o setor reparador mantém-se em crescendo, quer em faturação, quer em número de estabelecimentos. O parque circulante tem aumentado, mais particulares têm investido na manutenção do seu carro, pelo que o futuro da reparação passa, necessariamente, pela otimização e digitalização do negócio, pela capacitação dos RH e pelo aumento da competitividade em geral. **A**

EFFICIENTIA

O projeto EFFICIENTIA, promovido pela ANECRA através do programa PPEC(*) e com o apoio da ERSE, é dirigido às empresas do comércio e da reparação automóvel e visa a sensibilização para a eficiência no consumo da energia nos estabelecimentos.

Atualmente, o EFFICIENTIA está na fase de elaboração dos relatórios individuais das empresas aderentes e na elaboração de um Manual de Eficiência Energética para o sector automóvel. Em breve divulgaremos os primeiros resultados ao público em geral, dando a conhecer, nomeadamente, as principais conclusões e as medidas mais apropriadas para os estabelecimentos automóvel.

Entretanto, pode acompanhar o projeto no site “anecraefficientia.pt” e nas redes sociais Instagram, Facebook e LinkedIn.

(*)PPEC - uma Medida financiada no âmbito do Plano de Promoção da Eficiência no Consumo de Energia, aprovado pela ERSE - Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos

FORMAÇÃO ANECRA

FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO



FORMAÇÃO COMPORTAMENTAL ANECRA

FORMAÇÃO TÉCNICA DE CURTA DURAÇÃO

Gestão ambiental nas empresas do pós-venda
8 horas de duração
em horário laboral
On-line
3 de dezembro

Workshop BCFT
1,5 horas de duração
em horário laboral
On-line
3 de dezembro

Marketing digital: Google e publicidade
4 horas de duração
em horário laboral
On-line
9 de janeiro

Reparação de elementos de revestimento em alumínio
8 horas de duração
em horário pós-laboral
On-line
e 10 de dezembro



Inteligência artificial: Fundamentos e ferramentas de IA
8 horas de duração
em horário laboral
On-line
3 de dezembro

Prevenção face ao branqueamento de capitais
4 horas de duração
em horário laboral
On-line
20 de janeiro

Inteligência artificial na prática para os negócios
8 horas de duração
em horário laboral
On-line
22 de janeiro

Leitura e interpretação de esquemas elétricos
20 horas de duração
em horário pós-laboral
Leiria
9 a 13 de dezembro



Ao longo do ano a ANECRA desenvolve várias Acções de Formação, adaptadas às necessidades de cada área do Sector e temos, inclusive, a capacidade de desenvolver ações específicas para cada empresa e as suas necessidades próprias de formação! Se não encontrar aqui a temática que procura, consulte-nos através do email: patricia.paz@anecra.pt e organizaremos em conjunto a Formação à Medida para a sua empresa!

www.anecra.pt | 21 392 90 30



Henrique Henriques
Credibom, Director Comercial

Um olhar sobre rodas

O setor automóvel está a passar por uma transformação histórica, incentivada em grande parte pela evolução das preferências dos consumidores, pela pressão regulamentar e pelos rápidos avanços tecnológicos, com o maior foco na transição energética e na sustentabilidade, refletindo uma mudança mais ampla à medida que os clientes se tornam mais conscientes do ponto de vista ambiental. Neste ponto não podemos ser insensíveis à pela chegada de novas marcas ao mercado europeu, onde um dos maiores impulsionadores desta mudança é a China, cuja aposta nos modelos elétricos e híbridos Plug-in tem sido muito bem recebida pelos consumidores europeus.

Verificou-se no último ano, que as exportações de automóveis chineses para a Europa cresceram 60%, um valor impressionante que deverá ser ainda mais expressivo até ao final de 2024. Este é o resultado de um forte investimento dos fabricantes chineses no desenvolvimento de tecnologias inovadoras para o setor automóvel e que é sustentado, em grande parte, pela estrutura industrial do país. É através da sua capacidade para produzir em larga escala que a China consegue lançar modelos altamente tecnológicos a preços competitivos.

Para a Europa, e apesar do aumento da oferta de produtos “verdes” por parte dos construtores europeus, este novo cenário externo representa uma oportunidade única. Não devendo ser encarada como uma ameaça, a pressão externa exercida pela concorrência chinesa deve ser um incentivo para os fabricantes europeus investirem cada vez mais e melhor, na inovação dos seus veículos, devendo adequar o produto à necessidade do consumidor, procurando alinhar aquilo que o mercado necessita às suas estratégias de produção, tanto ao nível de qualidade como a competitividade de preço, não

devendo a eletrificação ser um nicho para apenas uma parte dos consumidores com maior poder de compra, reivindicando assim a posição das marcas europeias entre as preferências dos consumidores.

Para que a indústria europeia consiga responder a este desafio de forma eficaz, é essencial contar com o apoio de soluções de crédito acessíveis e políticas governamentais eficazes. As instituições bancárias, conscientes da importância que têm em facilitar e flexibilizar o acesso a veículos elétricos e híbridos, cada vez mais devem oferecer produtos de crédito personalizados para a aquisição de veículos híbridos e elétricos, tornando mais fácil e atrativo a sua aquisição.

Além disso, os incentivos estatais e europeus - tanto os que já estão em vigor como os que estão previstos para os próximos anos - são fundamentais para reduzir ainda mais os custos de aquisição destes veículos. Ao combinar o apoio dos bancos com políticas públicas eficazes, a Europa poderá mitigar os efeitos da concorrência externa e assegurar que os consumidores europeus têm acesso a soluções tecnológicas acessíveis e sustentáveis, o que encorujará mais consumidores a considerar as opções elétricas e a reforçar a transição energética, mitigando também o impacto negativo que o aumento da idade média do parque circulante tem tido, nomeadamente no mercado português.

Com o empenho conjunto de fabricantes, instituições financeiras e governos, a Europa pode não só enfrentar esta nova realidade, mas liderar uma mobilidade mais moderna e ecológica. A concorrência deve ser vista como uma oportunidade para nos reinventarmos e reforçarmos a nossa posição global, criando um setor automóvel mais dinâmico e preparado para o futuro.



DOSSIER
**comércio
de automóveis
usados**

FG Automóveis

O ideal de um stand

Standvirtual Elétricos usados aumentam vendas
Indicata Mercado de novos cresce face a 2023

FG Automóveis

O ideal de um stand

À ANECRA Revista, Fernando Gaspar, fundador da FG Automóveis, contou-nos tudo sobre um stand que é, na verdade, a concretização de um sonho muito antigo.

Por: Mónica Silva Fonte: FG Automóveis



A FG Automóveis foi oficialmente fundada no final de 2017, embora, segundo Fernando Gaspar, fundador, “o ideal de stand esteve sempre presente na minha vida desde que me conheço.” Desde o início, o objetivo era criar um stand que se destacasse no mercado, com um foco claro na inovação e na transparência. Fernando explica que a evolução da marca foi construída sobre esses pilares e que “hoje considero ter conseguido isso”. Contudo, ressalta que “teve que haver muito esforço e dedicação para conseguir estes objetivos”, especialmente considerando os desafios impostos pela pandemia, durante a qual foi necessário reinventar-se.

Um dos grandes fatores de diferenciação da FG Automóveis é a abordagem inovadora de venda de automóveis 100% online. O fundador orgulha-se de ter sido “um dos pioneiros no mercado de usados com venda totalmente online,” destacando que o sucesso dessa estratégia deve-se em grande parte a um site inovador desenvolvido pela empresa. Além da venda de automóveis, a FG Automóveis oferece, também, serviços como a renovação de automóveis com o “Serviço Chave na Mão” e a venda de produtos de cuidado e limpeza automóvel.

No que diz respeito ao relacionamento com os clientes, o fundador enfatiza a importância da proximida-



de e da transparência, explicando que se trata de “uma relação de proximidade, grande empatia, honestidade e transparência total para com o cliente.” Fernando vai ainda mais além e refere que os clientes não são apenas consumidores, mas sim “embaixadores da marca”, o que, segundo o próprio, “já diz muito da relação que estabelecemos.”

Sobre as novidades da marca para o ano, comenta que, “uma vez que o próprio mercado é inconstante, a nossa adaptação tem que ser constante e atenta.” Fernando considera que a FG Automóveis está sempre

pronta para apresentar novidades de acordo com as exigências dos clientes, mas prefere manter em segredo os detalhes específicos das próximas estratégias. Relativamente ao futuro dos carros elétricos, o fundador da FG Automóveis é claro na sua posição: “Não manifesto interesse nesta área.” Para além disso, também expressou preocupações sobre o futuro do mercado automóvel em Portugal, prevendo “um futuro dominado pelos grandes grupos”, o que, na sua opinião, pode ameaçar a sobrevivência de pequenos negócios como o seu. Observa ainda que “a nova geração olha para os automóveis como bens utilitários e não para uma compra de vida,” o que pode mudar a dinâmica do mercado.

Apesar do seu envolvimento com automóveis, Fernando Gaspar admite que não tem um carro de sonho específico, referindo-se ao ditado “em casa de ferreiro, espeto de pau.” No entanto, aponta o BMW Isetta 300 como um veículo que lhe chama a atenção. Curiosamente, o carro que mais gostou de conduzir foi o Fiat 500 Nuova de 1959, referindo que é “um apaixonado por micro automóveis clássicos”.⁴

Vantagens de ser associado da ANECRA

O acesso a informação de legislação sobre o setor, sobretudo, mas também sinto que estar associado a uma entidade como a ANECRA fortalece a minha marca FG Automóveis.

Elétricos usados aumentam vendas

Analizando o mercado de veículos elétricos usados, verifica-se no primeiro semestre deste ano um aumento de vendas de cerca de +60%, em relação ao período homólogo de 2023.

Por: Standvirtual

Face aos primeiros seis meses de 2019, os valores são ainda mais relevantes, com um crescimento de +807%. Os dados são do estudo semestral do Standvirtual, portal líder em carros, que divulga a análise dos primeiros seis meses do ano.

O primeiro semestre do ano apresenta sinais que o mercado está a recuperar no que diz respeito à procura ser superior à oferta. Com preços mais competitivos e com maior disponibilidade de novos modelos os consumidores mostram cada vez mais interesse no segmento dos automóveis totalmente elétricos. Neste período foram vendidos cerca de 15 mil carros elétricos usados, o que ronda os 75% das vendas de veículos novos, que consistiram em cerca de 20 mil unidades. No decorrer do primeiro semestre, foram realizadas 14 903 transferências de propriedade de ligeiros de passageiros elétricos, sendo que 4242 foram carros importados (33%). De realçar, que no mesmo período em 2019 foram efetuadas apenas 1642 transferências de propriedade. Já no que toca à importação dos veículos elétricos é possível observar um crescimento gradual de, aproximadamente, +64% em comparação com o primeiro semestre de 2023.

O preço médio praticado pelos vendedores profissio-

nais, que vinha a subir progressivamente, apresenta desde fevereiro de 2023 um decréscimo significativo, fixando-se em cerca de 35 800€ no mês de junho deste ano. Esta evolução representa assim, uma diminuição de cerca de -10% do preço dos veículos elétricos usados face a junho de 2023, quando o valor médio se fixava em cerca de 39 700€.

«Atualmente, a preferência por carros elétricos, quer sejam usados ou novos, está a crescer junto dos consumidores, o que resulta nos usados ganharem mais relevância no mercado de veículos puramente elétricos. Apesar de os novos gozarem de maior popularidade, no que diz respeito a carros totalmente elétricos, o crescimento acumulado dos usados foi muito superior. No fundo, porque só agora começa a chegar uma oferta significativa aos usados, mas também porque o mercado está a regressar à normalidade. A procura por modelos mais competitivos pode ter feito ajustar os preços de venda, bem como a aceleração nas vendas e no tempo médio esperado de venda para este tipo de veículos», refere Nuno Castel-Branco, diretor-geral do Standvirtual.

Quanto à desvalorização dos veículos elétricos, a evolução é semelhante à dos carros a gasóleo nos pri-



A Tesla continua a liderar a procura entre os veículos usados totalmente elétricos

meios quatro anos. No entanto, desde o quinto ano observa-se uma discrepância, com um valor residual que, neste momento, já é de apenas 50% do seu preço. É importante destacar que os automóveis elétricos com até um ano, iniciaram uma descida de preço e estão agora, sensivelmente, ao mesmo preço que os elétricos de um a dois anos.

O mercado de novos elétricos também revela um aumento de cerca de +13% nos primeiros seis meses de

2024, comparativamente ao mesmo intervalo de tempo de 2023. Esta tendência de crescimento é ainda mais aparente, face a janeiro e junho de 2019, com um aumento de quase 400%.

De acordo com os dados da ACAP, relativamente à quota de mercado, os veículos elétricos novos já representam 16% da totalidade de vendas do primeiro semestre, ficando somente atrás dos automóveis a gasolina (39%).^A

Dados de setembro de 2024

Queda de preços afeta BEVs e PHEVs/HEVs

Por: Mónica Silva Fonte: Indicata

Em setembro, o diesel aumentou ligeiramente a sua quota para 46,89%, enquanto a gasolina caiu para 32,86%, refletindo uma oferta limitada. Apesar disso, a procura por gasolina permanece forte, e os preços médios continuam a descer, com destaque para a rápida depreciação dos BEVs e PHEVs/HEVs.

De acordo com o Observatório Indicata, o mercado online de veículos usados B2C de setembro viu o diesel interromper o seu declínio constante, aumentando a sua quota de mercado marginalmente para 46,89% em setembro, um aumento de 0,9% em relação ao mês anterior. Em contrapartida, a quota de mercado da gasolina desceu para 32,86%, mas é pouco provável que isto seja mais do que um episódio mensal.

Uma das causas desta diminuição da quota da gasolina é a restrição da oferta dos veículos adequados. No início de outubro, a gasolina representava 30,1% do stock disponível, abaixo da sua quota de vendas. No entanto, o Market Days' Supply da gasolina, que mede o stock disponível em relação à atual taxa de vendas, é de 76 dias, o que é muito melhor que o do segundo classificado, o gasóleo, com 87 dias. Isto mostra a rapidez com que os veículos a gasolina estão a ser vendidos e a sua elevada procura.

O gasóleo continua a dominar o mercado online B2C de veículos comerciais usados, ocupando 95,48% do mercado em setembro, mas a sua quota desce para 43,72% no mercado de veículos ligeiros de passageiros, apenas um pouco à frente da gasolina, com 34,92%.

À medida que se aproxima o final do ano, assiste-se a vendas táticas apoiadas pelos fabricantes a aumentar



O Jeep Renegade posiciona-se no topo da tabela das vendas mais rápidas

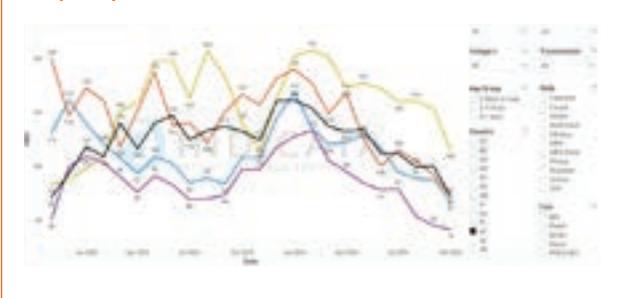
Quota de mercado de vendas por mês e tipo de combustível



Quota de mercado de stock por mês e grupo etário



MDS por tipo de combustível



Índice de preços de retalho (média ponderada) 100 = jan



em vários países, e Portugal está entre eles. A venda de veículos usados muito novos, com menos de um ano, aumentou 1,4% em setembro em relação ao mês anterior, o que representa um aumento de 4,11% em termos homólogos.

Os preços médios no início de outubro registaram uma descida de 0,41 pontos percentuais em relação ao mês anterior. Os preços médios são agora 11,5 pp mais baixos do que em janeiro de 2023, mas a tendência por motorização ao longo desse período tem sido bastante diversificada. Na maioria dos mercados, os preços médios dos BEVs usados caíram significativamente, atingindo 69,3 pontos desde o início de janeiro de 2023, com uma queda adicional de 1,0% apenas no último mês. Os PHEV/HEV também registaram uma taxa de depreciação de preços acelerada em comparação com a média do mercado, atingindo 82,6 pontos no início de outubro. Em contraste, a procura de veículos a gasolina tem mantido os seus preços fortes, caindo para apenas 91,9 pontos no índice este mês.

No que diz respeito às marcas mais vendidas, com menos de quatro anos, o Peugeot 2008, o Renault Clio e o Peugeot 208 mantêm-se no topo. Relativamente aos usados vendidos mais rapidamente, o destaque vai para o Jeep Renegade, Volkswagen Golf e Audi A3. **A**

Pedro Rosado
EVA Network CEO

Porque evitar ferramentas low-cost no balanceamento de células VE

A utilização de equipamentos com componentes eletrônicos e transformadores de alta qualidade é fundamental na reparação e balanceamento de células de baterias de veículos elétricos (VE) por diversas razões técnicas e de segurança:

1. Precisão no Diagnóstico e Balanceamento

Equipamentos de alta qualidade são desenhados para garantir precisão na leitura dos parâmetros das células, como voltagem, corrente e resistência interna. O balanceamento correto das células é crucial para maximizar a capacidade e vida útil da bateria, evitando desníveis que podem causar sobrecarga ou descarga profunda em células específicas, resultando em falhas ou mesmo riscos de incêndio. Equipamentos baratos, frequentemente de origem desconhecida e com especificações genéricas, podem falhar em proporcionar essa precisão, comprometendo a integridade da bateria.

2. Segurança e Estabilidade Elétrica

A reparação de baterias de VE envolve lidar com alta voltagem e correntes consideráveis. Transformadores de baixa qualidade podem ser ineficientes ou instáveis, causando picos de energia que podem danificar os componentes sensíveis da bateria ou criar condições perigosas. A falta de isolamento e proteção adequada nos equipamentos baratos aumenta o risco de choques elétricos e incêndios. Equipamentos de qualidade garantem que as operações sejam seguras e estáveis, protegendo tanto o técnico como o sistema elétrico do veículo.

3. Durabilidade e Fiabilidade

A confiabilidade de equipamentos de reparação é essencial para operações frequentes e duradouras. Componentes de alta qualidade garantem que os dispositivos funcionem corretamente sob condições de uso intensivo. Por outro lado, ferramentas baratas

podem falhar rapidamente, levando a reparações de má qualidade e a necessidade de substituições constantes, aumentando o custo total de propriedade. Nalguns casos estes equipamentos “económicos” danificam as baterias, pois apresentam valores errados de leitura induzindo o técnico em erro. A título de curiosidade, um Osciloscópio de Rhode & Swarz de 10.000€ custa no Ali-Ba-Ba um “equivalente” cerca de 400€...é quase como comparar um Rolls Royce e um carrinho de compras...ambos vão do ponto A ao Ponto B...

4. Conformidade com Normas e Certificações

Equipamentos de qualidade são geralmente certificados e cumprem as normas de segurança e desempenho, como as IEC (International Electrotechnical Commission) para dispositivos elétricos. Estas certificações garantem que o equipamento é seguro para uso com baterias de alta voltagem. Equipamentos sem essas certificações não são testados para níveis de desempenho crítico, aumentando o risco de falhas, nem usufruem dos algoritmos EOM.

5. Eficiência Energética e Proteção da Bateria

Transformadores e circuitos eletrônicos de qualidade são projetados para operar com alta eficiência, minimizando perdas de energia e aquecimento excessivo, que pode danificar as células da bateria. Equipamentos de baixa qualidade podem desperdiçar energia, causando um aumento de temperatura que afeta negativamente a performance e a longevidade da bateria.

Curiosamente existe um fator comum e fácil de relacionar com a qualidade dos equipamentos que é o peso...os transformadores que é onde começa tudo tem de ter dimensão e peso para garantirem alta capacidade de débito. Tudo o resto vem a seguir.

NEW

ANECRA
FORMAÇÃO

**FORMAÇÃO
ONLINE
4H**

**22
JAN
2025**

Inteligência Artificial

na Prática para os Negócios

Para mais informações contactar para o 213 929 030, email patricia.paz@anecra.pt.

Formação Gratuita

PRIMEIROS SOCORROS

Pós-Laboral

SAIBA MAIS



Venda em parcelas:
Os seus clientes dividem
e o seu negócio
multiplica.

Aceita?



Adira ao Parcela Já com UNICRE e ofereça aos seus clientes a possibilidade de pagarem até 6x. Agora também disponível como método de pagamento online.

VISA | REDUNIQ | Empowered
by UNICRE

REDUNIQ.PT

A modalidade de serviço Parcela Já com UNICRE está sujeita a comissão de factoring.
Para mais informações contacte a UNICRE – Instituição Financeira de Crédito, S.A., registada junto do Banco de Portugal com o n.º 698.