

# ANE CRA

revista

n.º 395 | Novembro 2025

Bimestral | €2,50



Encontro Nacional de Comércio  
de Automóveis Usados

**Coimbra  
debate futuro  
do sector**

36.ª Convenção Anual da ANECRA

**Rumo a um  
futuro mais  
inteligente**

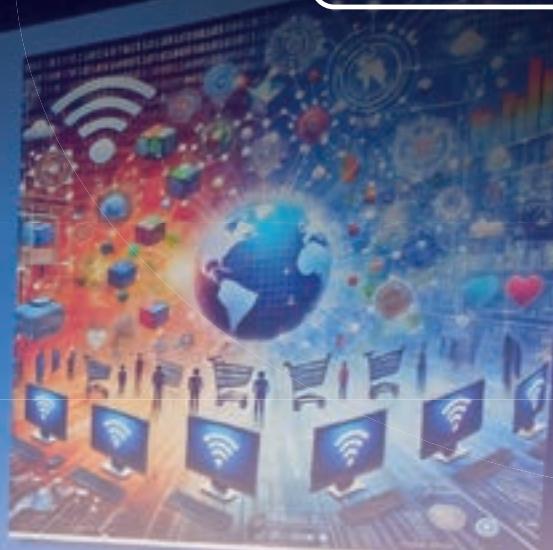


**5 DE FEVEREIRO  
2026**

CENTRO DE CONGRESSOS DO ESTORIL

**ALTA  
ROTACÃO**  
STANDVIRTUAL SUMMIT 2026

**STANDVIRTUAL**



**ALTA  
ROTRACÃO**  
INTERPOLAR SUMMIT 2018

**STANDVIRTUAL**



FAÇA A PRÉ-INSCRIÇÃO E GARANTA A SUA PRESENÇA  
**LUGARES LIMITADOS**

CONTACTE O SEU GESTOR  
DE CONTA STANDVIRTUAL.



**Joaquim Alves Pereira**  
Diretor

# ANECRA 115 Anos: Liderar o futuro do sector automóvel

Na 36.<sup>a</sup> Convenção ANECRA, celebramos não apenas os 115 anos da nossa Associação, mas também a sua capacidade de liderar a inovação e antecipar o futuro do sector automóvel. Ao longo da sua história, a ANECRA tem sido um agente de mudança promovendo, nomeadamente junto dos seus associados, uma aposta contínua na formação técnica, tecnológica e comportamental, seja cofinanciada ou à medida — pilares essenciais para uma transição digital eficaz. O foco em áreas como a informatização, a digitalização e, mais recentemente, a inteligência artificial, evidencia o compromisso da ANECRA em capacitar empresas e profissionais para enfrentar os desafios de um mercado em constante transformação. Através de programas de formação inovadores, a Associação dota os seus associados de ferramentas digitais que aumentam a produtividade, promovem diagnósticos inteligentes, simplificam a gestão e agilizam a tomada de decisões. Esta aposta estruturada na formação abrange não apenas competências técnicas, mas também comportamentais e transversais, indispensáveis para a modernização das empresas. A liderança da ANECRA neste desafio da transformação digital traduz-se em visão estratégica e numa preocupação constante em preparar e habilitar as

empresas associadas, para os desafios atuais e para as oportunidades futuras. Investir em áreas como a inteligência artificial, a digitalização de processos e a informatização da gestão, como destacámos anteriormente, não é apenas uma resposta às exigências do mercado; é um compromisso com a sustentabilidade e o progresso. A 36<sup>a</sup> Convenção ANECRA representa o exemplo prático desse compromisso. Sob o tema "Sector Automóvel - Rumo a um futuro mais inteligente", a Convenção reúne os principais intervenientes do sector para discutir temas relevantes como mobilidade sustentável, digitalização, financiamento estratégico, sociedade 4.0 e o papel central da inteligência artificial. Este evento destaca-se como o maior e mais importante encontro anual do sector automóvel em Portugal, reforçando a imagem da ANECRA como referência nacional na inovação, conhecimento e liderança do Sector. A todos os que vão estar connosco na 36.<sup>a</sup> Convenção ANECRA, desejamos que aproveitem ao máximo cada momento — que saiam daqui com novas ideias, boas conversas e que no fim do dia, regressem a casa com uma motivação extra para enfrentar os desafios do dia a dia. Vai ser um grande encontro. Boa Convenção!

- 6 MENSAGEM DO PRESIDENTE**  
Rumo a um futuro mais inteligente
- 8 36.<sup>a</sup> CONVENÇÃO ANUAL DA ANECRA**  
Rumo a um futuro mais inteligente
- 14 ENCONTRO NACIONAL DE USADOS**  
Coimbra debate futuro do sector
- 18 OPINIÃO DE ROBERTO GASPAR**  
Quando os políticos olham a árvore e ignoram a floresta
- 20 OPINIÃO STANDVIRTUAL**  
Mil e uma marcas e uma só mensagem
- 22 ENTREVISTA ABSORTEX**  
panos que transformam as oficinas
- 26 MOBILIDADE**  
Quatro rodas
- 30 ENTREVISTA MONTEPIO CRÉDITO**  
O crédito na era da mobilidade verde
- 32 MOBILIDADE**  
Duas rodas
- 38 JURÍDICO**  
Incentivo ao regresso ao trabalho
- 42 ECONÓMICO**  
Entre a incerteza global e a transição verde
- 46 CONDUTOR ONLINE**  
A inovação portuguesa que liga condutores em segundos
- 49 DOSSIER DE USADOS**
- 50 UNICAR**  
uma história de três gerações
- 52 LES MAÎTRES CARROSSIÈRES**  
Da Suíça à Lourinhã, os mestres da chaparia
- 54 DADOS**  
Standvirtual
- 56 DADOS**  
Indicata



Há mais de 40 anos a  
apoiar o setor automóvel

Atividade  
Média Anual



**410**

Ações de Formação



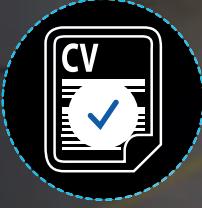
**5239**

Formandos



**31 747**

Horas de Formação



**92%**

Taxa de Emprego



[cepra.pt](http://cepra.pt)



ANECRA

ARAN  
ASSOCIAÇÃO  
NACIONAL  
DA  
AUTOMÓVEL



PORTUGAL  
2030



Cofinanciado pela  
União Europeia



**Alexandre Manuel Ferreira**  
Presidente da Direcção da ANECRA

## Setor automóvel

# Rumo a um futuro mais inteligente

A 36.ª Convenção Anual da ANECRA, marcada para o dia 28 de novembro, promete ser um marco decisivo na reflexão e projeção do futuro do sector automóvel em Portugal. Sob o lema “Sector Automóvel - Rumo a um Futuro mais Inteligente”, este encontro anual reúne os principais protagonistas da indústria para debater os desafios, oportunidades e transformações que moldam o presente e o amanhã do sector.

Num contexto de profunda transição tecnológica, ambiental e social, a convenção propõe uma abordagem multidisciplinar e estratégica, com painéis dedicados a temas cruciais como:

- Após-Venda: Desafios Imediatos da Atividade, onde se analisam as exigências crescentes dos consumidores e a adaptação dos serviços às novas tecnologias.
  - Mobilidade Sustentável e Inteligente, com foco na eletrificação, conectividade e soluções de transporte mais eficientes e ecológicas.
  - Financiamento Automóvel, considerado um pilar estratégico para a sustentabilidade das empresas, especialmente num mercado em constante evolução.
  - Sociedade 4.0: Do Analógico ao Algoritmo, que explora a digitalização, inteligência artificial e automação como motores de inovação.
  - Comércio de Automóveis Usados, com destaque para as tendências emergentes, novas plataformas digitais e exigências regulatórias.
  - Sustentabilidade da Indústria Automóvel, abordando os compromissos ambientais, a economia circular e a responsabilidade social empresarial.
- Este evento não é apenas uma plataforma de debate, mas também um espaço de reconhecimento e valorização, com

“ *Num contexto de profunda transição tecnológica, ambiental e social, a convenção propõe uma abordagem multidisciplinar e estratégica* ”

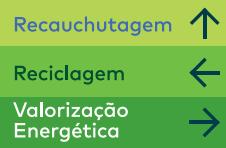
a entrega dos Prémios Excelência ANECRA, que distinguem as empresas e profissionais que se destacam pela inovação, qualidade e compromisso com o setor.

A ANECRA reafirma, com esta Convenção, o seu papel como catalisador de conhecimento, inovação e cooperação entre os diversos agentes do sector automóvel. Mais do que nunca, é tempo de pensar estrategicamente, agir com inteligência e preparar o caminho para um futuro mais sustentável, digital e centrado nas pessoas.



# valorpneu

Porque existe Amanhã



**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](http://www.valorpneu.pt)

### 36.ª Convenção Anual da ANECLA

# Rumo a um futuro mais inteligente

*No dia 28 de novembro, o Centro de Congressos de Lisboa é palco de um dos maiores eventos do setor automóvel: 36.ª Convenção Anual da ANECLA.*



O maior evento anual do setor automóvel em Portugal está de volta. Este ano, sob o tema “Sector Automóvel – Rumo a um Futuro mais Inteligente”, promete continuar a ser a plataforma ideal para debater os caminhos da mobilidade: sustentabilidade, digitalização, financiamento, pós-venda e muito mais.

A convenção contará com painéis de debate sobre financiamento automóvel, inovação tecnológica, mobilidade

elétrica, pós-venda e comércio de viaturas usadas, reunindo representantes de retalho, gestoras de frota, financeiras, seguradoras e operadores independentes.

Entre os temas em destaque estarão a adaptação às novas tecnologias, a sustentabilidade na mobilidade e as estratégias para aumentar a confiança dos consumidores.

A jornalista Ana Sofia Cardoso volta a apresentar o evento, que contará com figuras de peso do setor nos dife-

# Sector Automóvel

# Rumo a um Futuro mais Inteligente

28 Novembro 2025 | CCL Lisboa

## 36<sup>a</sup> CONVENÇÃO ANECRA

### 08H30 - RECEPÇÃO DOS PARTICIPANTES E ENTREGA DE DOCUMENTAÇÃO

Licínio Santos - MONTEPIO CRÉDITO, CEO  
Henrique Henriques - CREDIBOM, Director Comercial

### 09H30 - SESSÃO DE ABERTURA

Boas vindas do Presidente da Direcção ANECRA, Alexandre Ferreira

12h40 - SOCIEDADE 4.0: DO ANALÓGICO AO ALGORITMO  
Orador: Fernando Matos - CLOSER, CEO - President at Data Science Portuguese Association

### 09H35 SECTOR AUTOMÓVEL - RUMO A UM FUTURO MAIS INTELIGENTE

Orador: Roberto Gaspar - ANECRA, Secretário-Geral

13H00 - Almoço

### 09H45 - APÓS VENDA - OS DESAFIOS IMEDIATOS DA ACTIVIDADE

Orador: Raúl González Martin, SOMOS MOVILIDAD, CEO & Founder

14h30 - COMÉRCIO DE AUTOMÓVEIS USADOS: DESAFIOS, TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES

Moderador: Roberto Gaspar - ANECRA, Secretário Geral

Orador: Daniel Rocha - OLX, Head of Marketing and Business Intelligence

Participantes: Nuno Wheelhouse Reis - REDEINNOV, Administrador

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

Tiago Rocha - ROCHAUTO, Gerente

Participantes: Américo Barroso - SÓ BARROSO,

Tiago Firmino Ribeiro - SOLERA PORTUGAL, Managing Director

Administrador

Pedro Sobral - AYVENS, Service & Operations Director

Nuno Grosa - BENECAR, Administrador

Gonçalves Pereira - EUROMASTER, Director de Rede

Cátia Serrano - EQUAÇÃO MOTOR, CEO

Vitor Pereira - ANCAV, Presidente da Direcção

Gonçalo Pais Simões - FLEXICAR, CEO

Pedro Gamboa - CARINA & GONÇALVES, CEO

Pedro Bastos - PEDRO BASTOS CONSULTING, CEO

### 10H35 - HORA DOS PARCEIROS/PAUSA PARA NETWORKING

### 15h50 - OS GRANDES DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL

### 11h05 - SECTOR AUTOMÓVEL - RUMO A UMA MOBILIDADE MAIS SUSTENTAVEL E MAIS INTELIGENTE

Orador/ Moderador: Guilherme Costa - RAZÃO AUTOMÓVEL, Fundador

seguem caminhos diferentes. Que riscos traz esta assimetria para a competitividade europeia?"

Participantes: Manuel Coutinho - GRUPO MOTORPOR, CEO Joaquim Paulo Conceição - GRUPO NOV/LPM, Presidente Conselho Administração

Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista

José Pedro Neves - GRUPO RENAULT, Director Geral

Participantes: Pedro Nuno Ferreira - AESE Business School, Professor

Pedro Lazarino - STELLANTIS Portugal - Managing Director

Susana Castelo - TIS, Administradora Delegada e CEO

Guilherme Marques - SHELL / PRIO, COO

Gonçalo Machado da Cruz - ARVAL, Head of Consulting and Acquisition

Participantes: Manuel Coutinho - GRUPO MOTORPOR, CEO

João Reis - PCBC, Plataforma Promoção Combustíveis Baixo Carbono

Joaquim Paulo Conceição - GRUPO NOV/LPM, Presidente Conselho Administração

Discurso de Encerramento da 36<sup>a</sup> Convenção ANECRA,

por Sua Exa. o Secretário de Estado do Turismo,

Comércio e Serviços, Dr. Pedro Machado

16h50 - SESSÃO DE ENCERRAMENTO

### PREMIOS "EXCELÊNCIA" ANECRA

#### CATEGORIAS

- SECTOR PÓS-VENDA AUTOMÓVEL
- SECTOR COMÉRCIO DE VIATURAS USADAS
- SECTOR COMÉRCIO DE VIATURAS NOVAS
- PROJECTO/PERSONALIDADE DO ANO NO SECTOR AUTOMÓVEL PORTUGUÊS
- CARREIRA

Discurso de Encerramento da 36<sup>a</sup> Convenção ANECRA,

por Sua Exa. o Secretário de Estado do Turismo,

Comércio e Serviços, Dr. Pedro Machado

17h30 - Encerramento da 36<sup>a</sup> Convenção ANECRA

Media Partner Oficial:  
**RAZÃO AUTOMÓVEL**

**Sector Automóvel**  
**Rumo a um Futuro mais Inteligente**

**36º CONVENÇÃO ANECLA**  
28 Novembro 2025 | CCL Lisboa



**ORADORES E PARTICIPANTES EM PAINÉIS DE BEBATE**

 Alexandre Freireira ANECLA Presidente da Sopique Automóveis	 Ana Sofia Cardoso Jornalista Moderadora	 Rui Pedro Carvalho ANECLA Secretário Geral (Moderador)					
 Dr. Pedro Melo Costa Soc. de Estudos Turísticos Comércio e Serviços	 Guilherme Lopes RAZÃO AUTOMÓVEL Fundador	 André Almeida Marques SOPRAHOLDING CEO	 Mário Coimbra Freireira ASIFAC Secretário Geral	 Henrique Matos CCLIS CEO	 Sérgio Ribeiro CGL Head of Market & Business Intelligence	 Hugo Almeida Reis REXERPROV Administrador	 Tiago Ribeiro ROCKAUTO General
 Tiago Pimenta Oliveira SOPRAHOLDING Managing Director	 Pedro Laranjeira AVONIC Service & Operations Director	 António Gonçalves Pereira SOPRAHOLDING Director de Retele	 Vítor Pacheco AVONIC Presidente da Direção	 Pedro Matos Ferreira ACEI DE JURASSO DO VOUCA Professor	 Susana Caldeira Administradora Deloitte & CO CEO	 Guilherme Marques SHELL ENERGY COO	 Dafnis Chai AVONIC CONSULTING GROUP Head of Consulting and Acquisition
 João Soárez PFCN - Peugeot France Comissário Executivo da Fórmula 1	 David Correia DETELINERIS PORTUGAL Head of Customer Services	 Ana Cidre COPIS PORTUGAL Invent of Growth Marketing & Business Development	 Sérgio Mendes SANTANDER CONSUMER FINANCE CEO	 Luís Gomes Santos MONTEIRO LIGUETTO CEO	 Henrique Henriques CACHAQUA Presidente Executivo	 António Barreto SOPRAHOLDING Administrador	 Hugo Oliveira SOPRAHOLDING Administrador
 Célia Serrano SOPRAHOLDING CEO	 Gonçalo Pires Simões FLUXUS Chief Executive Officer	 Pedro Gomes CARRARO & GOMES CEO	 Pedro Soárez PEGRANDES CONSULTING CEO	 Manuel Coutinho GOLDO MELO ALMEIDA CEO	 Joaquim Pires Condeixa GOLDO MELO ALMEIDA Presidente Executivo da Autogestão do	 José Pedro de Menezes SOPRAHOLDING Director General	 Pedro Lourenço STELLWYSS PORTUGAL Managing Director



rentes painéis como: Daniel Rocha, da OLX, Américo Barroso, da Só Barroso, Nuno Grosa, da Benecar, Cádia Serrano, da Equação Motor, Manuel Coutinho, do Grupo Motorpor, José Pedro Neves, do Grupo Renault, Pedro Lazarino, da Stellantis Portugal e Nuno Roldão, do Grupo Lubrigaz. A estes juntam-se muitos outros nomes de relevo, assim como as grandes instituições de crédito como o Santander Consumer, Cofidis, Montepio Crédito, Credibom e Cetelem BNP Paribas para enriquecer um dia repleto de debates imperdíveis.

O encerramento será feito com a entrega dos Prémios Excelência ANECRA 2025, reconhecendo empresas, personalidades e trajetórias de relevo no setor.

A ANECRA assegura que esta será uma oportunidade única para partilha de experiências, debate de desafios estruturais do setor e networking para os profissionais presentes.

Como já é habitual, a ANECRA fará transmissão do evento nas suas redes sociais e Youtube.

Junte-se a nós!



## 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



OMCN

RAVAGLIOLI

Velyen

BRASSUM

CASCO

BRADSBURY

STENHOJ

MAMA

Orlandini

MANUEL

RAVABLE

SEFAC

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

[www.mgm.com.pt](http://www.mgm.com.pt)



Carro Frota do Ano 2025 da Ayvens

# Volvo EX30 conquista o título

*A ANECRA Revista esteve presente na cerimónia de entrega de prémios da 21ª edição do Carro Frota 2025, organizada pela Ayvens. Num ambiente genuinamente acolhedor, o evento reuniu os principais protagonistas do sector automóvel português para celebrar a excelência em mobilidade de frotas.*



O destaque da noite foi a revelação do vencedor absoluto: o Volvo EX30, um SUV compacto 100% elétrico que conquistou não apenas o prestigiado título de "Carro Frota do Ano", mas também a vitória na categoria "Utilitário SUV". Este reconhecimento confirma a aposta acertada da Volvo na eletrificação e no design compacto, respondendo às crescentes exigências de sustentabilidade e eficiência operacional das frotas empresariais.

A cerimónia premiou ainda os vencedores de outras categorias fundamentais para o mercado de frotas. O Renault 5 destacou-se como o melhor "Utilitário", demonstrando que o icónico modelo francês regresa

em grande estilo na sua versão elétrica, conquistando gestores de frotas pela sua praticidade urbana e eficiência. Na categoria "Pequeno Familiar", o Renault Scenic voltou a provar porque é uma referência no segmento, oferecendo versatilidade e conforto ideais para operações empresariais. Já o Tesla Model Y impressionou ao conquistar a categoria "Médio Familiar", consolidando a preferência das frotas por SUVs elétricos que combinam espaço, tecnologia e autonomia.

O que torna o prémio Carro Frota particularmente relevante é a sua metodologia de avaliação. Os vencedores foram escolhidos por um júri composto por



12 clientes frotistas da Ayvens, profissionais que conhecem profundamente as exigências reais da gestão de frotas. Estes especialistas testaram os veículos em condições autênticas de condução, avaliando critérios como custo total de propriedade, eficiência energética, conforto, tecnologia embarcada e adequação às necessidades operacionais diárias. Esta abordagem garante que os prémios refletem verdadeiramente o que funciona no terreno, e não apenas especificações técnicas em papel.

A noite prolongou-se num jantar que proporcionou momentos de networking qualificado entre gestores de frotas, fabricantes, distribuidores e parceiros do se-

tor. A Ayvens, enquanto líder europeu em mobilidade sustentável e gestão de frotas, voltou a demonstrar a sua capacidade de organização e o seu compromisso com a dinamização do mercado automóvel português. Para a ANECRA Revista, estar presente neste evento representa o reconhecimento da importância crescente da mobilidade de frotas no panorama automóvel nacional.

Num contexto de transição energética acelerada, eventos como o Carro Frota 2025 são essenciais para identificar tendências, validar soluções e apoiar decisões na escolha dos veículos mais adequados às suas operações.

Encontro Nacional de Comércio de Automóveis Usados

# Coimbra debate futuro do sector

*Em ambiente de “casa cheia”, o Vila Galé, em Coimbra, acolheu a edição deste ano do Encontro Nacional de Comércio de Automóveis Usados, no que foi um momento importante de partilha.*

Por: Mónica Silva



A iniciativa, que reuniu profissionais e entidades de referência, visou debater os desafios de um mercado em plena transformação, sob o mote “Setor Automóvel – Mobilidade mais Sustentável”. Organizado pela ANE-CRA, o evento contou com a presença de representantes de bancos, financeiras, gestoras de frotas, plataformas eletrónicas, grupos de retalho e operadores independentes de todo o país.

A manhã arrancou com um enquadramento sobre o papel do setor automóvel na transição para uma mobilidade mais sustentável. Seguiu-se um primeiro painel que trouxe à superfície temas incontornáveis para o mercado de usados: o cumprimento das normas legais, a intermediação de crédito, a concorrência desleal, a prevenção do branqueamento de capitais e a fiscalidade aplicável à importação de veículos.

João Rodrigues Brito, da Morais Leitão, alertou para a crescente exigência regulatória no combate à criminalidade financeira e sublinhou que as empresas terão de reforçar formação interna e manuais de prevenção. Já Carlos Loureiro, da ASAE, lembrou que a confiança é hoje um ativo reputacional determinante. Ainda que o quadro legal seja robusto, os intervenientes convergiram na ideia de que a excessiva regulamentação nem sempre se traduz em maior eficácia.

O segundo painel focou-se no financiamento automóvel, um dos pilares estruturais do setor, que contou com representantes da Cofidis, Santander Consumer, Credibom, Montepio Crédito e Cetelem BNP Paribas que destacaram que a descida das taxas já se faz sentir na procura. Daniel Rocha, da OLX Motors, apresentou um retrato atualizado do mercado: um arranque de ano com procura expressiva, seguido de um abrandamento. Este ponto serviu de introdução a um painel mais operacional sobre os desafios imediatos das empresas.

A nova Lei das Garantias foi unanimemente apontada como um entrave significativo, sobretudo para operadores de menor dimensão. Debateram-se ainda a valorização crescente das viaturas elétricas e híbridas, bem como

*“O evento contou com a presença de representantes de bancos, financeiras, gestoras de frotas, plataformas eletrónicas, grupos de retalho e operadores independentes de todo o país”*

os desequilíbrios persistentes entre oferta e procura no segmento dos veículos novos.

Américo Barroso, da Só Barroso, descreveu um mercado em aparente estabilidade. Gentil Pereira, da Carplus, identificou uma oportunidade na quebra das vendas de novos. Já Tânia Azenha, da Hemoauto, deixou um alerta:

## ESPECIALISTAS NA GARANTIA AUTOMÓVEL

*Um parceiro à sua medida!*

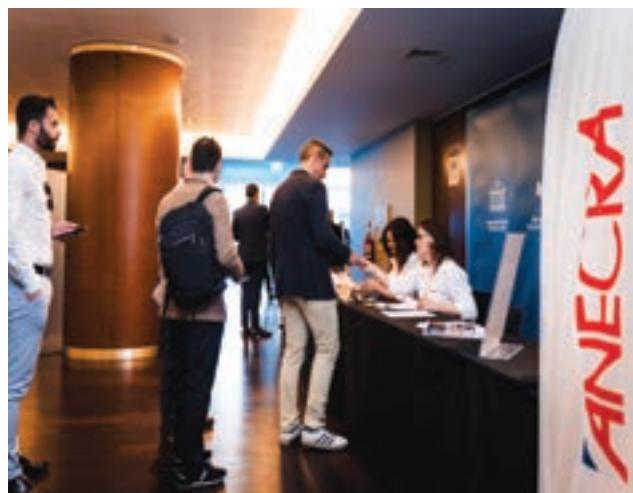


- Válida para viaturas sem limite de idade
- Assistência em Viagem 24h/24h
- Veículo de Substituição
- Garantia até 36 meses
- Possibilidade de Extensão de Garantia
- Acompanhamento comercial dedicado
- Apoio Técnico
- Atendimento experiente e disponível

Solicite mais informações:

[geral@nsa.pt](mailto:geral@nsa.pt)

243 305 730



os stocks de elétricos representam risco elevado devido à forte desvalorização. António Machado, da Ayvens, acrescentou que muitos operadores continuam relutantes em integrar estas viaturas, apesar da maior presença no mercado empresarial. Outro momento importante do encontro centrou-se nas alterações ao modelo de pricing do Standvirtual, o maior marketplace automóvel do país. As novidades geraram forte contestação entre os operadores. Nuno Castel-Branco, CEO da plataforma, reconheceu o impacto das mudanças e explicou que, após diálogo com vários stakeholders, entre os quais a ANECRA, foram introduzidas correções que ajustaram o modelo à realidade do mercado português.

Os resultados do mais recente inquérito de conjuntura da ANECRA, também apresentados no evento, trouxeram dados reveladores. Cerca de 40% das empresas já trabalham com viaturas importadas, ultrapassando o estigma

tradicional deste segmento. Além disso, 27% criaram oficinas próprias para diversificar receitas e 17% apostaram em serviços de lavagem automóvel.

Entre as maiores dificuldades identificadas surgem a falta de mão de obra qualificada (48%), os custos elevados de promoção digital e a extensão das garantias legais (ambos com 38%). Apesar disso, quase metade dos inquiridos mostra-se otimista quanto a 2025, antecipando mais stock e melhores condições de negócio.

O encontro terminou com uma sessão de perguntas e respostas, seguida de um almoço que reforçou o espírito de networking e partilha entre participantes.

Alexandre Ferreira, presidente da entidade organizadora, encerrou o evento reafirmando o compromisso de continuar a representar os interesses dos associados e promover iniciativas que fortaleçam a união e o crescimento sustentável do setor automóvel. **A**



PREMIUM PRIVATE BRAND



AMPLA GAMA DE PRODUTOS PARA

A SUA OFICINA



**Roberto Gaspar**  
Secretário-geral da ANECRA

# Quando os políticos olham a árvore e ignoram a floresta

O setor automóvel português continua a ser um dos pilares estruturais da economia nacional, ainda que tantas vezes esquecido nas prioridades das políticas públicas. É um setor que move literalmente o país – um motor de inovação, de emprego e de receita fiscal – composto por mais de 30 mil empresas, que empregam 165 mil pessoas e representam cerca de 18% das receitas fiscais do Estado, sendo, portanto, o maior contribuinte líquido nacional. Só em 2024, o setor exportou quase 10 mil milhões de euros, um contributo essencial para o PIB e para o equilíbrio das contas públicas.

Apesar deste peso esmagador, a proposta de Orçamento do Estado para 2026, apresentada a 10 de outubro, praticamente ignora o setor automóvel. À exceção da atualização da norma aplicável às viaturas “plug-in” matriculadas sob o padrão Euro 6e-bis – elevando o limite de emissões de CO<sub>2</sub> de 50 g/km para 80 g/km –, pouco ou nada se encontra no documento sobre um dos segmentos mais relevantes e fiscalmente contributivos da economia portuguesa. Ao longo dos últimos anos, os sucessivos governos têm seguido, quase mecanicamente, as orientações de Bruxelas em matéria de transição energética, sem refletir se estas políticas, desenhadas para economias e realidades muito diferentes da nossa, fazem de facto sentido para Portugal. O país tem continuado a canalizar apoios significativos para a aquisição de viaturas elétricas e híbridas plug-in, sobretudo através da isenção de IVA e da dispensa de tributação autónoma no mercado empresarial. É inegável que essas medidas tiveram resultados positivos: em 2024, 22% das viaturas novas vendidas

**“**Só em 2024, o setor exportou quase 10 mil milhões de euros, um contributo essencial para o PIB e para o equilíbrio das contas públicas

eram 100% elétricas e quase metade já eletrificadas – valores muito acima da média europeia. Mas a verdadeira questão é outra: estamos a atingir o objetivo essencial destas políticas – a redução das emissões de CO<sub>2</sub> do parque automóvel circulante? Os números mostram que não. O parque automóvel português ronda os 6,5 milhões de veículos, dos quais apenas 2,2% são elétricos. E, enquanto as empresas renovam as suas frotas com incentivos públicos – facto que é, naturalmente, positivo e deve ser reconhecido –, a maioria dos particulares,



que representa a grande fatia do parque automóvel, continua completamente afastada deste processo de transição.

A explicação é simples: a classe média portuguesa não tem capacidade financeira para comprar carros novos, muito menos elétricos, cada vez mais caros e desajustados ao quotidiano real das famílias. A esmagadora maioria dos consumidores procura no mercado de usados o que o mercado de novos já não consegue oferecer: acessibilidade e equilíbrio entre preço, fiabilidade e necessidade real de mobilidade. O resultado é um paradoxo ambiental e social.

As importações de usados ultrapassam as 100 mil unidades por ano, com idade média superior a sete anos, e o parque automóvel nacional continua a envelhecer. Hoje, a idade média das viaturas em circulação supera os 14 anos, agravando não apenas o impacto ambiental, mas também os riscos económicos, sociais e de segurança rodoviária.

É por isso que, num momento em que se discute o Orçamento do Estado na especialidade, reiteramos uma posição que defendemos há vários anos: a reintrodução de um Programa de Incentivo ao Abate de Veículos em Fim de Vida.

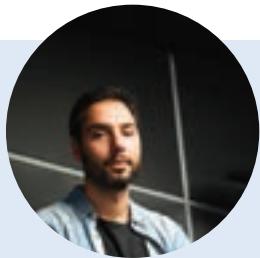
Trata-se de uma medida de baixo custo orçamental, mas de elevado retorno ambiental, económico e social, capaz de promover a renovação do parque automóvel, reduzir as emissões e dinamizar a economia interna.

O país precisa de políticas que vejam além da espuma das tendências, que não se limitem a seguir as modas da Europa, mas que adaptem os objetivos globais à realidade nacional. O futuro da mobilidade

*“A classe média portuguesa não tem capacidade financeira para comprar carros novos, muito menos elétricos, cada vez mais caros e desajustados ao quotidiano real das famílias”*

não pode assentar apenas na eletrificação ou no cumprimento cego de metas impostas de fora — tem de ser sustentável, equilibrado e inclusivo, garantindo que ninguém fica para trás neste processo.

Os decisores políticos precisam, mais do que nunca, de olhar para a floresta e não apenas para a árvore. Porque a sustentabilidade do futuro não se constrói com slogans, mas com visão, coragem e medidas que façam sentido para as pessoas, para as empresas e para o país.



**Ricardo Cardoso**  
Marketing Manager do Standvirtual

# Mil e uma marcas e uma só mensagem

Nos últimos anos, o sector automóvel transformou-se num verdadeiro labirinto de marcas. A entrada em força de dezenas de fabricantes trouxe competitividade, mas também uma dose considerável de confusão. O consumidor, que antes reconhecia facilmente os emblemas e a oferta disponível no mercado, hoje encontra-se diante de uma montra quase infinita, onde cada modelo promete revoluções tecnológicas e autonomias recorde.

No entanto, nesta avalanche de propostas, há um paradoxo curioso: à medida que o número de marcas cresce, as suas mensagens tornam-se cada vez mais parecidas. Todas comunicam a mesma mobilidade elétrica e quase nenhuma ousa dizer que ainda acredita nos motores a combustão, mesmo que milhões de consumidores continuem a comprá-los. Poucas são aquelas que pegam em ângulos alternativos.

O resultado é um sector onde a diferenciação se dilui e a comunicação se uniformiza. É como se, na ânsia de mostrar modernidade, as marcas se esquecessem de mostrar personalidade. São mensagens legítimas e necessárias, mas repetidas até à exaustão.

O problema é que, quando todos dizem o mesmo, o consumidor deixa de ouvir. A diferenciação desaparece e o discurso perde autenticidade. E o ponto não está na eletrificação em si, porque essa é inevitável e bem-vinda, mas no facto de muitas marcas reduzirem toda a sua comunicação apenas a isso.

Esta “explosão de marcas” é, em parte, positiva porque acelera o desenvolvimento tecnológico e pressiona os preços para baixo, tornando a inovação acessível a mais consumidores. Mas também levanta uma questão crítica para o marketing: como construir relevância num contexto de saturação?

A transição energética é inevitável e necessária, nem que seja porque 2035 na verdade começa uns anos antes e está já à porta, mas se as marcas abdicarem da sua identidade no processo e resumirem

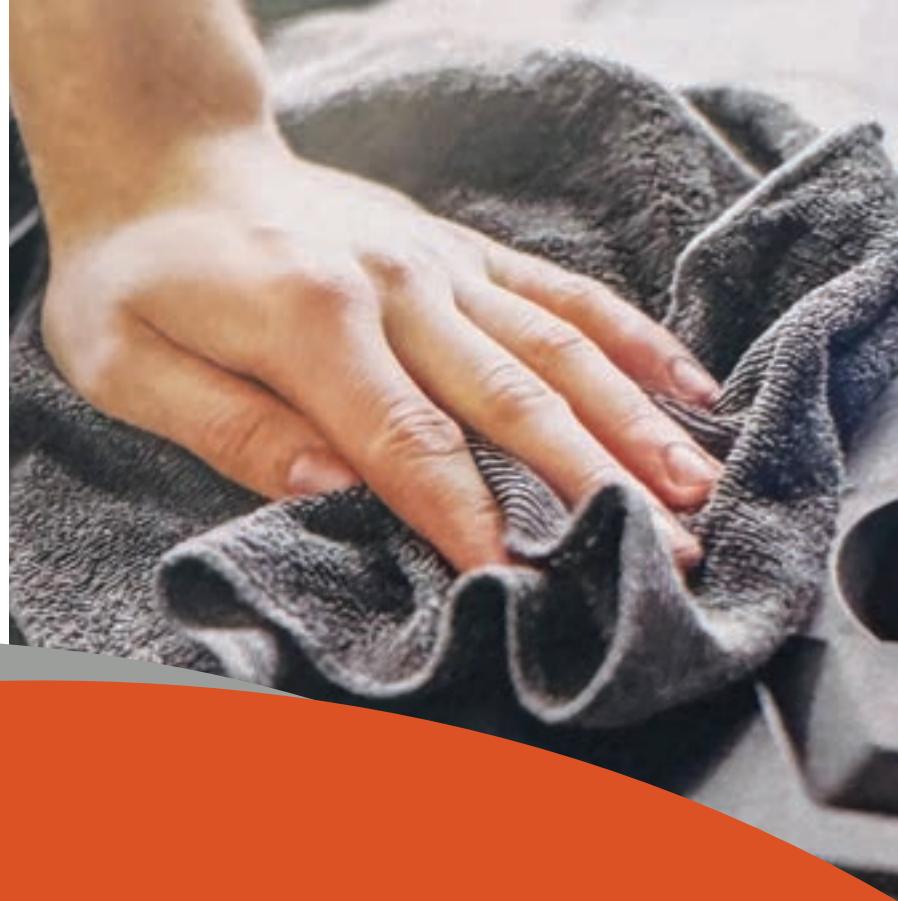
tudo à comunicação de autonomias, onde fica o propósito?

Numa altura em que todos vendem “eficiência” e “zero emissões”, o verdadeiro valor estará em saber quem é a marca e por que razão deve o consumidor acreditar nela. Num mercado com “mil e uma marcas”, a força estará precisamente naquelas que souberem ser únicas, não apenas nos produtos, mas também na voz com que falam.

Parte deste panorama está na estrutura global das marcas. As equipas locais, por mais criativas e próximas do mercado que sejam, trabalham sob linhas orientadoras cada vez mais rígidas dos seus headquarters. O resultado é uma comunicação uniforme, formatada para agradar a todos, mas que acaba por não tocar verdadeiramente ninguém. Neste cenário, a escolha do consumidor tende a polarizar-se. De um lado, quem decide pelo preço e do outro, quem escolhe pela força da marca. As marcas, muitas vezes sem herança nem notoriedade, apostam na relação custo-benefício. Já as incumbentes confiam no peso do valor da marca, construída ao longo de décadas.

Quem está no meio disto, neste espaço intermédio, sem preço agressivo nem marca forte, terá grandes dificuldades em manter-se relevante, e este é, provavelmente, um dos grandes campos de batalha do setor automóvel nos próximos anos. O espaço intermédio conquista-se com significado e é um território imenso por explorar, por exemplo através da autenticidade. As marcas que tiverem coragem para contar histórias diferentes, para assumir uma posição, para criar empatia em vez de apenas performance, serão aquelas que vão construir o futuro dentro destas fronteiras.

Porque, no final do dia e apesar de todas as mudanças, o que o consumidor quer é o mesmo de sempre, um carro que seja o reflexo de quem é. E isso, nenhuma bateria vende.



## Panos reutilizáveis Absortex

# A ESCOLHA INTELIGENTE PARA A SUA OFICINA

Têxtil 85% em algodão com elevada capacidade de absorção e resistência.  
Projetados para suportar múltiplas lavagens e utilizações, garantindo maior vida útil.  
Entrega rápida e eficaz de acordo com a necessidade e não por estimativa

**[www.absortex.pt](http://www.absortex.pt)**

Rua Monte de Rabadas, Lt 13 • 4720-387 Ferreiros • Amares  
Tel. 253 014 435 (Chamada para a rede fixa nacional) • [encomendas@absortex.pt](mailto:encomendas@absortex.pt)

Nelson Vieira, Absortex

# Panos que transformam as oficinas

*Nascida de uma vasta experiência no setor automóvel, a Absortex é um serviço que aposta em panos reutilizáveis com o objetivo de tornar as oficinas mais sustentáveis.*

Texto: Mónica Silva

Com uma proposta baseada em economia, ecologia e serviço personalizado, este serviço promete reduzir até 90% dos desperdícios gerados e apoiar cada cliente na implementação de práticas mais sustentáveis, assim nos garante Nelson Vieira, em entrevista à ANECRA Revista.

**A Absortex define-se como um serviço “100% português” e especializado em panos reutilizáveis para oficinas. O que motivou a criação e qual é a missão central que guia a vossa atividade?**

Estamos ligados ao setor automóvel há quase três décadas e com vasto conhecimento na área. Achámos que os panos reutilizáveis seriam uma boa aposta, isto porque o que existia disponível no mercado não satisfazia as necessidades e a demanda. Além disso, este serviço promove a reutilização e é muito benéfico para o ambiente, contribui para que as oficinas se tornem mais sustentáveis e ecológicas. A nossa missão consiste em levar às oficinas uma proposta de serviço focada na ecologia/economia reduzindo o uso de papel.

**Os vossos panos reutilizáveis são compostos por cerca de 85% de algodão, com elevada absorção e resistência, e destinam-se a suportar múltiplas utilizações e lava-**

**“Achámos que os panos reutilizáveis seriam uma boa aposta, isto porque o que existia disponível no mercado não satisfazia as necessidades**

gens. Quais os principais critérios técnicos que definem este produto e como se traduzem em benefícios concretos para oficinas automóveis?

Os panos reutilizáveis Absortex foram desenvolvidos especialmente para utilização em oficinas auto. A sua composição e estrutura permite uma utilização muito vasta no ambiente oficina e, além da grande capacidade de absorção são bastante resistentes. Com a utilização destes panos eliminamos a necessidade do papel e, consequentemente, o encaminhamento desse resíduo. A resistência dos panos reutilizáveis Absortex permite que sejam reutilizados várias vezes.



**Qual o impacto ambiental e económico que as oficinas podem atingir ao adotar estes panos reutilizáveis?**

Em termos ambientais, a oficina deixa de utilizar papel ou trapos, e com isto consegue obter poupança na ordem dos 90% face ao uso de papel ou trapos e ao encaminhamento dos mesmos para empresas de tratamento de resíduos. Ao utilizar os nossos panos, não temos dúvidas de que a oficina aderente se tornará uma oficina mais sustentável, com vantagens em termos de certificações.

*“ Em termos ambientais, a oficina deixa de utilizar papel ou trapos, e com isto consegue obter poupança na ordem dos 90%*



**Um dos vossos argumentos é o serviço personalizado de fornecimento, implementação e acompanhamento. Não só fornecer o pano, mas apoiar o cliente na adaptação. Poderia descrever como funciona esse processo, desde o diagnóstico à implementação e suporte contínuo?**

O nosso serviço consiste na disponibilização ao cliente de uma determinada quantidade de panos reutilizáveis, que serão levantados após utilização para serem lavados e voltarem a ser disponibilizados para utilização. Os nossos comerciais fazem uma avaliação do cliente de forma a perceber as suas reais necessidades tendo em conta o número de funcionários, volume de trabalho, entre outros fatores. Na implementação é dada pelos nossos distribuidores formação de forma a dar a conhecer o funcionamento do serviço e para que os panos reutilizáveis sejam bem utilizados, uma vez que, tratando-se de um produto mais ecológico, é importante que se consiga tirar o máximo proveito do mesmo.

De salientar que o nosso serviço não tem qualquer tipo de fidelização, a gestão é feita pelo cliente, a quantidade de panos disponibilizados e a sua reposição é solicitada pelo cliente, não é cobrado nenhum valor mensal, a faturação é feita na entrega dos panos quando solicitada pelo cliente. **A**

# SINNEK THE COLOR REVOLUTION

**SINNEK**, a marca de tintas premium para automóvel comprometida com a qualidade, a eficiência, a tecnologia e a cor.

**Um produto desenvolvido por especialistas para especialistas** que procuram garantia, segurança e a máxima rentabilidade.

**SINNEK. THE COLOR REVOLUTION**



[www.sinnek.com](http://www.sinnek.com)



# Volvo ES90 Superlativo da marca nórdica

Uma menos surpreendente surpresa quase a chegar aos 92 mil euros.

Estamos perante um fastback com a linha robusta de um SUV, e dentro do design tipicamente escandinavo. Dentro da sustentabilidade o destaque vai para a tecnologia blockchain usada para fazer o tracking e todo o material usado nas baterias; e ao falar de segurança a marca vai buscar o que de melhor sempre fez, desta feita com 24 radares para uma visão de 360 graus em qualquer condição meteorológica.

Este dispositivo inclui a identificação no interior do veículo da existência de pessoa ou “pet”, impedindo que as portas tranquem. Também inclui a deteção do nível de atenção do condutor.

Nos modelos encontradas pelos designers o destaque vai para a forma do portão da bagageira, feito numa estrutura de fastback, a par de um teto eletrocromático, capaz de se adaptar às condições de sol ou chuva do exterior. E a nível tecnológico o futuro marca presença no ES90 com a tecnologia de 800 V e que permite carregar 300 km de

autonomia em 10 minutos. E com as novas tecnologias de redução de pesos, a potência aumenta em 25%.

No interior temos um ecrã central com a toda a informação, incluindo todas as ajudas à condução disponíveis no mesmo painel. Em termos de conetividade o destaque está na instalação do sistema Google. Os construtores falam numa “verdadeira sala de estar escandinava”, e o elogio não é para menos perante o conforto que o veículo apresenta, a par do espetacular sistema de som e que é um apanágio da marca. Dentro de um Volvo é como estar num ambiente isolado de som perfeito.

E o preço? Começa nos 72.150 euros para o modelo single motor e que serão os primeiros a serem entregues, a par da versão single motor extended range com um valor de quase 92 mil euros, mas dentro de três meses teremos as versões twin motors e com versão extended range e para as quais ainda não há preço. Para já e com a versão mais em conta, é esperada uma adesão grande por parte das empresas. Da parte da Volvo não são esperadas vendas expressivas deste veículo de luxo, mas irá ajudar as novi-



*ES90, um carro 100% elétrico e que é o superlativo da marca nórdica que enfatiza a segurança e a sustentabilidade. E o preço?*

Por: Vítor Norinha

dades da marca. As vendas mais fortes continuam com o XC60.

### A nossa configuração

Escolhemos o modelo ES90 Ultra, single motor extended range, 100% elétrico e que é a versão que estará no mercado em 2026. Jantes de liga leve de 22 polegadas, vidros traseiros escurecidos, com o sistema de som de alta fidelidade Bowers & Wilkins e com um preço final de 91 948 euros. A nível de apoio ao condutor o destaque vai para o adaptive cruise control, assistência ao estacionamento, sistema de informação e ângulo morto, chassis ativo, coluna de direção regulável e computador central. Temos ainda a deteção de ocupantes, os espelhos retrovisores com antiencandeamento automático, informação de sinais de trânsito e luzes de píxel. De realçar a câmara de 360 graus com vista 3D, sistema de aviso de colisão, o “auto-braque” e o “head-up display”. Tem ainda o aviso para circulação de pedestres, a suspensão pneumática ativa e o travão automático em cruzamentos. A climatização é feita

por bomba de calor, com purificador de ar e pré-limpeza remota do habitáculo e sistema de climatização de quatro zonas. O exterior tem puxadores das portas à face com iluminação do chão, enquanto o interior tem comando de admissão e ar, estofos Nordico com ventilação, tapetes do habitáculo em tecido premium, banco elétrico do condutor com memória, bancos dianteiros com aquecimento, função de massagem dos bancos dianteiros, e extensões manuais dos bancos do condutor e passageiro dianteiro. A nível de performance o realce está na transmissão de velocidade única “shift-by-wire”. A nível de proteção de realçar o airbag para os joelhos do lado do condutor, o fecho elétrico de segurança para crianças, a proteção contra lesões por chicote, a pré-instalação para medidor de alcoolémia. Na tecnologia e som temos a aplicação Volvo Cars, o assistente Google, o Google Maps e o Google Play Store e capacidade 5G. Temos ainda o Apple CarPlay sem fios e as atualizações over-the-air, a par do carregamento do telemóvel sem fios e o famoso sistema de som de alta fidelidade Bowers & Wilkins.▲



Ford Capri

# Do clássico ao melhor elétrico da Ford

Porventura estaremos perante o melhor elétrico da Ford. O Capri, ícone dos anos 70 e 80 e que encheu de imaginação todos os jovens da altura, deu lugar ao novo Ford Capri elétrico, um SUV coupé, com versões com tração traseira e integral e com potência que pode chegar aos 340 cv. A autonomia em cidade pode bem ultrapassar os 600 km e é preciso saber conduzi-lo, não apenas pelo lado do consumo, que se pode revelar baixo, mas também por algumas particularidades ligadas à tecnologia, nomeadamente aos sistemas de ajudas ao condutor, com travagens autónomas perante obstáculos e que se podem tornar incomodativas, assim como pequenos pormenores que obrigam a algum tempo de habituação, como seja o comando de abertura de vidros instalado ao lado do condutor, ou o sistema de transmissão automática junto da coluna de direção.

Independente de todas as habituações que este carro obriga, não deixa de ser uma aventura, nem que seja pelos “saudosos” do último quartel do século passado e que hoje têm 60 anos e que perguntaram na rua sobre as diferenças entre os carros do outro século e o modelo atual. Pois a diferença está na viragem do século, no propulsor e no desenho em si que seria impossível reproduzi-lo hoje em dia. Ficou no

volante os três furos identificativos do Capri mas, de resto, é tudo novo. Quem já testou o Explorer e o Puma pode afirmar que este é o melhor Ford elétrico do mercado, e não falamos apenas da aceleração, mas de todo o equipamento, a forma como os designers resolveram a necessidade de ter um botão físico no interior para o som, com um deslize do cursor para aumentar ou reduzir o volume, ou no espaço da traseira e mesmo na bagageira, que é maior que a do Explorer. Ficámos seduzidos por este modelo e, claro, o nome ajuda muito para quem assistiu ao desenvolvimento do modelo ICE do século passado.

O Capri é uma reinterpretação que aproveita a plataforma da VW, mas que tem nas especificações o devido destaque. Os dois grupos propulsores distinguem-se pela potência, 286 cv com tração traseira, e a opção de 340 cv com tração integral. Falamos sempre de capacidade em percorrer cerca de 600 km e carregamentos até 80% da capacidade da bateria em menos de meia hora. A diferença está na aceleração dos 0 aos 100 km que é de 5,3 segundos no veículo com mais potência. Experimentámos a primeira opção e com um preço de 49 583 euros mais IVA para empresas, e de 68 505 euros para particulares.▲



XPENG

## Simples como voar

O carro que voa, da marca chinesa XPENG, deixou ató-nitos todos quantos apenas imaginavam o feito através de filmes ou banda desenhada. A XPENG, que em Portugal comercializa os modelos G6, G9 e P7, tratou dos testes do carro voador, através do XPENG Aeroht e que irá mudar o nome para Aridge.

A empresa anunciou que recebeu mais 600 encomendas no Médio Oriente e que tem um total de encomendas da ordem dos sete mil. Na Europa serão necessárias autorizações para que a empresa possa colocar o veículo no mercado, mas no Médio Oriente a companhia está lançada. A produção deverá estar em velocidade de cruzeiro em 2027, altura em que serão entregues grandes volumes do modelo, embora as primeiras entregas estejam previstas para o próximo ano.

A empresa anunciou que depois de ter feito o primeiro voo do X2 em 2022 e de ter feito a apresentação do carro voador eVTOL no CES de 2024, anunciou a produção em série do Land Aircraft Carrier, tendo feito progressos a nível da certificação e a conclusão do primeiro voo. A Administração da Aviação Civil da China atribuiu o primeiro certificado para a estrutura do voo, e em maio último foi aceite o pedido de Certificação da Produção para a estrutura da nave. O Land Aircraft Carrier tem entregas previstas para 2026, tendo para isso concluído a instalação da primeira fábrica na China.▲



Peugeot

## Concept car dinâmico

Polygon Concept é o nome da visão futura da Peugeot. Trata-se de um concept car dinâmico, com uma forma compacta, pois tem menos de quatro metros, e tem por objetivo lançar ideias e fazê-las evoluir para os veículos Peugeot do futuro, digamos mesmo que se trata de um avanço muito grande de algumas destas ideias e, por isso, a implementação passará por várias fases e por múltiplos modelos. No entanto, conseguimos perceber aquilo que o futuro nos espera a nível da mobilidade. A Peugeot está a revelar este “laboratório sobre rodas” no universo Fortnite, uma ilha virtual chamada Polygon City.

Mas afinal o que tem de mais relevante este concept car? Vamos começar pelo volante totalmente novo, chamado hypersquare, e que está associado a uma direção eletrónica steer-by-wire, e que ficará integrado na nova geração do Peugeot i-Cockpit.

O novo volante corta com tudo o que era tradicional e o hypersquare reinterpreta a peça com uma nova ergonomia e o facto de estar associado a uma direção eletrónica deixa de existir uma ligação mecânica entre o volante e as rodas, passando o seu comando a ser totalmente eletrónico, algo semelhante ao que se passa na indústria aeronáutica. Esta solução será proposta em veículos de série a partir de 2027. O sistema inova ao adicionar uma variação da desmultiplicação da direção em função da velocidade.▲

**Licínio Santos, CEO do Montepio Crédito**

# O crédito na era da mobilidade verde

*Licínio Santos, CEO do Montepio Crédito, detalha em entrevista à ANECRA Revista como a instituição está a responder à eletrificação, digitalização e novos modelos de mobilidade.*

Texto: Mónica Silva

**O financiamento automóvel é descrito como um “pilar estratégico” para a sustentabilidade das empresas do sector. Como é que o crédito especializado pode apoiar a transição do sector automóvel para um modelo mais sustentável e inteligente?**

O crédito especializado desempenha um papel fundamental na viabilização da transição para soluções mais sustentáveis. Ao disponibilizar condições financeiras adaptadas à aquisição de veículos elétricos e híbridos, bem como à implementação de tecnologias inteligentes, contribui para acelerar a renovação do parque automóvel e reduzir a pegada ambiental. Este apoio é essencial para que fabricantes, concessionários e consumidores adotem práticas alinhadas com os ambiciosos objetivos de descarbonização e mobilidade inteligente.

**A digitalização e os novos modelos de mobilidade estão a transformar a forma como os consumidores encaram a compra e o uso do automóvel. Que impacto têm a digitalização e os novos modelos de mobilidade no modelo de negócio das instituições financeiras como o Montepio Crédito?**

A digitalização e a evolução para modelos de mobilidade de partilhada ou por subscrição exigem uma adaptação profunda das instituições financeiras. No Montepio Crédito, estas mudanças são encaradas como oportunidades

“É provável que em 2030 o financiamento automóvel seja cada vez mais orientado para o acesso à mobilidade, e não apenas para a propriedade

para reforçar a proximidade com os clientes através de soluções digitais mais ágeis, processos simplificados e o desenvolvimento de produtos que respondem às novas formas de utilização do automóvel. A inovação, seja de produto, processo ou tecnológica é assim, para o Montepio Crédito, um vetor estratégico para garantir relevância e competitividade.

**Qual é a posição do Montepio Crédito nesta era do "financiamento verde" no segmento automóvel?**

O Montepio Crédito já foi diversas vezes premiado na categoria “financiamento sustentável” e assume um compromisso claro com a sustentabilidade, promovendo soluções de financiamento que incentivam a aquisição de veículos menos poluentes e energeticamente eficientes. A aposta no financiamento verde é parte integrante da nossa estratégia, alinhada com as metas europeias de transição energética e com a responsabilidade social que orienta a nossa atuação.

**Num contexto de taxas de juro ainda elevadas e de alguma incerteza económica, como é que o Montepio Crédito equilibra o apoio ao setor com a necessidade de garantir prudência e sustentabilidade financeira num contexto de taxas elevadas e incerteza económica?**

Integrado no universo do Grupo Banco Montepio, o Montepio Crédito pauta a sua atuação pelos valores de transparência, inovação, humanismo e sustentabilidade, que orientam uma gestão rigorosa, responsável e próxima dos clientes. Mantemos critérios prudenciais na concessão de crédito, cumprindo com a regulamentação em vigor, assegurando a robustez financeira da instituição e do Grupo, bem como a sustentabilidade de longo prazo dos nossos clientes. Em simultâneo, desenvolvemos soluções flexíveis para apoiar clientes e parceiros a enfrentar os desafios do contexto económico atual, conciliando prudência com capacidade de resposta. Este equilíbrio permite ao Montepio Crédito garantir a sustentabilidade da sua atividade e contribuir para a solidez e confiança do Grupo Banco Montepio num cenário de maior incerteza.

**Se pensarmos no sector automóvel em 2030, com maior eletrificação, conectividade e partilha, que papel imagina que o financiamento automóvel vai desempenhar em 2030? Continuará a ser um facilitador da propriedade ou passará a ter uma lógica mais centrada no acesso à mobilidade?**

É provável que em 2030 o financiamento automóvel seja cada vez mais orientado para o acesso à mobilidade, e não apenas para a propriedade. Todavia, a nossa sociedade e economia tem particularidades distintas das de outros países da europa e isso pode condicionar a velocidade dessa evolução. A eletrificação, a conectividade e os modelos de partilha poderão exigir soluções financeiras adaptadas a subscrições, leasing flexível e serviços integrados, mas a imprevisibilidade é ainda elevada. O Montepio Crédito tem inovado e estará preparado para evoluir e adaptar-se às mutações do mercado, garantindo que continua a ser um facilitador da mobilidade sustentável e inteligente.**A**



Honda NT1100 DCT ES

# Essência de uma turística

*Quando foi lançada, no final de 2021, a Honda NT1100 apresentava-se como uma turística polivalente, capaz cobrir um alargado leque de situações e necessidades. Para 2025, a máquina nipónica viu reforçados os argumentos que valeram a admiração dos europeus, elegendo-a rainha de vendas do segmento.*

Texto: Paulo Ribeiro • Fotos Luís Carvalho e P.R.



Se a Honda NT1100 é um mito? Claro que não. Ou melhor, ainda não. Tão pouco teve tempo para isso. E será que é a melhor entre as turísticas? A mais confortável nas longuíssimas viagens ou nas travessias continentais? Talvez não... Mas para isso existe a Honda Goldwing, ‘globe-trotter’ de eleição. Mas é, sem dúvida, a melhor proposta para quem procura polivalência na utilização. Apoiada nesta filosofia de tudo fazer bem, assume-se como a verdadeira turística que permite ir a todo o lado, desde as grandes tiradas em autoestrada até às ruelas das mais recônditas aldeias das

montanhas asturianas. E em cidade – longe de ser o seu habitat predileto... – mostrou uma genica capaz de envergonhar motos mais pequenas. A falar desta forma, parece que estamos perante a moto perfeita... Nada disso, que a perfeição é uma utopia inalcançável. Sobretudo no que às motos diz respeito!

## A perfeição existe?

Comecemos pela questão estética! Quando foi lançada, a NT1100 desiludiu alguns que esperavam maior exu-



berância e agressividade de linhas. No entanto, a enorme simplicidade teve a sua razão de ser (leia-se, essencialmente, questões aerodinâmicas), e se, para 2025, houve uma atualização estética, note-se que a filosofia essencial do modelo foi mantida. Os japoneses não mudam por mudar e todas as modificações realizadas privilegiam a função em detrimento da forma. Ou, pelo menos, colocam-na em primeiro lugar! Tudo é pensado em prol da eficácia, a começar pela evolução aerodinâmica, com consequências diretas no consumo e no conforto a bordo.

Quanto ao gasto de gasolina, refira-se que foi de 6,15 L/100 km numa utilização real e em condições extremamente variadas (cidade, autoestrada, montanha, a solo ou com duas pessoas e carga a bordo). O que quer dizer que o depósito de 20,4 litros permite fazer mais de 300 quilómetros até entrar na reserva. Valor que cresce facilmente em viagens longas a velocidades estabilizadas (leia-se: dentro dos limites legais em Portugal).

Voltemos ao conforto para falar dos deflectores aerodinâmicos existentes junto aos pés que ganharam um novo perfil e protegem ainda mais do vento, mas sobretudo do frio e da chuva. Tal como o redesenhadado para-brisas, agora ajustável (em 5 posições e 167 mm) apenas com a mão esquerda numa operação extremamente simples, mas pouco aconselhada em andamento. Sobretudo quando está na posição mais baixa, o que dificulta imenso a manobra, ou quando a velocidade é elevada.

Cuidados na forma que garantem o perfeito desempenho da função, patente em coisas simples como o redesenhadado

guarda-lamas dianteiro, mais comprido para maior eficácia na proteção da água e detritos da estrada para o radiador e que, em caso de chuva muito intensa, chegava a ser projetada para o condutor pelo espaço aberto da coluna de direção na anterior versão.

Uma revisão estética que se prolonga por toda a carroçaria, começando num conjunto ótico mais esguio e de anunciado “rendimento mais elevado” e terminando nas malas laterais, montadas de série, com tampas mais profundas que permitem arrumar um capacete integral/modular de cada lado, passando por um assento (a 820 mm do solo) de maiores dimensões. E que, no nosso caso, se mostrou superconfortável mesmo em dias de mais de 800 quilómetros, com tiradas a rondar os 400 quilómetros entre reabastecimentos. Afinal tivemos direito aos bancos Confort, tanto para o condutor (137 €) como para o passageiro (109 €), investimento altamente aconselhado e com taxa de juro a médio prazo que justificará plenamente o capital aplicado. Afinal, quando falamos de uma turística pensamos no bem-estar a bordo nas mais longas tiradas. Já que por aqui andamos, abordar outros temas que dizem diretamente respeito ao conforto de utilização da Honda NT1100. Por exemplo, o para-brisa continua sem ajuste elétrico, o que, reconheço, até poderia dar jeito em uma ou outra situação, mas fica a ganhar na poupança de peso, e simplificação de componentes. Indispensável numa turística e sobretudo com transmissão final por corrente, é o descanso central, montado de série, tal como as tomadas USB e de 12 V.



## Eletrónica onde faz falta

Capítulo em que esta Honda NT1100 mostrou uma enorme evolução foi na eletrónica. E não falamos apenas do sistema de amortecimento eletrónico que equipa a versão mais luxuosa DCT ES, mas também (e sobretudo...) da Unidade de Medição Inercial (IMU) da Bosch que aportou mudanças significativas numa série de parâmetros. A começar pela possibilidade de instalação da função Cornering ABS que ajusta a intervenção do anti bloqueio na travagem em inclinação, aumentando de forma exponencial a segurança.

Reforço importante numa travagem que se mostrou sempre forte e progressivo e que, mesmo após uma utilização intensiva durante largos períodos de tempo, como numa longa descida de montanha com dois ocupantes e carga, nunca acusou qualquer faléncia na potência de desaceleração, sendo sempre muito fácil de dosear.

Mas a chegada da IMU à Honda NT1100 aportou outras vantagens, nomeadamente na transmissão de dupla embraiagem onde são notórias melhorias significativas desde o momento do arranque e onde a suavidade é palavra de ordem. Uma resposta mais suave e eficaz, com melhores sensações desde as mais baixas velocidades, e que é também de grande utilidade no para arranca do trânsito urbano ou ao fazer uma inversão de marcha, mesmo numa estrada estreita, sem dificuldade, com uma aceleração constante e sem o perigo de ver o motor calar-se. Além de que o retocado acelerador eletrónico tem um comportamento mais linear, limitando a flutuação de binário nas mudanças mais baixas.

Outra enorme vantagem neste ponto em particular, é o comportamento muito mais refinado em curva, tanto nos modos automáticos (D ou S) como no modo manual. Mantendo a possibilidade de subir ou descer as relações de caixa em inclinação, a verdade é que o equilíbrio e a

forma aveludada como faz essa mudança, faz parecer que estamos em linha reta. Comparando com uma caixa convencional, diga-se que é possível reduzir uma ou duas velocidades sem preocupação, sem necessidade de controlar a manete de embraiagem de forma muito suave e cuidadosa para evitar reações hostis da roda traseira. Além disso e juntamente com o Cornering ABS permite uma redobrada confiança em curva para uma condução muito mais divertida e segura.

## Sistemas de ajuda otimizados

A montagem de uma IMU aportou outros benefícios, contribuindo para que os três modos de condução (Rain, Urban e Tour) surjam mais equilibrados graças à otimização das variáveis, notando-se uma maior fluidez entre os diferentes níveis de entrega de potência, de efeito de travão motor e de controlo de tração (HSTC). E que podem ainda ser combinados ao gosto do freguês nos dois modos de utilizador enquanto o HSTC é ajustável em 3 níveis, com o mais baixo a deixar sentir um ligeiro escorregar de traseira em acelerações fortes para uma maior sensação desportiva.

Claro que a IMU ajudou imenso na evolução da Honda NT1100, mas, sozinha, teria uma capacidade milagreira muito reduzida. Por isso há que salientar a evolução e maior fineza do acelerador eletrónico e, não menos importante, das alterações no motor. A verdade é que as revisões na admissão, combustão e escape do bloco de 2 cilindros paralelos e 1084 cc não tiveram repercussões ao nível da potência máxima, mantendo os 102 cavalos às 7500 rpm, mas justificam a importante alteração nos valores de binário. Não só na subida do pico máximo para os 112 Nm (contra os anteriores 105 Nm) mas sobretudo por surgir mais cedo na rotação, às 5500 rpm face às 6250 rpm da anterior versão.**A**



**Oscar Lima**  
Cofundador do Onepilot

# O lucro dos stands está a fugir

O setor automóvel está a mudar silenciosamente. Durante anos, o foco foi captar leads, investir em anúncios e ter presença digital. Hoje, o desafio real já não está fora da empresa, está dentro.

Os stands estão a perder dinheiro todos os meses por ineficiências que não conseguem ver.

Não é falta de vendas. É falta de controlo. E nos próximos cinco anos, essa diferença vai determinar quem sobrevive e quem desaparece.

O cliente já não chega ao stand para “descobrir”. Chega informado, decidido, e com expectativas de velocidade e transparência. Comparou preços, leu avaliações, viu vídeos e sabe o que quer. O problema é que o ritmo interno dos stands não acompanhou essa mudança.

A maioria continua a depender de mensagens de WhatsApp, memória e boa vontade da equipa. E esse modelo, que funcionou durante anos, está agora a custar dinheiro real, repetidamente. “Digitalizar o caos é continuar a ter caos – mas com interface bonita.”

Nem sempre é fácil identificar onde se perde margem mas há padrões que se repetem em quase todos os stands.

Cada dia de atraso representa custo, não só financeiro, mas reputacional. Um cliente que sente insegurança pede desconto.

Um cliente que espera demais não recomenda. O desconto de 200 €, a revisão feita à pressa, a entrega adiada... pequenos sinais de um sistema que não tem visibilidade nem prioridade.

A maioria controla bem os leads, o preço e a margem mas o lucro morre no meio do processo, entre “cliente disse sim” e “cliente levantou o carro”. Tarefas ficam paradas, ninguém assume, a informação dispersa-se. Isto não é desorganização, é ausência de processo. Sem processo, não há previsibilidade. Sem previsibilidade, não há escala.

O cliente avalia o stand meses depois da entrega, não no momento da compra. Sem controlo pós-venda, pequenos problemas transformam-se em má reputação e um cliente insatisfeito muitas vezes não reclama, apenas desaparece levando consigo potenciais indicações.

O maior risco do setor não é a desorganização, é a ilusão de controlo. O gestor acredita que “está tudo sob controlo” porque fala com a equipa todos os dias.

Mas, o que não está escrito, não existe; o que depende de

memória, falha; o que não é mensurável, repete-se.

Enquanto os resultados forem positivos, este modelo sobrevive. Mas num mercado em contração, os erros multiplicam-se mais rápido do que as vendas.

Durante anos, as empresas investiram para atrair clientes. Agora, a diferença estará em como gerem o que já têm.

As margens não vão subir: plataformas de vendas, custos e garantias comprimem-nas cada vez mais. Cada erro passa a custar o dobro.

O marketing entrou na era da saturação: mais anúncios, mais players, mais custo. O retorno do investimento desce. Ganhá quem entrega melhor, não quem grita mais alto.

O tempo tornou-se o fator de decisão: O stand que entrega em 5 dias vence o que entrega em 15. Mesmo carro, mesmo preço, mas velocidade diferente.

A verdadeira transformação não está em ter mais tecnologia, mas em ter processos claros e medidos. Ser digital não é usar mais ferramentas, é trabalhar com disciplina e visibilidade.

O stand moderno sabe exatamente o estado de cada viatura e o responsável por cada tarefa; mede tempos médios de preparação, aprovação, entrega; deteta atrasos antes que o cliente perceba; transforma dados em decisões, e não em relatórios esquecidos. Este é o nível de profissionalização que separa uma empresa de um negócio em modo sobrevivência.

Nos próximos anos, os stands mais lucrativos não serão os que vendem mais, serão os que fazem melhor o que já vendem. Quem conseguir eliminar redundâncias, reduzir tempos de decisão, centralizar informação e medir cada etapa do processo, terá margens mais estáveis, previsibilidade financeira e equipas mais leves.

“Lucro deixará de vir de vender mais – e passará a vir de perder menos.”

O setor automóvel está a entrar na sua era de maturidade. As vendas vão continuar, mas o verdadeiro crescimento virá da capacidade de gerir. Da mesma forma que o marketing digital transformou a forma de atrair clientes, a eficiência operacional vai transformar a forma de reter lucro. Não é uma revolução visível. É uma transição silenciosa, mas inevitável e, quanto mais cedo cada gestor a abraçar, mais preparado estará para o que vem a seguir.



**Joel Mendes**  
Diretor de Operações da Arval Portugal

# Navegar entre a adaptação, a frustração e a maturidade

A eletrificação da mobilidade está a transformar profundamente o setor automóvel. As metas ambientais e a evolução tecnológica aceleraram um processo onde, para os fabricantes, as oficinas e quem gera frotas, a promessa de eficiência e sustentabilidade vem acompanhada por desafios ao nível da complexidade técnica, adequação de formação e tempos de reparação.

A nova geração de viaturas, altamente eletrificada e digital, trouxe uma complexidade técnica que exige novas competências e ferramentas. O pós-venda tem vindo a adaptar-se, investindo em formação, diagnóstico e segurança elétrica. Ainda assim, persistem obstáculos: tempos de reparação longos, dependência tecnológica e alguma falta de uniformidade no acesso à informação. Estes desafios não são sinais de falha, mas sim de uma fase de transição que para o setor é fundamental dominar.

Os clientes, por sua vez, estão mais atentos e informados. Valorizam a transparência e reconhecem o esforço das oficinas e das gestoras de frotas em garantir soluções rápidas e seguras. O diálogo e a gestão de expectativas são hoje parte essencial da experiência de mobilidade, bem como fundamentais para impedir que uma experiência pontual

desagradável possa minar a confiança no produto e serviço positivos em geral.

A eletrificação trouxe novos equilíbrios: entre inovação e operacionalidade, entre sustentabilidade e eficiência. O setor mostra vontade e capacidade para evoluir, e para isso é crucial que a colaboração entre marcas, oficinas e gestoras de frotas seja cada vez mais visível e prática.

A mobilidade elétrica é uma realidade, em que a sua maturidade não se medirá apenas em quilowatts ou autonomia, mas também na capacidade do pós-venda em acompanhar esta revolução e contribuir para a fidelização dos utilizadores, proporcionando uma experiência positiva e confiável, consolidando-a no terreno, com a tecnologia a estar verdadeiramente ao serviço das pessoas.

Limpeza de peças

# Redução de 35% no consumo

**safetykleen**  
Parts Cleaning Experts

**Reduza a temperatura.  
Obtenha um serviço excepcional.**

Redução de energia até 35% com o novo Kleen35™

A sustentabilidade deixou de ser apenas um compromisso para se tornar no modus operandi das empresas. A Safetykleen está a liderar a mudança no setor da limpeza de peças com uma inovação que não só protege o ambiente, como também gera poupanças significativas no seu negócio. Prepare-se para conhecer o Kleen35™, a solução que irá revolucionar a sua forma de trabalhar! Fruto de um investimento contínuo em Investigação & Desenvolvimento (I&D), a Safetykleen está prestes a lançar a sua solução mais inovadora de sempre. O grande avanço? A redução drástica da temperatura de limpeza do padrão industrial de 65°C para apenas 35°C.

Esta alteração inteligente e ecológica faz parte do movimento internacional "Dial Down" e traz consigo benefícios imediatos e mensuráveis:

- Redução do Consumo de Energia e Custo: Até 35% menos consumo, o que pode representar uma poupança anual até 1.400 € (calculado numa máquina automática de gama média Safetykleen).

- Sustentabilidade: Uma redução substancial nas emissões de carbono, contribuindo para os seus relatórios e objetivos de ESG.

- Segurança no Trabalho: O novo produto químico é mais seguro para a sua equipa, contribuindo para um ambiente de trabalho mais protegido e ajudando a cumprir os regulamentos laborais.

Tudo isto é possível com o Kleen35™, um novo químico de limpeza a baixa temperatura que garante um desempenho de limpeza excepcional sem comprometer os resultados.

Imagine uma solução que lhe permite ser mais ecológico, mais seguro e mais rentável ao mesmo tempo. As poupanças que a Safetykleen alcança na sua pegada de carbono são também refletidas nos relatórios de sustentabilidade dos seus clientes. Lidere o caminho, adotando o "Dial Down" para obter ganhos de sustentabilidade mensuráveis para o seu negócio e para o planeta. Junte-se ao movimento "Dial Down" e reduza o seu consumo energético até 35%.

# Incentivo ao regresso ao trabalho

Gabinete Jurídico da ANECRA

A Medida Excepcional de Incentivo ao Regresso ao Trabalho para Jovens Desempregados (IRT Jovem), constitui um novo instrumento de política ativa de emprego destinado a estimular a reintegração profissional dos jovens beneficiários de subsídio de desemprego.

Este incentivo ao emprego jovem foi aprovado pela Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro, está a ser executada pelo Instituto do Emprego e da Formação Profissional (IEFP, I.P.) e reforça a estratégia integrada de promoção da empregabilidade jovem, centrada na inserção qualificada, estável e sustentável no mercado de trabalho.

## Um contexto de desafios estruturais

O desemprego jovem continua a constituir um dos principais desafios estruturais do mercado de trabalho português, situando-se em 21,44%, a taxa media de desemprego entre jovens, entre 2020 e 2024, a qual é considerada, significativamente, superior à média da União Europeia.

Estudos revelam que embora se tenha verificado uma ligeira tendência de redução em 2025, persistem obstáculos à integração plena e duradoura dos jovens no mercado de trabalho, registada com particular preocupação ao nível da empregabilidade de jovens no sector automóvel.

A presente medida, resulta assim, dessa necessidade, complementarmente às iniciativas que já se encontravam em vigor, designadamente, os programas Estágios +Talento e Emprego +Talento, criados pela Portaria n.º 221/2024/1, de 23 de setembro.

Esta iniciativa visa, neste contexto, incentivar a procura

ativa de emprego e apoiar financeiramente os jovens que retomem a atividade profissional antes do termo do subsídio de desemprego.

Foi também criada, com o propósito de acelerar a reintegração profissional e reduzir a duração média do desemprego.

## Promover a empregabilidade e a sustentabilidade

A Medida Excepcional de Incentivo ao Regresso ao Trabalho para Jovens Desempregados, tem como principais objetivos:

- Promover a reintegração profissional rápida dos jovens desempregados;
- Reduzir a duração média do desemprego;
- Melhorar as taxas de colocação e de manutenção no emprego;
- Contribuir para a racionalização da despesa pública associada às prestações sociais.

## Quem pode beneficiar

Podem candidatar-se à Medida - IRT Jovem, os jovens com menos de 30 anos que:

- Sejam beneficiários de subsídio de desemprego;
- Estejam inscritos no IEFP em data anterior à publicação da portaria;
- Celebrem um contrato de trabalho a tempo completo, com duração igual ou superior a seis meses;
- Iniciem o contrato, após a entrada em vigor da Portaria, com entidades com atividade registada em Portugal continental.



Não são elegíveis, contratos celebrados com a última entidade empregadora, com sócios ou membros de órgãos estatutários, nem contratos entre cônjuges ou pessoas em união de facto.

### **Apoio financeiro ao regresso ao trabalho**

O incentivo aprovado pela presente medida, traduz-se num apoio financeiro mensal atribuído pelo IEFP ao jovem beneficiário, calculado com base no valor do subsídio de desemprego que o mesmo deixa de receber:

- 35% do valor mensal do subsídio de desemprego, no caso de contratos sem termo;
- 25%, no caso de contratos a termo certo ou incerto.

O apoio é concedido durante o período remanescente de concessão do subsídio de desemprego ou durante a vigência do contrato de trabalho, se este for de menor duração.

O pagamento do apoio é efetuado em três fases, acompanhando a execução do contrato e depende da manutenção das condições de elegibilidade e das obrigações contratuais.

### **Candidaturas e processo de aprovação**

As candidaturas devem ser apresentadas no portal eletrónico do IEFP ([iefponline.iefp.pt](http://iefponline.iefp.pt)), no prazo de 30 dias consecutivos, após o início do contrato de trabalho.

Os candidatos devem ter situação tributária e contributiva regularizada, bem como, não se encontrarem em incumprimento relativamente a apoios financeiros anteriormente concedidos pelo IEFP.

A decisão sobre a candidatura é proferida no prazo de 10 dias úteis, sendo o apoio atribuído por ordem de entrada das candidaturas, até ao limite da dotação orçamental definida para a medida.

### **Condições de acesso**

Para efeitos de atribuição do IRT Jovem, o jovem desempregado deve reunir, à data da candidatura, as seguintes condições:

- Estar registado no portal [iefponline.iefp.pt](http://iefponline.iefp.pt), e ter subscrito o serviço de notificações eletrónicas do IEFP, I.P.;
- Dispor de conta bancária em nome próprio;
- Encontrar-se em situação regularizada perante a Administração Fiscal e a Segurança Social;
- Não se encontrar em situação de incumprimento relativamente a apoios financeiros concedidos pelo IEFP, I.P.;
- Comprovar, mediante o contrato de trabalho e demais elementos instrutórios, o cumprimento dos requisitos definidos nos pontos anteriores, nomeadamente, a celebração do contrato a tempo completo, com duração mínima de seis meses, em entidade empregadora registada em Portugal Continental.

### **Requisitos do contrato de trabalho**

O contrato de trabalho deve:

- Ser celebrado após o dia 8 de outubro de 2025, data de entrada em vigor da Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro;
- Ser celebrado a tempo completo, com duração igual ou

superior a seis meses, nas modalidades de contrato sem termo, a termo certo ou a termo incerto, desde que a duração presumida seja igual ou superior a seis meses;

- Ser referente a posto de trabalho localizado em território de Portugal Continental;
- Ser celebrado com entidade empregadora legalmente constituída, com atividade registada em Portugal Continental e em cumprimento integral da legislação laboral portuguesa e demais obrigações legais aplicáveis.

Não são considerados elegíveis, os contratos que sejam celebrados com entidade empregadora ou entidade pertencente ao mesmo grupo empresarial a que o jovem desempregado esteve vinculado por contrato de trabalho, imediatamente antes de ser colocado na situação de desemprego.

Considera-se “grupo empresarial” o conjunto de empresas que, embora juridicamente distintas, mantêm entre si laços de interdependência decorrentes:

- de uma participação maioritária no capital;
- da detenção de mais de metade dos votos atribuídos pela detenção de participações sociais;
- da possibilidade de designar mais de metade dos membros do órgão de administração ou de fiscalização;
- do poder de gerir os respetivos negócios. Consideram-se como empresas as entidades que exercem uma atividade económica, independentemente da sua forma jurídica.
- Ser referente a posto de trabalho localizado em território de Portugal Continental.

São considerados elegíveis, os contratos que:

- Sejam celebrados com entidade empregadora ou entidade pertencente ao mesmo grupo empresarial a que o jovem desempregado esteve vinculado por contrato de trabalho;
- Sejam celebrados com entidade da qual o jovem seja sócio, gerente, membro dos órgãos estatutário ou detenha participação no capital social;
- Sejam celebrados entre cônjuges, entre pessoas que vivem em união de facto, ou com entidade empregadora da qual o seu cônjuge ou a pessoa com quem viva em união de facto seja sócio, gerente ou membro de órgão estatutário;
- Não cumpram os requisitos de tempo completo ou duração mínima definidos na Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro.

## **Conversão do contrato de trabalho durante o período de apoio**

Durante o período de concessão do apoio, o contrato de trabalho inicialmente celebrado a termo certo ou a termo

incerto pode ser convertido em contrato de trabalho sem termo, mantendo-se a vigência da candidatura aprovada. A conversão deve ser comunicada ao IEFP, I.P. no prazo de 10 dias úteis após a sua formalização, através do portal iefponline, anexando cópia do aditamento contratual ou declaração da entidade empregadora que comprove a alteração.

Nestes casos, o apoio financeiro é ajustado à nova modalidade contratual, aplicando-se, a partir da data de conversão, a taxa de 35 % do valor mensal do subsídio de desemprego.

A conversão não interrompe o período de concessão do apoio, devendo o beneficiário manter o vínculo laboral e as condições de elegibilidade previstas na Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro e no termo de aceitação da decisão de aprovação.

O novo prazo mínimo de manutenção do contrato, aplicável à modalidade sem termo, é de 12 meses, contados desde a data da conversão, nos termos do artigo 6.º, n.º 2, alínea a) da referida Portaria

Cumulação e articulação com outras medidas - Outros apoios concedidos à entidade empregadora

A presente medida, é cumulável com outros apoios à contratação e à formação, designadamente:

- A entidade empregadora com quem tenha sido celebrado o contrato de trabalho continua a poder aceder aos públicos à contratação e ao emprego, nomeadamente os concedidos no âmbito das medidas +Emprego e +Talento, reguladas, respetivamente, pelas Portarias n.º 220/2024/1 e n.º 221/2024/1, ambas de 23 de setembro;
- Os apoios previstos nas Portarias n.º 220/2024/1 e 221/2024/1, de 23 de setembro;
- As dispensas parciais ou isenções totais de contribuições para a segurança social, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 72/2017, de 21 de junho;
- IRT Jovem é ainda cumulável, com os apoios concedidos no âmbito da medida Emprego Interior MAIS - Mobilidade Apoiada para Um Interior Sustentável, regulado pela Portaria n.º 174/2020, de 17 de julho, na sua atual redação.

## **Consequências do incumprimento das obrigações assumidas**

O incumprimento das obrigações assumidas no termo de aceitação e das condições estabelecidas na Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro, determina a cessação imediata do apoio e a obrigação de restituição dos montantes já recebidos, total ou proporcionalmente, sem prejuízo de participação criminal sempre que existam indícios da prática de crime.



O jovem deve restituir a totalidade do apoio financeiro recebido, quando, antes de decorrido o prazo de concessão do apoio, ocorra alguma das seguintes situações:

- Denúncia do contrato de trabalho pelo próprio trabalhador;
- Cessação do contrato de trabalho por acordo entre as partes;

• Despedimento por facto imputável ao trabalhador.

Nos casos de cessação do contrato de trabalho, supra indicados, não há lugar à restituição do apoio, desde que o jovem apresente ao IEFP, I.P., novo contrato de trabalho, no prazo máximo de 30 dias úteis a contar da cessação, que:

- Seja celebrado a tempo completo;  
- Tenha duração igual ou superior à do contrato anterior objeto de apoio;

- Cumpra os requisitos previstos no artigo 3.º e no n.º 3 do artigo 5.º da Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro. A apresentação de novo contrato de trabalho, é efetuada através de submissão de candidatura no qual conste expressamente que o motivo de apresentação da candidatura decorre do n.º 3 do art.º 8.º da Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro.

A duração do apoio não é prorrogável, cessando no termo do período de concessão inicialmente fixado, independentemente da celebração de novo contrato.

Caso o novo contrato seja celebrado sem termo, quando o anterior era a termo certo ou incerto, passa a aplicar-se o prazo mínimo de manutenção de 12 meses, contado desde a data de início do novo contrato, nos termos do artigo 6.º, n.º 2, alínea a), da Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro.

No entanto, há lugar à restituição proporcional do apoio financeiro recebido, designadamente, quando:

- Deixe de se verificar qualquer dos requisitos de elegibi-

lidade previstos na Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro;

- O contrato de trabalho cesse durante o período experimental por iniciativa da entidade empregadora;
- O jovem deve restituir a totalidade do apoio financeiro recebido sempre que se verifique qualquer forma de simulação ou falsificação documental com vista ao acesso à medida, sem prejuízo do exercício do direito de queixa por eventuais indícios da prática de crime.

A restituição dos montantes apurados deve ser efetuada no prazo de 60 dias consecutivos a contar da notificação do IEFP, sendo devidos juros de mora à taxa legal em vigor após o termo desse prazo.

### **Execução, acompanhamento e avaliação**

A execução da medida, é da responsabilidade do IEFP, I.P., que assegura a verificação das condições de concessão do apoio e o acompanhamento da sua execução.

O IEFP elaborou um guia de apoio à candidatura e propõe-se promover, nos termos previstos na legislação, ações de verificação e auditoria em colaboração, com as entidades competentes.

A Medida será avaliada em sede da Comissão Permanente de Concertação Social no prazo de dois anos, permitindo monitorizar o seu impacto e contributo para a empregabilidade jovem.

### **Vigência da medida**

A Medida IRT Jovem, já se encontra em vigor, desde 8 de outubro do corrente ano e vigorará, até 30 de junho de 2026. O Guia de Apoio à Candidatura da autoria do IEFP, pode ser consultado no site daquela entidade, em [www.iefp.pt](http://www.iefp.pt). A presente informação não dispensa a consulta da Portaria n.º 336/2025/1, de 7 de outubro. **A**

# Entre a incerteza global e a transição verde

*Num contexto de grande volatilidade macroeconómica a nível mundial, o setor automóvel enfrenta simultaneamente uma conjuntura desafiante e uma profunda transformação estrutural.*

Gabinete de Estudos Económicos



O ano de 2025 revela uma indústria em busca de equilíbrio entre as forças da incerteza global e as exigências da transição energética, num ambiente em que a Europa procura preservar a sua relevância industrial e tecnológica, enquanto Portugal beneficia de uma relativa estabilidade económica.

O sector automóvel procura, assim, uma Reconfiguração Inteligente.

## Economia mundial e o sector automóvel

A economia mundial atravessa uma fase de abrandamento. Segundo o Banco de Portugal, o crescimento global deverá recuar de 3,2% em 2024 para 2,9% em

2025 e 2,7% em 2026, penalizado pela escalada protecionista e pelo impacto das tarifas impostas pelos Estados Unidos sobre bens europeus, incluindo automóveis. As tensões comerciais entre as principais economias mundiais e a desaceleração da China, com revisões em baixa acumuladas de mais de um ponto percentual até 2027, reduziram o dinamismo do comércio internacional e agravaram a incerteza económica. Ainda assim, o abrandamento é parcialmente compensado por políticas monetárias menos restritivas — o BCE iniciou cortes nas taxas diretoras — e pela recuperação gradual do investimento europeu, em especial na área da defesa e das infraestruturas.



No plano europeu, o sector automóvel continua a ser um pilar da economia europeia e mundial, pois representa mais de 8% do PIB, cerca de 13,6 milhões de empregos diretos e indiretos, gerando mais de 414 bilhões de euros de receitas tributárias para os governos europeus e um superávit comercial de 93,9 mil milhões de euros para a União Europeia, de acordo com a ACEA e, ainda, que o setor automóvel representa 34% do Investimento da UE em Investigação e Desenvolvimento. Um estudo da McKinsey & Company, publicado em março de 2025, alerta para a perda de competitividade acumulada do setor automóvel desde 2017. A quota de mercado global das marcas europeias caiu mais de 13 pontos percentuais e a rentabilidade média dos fornecedores desceu de 7,4% para 5,1%. O desafio é, assim, duplo: responder à revolução tecnológica dos veículos elétricos e digitais e enfrentar uma nova geoeconomia fragmentada.

Ainda segundo a McKinsey, há cinco pontos de rutura, que estão na origem duma pressão enorme sobre a industria e que explicam a mudança sem precedentes que atravessa a indústria automóvel europeia: i) a geoeconomia, ii) a crescente incerteza na tecnologia de sistemas de propulsão, iii) a procura dos clientes e a informação de entretenimento, iv) o software e sistema avançado de assistência ao condutor (ADAS - advanced driver assistance system) e v) o desafio do

crescimento chinês. Qualquer um dos pontos referidos se subdivide em subpontos representativos da complexidade do contexto em que o setor automóvel está hoje envolvido.

Em síntese, as perturbações que a industria automóvel vem sofrendo são conhecidas: a transição energética e a eletrificação automóvel exigem investimentos avultados em baterias, semicondutores e software, áreas onde a Europa ainda depende fortemente de importações asiáticas. A complexidade reduzida das cadeias de valor dos veículos elétricos — com apenas 50% a 60% do valor acrescentado a permanecer na Europa — ameaça cerca de 370 mil milhões de euros em produção e emprego.

### **Europa - Estratégia e respostas**

A resposta europeia deve passar pela criação de ecossistemas industriais estratégicos, com elevadas valências na cadeia de valor do sector automóvel: a European Battery Alliance (EBA250), a aposta em semicondutores e a integração de plataformas abertas de software automóvel são passos decisivos, mas ainda insuficientes face à velocidade da concorrência chinesa e norte-americana.

Deste modo, uma nova era de colaboração conjunta entre OEM, fornecedores, decisores políticos e, ainda, indústrias adjacentes, poderá ser muito mais útil e de-



cisivo, do que esforços e ações individuais das partes interessadas. Mais do que nunca, importa alinhar diagnósticos, identificar pontos de convergência e definir uma estratégia coerente e sustentada que devolva à indústria europeia a sua preponderância global.

Neste ponto, a McKinsey identificou oito pontos de colaboração conjunta dos intervenientes, havendo dois pontos, de entre os oito, que deverão ter uma colaboração de intensidade elevada e simultânea dos quatro players enunciados. Ampliar o ecossistema dos semicondutores a nível europeu (numa ótica de criação de valor acrescentado futuro) e elevar a base de competências e talento (no que respeita, não só à formação, mas sobretudo na capacidade de gerar, atrair e reter talentos qualificados para sustentar a transformação tecnológica e aumentar a competitividade da indústria), são os dois pontos de colaboração de elevada intensidade e simultaneidade dos stakeholders, enunciados pela McKinsey.

### O mercado automóvel – Evolução das vendas

No mercado global, os contrastes são evidentes. Enquanto a procura por automóveis na Europa e nos EUA caiu 2,5% entre 2023 e 2024 e deverá manter-se estagnada até ao final da década, a China continua a crescer, projetando um aumento de 2% anual e duplicando o número de consumidores com rendimento suficiente para adquirir um automóvel até 2035. É neste contexto que as marcas chinesas ganham protagonismo, conquistando quotas internas e penetrando agressiva-

mente no mercado europeu com preços competitivos e tecnologia de ponta, sobretudo em veículos elétricos e sistemas de assistência à condução.

As vendas de veículos ligeiros na União Europeia, entre janeiro e setembro de 2025 estão em linha com o período homólogo de 2024, totalizando cerca de 9,1 milhões de novos registos. Contudo, o registo conjunto dos veículos ligeiros 100% elétricos e plug-in, com 2,1 milhões de veículos, cresceu 28%, e as vendas de Híbridos, com mais de 2,8 milhões de unidades, cresceu 16,4% face a 2024.

### Portugal – Economia, vendas e parque circulante

Portugal, pela sua dimensão e posição geoeconómica, reflete estas tendências de forma mitigada, mas não está imune. O Banco de Portugal projeta para 2025 um crescimento de 1,6% do PIB, acelerando para 2,2% em 2026, sustentado pela execução dos fundos europeus e pela retoma do investimento empresarial e das exportações, onde o setor automóvel mantém um peso estrutural. A inflação estabilizará em torno de 2%, e o emprego mantém-se robusto, com taxa de desemprego de 6,4%, valores que traduzem uma economia resiliente, ainda que vulnerável a choques externos.

O Parque Automóvel português continua a envelhecer e sem sinais de reconfiguração estrutural. A idade média ultrapassa os 14 anos, um dos valores mais elevados da Europa. Prevê-se para o ano em curso, a entrada de cerca de 254 mil veículos ligeiros novos (+5,0% face a 2024) e um volume de importações de veículos usados



próximo de 130 mil unidades ligeiras (8,5% de aumento). Deste modo, o ano 2025 será o ano de maior acréscimo, dos últimos anos, para o parque circulante, com as importações de veículos usados a valerem mais de metade dos registos de veículos novos ligeiros e com um peso, no ano, de 34% no global de entradas em parque.

Este movimento de importações, mantém a pressão sobre o parque circulante, com efeitos diretos sobre a segurança rodoviária, as emissões e a renovação tecnológica, contribuindo, contudo, positivamente para a dinâmica da economia e para a receita fiscal do Estado. Factores como o diferencial de preço, a percepção de bom negócio, o desconhecimento futuro do valor do veículo elétrico e o valor de substituição das baterias, a par da ausência de um efetivo programa de incentivo ao abate de veículos em fim de vida, continuam a ser alguns dos fatores que contribuem para a procura de viaturas usadas nos mercados externos dos países da UE. Ao mesmo tempo, as marcas instaladas em Portugal ajustam-se a um novo paradigma industrial. A reestruturação das fábricas nacionais aponta para a produção de modelos eletrificados e de componentes estratégicos, aproveitando a robusta base de fornecedores locais. O desafio é garantir escala e inovação: maior integração digital nas linhas de produção, apostar em formação técnica avançada e transição para uma mobilidade mais sustentável. A médio prazo, o sucesso dependerá da capacidade de atrair investimento estrangeiro, mas também de criar valor acrescentado nacional.

O comércio automóvel reconfigura-se com os movi-

mentos de aquisições e o crescimento/investimento dos grupos automóvel baseados nas redes de marca e no retalho de novos, a par do surgimento de novas micro e pequenas empresas no segmento do comércio de viaturas usadas, a maioria baseada na importação de carros usados.

O pós-venda reconfigura-se, muito em particular o pós-venda Independente que tem vindo a sofrer grandes transformações e a enfrentar grandes desafios, nos últimos anos. Desde logo com o crescimento do fenómeno das redes de oficinas, uma realidade absolutamente incontornável e que continua em franco crescimento e que, fruto dos muitos desafios do sector, tanto no modelo de negócio como da complexidade gradual do mesmo, terão tendência a consolidar-se. Será cada vez mais difícil existir e ter sucesso no mercado enquanto operador completamente independente. Em síntese, o sector automóvel europeu e português encontra-se numa encruzilhada histórica. O futuro será moldado por decisões estratégicas que conciliem sustentabilidade, inovação, viabilidade económica e valorização dos recursos humanos. Portugal, embora de pequena dimensão no mapa da produção mundial, pode ser exemplo de adaptação inteligente e resiliente — apostando na qualificação, na eficiência produtiva e na ligação entre tecnologia e indústria. A competitividade não virá apenas da escala, mas da agilidade com que se transformarão as dificuldades de hoje em oportunidades para uma mobilidade mais verde, digital e europeia.

## Condutor Online

# A inovação portuguesa que liga condutores em segundos

Chama-se Condutor Online e é uma nova solução 100% portuguesa, que promete trazer mais segurança aos veículos e menos preocupações aos condutores.

Já imaginou poder avisar o condutor de um carro com as luzes acesas, mal-estacionado ou prestes a ser rebocado, de forma rápida e discreta? É exatamente isso que o Condutor Online permite. Esta startup portuguesa criou uma tecnologia inovadora, prática e acessível, pensada para facilitar o dia a dia de quem conduz e melhorar a convivência nas cidades.

A ideia é simples: cada utilizador recebe uma TagOnline, um pequeno adesivo com QR Code único que se aplica no vidro do veículo. Sempre que alguém precisa de enviar um alerta, basta apontar o telemóvel para o QR Code. A mensagem chega ao proprietário em segundos, sem revelar números de telefone, sem APPs e com total privacidade.

O sistema funciona em quatro passos: o condutor adere ao serviço, recebe a sua TagOnline, aplica-a no veículo e, caso seja necessário, recebe o alerta em tempo real. Tudo de forma direta, segura e confidencial.

Mais do que uma tecnologia, o Condutor Online nasce com a missão de criar cidades mais inteligentes, humanas e colaborativas, onde a tecnologia serve para resolver pequenos problemas do dia-a-dia com impacto real.

Com ambições nacionais, o projeto quer colocar Portugal na linha da frente das soluções de mobilidade de nova geração, promovendo uma relação mais cooperativa entre condutores, a prevenção de incidentes e a comunicação rápida em situações urgentes.



"A nossa meta é democratizar a comunicação entre condutores. Em vez de sistemas complicados, criámos uma solução simples, intuitiva e acessível, que funciona com o telemóvel e sem necessidade de instalar aplicações", explica Bruno Martins, fundador do projeto.

O Condutor Online é um exemplo de como a inovação pode tornar o trânsito mais seguro e o convívio nas cidades mais harmonioso, um pequeno gesto que faz uma grande diferença.

Saiba mais em [www.condutor.online](http://www.condutor.online)



REPARAÇÃO  
E MANUTENÇÃO  
AUTOMÓVEL

# 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](mailto:parceria.anecra@mdsgroup.com)



808 100 140

# FORMAÇÃO ANECRA

**FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO**



<b>FORMAÇÃO COMPORTAMENTAL ANECRA</b>	<b>Prevenção face ao branqueamento de capitais</b> 4h horas de duração em horário laboral on-line <b>4 de dezembro</b>	<b>Inteligência artificial na prática para os negócios</b> 4h horas de duração em horário laboral on-line <b>19 de dezembro</b>	<b>FORMAÇÃO TÉCNICA DE CURTA DURAÇÃO</b>	<b>Leitura e interpretação de esquemas elétricos</b> 20h horas de duração em horário pós-laboral <b>Leiria</b> <b>15 a 19 de dezembro</b>
<b>Redes sociais: Estratégia, boas práticas, criação de conteúdos</b> 4h horas de duração em horário laboral on-line <b>4 de dezembro</b>	<b>Falar em público</b> 4h horas de duração em horário laboral on-line <b>17 de dezembro</b>		<b>Motores a gasolina de injeção direta</b> 8h horas de duração em horário pós-laboral on-line <b>9 a 12 de dezembro</b>	

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](mailto:patricia.paz@anecra.pt) e organizaremos em conjunto a Formação à Medida para a sua empresa!

[www.anecra.pt](http://www.anecra.pt) | 21 392 90 30



DOSSIER

# comércio de automóveis usados

Observatório Indicata

# Mercado português em transformação

Standvirtual Procura de usados forte no norte e centro

Associado Les Maîtres Carrossières

**Unicar**

# Uma história de três gerações

*O nome Unicar poderia vir de união – já que é um negócio familiar que dura há quase quatro gerações, assim nos conta Rui Candeias, neto do fundador e atual gestor da empresa.*

Por: Mónica Silva | Fonte: Unicar



A história da Unicar começou há cerca de 25 anos ou, na verdade, muito antes disso. O avô de Rui foi o primeiro a dar o passo que, mais tarde, criaria a empresa. Numa altura em que Portalegre ainda não tinha automóveis suficientes para justificar oficinas, dedicava-se a reparar baldes de borracha, entre outros pequenos serviços que a comunidade lhe pedia.

Com a chegada dos primeiros carros à região e a consequente necessidade de reparar furos, o negócio ganhou outro rumo. O pai de Rui foi quem consolidou essa transformação: comprou terreno, investiu em

equipamentos e especializou-se na área dos pneus, criando as bases para o que viria a ser a Unicar. Rui cresceu nesse ambiente e nunca se imaginou noutro lugar. Começou a trabalhar aos 18 anos “por gosto e pela mecânica”, como diz, e rapidamente se apaixonou pelas máquinas agrícolas. Durante o dia atendia clientes no serviço de pneus, à noite tratava dos motores. “Começou aquele vício”, recorda com humor. Com o tempo, expandiu-se das máquinas agrícolas para os automóveis. O volume de trabalho cresceu, nasceu a necessidade de mais espaço e a Unicar pas-



sou a operar num pavilhão na zona industrial, onde encontra hoje a sua casa definitiva.

A Unicar mantém atualmente uma equipa de seis pessoas e um stock médio de 60 automóveis para venda, a que se junta o serviço de manutenção. Rui diz que é como o “bombeiro sempre de serviço”, uma expressão que diz muito sobre a relação que construiu com os clientes. “Neste momento já tenho miúdos cujos avós eram clientes. Também os clientes passaram de geração em geração”, conta. O negócio cresceu com o passa-palavra e, curiosamente, também além-fronteiras: muitos clientes chegam de fora e Rui fala inglês quase numa base diária.

A Unicar tem hoje uma identidade clara: uma empresa que cresceu pela dedicação, que se modernizou sem perder o toque familiar e que vê na confiança a força que atravessa gerações. Entre pneus, motores e

diagnósticos eletrónicos, mantém a essência com que começou: servir bem e estar presente.

Com a quarta geração já a aprender o ofício, Rui Candeias sabe que o caminho da Unicar continua. E que, tal como aconteceu com o avô, com o pai e consigo, será sempre feito de trabalho, paixão e um profundo sentido de comunidade.▲

#### Vantagens de ser associado da ANECRA

Muitas pessoas pagam quotas, mas desconhecem as vantagens de ser associado da ANECRA. Já poupei muito dinheiro com a ANECRA graças às formações, parcerias e aconselhamento.

Les Maîtres Carrossières

# Da Suíça à Lourinhã, os mestres da chaparia

*Em entrevista à ANECRA Revista, Ricardo Severino revela o percurso, a visão e os desafios da Les Maîtres Carrossières, oficina que dirige em Portugal.*

Por: Mónica Silva Fonte: Les Maîtres Carrossières

Ricardo Severino recorda que a Les Maîtres Carrossières nasceu de uma experiência que o marcou profundamente na Suíça. Foi lá que trabalhou durante onze anos num grupo de oficinas especializado em reparação de colisão, onde descobriu uma cultura de rigor, exigência e atenção ao detalhe que raramente encontrara antes. “Queria mostrar a diferença do saber fazer para o que muitas vezes pensamos que já está bem, mas afinal poderemos sempre fazer melhor”, explica. O regresso a Portugal coincidiu com a oportunidade de abrir uma sucursal do mesmo grupo, algo que só foi possível, diz, graças à confiança do administrador Michel Humbert, do diretor Alexandre Zeballos e do gerente Carlos Oliveira, que acreditaram no seu percurso e quiseram continuar a trabalhar consigo.

O nome da oficina foi, para Ricardo, uma escolha natural. Les Maîtres Carrossières, que traduz para “os mestres da chaparia”, representa a filosofia que aprendeu na Suíça: qualidade sem concessões, respeito absoluto pelo detalhe e o mesmo cuidado independentemente do veículo. “Parece estranho em português, mas fica melhor no original”, admite, lembrando que, apesar de ter acumulado 15 anos de experiência em Portugal antes de partir, foi naquele país que verdadeiramen-

te se transformou profissionalmente. “A exigência e o profissionalismo destaca-se”, afirma, reconhecendo que ali viveu uma evolução intensa e decisiva.

Hoje, em Portugal, a oficina trabalha bate-chapa, pintura, mecânica de colisão, ar condicionado, alinhamento de direção, pneus e começa a dar resposta aos desafios dos veículos elétricos. Contudo, Ricardo insiste que o que os distingue não é apenas a lista de serviços, mas sim a forma como trabalham. Fala de “transparência total nas reparações tanto com os clientes finais como com as companhias de seguros”, do acompanhamento minucioso de cada detalhe e da escolha criteriosa dos materiais utilizados.

Conciliar a tradição da boa carroçaria com tecnologias e materiais cada vez mais complexos é outra parte essencial da identidade da oficina. Ricardo descreve um esforço constante para unir gerações e métodos: formar os mais jovens com a tradição e atualizar os mais experientes com as novas tecnologias. “Fazemos uma mistura das diferentes formas de trabalhar”, diz, sublinhando que tenta diariamente transmitir tudo o que aprendeu ao longo do seu percurso.

A relação com os clientes é, para Ricardo, um ponto central, quase emocional. O gerente acredita que só



se alcança excelência quando se entende verdadeiramente quem entrega o carro para ser reparado. Por isso, a equipa esforça-se por “colocar-se no lugar do cliente” e ir ao encontro das suas necessidades sempre que possível. Reconhece que os colaboradores às vezes se queixam das exigências: “fogo, você vê tudo”, dizem-lhe. Mas depressa percebem que essa obsessão pelo detalhe faz diferença. É quando vê o sorriso de satisfação dos clientes que sente que o esforço valeu a pena. Recorda, por exemplo, a reparação de um Tesla que nunca esqueceu, pela forma insistente e emocionada como o cliente agradeceu “5 vezes”, sublinha, com igual número de apertos de mão.

Olhando para o futuro, Ricardo vê desafios significativos: acompanhar a eletrificação e a digitalização, garantir formação adequada e combater a escassez de profissionais interessados no setor. Reconhece que nem sempre existe o apoio necessário, sobretudo das seguradoras e de algumas entidades formadoras, mas acredita que a evolução é inevitável e que oficinas preparadas terão oportunidades únicas nos próximos anos. **A**



**Vantagens de ser associado da ANECRA**  
Ter acesso a formações e informações necessárias para o ramo automóvel

## Panorama Mensal Standvirtual

# Procura de usados **forte** no norte e centro

*O novo Panorama Mensal do Mercado Automóvel da Standvirtual revela que, em setembro, a procura de usados aumentou no norte e centro do país, 40% e 44% respetivamente.*

Por: Mónica Silva | Fonte: Standvirtual

Com uma dinâmica de mercado de cerca de 45% em setembro, verifica-se um aumento geral de 48% da procura e uma leve diminuição de 1% na oferta de veículos usados, em relação ao período homólogo de 2024. O crescimento na procura está presente ainda nas marcas premium e de luxo (+27% e +16%, respetivamente).

Relativamente ao tipo de combustível, o panorama do Standvirtual revela que os veículos elétricos registaram o maior aumento da procura em setembro face ao ano passado no mercado de usados: 69% nos elétricos premium e 62% nos elétricos de volume. No que concerne à oferta, verificou-se um crescimento em relação ao período homólogo de 2024 (31% nos elétricos de volume e 25% nos premium). A procura e a oferta de carros a gasolina cresceram face ao mesmo mês do ano anterior (49% e 1%). No que diz respeito aos veículos a diesel, esta tipologia apresentou um aumento da procura em relação ao período homólogo (25%). Contudo, houve uma diminuição da oferta nos carros a diesel (13%). Carros Elétricos, Híbridos a Gasolina, Híbridos a Diesel e Híbrido Plug-in representaram cerca de 19% da procura e cerca de 22% da oferta em setembro. Diesel (48%) e Gasolina (30%)

mantiveram-se como as tipologias mais procuradas. Em setembro, os carros a gasolina, híbridos plug-in, híbridos a gasolina e GPL foram as únicas tipologias de combustível com maior oferta de anúncios (34%, 8%, 3% e 2%, respetivamente) do que procura. Nas restantes, a procura foi igual ou inferior à oferta.

Em relação aos preços, os automóveis de valor inferior a 15 000€ revelaram o maior aumento da procura (50%) em setembro, seguidos pelos veículos acima de 30 000€ (26%) e entre 15 000€ a 30 000€ (25%), face ao mesmo mês de setembro do ano anterior. A oferta nos veículos acima de 30000€ e abaixo de 15 000€ cresceu em comparação a setembro do ano passado (+6% e +4%, respetivamente). Contudo, a oferta apresenta um decréscimo nos veículos entre 15000€ a 30 000€ (-7%) face ao mesmo mês do ano anterior. A categoria dos 10 000€ aos 25 000€ continuou a registrar o maior número de visualizações (35%) e de anúncios (48%) em setembro.

A análise pelo ano de matrícula revela que a procura cresceu principalmente nos veículos de 1 a 3 anos (33%), face a setembro do ano passado. Este crescimento da procura é também visível nos carros entre 5 a 10 anos (26%) e 3 a 5 anos (23%), para além



disso nos automóveis de 10 a 15 anos (18%) e até 1 ano (17%), face a setembro do ano passado. A oferta revelou um crescimento comparativamente ao mesmo mês de 2024 apenas nos veículos de 10 a 15 anos (5%). Em todos os outros intervalos de idade a oferta apresentou um decréscimo em relação ao período homólogo do ano anterior. Carros com matrícula entre 2019 e 2020 foram os mais visualizados em setembro (cerca de 8,9%), seguidos dos carros matriculados entre 2021 e 2022 (cerca de 7,7%).

No segmento e marca, em setembro, a procura cresceu sobretudo nos utilitários (65%), nos monovolume (42%), nos sedan (39%) e nos citadinos (37%). Nos restantes segmentos a procura aumentou também ou estabilizou. SUV (22%), utilitários (18%), citadinos e carrinhas (cerca de 16% e 15,2%) foram os segmentos mais procurados em setembro. A oferta foi maior e superou a procura nas categorias de SUV (cerca de 30%), carrinhas (16%) e cabrio (3,4%). A Tesla, a BYD e a Volkswagen foram as marcas mais procuradas no mês de setembro. Por outro lado, as marcas mais anunciadas foram a Renault, a Peugeot e a Mer-

cedes-Benz. Os carros mais procurados em setembro, por intervalo de preços, foram o Volkswagen Golf na categoria abaixo dos 5000€; o BMW Serie 1 na categoria dos 5000€ aos 10 000€; o Mercedes Classe C na categoria dos 10000€ aos 25 000€; o BYD Atto 3 dos 25 000€ aos 40 000€; e o Mercedes Classe E acima dos 40 000€. Nos elétricos e híbridos, a procura foi encabeçada pelo Tesla Model 3, o Renault Zoe e o Tesla Model Y, em setembro.

“Setembro foi um mês marcado por uma forte dinâmica no mercado de usados, com destaque para o aumento expressivo da procura nas regiões Centro e Norte do país. Verificamos também que os consumidores continuam a diversificar as suas preferências, com um crescimento significativo na procura de veículos elétricos e de marcas premium, refletindo uma maior maturidade e confiança neste segmento. Apesar da ligeira diminuição da oferta total, o mercado mantém-se bastante ativo e equilibrado, o que demonstra um interesse sustentado dos portugueses na aquisição de automóveis usados”, refere Luiza Carvalho, Business Analyst do Standvirtual.▲

Dados de Setembro de 2025

# Mercado português em transformação

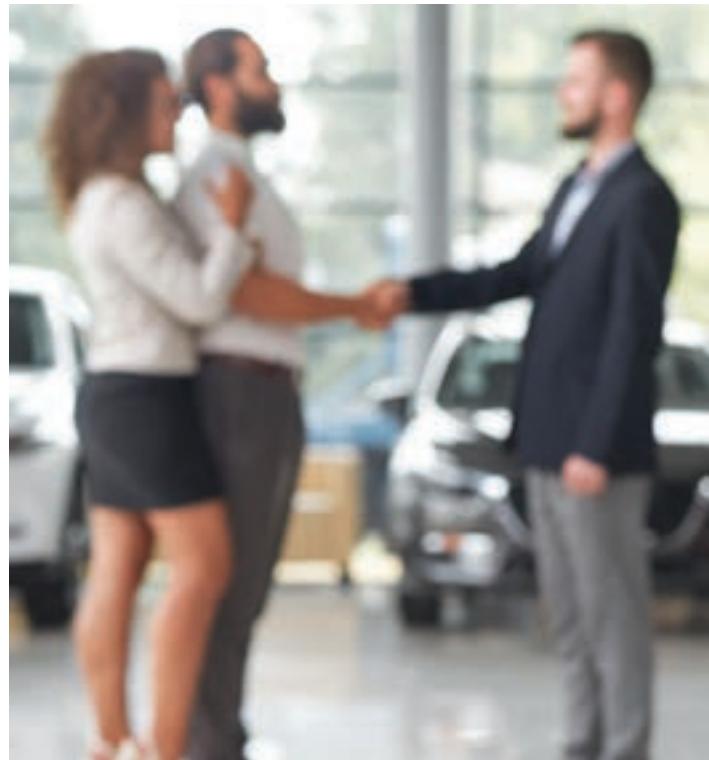
Por: Mónica Silva Fonte: Indicata

*O Observatório Indicata divulga dados de Setembro de 2025 sobre o mercado de usados em Portugal*

A procura mantém-se sólida, mas os compradores Em setembro, o mercado de carros usados em Portugal manteve-se relativamente estável, embora o ritmo de vendas tenha começado a abrandar após vários meses de resiliência. Os compradores continuam ativos, mas estão cada vez mais sensíveis ao preço e cautelosos quanto à fiabilidade. Os modelos recentes, geralmente mais caros, estão a ser mais difíceis de vender, enquanto os veículos com 4 a 8 anos tornaram-se o núcleo do mercado, oferecendo o melhor equilíbrio entre acessibilidade, tecnologia e custos de utilização.

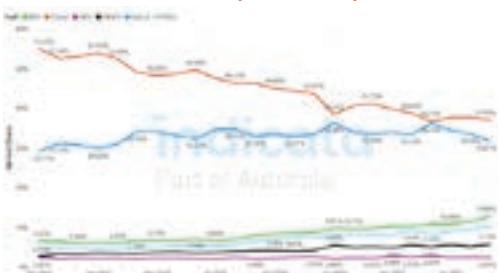
O índice geral de preços continua ligeiramente acima dos níveis do início do ano, mas a tendência está claramente a mudar: os aumentos anteriores estão a dar lugar a uma estabilidade tensa. O Market Days Supply (MDS) está a subir gradualmente, sinal de que o stock está a acumular-se mais depressa do que a procura. A maioria dos concessionários ainda mantém os preços, mas os descontos deverão acelerar até ao final do ano, especialmente para modelos elétricos e premium, onde a rotação abrandou significativamente.

A gasolina continua a ser o pilar do mercado de usados em Portugal, mantendo uma quota estável e uma rotação forte. O diesel, outrora dominante, está a recuar lentamente, embora continue relevante em zonas rurais e para utilizações de elevada quilometragem. No entanto, está agora em clara desvantagem fiscal: os veículos elétricos e híbridos beneficiam de isenções significativas de

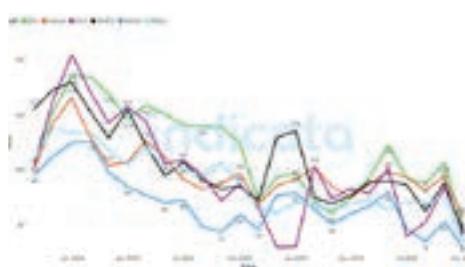


impostos e deduções no IVA, no Imposto Sobre Veículos (ISV) e no Imposto Único de Circulação (IUC). Como resultado, os compradores empresariais e de frotas estão a migrar progressivamente para BEVs e PHEVs, incentivados por um dos sistemas fiscais mais pró-eletrificação da Europa.

Quota de mercado de vendas por mês e tipo de combustível



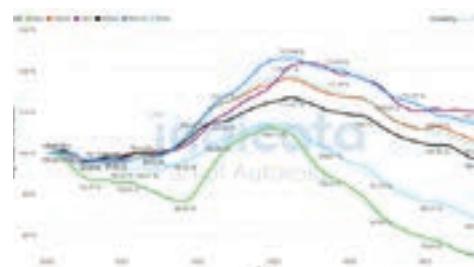
MDS por tipo de combustível



Quota de mercado de stock por mês e grupo etário



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



Os híbridos estão a avançar lentamente, mas continuam a ser um nicho em comparação com os mercados do norte da Europa. Os BEVs, por sua vez, continuam a enfrentar dificuldades: baixa penetração, tempos de venda mais longos e infraestrutura de carregamento limitada fora de Lisboa e Porto pesam sobre a adoção.

O sector de usados em Portugal revela uma crescente lacuna entre acessibilidade e disponibilidade. Os veículos mais recentes continuam fora do alcance de muitos agregados familiares, enquanto as condições de crédito mais apertadas empurram a procura para carros mais antigos. Os modelos com mais de dez anos ainda representam uma parte significativa das transações, mas sofrem de rotação lenta, ao passo que o segmento dos 4-8 anos concentra a maior parte da atividade real do mercado.

Os veículos comerciais leves continuam a ser um pilar da economia empresarial portuguesa. O diesel mantém-se dominante, graças à autonomia, capacidade de carga e eficiência operacional. No entanto, os incentivos fiscais e as restrições urbanas estão a levar as empresas a considerar alternativas eletrificadas. As carrinhas elétricas ainda são marginais, limitadas pela autonomia e pela logística de carregamento, mas o crescimento do e-commerce e a modernização das frotas públicas poderão alterar gradualmente este equilíbrio nos próximos anos.

O mercado de usados em Portugal está a entrar numa fase de correção controlada: a procura mantém-se, mas a pressão estrutural está a aumentar. Com os preços a estabilizar, o stock a crescer e os veículos eletrificados ainda frágeis, a perspetiva aponta para uma normalização gradual e não para uma quebra abrupta. Para os profissionais, o caminho está traçado: ajustar os preços cedo, apostar na transparência e focar a estratégia de stock em modelos ICE e híbridos, que sejam populares e acessíveis. **A**



## MG HS

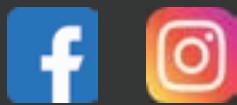
A MG Motor UK anunciou em 2020 o lançamento do seu novo modelo emblemático, o All New MG HS, um SUV de qualidade do segmento C concebido para momentos familiares de qualidade. O All New MG HS oferece aos compradores uma alternativa emocionante e de alta qualidade às opções convencionais, com um exterior desportivo e um interior familiar com materiais suaves ao toque utilizados em todo o veículo. Ao combinar alta qualidade com preços competitivos, o All New MG HS cria uma nova definição de luxo acessível para os compradores de carros novos no Reino Unido. O All New MG HS foi projetado para ter um visual decidido, desportivo e perfeitamente adequado às estradas britânicas e europeias. Na frente, a última versão da grade frontal estelar da MG emoldura perfeitamente o maior logotipo MG até agora. Na traseira, os tubos de escape duplos e o para-choques inferior em alumínio conferem um acabamento elegante e desportivo. No interior, os materiais

suaves ao toque reinam supremos, uma vez que os designers da MG deram prioridade ao conforto e à qualidade para tornar o habitáculo um local muito convidativo. A posição de condução bem equipada e os bancos espaçosos fazem do novo MG HS um espaço de qualidade para momentos familiares de qualidade. Os passageiros da frente podem desfrutar de um espaço para os ombros, ancas e cabeça líder na sua classe, com materiais suaves ao toque em todos os locais certos. Os botões tipo teclas de piano, as saídas de ar com design de turbina e os painéis das portas suaves ao toque são agradáveis ao toque, aumentando a sensação de conforto e qualidade no interior do carro. Os passageiros do banco traseiro também são atendidos com bancos reclináveis que oferecem muito espaço, saídas de ar duplas, duas entradas USB e um elegante apoio de braço rebatível, que se abre de forma inteligente para revelar um espaço de arrumação e dois suportes para copos.



# MINHO JANTES

REPARAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO





# Formação automóvel na dianteira da inovação



## FORMAÇÃO PRESENCIAL | DISTÂNCIA

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

[cepra.pt](http://cepra.pt)



ANECRA



Cofinanciado pela  
União Europeia