ANECRA
revista
n.º 397 | Novembro 2026
Semestral | €2,50

37.ª Convenção Anual da ANECRA

Conduzir a mudança, liderar o futuro



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



Joaquim Alves Pereira
Diretor

Quem conduz e quem é conduzido

Os empresários do sector automóvel já enfrentaram muitos desafios e souberam transformá-los em oportunidades de crescimento. A resiliência sempre foi uma das suas maiores qualidades e, durante anos, o tempo disponível para decidir foi suficiente para contornar as dificuldades. Desta vez, tudo acontece a uma velocidade difícil de acompanhar. A inteligência artificial veio juntar-se à regulação, à electrificação, à falta de mão-de-obra especializada, aos conflitos na Europa e no Médio Oriente e a consumidores mais informados, com novos hábitos de consumo.

Perante isto, há duas atitudes possíveis. Há empresas que tratam a mudança como uma ameaça a adiar, à espera de que outros decidam por elas. E há as que a assumem como responsabilidade de gestão, que exige visão, decisão e ação contínua: investem nas pessoas antes das máquinas, medem o que fazem e escolhem os parceiros certos que os podem ajudar nesta transformação.

A diferença não está na dimensão da empresa, mas na capacidade de decisão de quem a dirige. Uma pequena empresa que conhece bem os seus números e os seus clientes, está mais bem preparada do que uma grande que espera para ver.

É este o sentido do lema da 37.ª Convenção: «Conduzir a mudança, liderar o futuro». Conduzir não é adivinhar o que vem aí; é decidir, com a informação disponível, antes que outros decidam por nós. E ninguém o faz sozinho. Por isso, juntamos num só dia e numa só sala os decisores de todo o sector. Acreditamos que as ideias e os debates desta Convenção podem fazer a diferença no futuro das nossas empresas.

> *"Na ANECRA, exigimos de nós próprios (...) antecipar os desafios, preparar o futuro e estar ao lado de quem quer fazer parte da mudança*

Na ANECRA, exigimos de nós próprios aquilo que defendemos para as empresas que representamos: antecipar os desafios, preparar o futuro e estar ao lado de quem quer fazer parte da mudança.

A questão já não é saber se a mudança vai acontecer. A mudança já está em curso. A verdadeira questão é: vamos ser nós a conduzi-la ou deixar que outros decidam o nosso futuro?

4 MENSAGEM DO PRESIDENTE
Conduzir a mudança. Liderar o futuro

6 37.ª CONVENÇÃO ANUAL DA ANECRA
Conduzir a mudança. Liderar o futuro

10 OPINIÃO MONTEPIO CRÉDITO
Quando o mercado acelera a transição

12 ENCONTRO NACIONAL DE USADOS
Rumo a um futuro mais inteligente

16 PRODUTO
Glassdrive reduz consumo de papel

18 OPINIÃO MOOVE
Comma: Made for mechanics

20 AUTOZITÂNIA
Aftermarket no 40º aniversári

22 MARKETING
O poder invisível que conduz o setor automóvel

24 MOBILIDADE
Sinónimo de tecnologia e diversão

PRÉMIO CARRO FROTA
Elétricos fazem o pleno

28 DAVID MONEO, DIRETOR DA IFEMA
"Portugal é um mercado estratégico"

30 JURÍDICO
A revolução digital no ciclo contributivo das empresas

36 OPINIÃO PEDRO BASTOS
O futuro não espera por quem resiste à mudança

40 JURÍDICO
Protocolo ANECRA e Associação Portuguesa de Seguradores

42 ECONOMIA
Veículos 100% elétricos levam a mudança

46 ECONOMIA
Uma nova era no setor automóvelde

DOSSIER DE USADOS
49 Focuspaint
50 16 anos de dedicação

DADOS
52 Standvirtual

DADOS
54 Indicata

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



Alexandre Manuel Ferreira
Presidente da Direcção da ANECRA

Conduzir a mudança, Liderar o futuro

A 37.ª Convenção ANECRA realiza-se num momento particularmente relevante para o setor automóvel português. Vivemos uma fase de transformação acelerada, em que as mudanças deixaram de ser meras evoluções naturais do mercado para se tornarem verdadeiras reconfigurações estruturais da atividade económica, tecnológica e regulatória que molda o nosso setor.

O mote escolhido para esta edição — Conduzir a Mudança. Liderar o Futuro — não é apenas uma expressão inspiradora. É uma convocatória. Uma afirmação de responsabilidade. Um compromisso com as empresas que todos os dias fazem o setor automóvel acontecer, enfrentando desafios complexos, exigências crescentes e um ambiente competitivo em permanente mutação.

A transição energética, a eletrificação da mobilidade, a digitalização dos processos, a evolução dos modelos de negócio e o surgimento de novos atores globais estão a redefinir o equilíbrio da indústria automóvel e a própria organização da cadeia de valor. O pós-venda independente enfrenta novas exigências técnicas e regulamentares. O comércio de viaturas novas vive uma reconfiguração dos modelos de distribuição. O comércio de usados continua a afirmar-se como um dos segmentos mais dinâmicos e estratégicos do mercado. E a área das peças e acessórios acompanha uma evolução tecnológica que exige especialização, investimento e capacidade de adaptação.

Neste contexto, a ANECRA tem procurado desempenhar o papel que lhe cabe: representar, apoiar e preparar as empresas para o futuro. A nossa intervenção institucional junto dos decisores públicos tem sido reforçada, a nossa capacidade técnica ampliada e a nossa presença no debate público consolidada. Mas sabemos que o futuro exige mais — exige visão, estratégia e ação coordenada.

Uma convenção para pensar o futuro e agir no presente

A Convenção ANECRA é, há décadas, um espaço privilegiado de encontro, reflexão e partilha. Este ano, queremos que seja também um espaço de mobilização. Ao longo do dia, vamos discutir temas que estão a moldar o presente e o futuro das empresas:

A modernização dos serviços e dos modelos de negócio, a qualificação dos recursos humanos, a digitalização e a inteligência artificial, a sustentabilidade e a economia circular, a competitividade num mercado globalizado, o papel das associações empresariais num setor em transformação.

Estes debates não são apenas técnicos — são estratégicos. São debates que influenciam decisões, orientam investimentos e ajudam a preparar as empresas para um mercado mais exigente, mais regulado e mais competitivo.

O novo ciclo associativo iniciado em 2025 trouxe uma evolução significativa ao modelo de governance da ANECRA, reforçando a especialização da estrutura diretiva e aproximandoa dos principais segmentos de atividade que representamos. Este reforço organizacional permite-nos atuar com maior profundidade, maior proximidade e maior capacidade de resposta às necessidades das empresas.

A ANECRA ultrapassou, em 2026, a marca dos 3900 associados, consolidando a sua posição como a associação mais representativa do setor automóvel em Portugal. Este crescimento não é apenas um número — é um sinal de confiança, de relevância e de responsabilidade.

O setor automóvel está a mudar de forma profunda. Muda a tecnologia. Muda a mobilidade. Muda o consumidor. Muda a regulação. Mas há algo que permanece constante: a necessidade de uma representação forte, competente e influente das empresas do setor.

É essa a missão da ANECRA. É esse o compromisso que renovamos nesta 37.ª Convenção. E é com esse espírito de responsabilidade coletiva, de resiliência e de visão estratégica que continuaremos a trabalhar para garantir que as empresas encontram na ANECRA uma voz forte, respeitada e capaz de liderar o futuro.

**O futuro do setor constrói-se com empresas fortes e com instituições à altura dos desafios do seu tempo.


PREMIUM PRIVATE BRAND
A qualidade está no nosso adn

37.ª Convenção Anual da ANECRA

Conduzir a mudança, liderar o futuro

A 37.ª Convenção da ANECRA reúne especialistas e protagonistas do setor para debater as transformações que estão a redefinir o presente e a preparar o futuro do negócio automóvel.



Sob o mote "Setor Automóvel – Conduzir a Mudança, Liderar o Futuro", a 37.ª Convenção da ANECRA foca-se nos desafios e as oportunidades que marcam o setor automóvel, num contexto de profunda transformação tecnológica, económica e regulatória. No dia 27 de novembro, o evento reúne representantes de diferentes áreas, especialistas e decisores para analisar tendências, partilhar experiências e discutir soluções para um mercado em constante evolução.

As boas-vindas serão dadas por de Alexandre Ferreira, Presidente da Direção da ANECRA, seguindo-se a intervenção de Roberto Gaspar, Secretário-Geral da Associação, sobre o tema "Setor Automóvel – Conduzir a Mudança, Liderar o Futuro". Almudena Benedito, Diretora-Geral da GIPA Internacional, apresenta uma perspetiva sobre "O Presente e o Futuro do Automóvel Contado pelos Dados", destacando a importância da informação e da análise de mercado na compreensão das



tendências e na tomada de decisões. O primeiro grande painel, dedicado ao "Após-Venda – Pessoas, Tecnologia e Novos Modelos de Negócio", coloca em discussão alguns dos seus desafios mais prementes. Moderado por Roberto Gaspar, reúne David Carreto, CEO da Carretos, Pedro Barros, CEO da Tips4y, Pedro Prazeres, Diretor de Após-Venda da SIVA, Tiago Firmino Ribeiro, Managing Director da Solera Portugal, e Bruno Militão Ferreira, Diretor de Sinistros e Gestão de Prestadores da Fidelidade. A escassez de mão de obra, a valorização dos serviços de oficina, a relação entre oficinas e seguradoras, a digitalização, a Inteligência Artificial, o acesso aos dados dos veículos e a economia circular são alguns dos temas em destaque. Uma reflexão sobre a capacidade de adaptação do após-venda a um parque automóvel cada vez mais tecnológico e a novos modelos de prestação de serviços.

A mobilidade e a transição energética estão no centro do painel "Setor Automóvel – Uma Nova Era da Mobilidade – Energia, Tecnologia e Sustentabilidade". Moderado pela jornalista Ana Sofia Cardoso, conta com a participação de Pedro Pinheiro, Managing Director Ibéria & LATAM da Safety Kleen, Ricardo Oliveira, CEO da World Shopper, Carlos Ferraz, General Manager da Atlante, e José Vaz Fontes, CEO da Fusion Concept. O debate aborda o futuro dos motores de combustão e da mobilidade elétrica, as diferentes velocidades da transição energética nos mercados internacionais, a acessibilidade económica dos veículos, o papel dos biocombustíveis na descarbonização do parque existente e o impacto da Inteligência Artificial e da conectividade. A conciliação entre ambição ambiental, competitividade e realidade económica assume particular relevância nesta discussão.

O financiamento automóvel merece igualmente um espaço de destaque, com o painel "Financiar a Mobilidade – Novas Regras, Novas Soluções". Moderado por Ana Sofia Cardoso, junta David Correia, Head of Automotive Business da Cetelem BNP Paribas, Paulo Jorge Figueiredo, CCO e Executive Board Member da Cofidis Portugal, Carla Silva, Diretora de Retalho Independente do Santander Consumer Bank, Pedro Araujo, Chief Business Officer e Board Member do Montepio Crédito, e Henrique Henriques, Diretor Comercial da Credibom. Em análise estarão as alterações ao Regime Jurídico dos Intermediários de Crédito (RJIC), os seus efeitos nos modelos de remuneração e na rentabilidade dos operadores, a evolução das taxas de juro, o acesso ao crédito e a crescente importância do financiamento num contexto de aumento do preço dos automóveis. A digitalização, a Inteligência Artificial e a entrada de novos operadores são também abordadas como fatores de transformação da relação com o consumidor.

A Inteligência Artificial assume protagonismo próprio com a intervenção de Martim Silva, Keynote Speaker, especialista em Inteligência Artificial e certificado pelo MIT, subordinada ao tema "Inteligência Artificial: Transformar o Presente, Antecipar o Futuro". Uma oportunidade para refletir sobre o potencial desta tecnologia e sobre o impacto que poderá ter nos processos, nas organizações e nos modelos de negócio do setor automóvel.

Durante a tarde, o programa contempla ainda a apresentação da Motortec'27, por David Moneo, Managing Director da Ifema Mobility, dando a conhecer esta iniciativa dedicada ao universo da mobilidade e do após-venda.

Um dos temas centrais da agenda da tarde é o "Comércio de Automóveis Usados – O Novo Centro de Gravidade do Mercado Automóvel". Com uma intervenção inicial de Marta Espadeiro, Motors Data Analyst do Standvirtual, e moderação de Ana Sofia Cardoso, o painel é composto por Américo Barroso, Administrador da Só Barroso, Miguel Reis, Diretor-Geral do Grupo Motorpor, Renato Coutinho Ferreira, Diretor de Negócio Automóvel da 321 Crédito, Magda Sequeira, Responsável pela Unidade de Usados da Auto Reno, Rui Pinheiro, Diretor Comercial da Supracar, Pedro Menezes Soares, Head of



PROGRAMA

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

09H30 - **SESSÃO DE ABERTURA**
Boas vindas do Presidente da Direcção ANECRA, Alexandre Ferreira

09H35 **SECTOR AUTOMÓVEL - CONDUZIR A MUDANÇA, LIDERAR O FUTURO**
Orador: Roberto Gaspar, ANECRA, Secretário-Geral

09h45 **O PRESENTE E O FUTURO DO AUTOMÓVEL CONTADO PELOS DADOS**
Orador: Almudena Benedito, Directora Geral GIPA Internacional

10H00 - **APÓS VENDA - PESSOAS, TECNOLOGIA E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO**
Participantes: David Carreto, CARRETOS, CEO
Pedro Barros, TIPS4Y, CEO
Pedro Prazeres, SIVA, Director Após-Venda
Tiago Firmino Ribeiro, SOLERA PORTUGAL, Managing Director
Bruno Militão Ferreira, FIDELIDADE, Director de Sinistros e Gestão de Prestadores

10H40 - **PRÉMIOS ANECRA "EXCELÊNCIA"**
• PERSONALIDADE / PROJECTO DO SECTOR AUTOMOVEL PORTUGUÊS
• PRÉMIO CARREIRA

10H50 - **HORA DOS PARCEIROS/PAUSA PARA NETWORKING**

11h30 - **SECTOR AUTOMÓVEL - UMA NOVA ERA DA MOBILIDADE - ENERGIA, TECNOLOGIA E SUSTENTABILIDADE**
Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista
Participantes: Pedro Pinheiro, SAFETY KLEEN, Managing Director Ibéria & Latam
Ricardo Oliveira, WORLDSHOPPER, CEO
Carlos Ferraz, ATLANTE, General Manager
José Vaz Fontes, FUSION CONCEPT, CEO

12H00 - **FINANCIAMENTO AUTOMÓVEL - FINANCIAR A MOBILIDADE - NOVAS REGRAS, NOVAS SOLUÇÕES**
Moderador: Ana Sofia Cardoso, Jornalista
Participantes: David Correia - CETELEM BNP PARIBAS, Head of Automotive Business
Paulo Jorge Figueiredo - COFIDIS PORTUGAL, CCO, Executive Board Member
Carla Silva, SANTANDER CONSUMER BANK , Directora Retalho Independente
Pedro Araujo - MONTEPIO CRÉDITO, Chief Business Officer& Board Member
Henrique Henriques - CREDIBOM, Director Comercial

12H30 - INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: TRANSFORMAR O PRESENTE, ANTECIPAR O FUTURO
Orador: Martim Silva | Keynote Speaker — AI Specialist | MIT-Certified

13H00 - **Almoço** - by VERA IB

14H30 - **MOTORTEC´27**
Orador: David Moneo, IFEMA MOBILITY, Managing Director

14h40 - **COMÉRCIO DE AUTOMÓVEIS USADOS - O NOVO CENTRO DE GRAVIDADE DO MERCADO AUTOMÓVEL**
Orador: Marta Espadeiro - STANDVIRTUAL, Motors Data Analyst
Moderador: Ana Sofia Cardoso - Jornalista
Participantes: Américo Barroso - SÓ BARROSO, Administrador
Miguel Reis, GRUPO MOTORPOR, Director Geral
Renato Coutinho Ferreira - 321 CRÉDITO, Director de Negócio Automóvel
Magda Sequeira, Auto Reno, Responsável Unidade de Usados
Rui Pinheiro, SUPRACAR, Director Comercial
Pedro Menezes Soares, STANDVIRTUAL, Head of Sales
Filipe Pestana Neves, PISCA-PISCA, Director

15h30 - **A HORA DOS PARCEIROS/PAUSA PARA NETWORKING**

16h00 - **O AUTOMOVEL DO FUTURO, E O FUTURO DO NEGÓCIO AUTOMÓVEL**
Moderador: Guilherme Costa, Razão Automóvel, Director & Fundador
Participantes: Pedro Lazarino - STELLANTIS, Managing Director
Daniel Wukowitsch, SIVA | PORSCHE HOLDING, Managing Director
José Pedro Pinto, ARVAL Portugal, General Manager
Joaquim Paulo Conceição, GRUPO NOV, Presidente da Comissão Executiva
Helder Boavida, BM CAR, Board Member of BYmyCAR Madrid

16.50h - **SESSÃO DE ENCERRAMENTO**
Homenagem a João Vieira Lopes
Reconhecimento - 25 anos de Dedicação ao Associativismo e ao Serviço à Causa Pública.
17h00 - Encerramento da 37ª Convenção da ANECRA

Sales do Standvirtual, e Filipe Pestana Neves, Diretor do Pisca-Pisca. O debate centra-se na crescente importância dos usados para o mercado automóvel, no impacto do aumento dos preços dos veículos novos, na importação de automóveis, nas oportunidades e desafios dos elétricos usados e na importância da transparência, da confiança e das garantias. A digitalização, as plataformas de comercialização, a Inteligência Artificial e as alterações ao financiamento completam uma análise que procura identificar os novos fatores de competitividade neste segmento.

O encerramento dos trabalhos tem como ponto alto o painel "O Automóvel do Futuro, e o Futuro do Negócio Automóvel", moderado por Guilherme Costa, Diretor e Fundador do Razão Automóvel. Pedro Lazarino, Managing Director da Stellantis, Daniel Wukowitsch, Managing Director da SIVA | Porsche Holding, José Pedro Pinto, General Manager da Arval Portugal, Joaquim Paulo Conceição, Presidente da Comissão Executiva do Grupo NOV, e Helder Boavida, Board Member da BM Car / BYmyCAR Madrid, discutem as grandes tendências que irão moldar a indústria e a distribuição automóvel. A acessibilidade dos veículos, o futuro dos concessionários, a entrada das marcas chinesas, a competitividade europeia, os novos modelos de utilização, o papel crescente do mercado de usados e o impacto da Inteligência Artificial na relação entre fabricantes, distribuidores e consumidores são alguns dos assuntos em análise. O debate procura também identificar onde estarão as oportunidades de criação de valor e de rentabilidade num setor sujeito a investimentos crescentes e a uma forte pressão sobre as margens.

A 37.ª Convenção da ANECRA termina com uma homenagem a João Vieira Lopes, em reconhecimento dos seus 25 anos de dedicação ao associativismo e ao serviço à causa pública.

A Convenção da ANECRA constitui, assim, um importante ponto de encontro para os profissionais e empresas do setor automóvel, promovendo a reflexão e o diálogo em torno dos principais desafios e tendências do mercado. Num contexto de profundas mudanças tecnológicas, energéticas e regulatórias, marcado também pela evolução das expectativas dos consumidores, este encontro assume um papel relevante na partilha de experiências, na identificação de oportunidades e na construção de respostas conjuntas para o futuro do setor.





Licínio Santos
CEO do Montepio Crédito

Quando o mercado acelera a transição

Durante anos, a transição para a mobilidade elétrica foi impulsionada sobretudo pela regulação. Metas de redução de emissões, incentivos fiscais, restrições progressivas aos motores de combustão e objetivos ambiciosos de descarbonização procuraram conduzir a indústria e os consumidores para uma nova realidade.

A mudança aconteceu, mas a um ritmo relativamente gradual. Nos últimos meses, porém, assistimos a uma aceleração muito mais expressiva. A instabilidade geopolítica e a consequente pressão sobre os preços dos combustíveis passaram a ter um impacto direto no orçamento das famílias. E o mercado reagiu.

No primeiro semestre de 2026, a procura por veículos 100% elétricos aumentou fortemente face ao período homólogo e nos primeiros meses deste segundo semestre, o comportamento é semelhante. Estes números obrigam-nos a uma reflexão: o mercado e a pressão sobre o orçamento das famílias, conseguiram acelerar, em poucos meses, aquilo que anos de regulação procuraram estimular sem alcançar grande velocidade. Esta deve ser uma importante lição a retirar deste processo.

A regulamentação criou condições para a mudança, pressionou a indústria a investir, alargou a oferta e contribuiu para preparar consumidores e infraestruturas para uma nova realidade. Todavia, está demasiado evidente que foi subestimada uma das mais poderosas forças de transformação: a racionalidade económica.

Quando a alternativa mais sustentável passa também a ser percecionada como economicamente mais vantajosa, a mudança deixa de ser apenas uma ambição ambiental ou regulatória para se tornar uma decisão individual de milhões de consumidores e conseguir em poucos meses aquilo que não se tinha conseguido em vários anos.

> *"Os mercados energéticos são voláteis. Os combustíveis que hoje sobem podem amanhã descer*

Existe, contudo, um risco. Os mercados energéticos são voláteis. Os combustíveis que hoje sobem podem amanhã descer, enquanto a aquisição de um automóvel é uma decisão para vários anos. O consumidor, não deve por isso, decidir apenas em função do preço do próximo abastecimento, mas considerar o custo total de utilização e variáveis como a autonomia, o tempo de carregamento, as modalidades de financiamento, o valor residual, entre outras.

Para o setor automóvel, liderar esta transição energética deve significar, ajudar cada consumidor a fazer uma escolha informada e adequada às suas necessidades e expectativas de hoje e de amanhã.

CEPRA

Excelência formativa ao serviço do setor automóvel



FORMAÇÃO PRESENCIAL | DISTÂNCIA

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

cepra.pt

IEFP.IP ANECRA ARAN SGS PORTUGAL 2030 Cofinanciado pela União Europeia

Encontro Nacional de Comércio de Automóveis Usados

Rumo a um futuro mais inteligente

O Encontro Nacional do Comércio de Automóveis Usados, em Coimbra, voltou a reunir profissionais do setor para uma manhã de reflexão, debate e partilha de experiências.

Por: **Mónica Silva**



Subordinado ao tema "Setor Automóvel – Rumo a um Futuro Mais Inteligente", o encontro focou-se em alguns dos principais desafios que marcam atualmente o comércio de veículos usados, com particular destaque para a transformação digital, nos marketplaces, no financiamento automóvel, na evolução do mercado e na sustentabilidade das empresas.

A sessão de abertura contou com as boas-vindas de

"Um dos primeiros temas em debate foi o papel dos marketplaces no ecossistema dos automóveis usados





Alexandre Ferreira, Presidente da Direção da ANECRA, seguindo-se uma intervenção de Roberto Gaspar, Secretário-Geral da associação, dedicada ao enquadramento e aos dados do mercado.

Um dos primeiros temas em debate foi o papel dos marketplaces no ecossistema dos automóveis usados, num painel moderado por Pedro Pinheiro Gonçalves, Founding Member & Ambassador do WTC Lisboa. Pedro Menezes Soares, do Standvirtual, Miguel Mendes, da Carmine, e Filipe Pestana Neves, do Pisca Pisca, partilharam perspetivas sobre os desafios, o impacto e o futuro destas plataformas na comercializa-







ção de veículos usados.

O financiamento automóvel esteve também em destaque, com um painel dedicado à sua importância enquanto pilar estratégico para a sustentabilidade das empresas. Moderado por Paulo Silveira, Founder & Partner da OKIS360, o debate contou com a participação de representantes do Cetelem – BNP Paribas, Santander Consumer Bank, Cofidis Portugal, Banco Credibom, Montepio Crédito e HAPI, proporcionando uma reflexão alargada sobre o papel do financiamento na atividade comercial e na evolução do setor.

Após uma pausa para café e networking, a manhã prosseguiu com a apresentação "Mercado – Dados e Tendência", conduzida por Marta Espadeiro, Business Analyst do Standvirtual, que trouxe para a discussão uma perspetiva sobre a evolução e as tendências do mercado de automóveis usados.

O programa concluiu com um painel dedicado aos desafios imediatos do comércio de automóveis usados, moderado por Roberto Gaspar, Secretário-Geral da ANECRA. Américo Barroso, da ANECRA/Só Barroso, Nuno Grosa, da Benecar, Cátia Serrano, da Equação Motor, Pedro Gamboa, da Carina & Gonçalves, Hugo Marinho, da 321 Crédito, António Machado, da Ayvens, e Ricardo Oliveira, da WorldShooper, participaram nesta reflexão sobre as questões que atualmente condicionam a atividade dos operadores e as perspetivas para o futuro do negócio.

O encontro terminou com as palavras de encerramento da organização, seguindo-se um almoço de convívio entre os participantes.

Com esta iniciativa, a ANECRA voltou a proporcionar um espaço de encontro entre os diferentes players do comércio de automóveis usados, aproximando





comerciantes, plataformas digitais, instituições financeiras e outros parceiros da atividade. Ao longo da manhã, os vários painéis permitiram abordar dimensões fundamentais para o futuro do negócio, desde a crescente relevância dos canais digitais e dos marketplaces ao acesso ao financiamento, passando pela análise dos dados de mercado e pelos desafios concretos enfrentados diariamente pelas empresas.

Num contexto de transformação tecnológica e de evolução das expectativas dos consumidores, o Encontro Nacional do Comércio de Automóveis Usados reafirmou a importância do diálogo, da partilha de conhecimento e da cooperação entre os profissionais do setor, contribuindo para uma visão mais informada e preparada dos caminhos que se colocam ao mercado de usados em Portugal.

MINHO JANTES
REPARAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO
DESDE 2004
22 ANOS
Rua da Tomada, Lote 13 4730 – 325 Vila Verde 253 254 420 comercial@minhojantes.com

Panos Mewa

Glassdrive reduz consumo de papel em 70%

A regra é simples: Se o tamanho da fissura do vidro for equivalente ao tamanho de uma moeda de dois euros, este pode ser reparado, desde que a fissura não se encontre no campo de visão do condutor.



A sustentabilidade, a par da qualidade e da orientação para o cliente, é uma das prioridades da Glassdrive, a maior rede nacional de reparação e substituição de vidro automóvel. Em maio de 2025, a empresa do Grupo Saint-Gobain introduziu o sistema de panos de limpeza da Mewa. O objetivo é que, em 2028, todos os 130 centros de reparação e substituição de vidros de automóvel em Portugal utilizem os panos de limpeza ultra-absorventes, que a Mewa recolhe para lavagem e, após um controlo em várias etapas, devolve diretamente ao centro.

Reparar ou substituir o vidro automóvel? "Cada reparação evita, em média, a emissão de 31 kg de CO_2, impede a produção de 15 kg de resíduos e permite poupar até 280 litros de água quando comparada com a substituição total de um para-brisas", informa Hélder Quelhas, o Responsável pelo Ambiente, Saúde e Segurança na Glassdrive. Dar prioridade à reparação está tão firmemente ancorado no conceito ambiental da Glassdrive como o sistema de panos de limpeza da Mewa. A utilização dos panos reutilizáveis tem igualmente como principal objetivo evitar a



produção de resíduos. Após a introdução dos panos, o consumo de papel diminuiu em cerca de 70%. "Infelizmente, não conseguimos deixar de utilizar o papel completamente porque há algumas situações em que usamos colas que não podem ser removidas com esse recurso. No entanto, acredito que é possível estender a utilização dos panos a todos os nossos centros e, assim, reduzir ainda mais o consumo de papel", afirma Hélder Quelhas.

A importância de uma limpeza eficaz

O pano da Mewa assegura a limpeza em várias etapas do processo e contribui, assim, para a elevada qualidade da Glassdrive. "Para a primeira limpeza do vidro, convém ser sempre um pano novo. Depois reutilizamos esse pano para a carroçaria. O vidro novo tem de ser muito bem limpo para os nossos produtos aderirem bem ao vidro", explica César Silva, Técnico de Substituição e Reparação de Vidro na Glassdrive Porto Zona Industrial, sobre o primeiro passo. O técnico utiliza os panos de limpeza reutilizáveis há um ano. "O pano é muito melhor porque o papel deixava sempre vestígios e rasgava nas carroçarias. Com o pano, já não temos esse problema. É muito melhor para trabalhar: é muito manuseável, não larga vestígios, como o papel, e conseguimos um bom resultado."

Antes de o novo vidro recém-limpo poder ser colocado, é preciso remover da carroçaria alguns resíduos que possam ficar, tarefa que também pode ser realizada com o pano. A seguir, o técnico realiza as várias etapas necessárias e coloca o novo vidro. "Depois, fazemos a limpeza final do vidro com o pano e está concluído", explica César Silva. Cada pano pode ser reutilizado várias vezes. Se já não tiver capacidade de absorção ou estiver demasiado sujo, é colocado no contentor de segurança SaCon, que pode ser firmemente fechado. O contentor faz parte do sistema e contribui para a organização e a segurança. Na data acordada, a Mewa entrega panos lavados e recolhe os usados no SaCon para lavagem e controlo de qualidade abrangente.

A Glassdrive faz um balanço positivo

No âmbito do atual plano de sustentabilidade, a Glassdrive está a alargar o sistema de panos de limpeza da Mewa. "O nosso objetivo é estender a utilização dos panos Mewa a toda a nossa rede até 2028", sublinha Hélder Quelhas, "uma vez que o nosso balanço é muito positivo. Uma das maiores vantagens da Mewa é a eficiência do seu serviço logístico que funciona muito bem. Os panos são entregues a tempo, a comunicação é muito fácil, há sempre panos de limpeza disponíveis e os nossos técnicos gostam de os utilizar.



Rui Pereira
Automotive Manager

Comma: Made for mechanics

"Conduzir a mudança. Liderar o futuro." O mote da 37.ª Convenção da ANECRA reflete os desafios de um setor em constante evolução, onde a capacidade de adaptação, a eficiência e a criação de valor são cada vez mais determinantes para o sucesso das empresas. Na Moove, acreditamos que acompanhar esta evolução passa também por disponibilizar soluções que respondam às necessidades reais do mercado.
É neste contexto que destacamos a Comma, uma marca com 60 anos de história, nascida no Reino Unido e atualmente integrada no portefólio de marcas próprias da Moove. Presente em Portugal há 15 anos, tem uma forte orientação para o aftermarket e um posicionamento que traduz a sua filosofia: "Made for mechanics".
Num mercado marcado pela diversidade do parque automóvel e pela crescente exigência técnica, as empresas precisam de marcas que combinem qualidade, cobertura e confiança, contribuindo para simplificar a operação e desenvolver o negócio. A gama Comma permite responder a cerca de 96% do parque automóvel português e integra uma oferta abrangente de lubrificantes e fluidos, apoiada por ferramentas de recomendação, informação técnica, formação e suporte especializado. Na gama Performance Motor Oils, 60% das referências contam com aprovações de fabricantes.
A inovação deve traduzir-se em benefícios concretos. A solução Bag in Box é disso exemplo: reduz em 75% a utilização de plástico face às embalagens plásticas tradicionais de 20 litros e oferece vantagens de armazenamento e utilização, contribuindo para reduzir desperdícios e melhorar a gestão de resíduos.
Acreditamos que o futuro do aftermarket se constrói através da colaboração entre marcas, distribuidores e oficinas. Mais do que acompanhar tendências, importa disponibilizar soluções relevantes, partilhar conhecimento e ajudar os profissionais a responder aos desafios diários do negócio.
"Made for mechanics" é o compromisso de apoiar quem faz o setor avançar. É esta a visão da Comma: uma marca que coloca os profissionais no centro da sua estratégia e procura criar valor para todos os intervenientes do aftermarket.

> *"Presente em Portugal há 15 anos, (a Comma)tem uma forte orientação para o aftermarket e um posicionamento que traduz a sua filosofia: "Made for mechanics"*

motortec

Feira Internacional da Indústria e do Pós-Venda Automóvel

07-10 Abr 2027

Conecte-se com o coração da indústria automóvel.



100.000m² DE EXPOSIÇÃO

250 ATIVIDADES

710 EXPOSITORES DE **30** PAÍSES

34.000 PROFISSIONAIS DE OFICINAS

65.000 VISITANTES PROFISSIONAIS DE **80** PAÍSES

400 FABRICANTES

*Dados da edição de 2025.

QUERO EXPOR

IFEMA MADRID

Aniversário da Autozitânia

Aftermarket no 40º aniversário da Autozitânia

Quatro décadas depois de abrir uma pequena loja em Odivelas, a Autozitânia reuniu cerca de 300 profissionais do aftermarket automóvel em Lisboa para assinalar os seus 40 anos de atividade.



Luís Antunes, Samuel Henriques, Francisco Neves, Ricardo Venâncio, Jorge Menezes, Miguel Venâncio, Nuno Palma e Flávio Menino

Encontro marcado pela homenagem aos fundadores e à nova geração de liderança de uma empresa que gere hoje mais de 120 mil referências em stock. A Autozitânia assinalou os seus 40 anos de atividade com um almoço comemorativo que reuniu cerca de 300 profissionais do aftermarket automóvel, no passado dia 12 de novembro de 2026, no SUD Lisboa Hall, em Lisboa. O encontro juntou clientes, retalhistas, oficinas, fornecedores, parceiros e colaboradores da empresa num momento dedicado ao balanço de quatro décadas de operação no mercado nacional de peças e componentes.

Fundada em 1986 a partir de uma pequena loja em Odivelas, a Autozitânia desenvolveu uma trajetória de expansão que a posiciona hoje como uma das principais empresas portuguesas na distribuição independente de peças automóveis. A operação atual da distribuidora assenta numa equipa de cerca de 300



Miguel Venâncio, Samuel Henriques, Francisco Neves e Ricardo Venâncio

colaboradores e num catálogo que ultrapassa as 120 mil referências em stock. Estes números refletem uma estratégia empresarial focada na proximidade operacional aos clientes, na capacidade logística e na diversificação contínua da oferta de produto.

A celebração decorreu num momento de maturidade do setor da reposição em Portugal, que nas últimas quatro décadas atravessou profundas transformações estruturais. Desde o final da década de 1980, o mercado português acompanhou o crescimento exponencial do parque circulante, a transição dos pequenos balcões de venda locais para redes de distribuição profissionalizadas e a crescente complexidade tecnológica dos veículos. A capacidade de resposta logística e a disponibilidade imediata de peças tornaram-se fatores determinantes para a competitividade das oficinas independentes, o que exigiu aos distribuidores investimentos constantes em armazenamento, sistemas de informação e cobertura territorial.

Durante o evento em Lisboa, que teve início pelas 13h00, os responsáveis da Autozitânia dirigiram palavras de agradecimento a todos os intervenientes que sustentaram o crescimento da organização desde a sua fundação. Nas breves intervenções realizadas perante a plateia de profissionais do setor, a administração declarou que os resultados alcançados pela empresa decorrem do trabalho coletivo das equipas internas e da confiança depositada pelos parceiros comerciais ao longo de 40 anos.

Um dos momentos centrais da cerimónia consistiu na homenagem pública aos fundadores da empresa, Samuel Almeida e Francisco Neves, bem como aos representantes da geração seguinte na liderança da estrutura, Ricardo Venâncio e Miguel Venâncio. A organização assinalou o contributo de ambos os ciclos de gestão através da entrega de uma lembrança comemorativa alusiva ao quadragésimo aniversário da marca.

A direção da empresa afirmou ainda que a construção de relações comerciais duradouras com oficinas, retalhistas e fabricantes de componentes constituiu a base para acompanhar a evolução do aftermarket português. A adaptação às exigências técnicas do mercado automóvel e a resposta rápida às necessidades diárias da reparação automóvel mantiveram-se como eixos prioritários na relação com a rede de clientes.

O programa do encontro privilegiou o contacto direto entre os cerca de 300 participantes presentes no espaço lisboeta, sem longos protocolos formais. Após a homenagem institucional e as intervenções da administração, a celebração prosseguiu num ambiente de convívio entre profissionais das várias áreas da cadeia de valor do pós-venda, o que reforçou os laços comerciais e institucionais que ligam a Autozitânia ao tecido empresarial do setor automóvel em Portugal.

Marketing comunicação

O poder invisível que conduz o setor automóvel

O que faz verdadeiramente a diferença entre uma marca automóvel de sucesso e outra que não consegue afirmar-se no mercado?

Texto: **Rodrigo Cardoso, Communications & Digital Marketing Specialist, ANECRA**

Durante décadas, a resposta era linear e resolvíamos tudo numa oficina. Medíamos a potência do motor, observávamos a finura da engenharia ou até mesmo o design da chapa. Hoje, a verdadeira "batalha" começa muito antes de o condutor colocar um pé no stand. Hoje em dia, o marketing e a comunicação deixaram de ser meros instrumentos de apoio comercial e tornaram-se o volante invisível que molda perceções, constrói confiança e dita o ritmo do setor.

Já não compramos apenas um meio de transporte, mas sim um ecossistema de valores, uma promessa de sustentabilidade e uma experiência digital integrada. Como apontou a Deloitte num recente estudo sobre tendências de consumo, "a decisão de compra no setor automóvel está cada vez mais enraizada na perceção de segurança digital, na transparência da marca e na clareza da sua proposta de valor". É aqui que a comunicação atua como elemento catalisador. As marcas que continuam a comunicar de forma puramente transacional estão a perder terreno para aquelas que constroem narrativas autênticas, consistentes e intencionais.

Se olharmos para o futuro imediato, profundamente marcado pela transição energética, pela descarbonização e pela entrada de novos operadores globais no mercado, o impacto do branding será ainda mais determinante. Com a massificação dos veículos elétricos e a integração contínua da inteligência artificial, as diferenças puramente técnicas entre automóveis tendem a esbater-se. Quando múltiplos modelos oferecem autonomias equivalentes e o mesmo nível de conectividade, o fator de escolha recai inteiramente sobre a identidade e a afinidade com a marca.

> *"Já não compramos apenas um meio de transporte, mas sim um ecossistema de valores*

O desafio que se coloca aos líderes e profissionais do setor é, por isso abandonar o ruído comercial e investir numa estratégia de comunicação que vá muito além da venda imediata. No fundo, o marketing no setor automóvel deixou de servir apenas para escoar produto; serve agora para conduzir a própria transformação cultural e mental do mercado.

Posto isto, podemos deixar em cima da mesa uma questão que muito se tem levantado: num setor onde a tecnologia está a nivelar o produto, estará a sua marca a comunicar apenas para vender o presente ou a liderar a conversa do futuro?

MecaPlanning

Cada horário disponível é margem perdida

O MecaPlanning preenche a sua oficina

Marcações online e planeamento em tempo real, para que nenhum horário fique vazio.



RESULTADOS **+15%** de horas faturadas | **-40%** de imobilização do veículo

Ponha a sua oficina a trabalhar a 100%

Descubra o MecaPlanning em bee2linkgroup.com/es

bee2link group Ibérica

JAECOO 8 SHS-P

Sinónimo de tecnologia e diversão

O novo JAECOO 8 SHS-P é o 8º modelo lançado pela marca do grupo Chery International em Portugal e cuja representação é do Grupo JAP.

Por: **Vítor Norinha**



Entre as características de realce deste PHEV, ou seja, motor elétrico e motor a combustão a gasolina, está a autonomia que é ligeiramente superior a 1000 km. O modelo é o topo de gama da JAECOO e é um SUV do segmento D com sete lugares, aliás as vendas deste segmento em Portugal até outubro e com sete lugares, representam 12% do total vendido. A versão disponível, a Exclusive, é única e o PVP recomendado é de 55.900 euros, com IVA incluído.

A tecnologia hybrid plug-in Super Hybrid System (SHS-P), faz 134 km em modo puramente elétrico, podendo, segundo a marca, chegar aos 161 km em circuito urbano. A bateria tem 34,46 kWh, sendo que o carregamento em corrente contínua pode ser feito em chargers até aos 70 kW,



o que garante carregamento a 80% em 25 minutos. Esta bateria permite ainda carregamentos V2L para equipamentos externos até 6,6 kW, e é ideal para camping. Aliás, o marketing do JAECOO aproxima-o da diversão, do todo-o-terreno e do transporte de família, diferenciando-o da marca OMODA, também do mesmo grupo e cujas apresentações têm sido intercaladas entre as duas marcas.

O JAECOO 8 tem um comprimento de 4,82 metros e logo é um carro grande e funciona com uma potência de 482 CV e tração integral, o que é possível pela conjugação do motor a gasolina de 1,5 litros com três motores elétricos, sendo um deles no eixo traseiro com 175 kW de potência. No conjunto, o binário é de 580 Nm e a aceleração para este veículo - com um peso de 2,3 toneladas - dos 0 aos 100 km/h é feita em 5,8 segundos, e por questões de consumo a velocidade máxima está limitada aos 180 km/h. Por seu lado, a tração integral está a trabalhar com seis modos de condução, incluindo neve, areia e todo-o-terreno e a capacidade de reboque chega aos 1600 kg. Na apresentação dinâmica feita junto de jornalistas, foram feitos testes em todo-o-terreno com dispositivos para avaliar a capacidade do veículo em zonas difíceis e com a tração comprometida. Claro que o JAECOO 8 passou com distinção.

Interiores

E no interior como é este topo de gama? Faz jus ao nome e está repleto de acabamentos do mais alto nível, incluindo



três filas de bancos, com regulação elétrica, aquecimento, ventilação e massagem, enquanto a segunda fila tem climatização automática de duas zonas, e a terceira fila, bem mais apertada, tem entrada facilitada pelas portas da segunda fila. O conforto geral é conseguido com uma suspensão com controlo eletrónico do amortecimento e que se ajusta ao piso. Tivemos oportunidade de fazer a experiência em terrenos acidentados para confirmar a capacidade desta suspensão. O conforto no interior não é apenas para quem é "conduzido", mas é muito em especial para o condutor, com todos os instrumentos ao alcance da vista e das mãos. O tabliê tem uma linha horizontal



que integra dois ecrãs de 12,3 polegadas, desdobrado em painel de instrumentos e multimédia, e o melhor de tudo isto está no head-up display, com informação num quadrado de 50 polegadas.

Outros pormenores relevantes, caso dos puxadores ocultos e retráteis com um sistema que os projeta para fora em caso de acidente, sendo que as quatro portas têm abertura elétrica e não se preocupem com o esgotamento da bateria, pois tem um mecanismo de salvaguarda com algumas capacidades para estas necessidades de consumos menores de energia. Outro pormenor está na iluminação traseira exterior que forma uma assinatura luminosa de 1,4 metros de largura, com indicação de mudança de direção dinâmica e luzes de boas-vindas. Outro pormenor está na iluminação LED multicor no interior do veículo e um teto panorâmico em vidro, com uma cortina elétrica. E como falamos sempre de luxo não podemos esquecer que os bancos do veículo são em couro Nappa premium, com costuras personalizadas, e o forro do tejadilho é em camurça, sendo que as cores no interior são em preto ou castanho. O sistema multimédia usa o processador Qualcomm 8155, compatível com Apple CarPlay e Android Auto sem fios. De destacar ainda que o carregador para smartphones é de 50 W e o som ambiente do carro é da marca Sony e estão incluídos 14 altifalantes, incluindo os altifalantes que estão encastrados no apoio de cabeça do condutor.

Ainda de destacar que a marca JAECOO matriculou 523 unidades em outubro último, em Portugal, o que compara com as 91 unidades vendidas no mesmo período do ano anterior, aliás, o ano em que entrou no mercado nacional. Em termos acumulados a marca OMODA|JAECOO tem 3.371 viaturas de passageiros vendidas. Em termos médios a OMODA|JAECOO tem 1,6% de quota de mercado e conseguiu chegar aos 3,2% em outubro. A marca tem 23 pontos de venda no país e cerca de uma centena de vendedores, frisando a marca a garantia de sete anos ou 150 mil km para o veículo e sete anos ou 160 mil km para a bateria. Com o JAECOO 7 SHS-P os híbridos Plug-in passaram a ser a motorização mais vendida da marca em outubro, com 196 unidades.

O grupo tem previsto lançar um modelo 100% elétrico em Portugal ao longo do 1º trimestre de 2027, e será o OMODA 4, um veículo C SUV.

REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO AUTOMÓVEL

COMÉRCIO AUTOMÓVEL

MDS AUTO | ANECRA

TEM TODOS OS SEGUROS OBRIGATÓRIOS ATIVOS?

SAIBA MAIS NA PLATAFORMA.

CONDIÇÕES EXCLUSIVAS, SUBSCRIÇÃO SIMPLES.

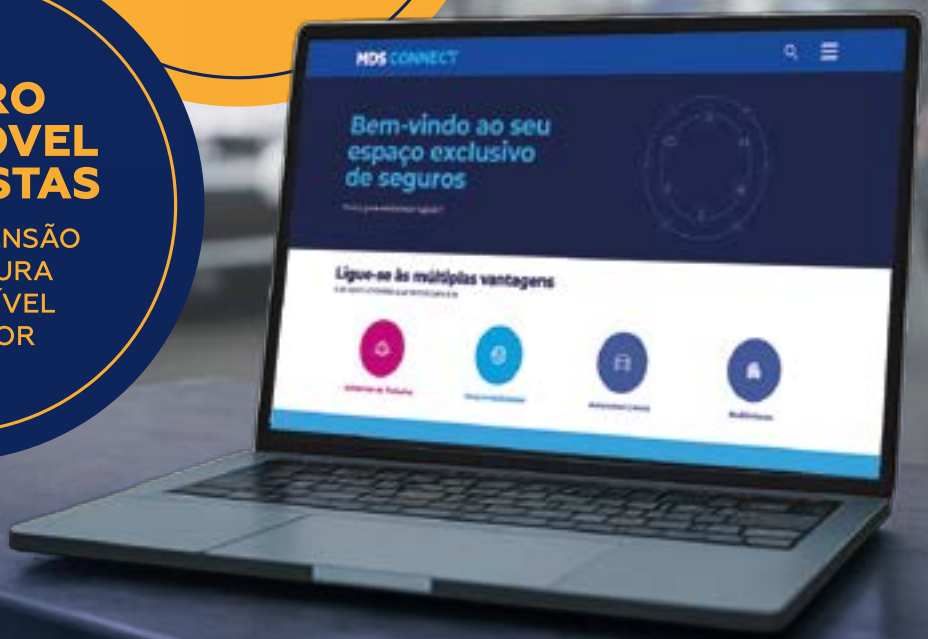
A partir de:

RESP. AMBIENTAL
104 € /ano

SEGURO CARTA
220 € /ano

SEGURO AUTOMÓVEL GARAGISTAS

INCLUI A EXTENSÃO DA COBERTURA AO PRESUMÍVEL COMPRADOR



ACIDENTES DE TRABALHO

RESPONSABILIDADES CIVIL E AMBIENTAL

SEGURO CARTA

SEGUROS PATRIMONIAIS

parceria.anecra@mdsgroup.com

222 452 124*

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

MDS Auto -Mediação de Seguros, S.A.,Sede: Av. da Boavista 1277/81, 1º, 4100-130 Porto.Matrícula/Pessoa Coletiva: 500 336 792. Conservatória do Registo Comercial do Porto. Capital social €76.510,00,Mediador de seguros inscrito em 05/11/2012 na ASF -Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, na categoria de Agente de Seguros, sob o número nº 412377963, com autorização para os Ramos Vida e Não-Vida, verificável em www.asf.com.pt **Existem exclusões previstas na apólice. Esta informação não dispensa a consulta das informações précontratuais e contratuais legalmente exigidas. A MDS Auto não assume a cobertura de riscos, inerentes ao contrato do seguro, que são integralmente assumidos pelo Segurador. A MDS Auto está autorizada a receber prémios de seguro para serem entregues ao Segurador e não está autorizada a celebrar contratos de seguro em nome do Segurador.**

Prémio Carro Frota

Elétricos fazem o pleno no Carro Frota

Pela primeira vez em 22 edições, os elétricos venceram as quatro categorias do Prémio Carro Frota, e o BMW iX1 eDrive20 foi eleito Carro Frota do Ano 2026. A Ayvens, que promove o prémio, estreou ainda o Prémio Revelação, que foi para o BYD Sealion 7.

Texto: **ANECRA Revista**



O BMW iX1 eDrive20 venceu o Pequeno Familiar, à frente do Mercedes-Benz Classe A 250e e do Renault Symbioz, e foi eleito Carro Frota do Ano 2026. Segundo a organização, destacou-se pelo equilíbrio entre experiência de condução, conforto, qualidade percebida e competitividade ao nível do Custo Total de Utilização (TCO).

Nas outras categorias, o Peugeot E-208 venceu os Utilitários, o Volvo EX30 os Utilitários SUV e o Tesla Model Y Long Range os Médios Familiares. De acordo com a apresentação feita na cerimónia, em três das quatro categorias os dois adversários do vencedor eram a gasolina, a gás ou híbridos plug-in. Só no Médio Familiar o vencedor competiu com outro elétrico, o BMW i4. Entre os aspetos mais valorizados estiveram a qualidade dos materiais e a facilidade e a posição de condução no E-208, o design exterior e a insonorização no EX30, e a visibilidade e o sistema de infotainment no Model Y.

A cerimónia decorreu a 29 de outubro de 2026, no Forte da Crismina, no Guincho, com intervenções do diretor-geral da Ayvens Portugal, António Oliveira Martins, e do diretor comercial, de marketing e comunicação, Ricardo Silva. No comunicado da organização, António Oliveira Martins afirmou que «os modelos 100% elétricos lideram todos os segmentos avaliados pelos próprios utilizadores empresariais». Segundo o responsável, o resultado demonstra a evolução da tecnologia e da oferta disponível.



António Oliveira Martins, Diretor-Geral da Ayvens Portugal



Nem tudo agradou ao júri

Os diapositivos da cerimónia mostram também o que o júri gostou menos nos vencedores. No Peugeot E-208, foram a acessibilidade dos lugares e da bagageira e a visibilidade do condutor. No BMW iX1, o comportamento em curva e a visibilidade. No Tesla Model Y, o design exterior e o design interior.

Os modelos que não ganharam também recolheram elogios. O júri apreciou o comportamento em curva do Seat Ibiza e do Mercedes-Benz Classe A, a visibilidade do Toyota Yaris, a direção do Dacia Duster, a acessibilidade dos lugares e da bagageira do Renault Symbioz e o design do Cupra Terramar.

Uma revelação à estreia

O Prémio Revelação estreou-se nesta edição e foi para o BYD Sealion 7, depois de uma experiência de condução entre Lisboa e Montemor-o-Novo. A apresentação indicou quatro critérios: a novidade no mercado, a relevância para o segmento executivo, o posicionamento diferenciador da marca ou o caráter disruptivo do modelo e a capacidade de gerar interesse junto dos convidados.

Estiveram também a concurso o BMW iX3, o Mercedes-Benz GLC, o Toyota bZ4X 74, o Zeekr 7GT, o Jaecoo 7 PHEV e o Volvo EX60.

Como se chegou aos vencedores

Cada categoria teve três finalistas. Treze representantes de empresas nacionais e multinacionais avaliaram os 12 modelos em testes de condução em condições reais de utilização e num questionário online. Entre as empresas do júri contam-se a AstraZeneca, a Auchan, a B. Braun, a Cimertex, a Coca-Cola, a Indra, a Nabeirogest, a Nestlé, a Outsystems, a SAP e a TAP. Em conjunto, gerem uma frota superior a 6.000 veículos, que percorre mais de 150 milhões de quilómetros por ano.

A classificação final dividiu-se em duas metades iguais. O TCO valeu 50%. A outra metade foi a avaliação qualitativa, repartida por habitáculo (20%), conforto e estética (20%), motor e dinâmica (30%) e um quarto critério, de 30%, ligado à política de frota.

Na pré-seleção, a organização escolheu os modelos mais procurados pelos clientes, grandes e médias empresas, com base nas vendas e encomendas da Ayvens, nas vendas do mercado automóvel (dados da ACAP) e no TCO. Este foi calculado para um renting a 48 meses e 120.000 quilómetros, com todos os serviços e os impostos (IVA e tributação autónoma). Segundo a apresentação, a Ayvens gere mais de 10 mil clientes e uma carteira de mais de 110 mil contratos, 65 mil dos quais em renting da sua propriedade.

David Moneo, diretor da IFEMA Madrid

"Portugal é um mercado estratégico"

A MOTORTEC reforça a ligação ao mercado português e ambiciona afirmar-se como plataforma de inovação, negócio e internacionalização para o setor.

Texto: **Mónica Silva**

Mais do que uma montra de produtos e novidades tecnológicas, a MOTORTEC é plataforma de partilha de conhecimento, formação, criação de parcerias e desenvolvimento de oportunidades de negócio, acompanhando as transformações de um setor cada vez mais marcado pela digitalização, eletrificação e inovação.
Organizada pela IFEMA Madrid, afirma-se como uma referência para o mercado ibérico do pós-venda automóvel. A importância da feira para Portugal vai além da proximidade geográfica, refletindo a forte ligação entre os dois mercados e as oportunidades de colaboração e crescimento. Em entrevista à ANECRA Revista, David Moneo, diretor da IFEMA Madrid, aborda a importância estratégica do mercado português, os desafios tecnológicos que se colocam às oficinas e o papel da feira enquanto plataforma de negócio, conhecimento e internacionalização.

> *"Não entendemos o desenvolvimento da feira sem uma visão plenamente ibérica, porque Espanha e Portugal partilham uma indústria do pós-venda muito interligada*

A MOTORTEC consolidou-se como um ponto de encontro de referência para o setor do pós-venda automóvel na Península Ibérica. Que importância atribui ao mercado português nesta estratégia?
Portugal é um mercado absolutamente estratégico para a MOTORTEC. Não entendemos o desenvolvimento da feira sem uma visão plenamente ibérica, porque Espanha e Portugal partilham uma indústria do pós-venda muito interligada, com empresas que operam nos dois países, desafios comuns e um enorme potencial de colaboração. O nosso objetivo é que as empresas portuguesas encontrem na MOTORTEC uma plataforma próxima onde possam apresentar as suas soluções, chegar a novos clientes, estabelecer parcerias e reforçar a sua presença noutros mercados. Ao mesmo tempo, queremos que as



David Moneo,
diretor da IFEMA Madrid



oficinas e os profissionais portugueses possam conhecer em primeira mão as inovações que estão a transformar a manutenção e a reparação automóvel.

A digitalização, a inteligência artificial e a eletrificação estão a transformar profundamente a atividade das oficinas. Na sua perspetiva, quais são os desafios mais urgentes para os profissionais do setor?
O principal desafio é perceber que a transformação das oficinas já não é uma questão de futuro, mas uma realidade imediata. Os veículos incorporam cada vez mais eletrónica, sistemas avançados de assistência à condução, conectividade e novos sistemas de propulsão. Tudo isto exige novas competências nas áreas do diagnóstico, calibração, manutenção e gestão de dados. A digitalização deve ajudar as oficinas a tornarem-se mais eficientes e rentáveis. Falamos de integrar sistemas de gestão, automatizar processos administrativos, melhorar o planeamento das intervenções e proporcionar ao cliente uma experiência mais transparente. A inteligência artificial pode trazer muito valor ao diagnóstico avançado, à manutenção preditiva e à análise de informação, mas exige investimento, formação e uma estratégia clara. A eletrificação coloca ainda necessidades específicas ao nível da formação, segurança, equipamentos e infraestruturas. As oficinas têm de se preparar para dar resposta a um parque automóvel cada vez mais diversificado, no qual irão coexistir, durante muitos anos, veículos a combustão, híbridos e elétricos.

A rentabilidade das oficinas, a escassez de profissionais qualificados e a necessidade de investir em novas tecnologias continuam a ser preocupações centrais do setor. Como pode a MOTORTEC contribuir para que as empresas do pós-venda encontrem soluções que reforcem a sua competitividade e sustentabilidade económica?
A MOTORTEC deve ser, acima de tudo, uma ferramenta útil para o setor. A nossa função não se limita à exposição de produtos, mas passa por reunir, num mesmo espaço, soluções, conhecimento, formação e oportunidades reais de negócio. A feira permite às oficinas comparar tecnologias, conhecer novos modelos de gestão e falar diretamente com fabricantes, distribuidores e fornecedores especializados. Este contacto direto é especialmente importante num momento em que cada investimento deve ser bem fundamentado e trazer melhorias concretas na produtividade, eficiência e qualidade do serviço. Estamos também a reforçar os conteúdos técnicos, a Galeria da Inovação, as demonstrações, as competições profissio-

nais e espaços como o Digital Motor. Queremos que o visitante consiga identificar soluções concretas em áreas como o diagnóstico, a automatização, a manutenção preditiva, a conectividade, a gestão da oficina ou o atendimento ao cliente.

A internacionalização assume uma importância crescente para fabricantes, distribuidores e restantes operadores do aftermarket. Que papel pretende desempenhar a MOTORTEC no reforço das relações comerciais entre Portugal, Espanha e outros mercados internacionais, e que vantagens pode esta aproximação trazer às empresas portuguesas?

A nossa ambição é que a MOTORTEC funcione como uma verdadeira porta de entrada para o mercado europeu. Estamos a reforçar as nossas alianças com organizações europeias e a desenvolver ações destinadas a atrair compradores, associações e profissionais internacionais. A entrada da MOTORTEC como patrocinadora da EGEA, a associação europeia de equipamentos para oficinas, e o apoio à Conferência FIGIEFA fazem parte desta estratégia de ligar o pós-venda ibérico aos principais debates, empresas e instituições do aftermarket europeu. No caso concreto de Portugal, estamos a reforçar especialmente a nossa colaboração com a ANECRA, uma organização de referência para o setor do pós-venda português, e a MOTORTEC apoiará também a sua Convenção. Este trabalho insere-se numa estratégia mais ampla de colaboração com o tecido associativo português, na qual mantemos também relações com organizações como a ARAN e a ACAP. Para nós, é especialmente importante estreitar estas relações, porque partilhamos um mercado ibérico com enormes oportunidades de colaboração e crescimento. Para as empresas portuguesas, esta evolução representa uma oportunidade muito concreta: aceder, a partir de um contexto próximo, a novos distribuidores, clientes, parceiros tecnológicos e mercados. Uma PME portuguesa pode utilizar a MOTORTEC para apresentar uma solução, testar o seu potencial comercial, estabelecer contactos com operadores espanhóis e europeus e avançar no seu processo de internacionalização. Portugal aporta conhecimento, capacidade industrial, especialização e uma cultura empresarial estreitamente ligada ao mercado espanhol. Queremos dar maior visi-

absortex
EFICIÊNCIA QUE SE REPETE



PANOS REUTILIZÁVEIS PARA A SUA OFICINA

• EMPRESA NACIONAL
• FATURAÇÃO POR CONSUMO REAL, NÃO POR ESTIMATIVA
• SEM FIDELIZAÇÃO
• REPOSIÇÃO DE PANOS EM 48H

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



bilidade a estes pontos fortes e facilitar uma participação ativa das empresas portuguesas no programa comercial, nos encontros profissionais e nos espaços de conhecimento da feira. Porque a internacionalização não deve medir-se apenas pelo número de países presentes, mas pela qualidade das ligações e, sobretudo, pelas oportunidades de negócio que conseguimos gerar.

Olhando para o futuro, quais serão as principais prioridades estratégicas da MOTORTEC para acompanhar a evolução da indústria automóvel e responder às necessidades do setor?

A primeira prioridade será continuar a reforçar a MOTORTEC como plataforma de negócio. Queremos reunir uma oferta cada vez mais completa e representativa, integrando fabricantes, distribuidores, oficinas, redes, empresas tecnológicas e novos intervenientes ligados à evolução da mobilidade. A segunda será acompanhar a transformação tecnológica das oficinas. A digitalização, a inteligência artificial, o veículo conectado, a eletrificação, o diagnóstico avançado e o acesso aos dados estarão muito presentes na oferta e nos conteúdos da próxima edição. Daremos também especial atenção à economia circular, à refabricação, à sustentabilidade e aos novos modelos de relação com o cliente. A terceira prioridade será o talento. Precisamos de aproximar o setor do pós-venda das novas gerações, melhorar a perceção social das profissões técnicas e promover uma maior ligação entre a formação e as necessidades reais das empresas. E a quarta será a internacionalização. A MOTORTEC 2027 pretende dar um novo salto qualitativo enquanto ponto de encontro do pós-venda europeu, reforçando especialmente as relações com Portugal, outros mercados europeus, a América Latina e o Norte de África.

Em definitiva, queremos que a MOTORTEC seja a feira onde o setor não só mostra aquilo que já está a fazer, mas também decide para onde quer avançar. Uma plataforma onde a inovação se transforma em negócio, o conhecimento em competitividade e os contactos em projetos partilhados..

FORMAÇÃO ANECRA

FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO



ATESTAÇÃO DE TÉCNICOS DE AR CONDICIONADO	**Atestação de Técnicos de Ar Condicionado** 13,5h horas de duração em horário laboral Lisboa 9 e 10 de dezembro	**FORMAÇÃO TÉCNICA DE CURTA DURAÇÃO**	**FORMAÇÃO COMPORTAMENTAL ANECRA**	**Prevenção face ao branqueamento de capitais** 4h horas de duração em horário laboral On-line 18 de dezembro
Atestação de Técnicos de Ar Condicionado 13,5h horas de duração em horário laboral Lisboa 2 e 3 de dezembro	**Atestação de Técnicos de Ar Condicionado** 13,5h horas de duração em horário laboral Lisboa 14 e 15 de dezembro	**Manutenção de caixas de velocidades automáticas** 8h horas de duração em horário laboral Lisboa 15 de dezembro	**IA – Gestão análise e visualização de dados em Excel – Mod II** 8h horas de duração em horário laboral On-line 9 e 10 de dezembro	ANECRA
Renovação de Técnicos de Ar Condicionado 7h horas de duração em horário laboral On-line 11 de dezembro	DGERT ENTIDADE FORMADORA CERTIFICADA		**Inteligência artificial - Módulo III – Comercial e Vvendas** 4h horas de duração em horário laboral On-line 14 de dezembro	

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

www.anecra.pt | 21 392 90 30

Código dos Regimes Contributivos

A revolução digital no ciclo contributivo das empresas

Gabinete Jurídico da ANECRA/Isabel Figueira

O Decreto-Lei n.º 127/2025 e o Decreto Regulamentar n.º 7/2025 de 9 de dezembro, introduzem alterações relevantes ao Código dos Regimes Contributivos do Sistema Previdencial de Segurança Social e ao respetivo regime regulamentar, no sentido da simplificação dos procedimentos, através de maior automatização e interacção digital do sistema de Segurança Social.
A presente alteração legislativa, propõe-se assim, implementar a Simplificação do Ciclo Contributivo (SCC), através da adoção de um modelo assente na automatização e na interação digital.
Decorre desta alteração legislativa, a imposição de novas obrigações mais rigorosas na partilha de informação de modo a permitir que o sistema da Segurança Social, disponha de informação suficiente para preencher automaticamente os valores das remunerações mensais dos trabalhadores, com base, nos elementos previamente comunicados pela entidade empregadora.
O novo modelo de comunicação e apuramento de contribuições calcula, automaticamente, os valores das contribuições da entidade empregadora, com base nas informações relativas ao trabalhador disponíveis na Segurança Social, designadamente:
• Vínculos laborais;
• Taxas contributivas aplicáveis ao enquadramento;
• Remunerações de natureza (P);
• Dias de trabalho e interrupções ao trabalho do conhecimento da Segurança Social (doença, parentalidade, suspensões do contrato de trabalho);
• Reduções decorrentes de incentivos à contratação de trabalho.

À entidade empregadora cabe, posteriormente, confirmar ou corrigir os valores apurados, automaticamente, pelo sistema da Segurança Social.
Resulta assim, a apresentação automática da obrigação contributiva pela Segurança Social e, por outro lado, a confirmação, alteração ou comunicação de novos valores e respetivo pagamento da obrigação contributiva, pela entidade empregadora.
Este novo sistema é destinado a entidades empregadoras que têm trabalhadores com vínculo laboral associado à empresa e a pessoas singulares (TI) que sejam entidades empregadoras e que tenham um ou mais trabalhadores a cargo contratados para desempenhar funções na sua atividade.

Como é feita a adesão e comunicação à SCC

A comunicação é efectuada através dos meios eletrónicos disponibilizados pela Segurança Social, nomeadamente, através da Plataforma de Serviços de Interoperabilidade ou através do Portal da Segurança Social.
A Plataforma de Serviços de Interoperabilidade (PSi), disponibiliza serviços web que são utilizados pelas entidades empregadoras ou pelos seus representantes, através do software de gestão de Recursos Humanos, para estabelecer uma comunicação direta e segura de dados com a Segurança Social.



Caso a entidade tenha menos de 10 trabalhadores, pode fazê-lo, através do Portal da Segurança Social.
Para adesão à Simplificação do Ciclo Contributivo (SCC), as entidades empregadoras devem aceder ao portal da Segurança Social Direta, adotando o seguinte procedimento: Trabalho -> Remunerações e contribuições -> Entidades empregadoras -> Cálculo das obrigações contributivas -> Consultar painel das obrigações contributivas) ou utilizar a barra de pesquisa do portal: pesquise "Obrigações Contributivas" PAINEL e selecione a opção "Consultar painel das obrigações contributivas".
No final da página, caso concorde, marque a declaração de aceitação das condições e clique em "Aderir ao novo modelo".

Comunicação de admissão dos trabalhadores e outros deveres

A comunicação de admissão dos trabalhadores passa a ser feita obrigatoriamente, até ao início da execução do contrato.
Em caso de incumprimento da comunicação de admissão, presume-se que o trabalhador iniciou funções no primeiro dia, do terceiro mês anterior ao da verificação do incumprimento.
No momento da comunicação é obrigatória a indicação do NISS e do valor da remuneração permanente do trabalhador e demais elementos necessários ao seu enquadramento.
Por outro lado, incluem-se nas novas obrigações da entidade empregadora, o dever de comunicar à Segurança Social, a cessação e a suspensão do contrato de trabalho, com a indicação do motivo que lhes deu causa, bem como, a alteração da modalidade de contrato de trabalho.
Acresce ainda, a obrigação da entidade empregadora comunicar à Segurança Social as alterações ao valor das remunerações permanentes.
A declaração corresponde em cada mês, à aceitação dos valores apurados pelo sistema, com base nas remunerações permanentes previamente declaradas e à confirmação dos valores aplicáveis quando tenha havido alteração aos valores mensais devidos ou quando sejam devidos outros valores de remuneração, bem como, da taxa contributiva aplicável, indicada na comunicação da entidade empregadora na admissão do trabalhador ou na sua actualização.

> *"O novo modelo de comunicação e apuramento de contribuições calcula, automaticamente, os valores das contribuições da entidade empregadora*

O novo fFluxo da obrigação contributiva: apresentação, confirmação e pagamento

•Apresentação automática da obrigação contributiva pela Segurança Social

O processo tem início na informação do valor da remuneração do trabalhador, que a entidade comunica no registo ou atualização do vínculo.

A partir dessa informação, o sistema da Segurança Social calcula, automaticamente, as remunerações mensais e aplica a taxa correspondente.

Assim, as contribuições são apuradas de forma automática e sem necessidade de intervenção manual.

• Confirmação, alteração ou comunicação de novos valores pela Entidade Empregadora.

Todos os meses, a entidade empregadora poderá confirmar os valores apurados, automaticamente, pelo sistema da Segurança Social.

Caso existam alterações decorrentes, nomeadamente, de aumentos salariais ou valores variáveis, poderá atualizar o vínculo ou substituir os montantes apresentados. O sistema ajusta-se a essas correções.

Cumprimento da obrigação contributiva por parte da Entidade Empregadora

Após a validação dos valores, a entidade empregadora, obtém as referências para pagamento.

O processo encontra-se concluído ao efetuar o pagamento dentro do prazo estabelecido, de forma digital.

Novo calendário das obrigações mensais

• Obrigatoriedade de validação: A declaração mensal passa a consistir na aceitação dos valores apurados pelo sistema (com base no histórico de remunerações permanentes e taxas contributivas indicadas na admissão) ou na correção manual de valores variáveis;

• A confirmação dos dados deve ocorrer até ao dia 20 do mês seguinte.

Se a empresa nada disser até essa data, o silêncio faz presumir pela aceitação dos valores calculados pelo sistema.

Após a validação dos valores mensais:

• A remuneração é registada na carreira contributiva, ficando visível, no Portal da Segurança Social.

• A contribuição correspondente é lançada na conta corrente, refletindo o valor devido pelo mês em causa.

• A falta de declaração de remunerações é considerada, infração muito grave.

• Alargamento do prazo de pagamento: O prazo para o pagamento das contribuições e quotizações foi alargado, podendo ser efetuado entre o dia 1 e o dia 25 do mês seguinte, com base nos valores disponibilizados pela segurança social.

"A transição para o novo modelo de comunicação contributiva, tem lugar entre 1 de janeiro de 2026 e 31 de dezembro de 2026. Durante o ano de 2026 as entidades empregadoras podem em qualquer altura solicitar a adesão ao novo modelo

Sempre que for comunicado um valor que não cumpre todas as validações de exigibilidade, o Sistema gera um alerta para a entidade empregadora, informando que o registo é inválido, não sendo considerado para o apuramento do valor das contribuições.

Sempre que necessário, a entidade poderá substituir os valores já comunicados, enviando novos elementos que passem a refletir a situação correta ou retificar informação, garantindo que o sistema dispõe dos dados atualizados, para o apuramento das remunerações e contribuições.

As comunicações podem ser efetuadas através dos mesmos canais que a entidade empregadora já utiliza atualmente, seja através da PSi ou do Portal da Segurança Social.

Em situações em que a entidade empregadora necessite comunicar, corrigir ou atualizar valores referentes a meses anteriores e fora do prazo normal de comunicação definido na legislação, poderá recorrer a um pedido especial.

Os pedidos especiais destinam-se assim a facultar a possibilidade de comunicação de valores que já não podem ser registados pelos meios usuais.

Nestes casos, a entidade empregadora deverá apresentar os elementos justificativos da situação concreta, sendo o pedido analisado pelos serviços competentes.

Após validação, os valores poderão ser registados ou ajustados na carreira contributiva dos trabalhadores.

Os elementos declarados à Segurança Social, relativos a um determinado mês podem ser supridos ou corrigidos pela entidade empregadora nos dois meses seguintes ao mês de declaração a que os mesmos respeitam.



A entidade empregadora pode ainda proceder à anulação, suprimento ou correção dos elementos declarados até dois meses após a data em que foram ou deveriam ter sido declarados, sendo consideradas, para todos os efeitos, como efetuadas fora de prazo.
Estas declarações efetuadas após este prazo, só podem ter lugar mediante um pedido de comunicação de valores (pedido especial) após o prazo declarativo e apresentação de prova que fundamente o pedido.

Como operacionalizar o novo sistema

O acesso às funcionalidades do novo sistema é centralizado através do Painel das Obrigações Contributivas no Portal Segurança Social.
Esta área (na forma de um dashboard) permite o acesso a todas as operações, através de:
• Avisos - Sistema de avisos em tempo real sobre obrigações, prazos e atualizações importantes;
• Apuramento de Obrigações - Visualização clara do cálculo das contribuições e obrigações contributivas mensais;
• Consulta de Alertas - Acesso rápido a alertas sobre inconsistências ou situações que requerem atenção;
• Valores Comunicados - Histórico completo de todas as comunicações efetuadas ao sistema da Segurança Social;
• Comunicação de Valores - Interface para submissão de correções e valores variáveis, quando necessário;
• Gestão de Pedidos - Registo e consulta de pedidos especiais e acompanhamento do respetivo estado.
• Confirmação de Valores – Interface para confirmação dos valores apurados.

O calendário de transição

Todas as entidades empregadoras são obrigadas a aderir ao novo modelo da SCC.
A transição para o novo modelo de comunicação contributiva, tem lugar entre 1 de janeiro de 2026 e 31 de dezembro de 2026. Durante o ano de 2026 as entidades empregadoras podem em qualquer altura solicitar a adesão ao novo modelo.
A adesão ao novo modelo produz efeitos no mês seguinte. A transição produz efeitos no mês seguinte ao registo e, uma vez ativada, é irreversível.
A partir de 1 de janeiro de 2027 todas as entidades empregadoras estão obrigatoriamente abrangidas pelo novo modelo de comunicação contributiva, pelo sistema de apuramento automático e pelo novo modelo de comunicação contributiva.

Fontes: Decreto-Lei n.º 127/2025 de 9 de dezembro, Decreto Regulamentar nº 7/2025, de 9 de dezembro e Portaria nº 445/2025/1, de 15 de dezembro/FAQ´S da Segurança Social.



Pedro Bastos
Pedro Bastos Car Consulting

O futuro não espera por quem resiste à mudança

O setor automóvel atravessa uma das maiores transformações da sua história. Eletrificação, digitalização, novos modelos de negócio e consumidores cada vez mais informados estão a redefinir as regras de um mercado onde a única certeza é a mudança.

Perante esta realidade, há uma pergunta que todos deveríamos fazer: estamos verdadeiramente preparados para o futuro ou continuamos demasiado agarrados à forma como sempre fizemos as coisas?

É precisamente aqui que encontros como a Convenção da ANECRA assumem uma importância extraordinária. Mais do que reunir profissionais, partilhar preocupações ou debater desafios, estas iniciativas devem ser espaços de inspiração, aprendizagem e, sobretudo, de transformação de mentalidades.

O conhecimento acumulado ao longo de décadas é um património valioso. Mas a experiência só se transforma numa vantagem competitiva quando acompanhada pela curiosidade, pela capacidade de adaptação e pela vontade de questionar paradigmas.

O digital não é uma ameaça. A mobilidade elétrica não é um inimigo. Os novos modelos de intermediação não são necessariamente concorrência desleal. São realidades de um mercado em evolução, que exigem conhecimento, abertura e novas competências.

Precisamos de um setor mais proativo do que reativo. De profissionais que procurem antecipar tendências, em vez de apenas reagirem quando a mudança se torna inevitável.

E precisamos de ouvir novas vozes, cruzar gerações e confrontar construtivamente diferentes visões do negócio.

> *“(...) precisamos de ouvir novas vozes, cruzar gerações e confrontar construtivamente diferentes visões do negócio.*

É esta, para mim, a verdadeira missão de uma convenção: fazer-nos sair com mais perguntas, novas ideias e uma vontade renovada de fazer diferente. Porque respeitar o passado é fundamental. Mas construir o futuro exige coragem para abandonar algumas das suas certezas.

O futuro do setor automóvel não será definido por quem melhor defender aquilo que sempre fez, mas por quem tiver a visão de descobrir aquilo que ainda pode fazer.


Cofidis
30 anos a crescer com o seu negócio.
Olhamos pelo retrovisor com orgulho. Seguimos em frente, de olhos postos no futuro.
Cofidis registada no BdP com o n.º 921.

Mercado automóvel em Portugal

Veículos 100% elétricos levam a mudança

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 da ANECRA / Marcos Dias



Em síntese, os veículos 100% elétricos assumem a liderança das vendas no segmento dos ligeiros de passageiros (LP) em Portugal, com 30,3% quota, no ano que, até outubro, regista o melhor desempenho comercial dos últimos vinte anos. A eletrificação nas vendas é visível em todos os segmentos do mercado automóvel.

As marcas chinesas reforçam a sua posição no mercado nacional, com mais de 10% de quota nos LP, praticamente duplicando as suas vendas e ultrapassando as marcas japonesas.

A importação de viaturas usadas continua a crescer, estimando-se mais um ano recorde, de acordo com os dados obtidos até setembro (115.086 unidades).

Na União Europeia, os veículos híbridos dominam as vendas dos LP, com 36% (janeiro a setembro), mas as vendas de BEV já ultrapassaram, também neste espaço, as de viaturas a gasolina.



Segmento	Variação jan-out	Unidades a mais
Ligeiros de passageiros	+9,5%	+17.800
Comerciais ligeiros	+10,4%	+2.660
Pesados	+19,6%	+1.220

Todos os segmentos crescem

O mercado total de veículos novos atingiu 241.000 matrículas entre janeiro e outubro (+10%), o valor mais elevado dos últimos 20 anos e o sexto ano consecutivo de crescimento, mas o ritmo abrandou em outubro, os ligeiros de passageiros (LP) subiram apenas 2,8%.

A expansão é transversal, mas assenta sobretudo nos LP, que representam a maior parte do volume. Outubro foi o melhor outubro da década, com mais de 20.000 matrículas no total e cerca de 16.600 LP, valores que só encontram paralelo nos anos de 2007 e 2002, respetivamente, e anos anteriores.

Os elétricos assumem a liderança

O ano fica marcado pela afirmação dos veículos 100% elétricos (BEV). Entre janeiro e outubro foram registados cerca de 69.500 BEV (+57%), com outubro a fixar um máximo histórico, ligeiramente acima das 8.200 unidades. A aceleração foi particularmente visível entre maio e outubro, face aos mesmos meses de 2025. Nos LP, os BEV cresceram 50% e atingiram 30,3% de quota, passando a ser a primeira energia escolhida, à frente dos híbridos elétricos.

O avanço estende-se aos veículos de trabalho. As vendas dos veículos 100% elétricos já superaram em 24% o total registado em todo o ano de 2025 (20% nos LP, 87% nos comerciais ligeiros e 118% nos pesados). A quota nos comerciais ligeiros passou de 10,5% para 23,5% e a dos pesados triplicou, para 9,6%.

Os plug-in (PHEV) somam cerca de 31.000 unidades e 15% de quota, mas as vendas caíram nos últimos três meses face a 2025. Em conjunto, BEV e PHEV pesam 45,3% dos LP, com 93.000 unidades (+34%).

Vendas de LP por tipo de energia

A mudança central está na energia/combustível: os veículos 100% elétricos (BEV) lideram com 30,3% das vendas de LP (enquanto na União Europeia os híbridos dominam, com 36,3%) e os BEV acabam de ultrapassar a gasolina. O terceiro traço é a significativa contribuição das marcas chinesas nas vendas dos veículos eletrificados.

Os híbridos elétricos (HEV) cresceram 21,1% e ocupam o segundo lugar, com 25,4% de quota. A gasolina desceu para o terceiro lugar e o gasóleo continua a cair e representa agora apenas 3,3% dos registos.

Os veículos eletrificados representam já 70,7% das vendas de ligeiros de passageiros, considerando BEV, HEV e PHEV.

LP - Energia/Combustivel (jan-out)	Quota	Evolução
100% elétricos (BEV)	30,3%	+50%
Híbridos elétricos (HEV)	25,4%	+21,1%
Gasolina	19,0%	em queda
Plug-in (PHEV)	15,0%	+10%
GPL/gasolina	6,8%	~14000
Gasóleo	3,3%	em queda

Marcas: Peugeot lidera e as chinesas disparam

No segmento dos ligeiros de passageiros, a Peugeot lidera com quase 18.000 unidades (8,75% de quota), cerca de 2.500 à frente da segunda. A Tesla regressa ao top 10 (9.º lugar, 9.600 unidades, +62%), a BYD é 12.ª (6.300, +32%) e a MG 16.ª (5.500, +63%). Pela negativa, a Renault cai 15% e desce da 2.ª para a 6.ª posição, e a Nissan recua 18,4%.

As cerca de 20 marcas chinesas duplicaram as vendas: com quase 22.000 LP, valem 10,6% do mercado, contra cerca de 5,5% no fim de 2025, e ultrapassaram o conjunto das marcas japonesas.

O conjunto das 20 primeiras marcas cresceu 6%, o que equivale a cerca de 10.000 matrículas líquidas, depois de somados os ganhos e as perdas de cada uma. Nas cerca de 60 marcas fora do top 20, as marcas Jaecoo e a Omoda explicam 3.367 das 7.790 matrículas adicionais, cerca de 43%.

Portugal e União Europeia: caminhos diferentes

Na União Europeia, os dados da ACEA para o período de janeiro a setembro mostram 8,52 milhões de automóveis de passageiros registados, mais 5,7%. Os híbridos elétricos mantêm a liderança, com 36,3% das vendas, mas a grande novidade são os BEV com 22,7% de penetração e +48,5% de variação homóloga, já ultrapassaram os veículos a gasolina com 21,2% de quota e que recuou 19,1% face a 2025. O "gasóleo" caiu 19,5% e pesa apenas 7,1%. Em setembro, os BEV chegaram a 29,9% do mercado da UE.

Quota de mercado nos LP	Portugal (jan-out)	UE (jan-set)
100% elétricos (BEV)	30,3%	22,7%
Híbridos elétricos (HEV)	25,4%	36,3%
Plug-in (PHEV)	15,0%	10,1%
Gasolina	19,0%	21,2%
Gasóleo	3,3%	7,1%

Portugal está, assim, mais avançado na eletrificação plena: os BEV lideram, a penetração dos PHEV é superior, o gasóleo é residual e o mercado cresce mais depressa (+9,5%, contra +5,7% na UE).

Na UE, o híbrido não plug-in continua a ser a tecnologia dominante.

Usados importados em máximos

Entre janeiro e setembro entraram 115.086 ligeiros usados (+12,8%, mais 13.045), um recorde para o período. As empresas cresceram 15,4% e os particulares 8,3%. O ano poderá fechar numa estimativa a rondar as 151.500 unidades (+10%), contra 137.966 em 2025. Outra nota relevante é a transformação na composição das motorizações, em que o gasóleo já não domina as importações (como há anos atrás), sendo que as viaturas eletrificadas representam já quase metade das importações em causa.



Leitura para o comércio

A evolução do mercado em 2026 evidencia uma transformação que ultrapassa o crescimento do número de matrículas. A alteração da composição das vendas, com a crescente afirmação dos veículos eletrificados e das marcas chinesas, está a modificar a estrutura concorrencial e as condições de atuação dos operadores.

Para as empresas de distribuição, este contexto coloca novos desafios à gestão de stocks, à avaliação dos valores residuais, à política de aprovisionamento e à adaptação da oferta às diferentes tecnologias e perfis de procura.

Em paralelo, o crescimento das importações de veículos usados reforça a concorrência no mercado nacional, aumentando a pressão sobre os preços e a necessidade de diferenciação comercial.

A evolução do mercado exige, por isso, uma capacidade acrescida de adaptação dos operadores, não apenas ao nível da comercialização, mas também do financiamento, da preparação e valorização dos veículos e da prestação de serviços de pós-venda, num contexto de crescente eletrificação do parque automóvel.

ANECRA
FORMAÇÃO

Excel + IA Generativa
PARA PRODUTIVIDADE

Automatize tarefas. Análise dados.
Tome melhores decisões.

MÓDULO 1

NEW

Gestão, Análise e Visualização de Dados em Excel

9 & 10 DEZ

MÓDULO 2

Automatização de Tarefas com VBA e IA

12 & 14 DEZ

MÓDULO 3

Para mais infirmações contactar via email patricia.paz@anecra.pt ou telf. 213929030

Transformação e futuro

Uma nova era no setor automóvel

Durante décadas, o setor automóvel assentou numa organização relativamente estável: o fabricante produzia, o importador distribuía, o concessionário comercializava e a oficina assegurava a manutenção.

Gabinete de Estudos Económicos da ANECRA / Marcos Dias



Durante décadas, o setor automóvel assentou numa organização relativamente estável: o fabricante produzia, o importador distribuía, o concessionário comercializava e a oficina assegurava a manutenção. Cada interveniente conhecia o seu papel e o modelo económico que o sustentava. Hoje, essa previsibilidade está a desaparecer. Reduzir a transformação em curso à substituição do motor de combustão pela propulsão elétrica seria ignorar o essencial: está a mudar a própria natureza do negócio automóvel.

O automóvel evolui de produto predominantemente mecânico para uma plataforma tecnológica, conectada e progressivamente definida por software. Atualizações remotas, sistemas avançados de assistência à condução, tratamento de dados e inteligência artificial alteram a experiência de utilização e prolongam a relação com o cliente para além da venda. Mas também levantam questões decisivas: quem controla os dados do veículo, quem acede à informação técnica e em que condições podem os diferentes operadores



prestar serviços? A inovação só será verdadeiramente transformadora se coexistir com concorrência efetiva e liberdade de escolha do consumidor.

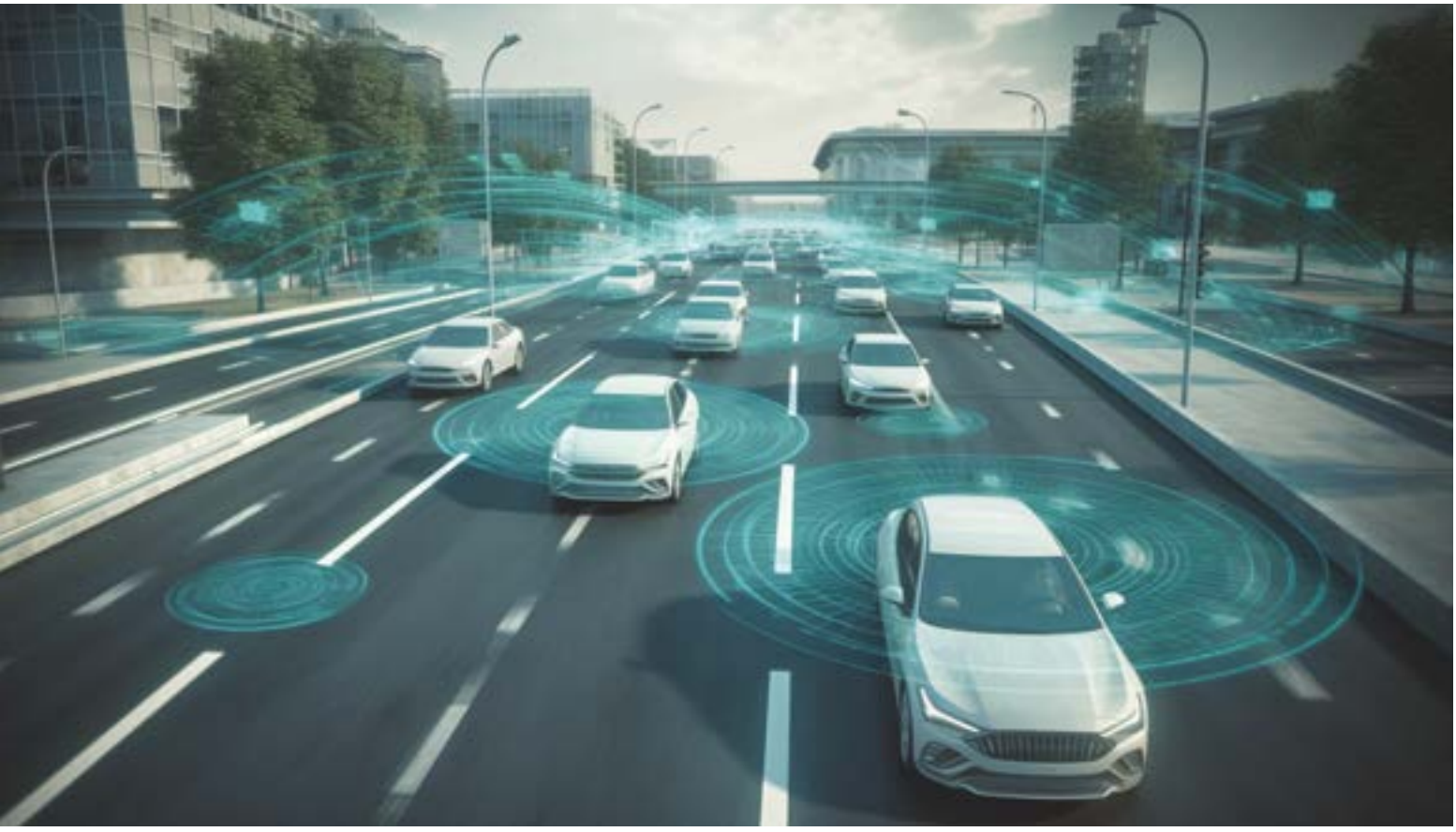
Também o mercado está a redesenhar-se. A entrada de novas marcas, a aceleração dos ciclos de lançamento, a concorrência nos preços e a multiplicação dos canais digitais pressionam os modelos tradicionais de distribuição. Venda direta, contratos de agência e plataformas de comercialização redefinem funções, responsabilidades e fontes de receita. No comércio, a concentração dos grupos procura escala financeira e operacional, enquanto o mercado de usados acolhe operadores com perfis muito distintos, desde estruturas empresariais profissionalizadas até pequenos negócios fortemente dependentes da importação. A capacidade de gerir stocks, financiamento, risco e valor residual é tão importante como a capacidade de vender.

No pós-venda, a mudança é igualmente profunda, embora menos visível. A eletrónica, a conectividade e os sistemas de alta tensão exigem competências, equipamentos e procedimentos de segurança que implicam investimentos continuados. O acesso à informação técnica, às ferramentas de diagnóstico e à formação condiciona a competitividade das oficinas, sobretudo das independentes. As redes e outras formas de cooperação podem oferecer escala e suporte, mas não substituem a necessidade de gestão rigorosa, qualificação dos profissionais e valorização económica do trabalho técnico. A escassez de mão de obra qualificada acrescenta urgência a este desafio.

Estas transformações convergem numa questão central: a sustentabilidade económica das empresas. Num setor de margens pressionadas, maior intensidade de capital e rápida obsolescência tecnológica, crescer não significa necessariamente criar valor. É preciso avaliar investimentos, preservar liquidez, controlar custos e decidir onde competir. A dimensão pode ajudar, mas não é garantia de sucesso; a agilidade e a especialização também constituem vantagens.

Neste contexto, a Inteligência Artificial assume um papel cada vez mais relevante, não apenas na evolução tecnológica dos veículos, mas sobretudo na gestão dos negócios. A análise preditiva da procura, a otimização de stocks, a gestão comercial, o diagnóstico técnico e o apoio à decisão são algumas das áreas onde a IA poderá proporcionar ganhos significativos de produtividade e eficiência. A sua utilização estratégica poderá mesmo constituir um fator diferenciador entre empresas que apenas acompanham a transformação e aquelas que procuram liderá-la.

A diferença entre sobreviver à transformação e assumir um papel de liderança reside, em grande medida, na capacidade de antecipar tendências, identificar



oportunidades e investir de forma criteriosa, antes que as exigências do mercado imponham decisões urgentes. Antecipar permite preparar e escolher; reagir tardiamente reduz, muitas vezes, a margem de decisão e a capacidade de diferenciação.

Em Portugal, este desafio convive com uma contradição estrutural. Enquanto a oferta de veículos incorpora tecnologias cada vez mais avançadas, o parque circulante continua envelhecido. A renovação do parque não pode ser tratada apenas como uma questão ambiental: envolve segurança rodoviária, eficiência energética, acessibilidade económica e dinamização da atividade empresarial. Um programa consistente de incentivo ao abate de veículos em fim de vida, articulado com a economia circular e com soluções de substituição financeiramente acessíveis, seria um instrumento relevante de política pública. A transição não será bem-sucedida se ignorar a capacidade real de investimento das famílias e das empresas.

Também não é razoável exigir modernização permanente ao tecido empresarial sem assegurar condições para a concretizar. O acesso a instrumentos de financiamento e incentivos ao investimento, a qualificação dos recursos humanos, a modernização tecnológica das oficinas e um enquadramento regulamentar claro são fatores de competitividade, não benefícios acessórios. As políticas públicas devem reconhecer as especificidades do comércio e da reparação automóvel, setores essenciais para que a mobilidade continue a funcionar, independentemente da tecnologia de propulsão.

É neste contexto que a representação associativa ganha particular relevância. À ANECRA cabe não apenas acompanhar as mudanças, mas transformar as preocupações das empresas em propostas fundamentadas, promover conhecimento, estimular a qualificação e contribuir para um quadro regulatório equilibrado. A transformação não se fará exclusivamente por decisão dos fabricantes ou dos poderes públicos: exige participação ativa de quem comercializa, mantém e repara os veículos todos os dias.

Assim, «Conduzir a Mudança, Liderar o Futuro» é uma exigência estratégica. O futuro do setor não será determinado apenas pela tecnologia que chegar ao mercado, mas pela capacidade das empresas de a integrar em negócios viáveis, competitivos e preparados para servir os consumidores. Antecipar, investir com critério e cooperar serão escolhas determinantes. Porque, numa indústria em transformação, não basta acompanhar a mudança: é preciso ter condições para a conduzir.

DOSSIER

comércio de automóveis usados



Observatório Indicata

Gasóleo perde liderança nas vendas de usados

Focuspaint

16 anos de dedicação ao automóvel

Com uma trajetória marcada pelo crescimento, pela qualidade e pela confiança dos clientes, a Focuspaint aposta na inovação e na qualificação da equipa para continuar a afirmar-se no setor automóvel.

Por: **Mónica Silva** Fotos: **Focuspaint**



"Perante um período de instabilidade e incerteza profissional, decidimos abraçar um novo desafio e apostar no nosso próprio projeto empresarial", começa por nos contar, Hugo Sousa, sócio-gerente da Focuspaint, localizada em Elvas. A sua empresa nasceu por iniciativa de dois colegas de trabalho que, depois de uma década de experiência no setor automóvel, decidiram criar o seu próprio negócio. O que começou como uma pequena oficina dedicada à chapa e pintura transformou-se, ao longo de 16 anos, numa empresa de referência na região.

Apesar das dificuldades sentidas nos primeiros anos, a determinação e o investimento permitiram consolidar a atividade e alargar o negócio a novas áreas. Atualmente, para além da chapa e pintura automóvel, a Focuspaint dedica-se também à comercialização de







viaturas seminovas e usadas, tendo conquistado clientes na região e no mercado espanhol, beneficiando da sua localização junto à fronteira.

A qualidade do serviço, a rapidez de execução e a atenção ao detalhe são as características que o sócio-gerente acredita serem essenciais e diferenciadores no negócio. Na área da pintura, trabalha com marcas de reconhecida qualidade, procurando garantir acabamentos de excelência e preços competitivos. Para Hugo Sousa, "é precisamente esta combinação de qualidade, eficiência e confiança que leva os clientes a escolherem e a continuarem a confiar na Focuspaint".

O crescimento tem sido também acompanhado pelo reforço da equipa e pelo estabelecimento de parcerias com fornecedores de referência, fatores que contribuem para assegurar um serviço profissional e responder às necessidades dos clientes.

Ao fim de 16 anos, a Focuspaint mantém a ambição de crescer e consolidar a sua posição no setor, preservando os valores que estiveram na origem do projeto. Como destaca Hugo Sousa, o futuro continuará a assentar no "trabalho, dedicação, profissionalismo e compromisso com a satisfação dos nossos clientes".

Vantagens de ser associado da ANECRA

Consideramos uma mais-valia para a nossa atividade. Esta ligação permite-nos beneficiar de apoio e esclarecimento jurídico, acesso a formação profissional e acompanhamento especializado, contribuindo para o desenvolvimento de competências e para uma melhor preparação perante os desafios do setor.

Panorama Mensal Standvirtual

Quase metade dos carros novos são elétricos

Segundo a Standvirtual, os veículos 100% elétricos representaram 44,9% das novas matrículas de ligeiros de passageiros em Portugal, em outubro.

Por: **Mónica Silva** Fonte: **Standvirtual**

O mercado automóvel em Portugal voltou a registar um avanço assinalável na transição energética durante o mês de outubro de 2026. De acordo com o mais recente relatório de indicadores do portal Standvirtual, os veículos 100% elétricos representaram 44,9% do total de ligeiros de passageiros novos matriculados no país. O número confirma que quase metade das matrículas de automóveis novos no mês transato correspondeu a viaturas exclusivamente elétricas, consolidando uma trajetória de aceleração que já atinge 30,3% de quota no acumulado dos primeiros dez meses do ano.

Esta tendência de eletrificação estende-se com expressividade ao mercado de veículos importados. Em outubro, os automóveis 100% elétricos assumiram a liderança absoluta entre as motorizações das viaturas importadas, com uma quota de 32,8% do total de entradas no país.

Os modelos a gasolina representaram 27,8%, enquanto os motores a gasóleo ficaram pelos 21,6%. Quando adicionados os veículos híbridos e híbridos plug-in — que juntos somaram 17,8% —, os automóveis eletrificados representaram 50,6% de todas as importações do mês. No global, as importações de ligeiros de passageiros subiram 3,9% em outubro face ao período homólogo de 2025, perfazendo 11.914 unidades. Entre janeiro e outubro de 2026, o volume acumulado de importações atingiu 111.868 veículos, o que traduz um crescimento de 10,9%.

Em contrapartida, o mercado interno de ligeiros de passageiros usados apresentou em outubro um abrandamento geral da procura. As procuras por viaturas em segunda mão caíram cerca de 10% em termos homólogos, registando uma quebra superior à diminuição verificada na oferta de stock, que recuou aproximadamente 5%. Esta assimetria entre a oferta e a procura refletiu-se num aumento generalizado do tempo médio esperado de venda, medido pelo indicador Market Days Supply.

O comportamento dos tempos de rotação variou consoante o escalão de preço dos veículos:

- Abaixo dos 15.000€: Continua a ser o segmento mais rápido a escoar stock. O tempo médio cifrou-se nos 38 dias, acima dos 34 dias registados em outubro de 2025 e dos 32 dias apurados em setembro de 2026.
- Entre 15.000€ e 30.000€: O indicador subiu para 55 dias, comparando desfavoravelmente com os 48 dias do período homólogo e os 49 dias do mês anterior.



• Acima dos 30.000€: Registou-se a maior morosidade do mercado, com o tempo de espera a alcançar 57 dias, contra 51 dias em outubro de 2025 e 50 dias em setembro de 2026.

Nos patamares de preço mais elevados, os veículos elétricos continuam a destacar-se pela procura positiva. Em sentido inverso, os automóveis a gasolina com valor superior a 30.000€ apresentam um crescimento de oferta acentuado que não é acompanhado pela procura, fator que prolonga a permanência dessas viaturas em parque.

Relativamente aos valores praticados no comércio de usados, o preço médio anunciado na plataforma Standvirtual situou-se em cerca de 25.600€ no mês de outubro. Esta subida na média global reflete a alteração da composição do parque de viaturas anunciadas, conhecido por mix effect, com maior presença de modelos de segmentos superiores ou de ano recente, e não um encarecimento direto dos automóveis. Ao isolar este efeito e ao analisar viaturas equivalentes, o indicador de preço comparável desceu para cerca de 22.700€ em outubro, valor inferior aos 23.600€ apurados no início de 2025. Na prática, a comparação direta entre modelos idênticos aponta para uma trajetória de ajustamento em alta da oferta global, mas de descida nos preços reais unitários.

No canal de ligeiros de passageiros novos, o mercado global cresceu 2,8% em outubro face ao período homólogo, somando 16.595 unidades matriculadas. No cômputo dos primeiros dez meses de 2026, as matrículas atingiram 205.507 unidades, o que representa uma expansão de 9,5% face a igual período do ano anterior.

Em análise aos resultados do setor, Pedro Soares, Head of Sales do Standvirtual, declarou: "Os dados de outubro confirmam o avanço da eletrificação em Portugal, com os veículos 100% elétricos a representarem quase metade das matrículas de carros novos e a liderarem as importações. Ao mesmo tempo, a subida do preço médio anunciado continua a refletir, sobretudo, o tipo de veículos em oferta. Para os profissionais, é cada vez mais importante acompanharem estas diferenças e ajustarem as decisões de compra e os preços à procura de cada segmento".

Dados de outubro de 2026

Gasóleo perde liderança nas vendas de usados

Por: **Mónica Silva** Fonte: **Indicata**

A gasolina ultrapassa o gasóleo e os elétricos já representam quase 20% das vendas de veículos usados, num mercado marcado pela mudança das preferências dos compradores e pela pressão sobre os valores residuais.

O gasóleo deixou de liderar as vendas a retalho de veículos usados em Portugal. Em setembro, representou 28,62% das transações, ligeiramente abaixo da gasolina (29,11%), enquanto os veículos elétricos a bateria (BEV) atingiram 19,36%, mais do dobro dos 8,34% registados em outubro de 2024. A transformação portuguesa é mais acentuada do que a média europeia, onde os BEV representam 12,19% das vendas. Segundo o Observatório Indicata de outubro de 2026, a forte correção dos preços dos elétricos e o encarecimento do gasóleo estão a alterar as preferências dos compradores. Esta melhoria da procura não elimina, contudo, os riscos para os valores residuais, num mercado cada vez mais influenciado pelos preços praticados noutros países europeus.

O mercado está a mudar de motorização, não apenas a vender mais depressa

A edição de outubro do Observatório Indicata revela uma alteração importante no equilíbrio do mercado europeu de veículos usados. Embora a velocidade de escoamento do stock tenha melhorado em praticamente todas as motorizações, grande parte desse movimento acompanha o padrão sazonal habitual. A verdadeira diferença está na distribuição da procura entre tecnologias.

Nos veículos a gasolina, a gasóleo e nos principais segmentos híbridos, os níveis de cobertura de stock mantêm-se, em geral, próximos dos registados no outono de 2025. Os elétricos a bateria constituem a principal exceção, com uma melhoria mais expressiva da liquidez e sinais de recuperação dos preços após uma longa fase de desvalorização.

Em Portugal, esta alteração assume uma dimensão particularmente relevante. Em outubro de 2024, o gasóleo concentrava 44,92% das vendas a retalho de usados, contra apenas 8,34% dos BEV. Menos de dois anos depois, a diferença entre estas motorizações estreitou-se substancialmente, enquanto a gasolina ultrapassou o gasóleo.

Não se trata de uma rejeição generalizada dos motores de combustão. O mercado continua a ter uma base importante de compradores de veículos a gasolina e a gasóleo. O que mudou foi o equilíbrio entre o preço de aquisição, os custos de utilização e a atratividade das alternativas eletrificadas.

Vendas e stock confirmam uma mudança na capacidade de absorção

A diferença entre a quota de vendas e a quota de stock ajuda a compreender a nova dinâmica do mercado. No agregado europeu, os BEV representam 12,19% das vendas, mas apenas 8,48% dos veículos disponíveis. A relação é inversa no gasóleo, que concentra 26,25% do stock e 22,70% das vendas.

Esta diferença reflete-se no Market Days Supply (MDS), indicador que mede quantos dias o stock existente cobri-



ria ao ritmo de vendas observado. Os elétricos apresentam atualmente 51 dias de cobertura, contra 76 dias no gasóleo e 67 dias na gasolina. Em Portugal, o contraste é ainda mais expressivo. Os BEV representam 19,36% das vendas e 13,48% do stock, uma diferença positiva de 5,88 pontos percentuais. O seu MDS caiu para 50 dias, face aos cerca de 95 dias registados um ano antes.

O gasóleo apresenta a situação oposta, com 33,29% do stock e 28,62% das vendas. Ainda assim, o seu MDS melhorou de aproximadamente 100 para 79 dias em termos homólogos, demonstrando que a perda de quota não significa ausência de compradores.

A leitura conjunta destes indicadores aponta para uma alteração das preferências de compra, mas também confirma que a maior rapidez de escoamento deve ser analisada em conjunto com os preços a que os veículos estão efetivamente a ser comercializados.

Elétricos recuperam liquidez e preços, mas continuam longe dos valores anteriores

A evolução dos BEV constitui uma das principais novidades desta edição. Pela primeira vez após um período prolongado de fortes correções, a melhoria da liquidez está a ser acompanhada por uma recuperação do índice de preços de retalho.

No mercado europeu, o índice dos BEV subiu de um mínimo de 62,04 para 64,89, considerando janeiro de 2020 como referência 100. Esta evolução contrasta com a trajetória ainda descendente dos índices de preços da gasolina, do gasóleo, dos híbridos ligeiros e dos híbridos plug-in.

Em Portugal, a recuperação é igualmente visível. Depois de ter atingido um mínimo de 75,81, o índice de preços dos elétricos usados subiu para 79,80, uma valorização de 5,3% face a esse mínimo. Ainda assim, permanece cerca de 20% abaixo da referência de janeiro de 2020.

Estes resultados mostram que os preços mais acessíveis estão a encontrar resposta no mercado. O aumento dos custos dos combustíveis poderá estar a reforçar essa procura, sobretudo entre condutores com acesso a carregamento a preços competitivos.

Contudo, a recuperação recente não anula a desvalorização acumulada nem confirma que os valores residuais tenham encontrado um patamar definitivo. Os descontos nos automóveis novos, os incentivos à aquisição, a evolução tecnológica e os futuros volumes de veículos elétricos usados continuam a representar fatores de pressão.

"A mudança mais importante é que o risco deixou de estar concentrado nos elétricos. Estes voltaram a encontrar compradores depois de uma forte correção de preços, enquanto o gasóleo enfrenta uma pressão acrescida sobre os custos de utilização. Mas vender mais depressa não é o mesmo que recuperar os valores anteriores. Para os operadores, o verdadeiro desafio será manter este equilíbrio quando chegarem novos volumes ao mercado", afirma Yoann Taitz, Regional Head of RV Forecast e Market Expert do Indicata.

Gasóleo perde atrativo económico e os híbridos seguem trajetórias distintas

O encarecimento dos combustíveis está a colocar pressão adicional sobre a proposta económica do gasóleo. Em Portugal, o preço médio deste combustível atingiu 2,13 euros por litro em setembro, contra 2,07 euros para a gasolina de 95 octanas, correspondendo a aumentos homólogos de 37% e 22%, respetivamente.

Esta evolução afeta particularmente os condutores que percorrem grandes distâncias, tradicionalmente um dos principais grupos de compradores de veículos a gasóleo. O menor consumo continua a constituir uma vantagem em determinadas utilizações, mas tem agora de compensar um preço por litro mais elevado. O comportamento dos híbridos demonstra, por outro lado, que a eletrificação não garante por si só maior resistência dos preços.

No mercado europeu, os híbridos ligeiros (MHEV) representam 13,16% das vendas, contra 15,05% do stock. O seu MDS de 81 dias é o mais elevado entre as principais motorizações, enquanto o índice de preços recuou para 94,10. A expansão desta tecnologia reflete também a crescente presença dos MHEV nas gamas dos fabricantes, sem que a procura de usados acompanhe necessariamente esse crescimento. Os híbridos convencionais (HEV) apresentam um equilíbrio mais favorável, beneficiando da possibilidade de reduzir o consumo sem depender de carregamento externo. Em Portugal, o seu índice de preços situa-se próximo de 114, com 64 dias de cobertura de stock, embora representem apenas 2,69% das vendas.

Já os híbridos plug-in (PHEV) portugueses, com cerca de 12,2% das vendas e 13,4% do stock, mantêm uma cobertura próxima dos 77 dias e um índice de preços em torno de 80,5. A sua competitividade continua a depender da capacidade do próximo proprietário para tirar partido efetivo da utilização elétrica.

Veículos quase novos recuperam compradores, mas o preço continua decisivo

A composição etária do mercado europeu também evidencia uma melhoria da absorção dos veículos mais recentes. Os automóveis com dois anos ou menos aumentaram a sua quota nas vendas de 30,30% para 32,39% num único mês, enquanto os veículos com cinco anos ou mais recuaram para 41,89%, o nível mais baixo da série analisada. Apesar desta recuperação, os veículos com dois anos ou menos continuam a representar cerca de 40% do stock europeu. A diferença mostra que a procura está a reagir, mas que a oferta de veículos recentes permanece relativamente elevada.

O problema não reside necessariamente na idade. Os automóveis quase novos competem diretamente com campanhas comerciais, descontos e condições de financiamento oferecidos pelos fabricantes no mercado de veículos novos. Quando a diferença de preço deixa de justificar a compra de um usado, torna-se necessário corrigir o seu posicionamento comercial. Em Portugal, o equilíbrio por idade é mais favorável: os veículos com dois anos ou menos representam 32,22% das vendas e 32,65% do stock. Os automóveis com cinco anos ou mais mantêm também quotas próximas dos 42% em ambos os indicadores.

Esta configuração sugere que, no mercado português, o principal desequilíbrio não se encontra atualmente na idade dos veículos, mas sobretudo na distribuição do stock entre motorizações. Para os operadores, acertar na tecnologia, nas especificações e no preço de aquisição poderá ser mais importante do que privilegiar indiscriminadamente veículos mais recentes.

A Europa acelera a ritmos diferentes e nem todos os elétricos ganham valor

A recuperação dos elétricos usados não é uniforme nos diferentes mercados europeus. A Dinamarca demonstra o comportamento de um mercado onde esta tecnologia já ocupa uma posição dominante: os BEV representam 59,34% das vendas, contra 47,22% do stock, com uma cobertura de 54 dias. O seu índice de preços recuperou para 71,29, depois de uma correção profunda. Na Noruega, onde os elétricos também dominam as vendas de usados, a situação é distinta. Os BEV representam 58,25% das transações e apresentam apenas 40 dias de cobertura de stock, mas os preços mantêm-se próximos dos mínimos recentes. O exemplo norueguês demonstra que uma procura elevada e uma rotação rápida podem coexistir com limitações significativas à recuperação dos valores. Na Polónia, a resposta aos combustíveis mais caros segue uma trajetória diferente. Os BEV representam apenas 2,57% das vendas de usados, enquanto os híbridos convencionais, com cerca de 9,7%, beneficiam de uma maior facilidade de absorção e de preços relativamente resistentes.

Estas diferenças confirmam que a transição energética não se traduz numa trajetória única para os valores residuais. A maturidade da procura, as condições de carregamento, a fiscalidade e o preço das alternativas disponíveis continuam a determinar quais as motorizações que cada mercado consegue absorver.

Portugal eletrifica-se com importações, mas os preços continuam a ser europeus

Portugal destaca-se pela rapidez com que os elétricos estão



a ganhar presença nas vendas de usados. A quota nacional de 19,36% ultrapassa a média europeia em 7,17 pontos percentuais, colocando o mercado português numa posição relativamente avançada de absorção desta tecnologia.
Uma parte importante desta transformação está relacionada com o abastecimento internacional. No primeiro semestre de 2026, Portugal importou 67 264 veículos ligeiros de passageiros usados, mais 16,3% do que no período homólogo. Os elétricos a bateria e os diferentes tipos de híbridos representaram, em conjunto, 44% dessas importações. A possibilidade de adquirir elétricos que já sofreram uma correção de preços noutros mercados permite aumentar a oferta nacional de veículos mais acessíveis. A ausência de Imposto Sobre Veículos (ISV) nas importações de BEV constitui também uma vantagem para este canal de abastecimento. Contudo, o mesmo mecanismo que facilita a eletrificação do mercado português limita a autonomia dos preços nacionais. Se os valores praticados em Portugal aumentarem suficientemente para tornar atrativa a importação de veículos equivalentes, a entrada de mais unidades poderá moderar essa recuperação.
A evolução do mercado de veículos novos acrescenta uma segunda dimensão a este desafio. Nos primeiros nove meses de 2026, foram matriculados em Portugal 54 726 BEV novos, representando 29% dos registos e um crescimento homólogo de 49,1%. Estes veículos irão alimentar progressivamente o mercado de usados através de retomas e devoluções de contratos de financiamento e renting.
Assim, Portugal enfrenta uma situação particular: a procura de elétricos usados está a crescer rapidamente, mas as fontes de abastecimento também estão a expandir-se. A sustentabilidade dos preços dependerá da capacidade do mercado para absorver simultaneamente os veículos importados e os futuros retornos da frota nacional.

Valores residuais exigem maior disciplina na aquisição, nos preços e gestão do stock

A edição de outubro do Observatório Indicata revela um mercado em que o risco para os valores residuais está a mudar de distribuição.
Os elétricos usados beneficiam atualmente de uma combinação favorável de preços de entrada mais baixos, maior liquidez e custos de utilização relativamente atrativos. O gasóleo enfrenta o efeito contrário do encarecimento do combustível, embora continue a beneficiar, a médio prazo, de uma redução progressiva da oferta proveniente do mercado de veículos novos.Para os fabricantes, concessionários, empresas de leasing e renting e operadores de remarketing, este contexto reforça a importância de ajustar as decisões de aquisição à procura efetiva, em vez de assumir que a evolução recente das vendas se traduzirá automaticamente em preços mais elevados.
No caso dos elétricos, será essencial acompanhar os preços líquidos dos automóveis novos, os descontos comerciais, os custos de importação e a chegada de futuros volumes de usados. No gasóleo, a manutenção dos valores dependerá da dimensão da procura que subsistir perante os custos de utilização e a redução da oferta.

USADO DO MÊS
VENDA MAIS RÁPIDA
OUT26



Volkswagen Golf

Lançado pela primeira vez em 1974, o Golf original causou sensação quando surgiu no mercado. Eficiente, prático e com um design atraente, o Golf foi um automóvel inovador desde o início, com características como um motor diesel de baixo consumo que demonstrava o seu compromisso com tecnologias mais limpas.

Foi um sucesso imediato e, em 1976 — apenas dois anos após o lançamento —, já tinha sido fabricado o 500 000.º Golf. Em outubro, essa marca já tinha ultrapassado o milhão. No total, foram produzidos mais de 6,8 milhões de Golfs da 1.ª geração.

Como dar continuidade a um ícone? Não é tarefa fácil, isso é certo, e foi por isso que a Volkswagen manteve a fórmula do Golf relativamente inalterada na segunda geração que chegou em 1983, com um visual renovado que conseguiu dar continuidade ao estilo do seu antecessor sem se afastar demasiado dele.

Em 1986, surgiu o primeiro Golf com um motor de 16 válvulas, enquanto os travões antibloqueio — uma funcionalidade de vanguarda para a época — foram disponibilizados em 1987. Este modelo também se revelou popular — parecia que a VW tinha conseguido acertar em cheio..

Para celebrar os 50 anos do icónico Golf, a Volkswagen renova o seu modelo mais famoso e, como a história demonstra, foi um sucesso imediato. Experimente o futuro da condução com o Golf MK 8 renovado. Desfrute de um conceito de operação mais intuitivo e de um sistema de infoentretenimento melhorado para uma experiência de condução perfeita.

A parte dianteira foi melhorada com um design elegante e arrojado, com um logótipo Volkswagen iluminado e faróis LED com um novo design.

Entre no habitáculo para descobrir um sistema de infoentretenimento ergonómico e recentemente desenvolvido, com um ecrã tátil independente e controles deslizantes táteis iluminados para o controlo da temperatura e do volume.

Mas as atualizações não ficam por aqui. O Golf MK 8 oferece uma opção híbrida plug-in, agora com uma impressionante autonomia totalmente elétrica de 100 kms e uma autonomia combinada de 966 kms. Além disso, graças à capacidade de carregamento rápido em corrente contínua, pode recarregar num instante com uma potência de carregamento de 50 kW. Estacionar também ficou mais fácil, com novos sistemas de assistência.

Comma
Bag in Box

A **solução inteligente** de uma marca de **confiança**.

Fácil de **manusear**, simples de **utilizar**



A metolodogia BIB cobre mais de 80% do Parque Automóvel Português

- **Menos 75% de resíduos plásticos**
- **+80% Cobertura do parque**
- **Menor espaço de armazenamento**
- **Melhora a gestão de resíduos**

Pensada com grande cuidado

O novo formato Bag in Box é mais cómodo, eficiente e sustentável. E perfeito para as oficinas!

- 75% menos plástico do que um balde tradicional de 20 L.
- Poupa espaço: design compacto e empilhável.
- Mais limpo e fácil de usar, com torneira integrada.
- Reciclagem e gestão de resíduos facilitadas.

Lê o código QR para saber mais!

Visite www.commaoil.com/pt-pt para mais informações

COMMA®

made for mechanics


mewa
«Podes contar com eles – a qualquer momento!»
Mewa.
Panos de limpeza com serviço completo.
Descubra mais agora em mewa.pt/servico-completo