

# Dossier



## PEÇAS PARA VEÍCULOS ASIÁTICOS

# Oferta diversificada

A oferta atual de peças para veículos asiáticos no mercado é vasta, tanto em termos de operadores como de marcas que atuam no mercado, o que gera um desafio de rentabilidade aos operadores

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

O mercado de distribuição de peças para veículos asiáticos em Portugal abrange já uma parte substancial do parque circulante, e é atualmente um setor bastante concorrencial, onde se podem encontrar componentes para todos os patamares de preço e qualidade. “Trata-se de um mercado saturado, em que a oferta excede a procura, uma vez que a dimensão do mercado não cresceu significativamente ao longo dos anos, mas o número de players e a oferta aumentaram consideravelmente”, explica Luís Almeida, da Japopeças. Flávio Menino, da Autozitània, é da mesma opinião: “O

mercado de peças para veículos asiáticos em Portugal assemelha-se ao mercado de peças global, ou seja, é um mercado muito competitivo e com muitos operadores. Os seus players têm dimensões distintas, contudo todos conseguem competir utilizando as vantagens da sua dimensão, o que provoca um mercado com uma concorrência muito agressiva”, ao que Carlos Silva, da Krautli, acrescenta: “Temos várias marcas no mercado com programas dedicados ao parque asiático, mas verificamos que existe muita diversidade e dúvidas quanto aos critérios e origens da qualidade dos produtos embalados”. Na opinião de Paulo Torres, da



Não fazemos  
manutenção automóvel,  
**mas fazemos a manutenção  
da sua terminologia!**



### TRADUÇÃO E DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA

Criamos e traduzimos manuais técnicos à melhor relação qualidade/preço do mercado. Temos profissionais especializados em várias áreas da indústria e uma tecnologia que nos permite criar projetos à medida de cada cliente.

### CONHEÇA O PROGRAMA PARCEIRO JABA

Através da identificação e alinhamento de todas as traduções antigas do parceiro JABA, é criada uma base de dados que permite detetar todas as repetições em novos projetos e baixar consideravelmente o valor final do documento, mantendo a terminologia e o estilo de comunicação já existentes. Um programa criado a pensar em si!

Vila Nova de Gaia | Telf: 227 729 455/6/7/8 | Fax: 227 729 459  
Mail: [portugal@jaba-translations.pt](mailto:portugal@jaba-translations.pt) | Web: [jaba-translations.pt](http://jaba-translations.pt)

Vieira & Freitas, a distinção de asiáticos deixou de fazer sentido nas peças. “O mercado está competitivo. Em tempos, um veículo asiático tinha componentes asiáticos e um veículo francês tinha componentes franceses, hoje em dia é global”. Tiago Domingos, da Auto Delta, lembra também a presença de alguns produtos de menor qualidade: “Quem trabalha com veículos asiáticos pode optar por produtos premium até aos altamente competitivos, não deixando de nos preocupar a presença de alguns produtos que não têm um grau de qualidade mínima para serem aplicados no nosso parque automóvel”. ●

## QUESTÕES

### MARCAS

1 Como avalia o mercado de peças para veículos asiáticos em Portugal, em termos de operadores, qualidade das peças, diversidade de gama, etc.?

2 Qual a tendência do negócio de peças para veículos asiáticos?

3 Face à partilha de plataformas entre automóveis ainda faz sentido diferenciar peças para veículos asiáticos das restantes peças?

4 Quais as principais novidades introduzidas ao nível das peças para veículos asiáticos?



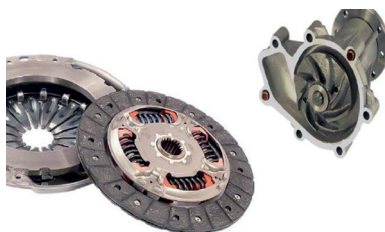
### Magneti Marelli

Sergi Canellas Teruel- Product Manager  
+34 938 413 530  
sergi.canellas@magnetimarelli.com  
[www.magnetimarelli.com](http://www.magnetimarelli.com)

1 - No caso da Magneti Marelli, a marca disponibiliza peças para aplicações asiáticas em todas as linhas de produto. No caso das baterias, a gama cobre 98% da frota europeia em circulação, incluindo ligeiros, veículos industriais, comerciais ligeiros e aplicações asiáticas. As baterias da Magneti Marelli possuem aplicações asiáticas disponíveis nas seguintes gamas: RUN, baterias com 30% mais potência do que as baterias standard, e as ETS, baterias com 15% mais potência do que as baterias convencionais. E a marca Weber, que atinge uma grande cobertura do parque, incluindo aplicações asiáticas. Quanto à iluminação, a Automotive Lighting fabrica para a gama asiática mais de 100 referências de qualidade original e direcionadas para as principais aplicações dos maiores fabricantes: Honda, Toyota, Suzuki, Kia, Nissan, Mitsubishi e Mazda. Nos motores

de arranque e alternadores, a gama asiática consiste em mais de 200 códigos, que podem ser encontrados novos, reconstruídos e de qualidade equivalente.

4 - A gama de baterias Weber foi ampliada este ano, com aplicações asiáticas. Na iluminação, o grupo Magneti Marelli oferece uma ampla gama de equipamentos de iluminação originais, com mais de 250 novas referências por ano. Nos motores de arranque e alternadores, foram apresentadas este ano 160 novidades: 20 referências novas, 60 reconstruídas e 80 eQual. Estas novidades abrangem modelos dos principais fabricantes mundiais, o que coloca a cobertura do parque português em cerca de 70%. Em 2016, a empresa lançou a linha eQual, que oferece uma alternativa fiável ao produto original e reconstruído, a um preço competitivo. No ano passado, foram lançadas 20 novidades na gama. Este ano, estão planeados novos produtos, numa gama que irá continuar a crescer.



### BCN

Marcos Oliveira - Key Account Portugal  
911 704 448  
marcos.exclusivasbcn@gmail.com  
[www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)

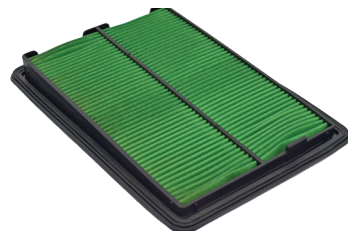
1 - É um mercado competitivo, onde atuam a maioria das marcas especializadas na gama de asiáticos. Como em outros segmentos, existem fornecedores que atuam mais no segmento de preço, mas as marcas com maior quota são as que apostam na qualidade.

2 - É um negócio que continua em crescimento, em parte porque o parque de asiáticos também continua em crescimento.

3 - Ainda que essa partilha se faça cada vez mais, a realidade é que continua a existir uma grande procura no mercado de peças que não são comuns aos europeus, e por isso continua a existir a necessidade de se ter um fornecedor especializado.

4 - Qualquer ampliação de catálogo é efetuada em função das necessidades dos

nossos distribuidores, adaptando assim a gama à realidade do mercado. Estamos a ampliar a gama de borrachas, sinoblocos, casquilhos e a introduzir uma gama completa de material elétrico. A curto prazo teremos em gama de jogos kit distribuição + bomba de água.



### bilstein group

Filipa Pereira - Marketing Coordinator  
219 663 720  
filipa.pereira@bilsteingroup.com  
[www.bilsteingroup.com](http://www.bilsteingroup.com)

1 - A nível de operadores de peças para veículos asiáticos em Portugal podemos referir que estes apresentam um grau de maturidade extremamente elevado, fazendo com que Portugal seja um mercado de extrema qualidade nesta área. Tanto a nível de identificação de peças como de abrangência da gama os operadores em Portugal apresentam elevada qualidade. Há poucas, senão inexistentes, críticas a apresentar a estas empresas que se dedicam às peças asiáticas, sobretudo pela qualidade de trabalho e atuação que apresentam ao mercado. Por este motivo, denota-se que muitas destas se dedicam apenas a esta área de negócio, apresentando uma ampla gama e transparecendo um árduo trabalho ao nível da identificação.

2 - Tem havido uma clara e visível evolução e crescimento no mercado no que diz respeito aos veículos asiáticos, devido a inúmeras razões. As empresas dedicadas à comercialização de peças automóveis apercebem-se que existe espaço de atuação para o negócio dos veículos asiáticos, havendo um claro investimento por parte destas em áreas de negócio onde existe oportunidade e espaço. Caso esta tendência de crescimento e aparecimento de veículos asiáticos se mantenha, é óbvio que as empresas do aftermarket intensifiquem a sua atuação neste tipo de peças. O futuro do mercado das peças de substituição de qualquer tipo de veículos está sempre dependente da própria evolução de cada marca e do contributo que darão para o mercado. É algo que está intimamente relacionado com os modelos

lançados, com o serviço prestado e com todos os desenvolvimentos que tenham a capacidade de introduzir no mercado. Até ao momento, podemos referir que os veículos asiáticos lançados ultimamente são esteticamente agradáveis, contrariamente a modelos lançados no passado, contudo é impossível prever se esta tendência se vai manter. Na Europa a percentagem de veículos asiáticos nos últimos cinco anos aumentou. Este aumento espelha o esforço e empenho dos construtores de veículos asiáticos em harmonizar os produtos com as necessidades e características do mercado europeu. São sinais claros de que a aposta em desenvolver peças para este tipo de veículo é uma tendência a seguir.

3 - Talvez a longo prazo esta distinção seja cada vez mais ténue e se comece a falar apenas no mercado de substituição de peças sobresselentes como um todo. Atualmente, apesar das várias plataformas partilhadas entre as diversas marcas, o grupo dos veículos coreanos possui plataformas exclusivas. A Toyota iniciou algumas parcerias com

diversas marcas, Subaru e BMW. Em ambas são muitos os componentes/módulos partilhados. Das marcas japonesas, a Nissan é aquela que mais se aproximou dos veículos europeus. Existem plataformas comuns entre estes construtores, o exemplo mais recente é a plataforma denominada CMF-C/D que é a base para os modelos Qashqai e Kadjar. É notória a aproximação entre marcas que sempre permaneceram separadas por conceitos e objetivos distintos, mas a redução dos custos de produção que influenciam de forma direta o custo para o consumidor é o objetivo transversal que une os construtores.

4 - A introdução de novos artigos através da marca Blue Print é constante. Mensalmente são lançados cerca de 100 novos artigos, muitos deles exclusivos para os veículos asiáticos. As principais novidades que o bilstein group apresenta para os veículos asiáticos são produtos associados às gamas dos filtros e travagem. Existe também uma grande preocupação em trazer para o mercado soluções no âmbito dos componentes

elétricos, que devido à especificidade das aplicações torna o grupo uma referência. As novidades lançadas são sucessivas e constante, havendo uma base assente na pesquisa de mercado e na ambição em conseguir oferecer aos clientes produtos que suprimam as suas necessidades.



## Kavo

Peter Bloemberg – Diretor  
+31 55 53 939 67  
peter@kavoparts.com  
[www.kavoparts.com](http://www.kavoparts.com)

1 - O mercado português é muito importante para a Kavo e possui uma vasta gama

PUBLICIDADE

# TECNOLOGIA E QUALIDADE AO SERVIÇO DO CLIENTE

**JUNTOS DESDE 1952**

## SONDA LAMBDA

Os veículos em contínua evolução exigem um nível de desenvolvimento e inovação à altura dos melhores. A Sonda lambda se converteu nos últimos anos em um produto de alta tecnologia, tanto em desenho e prestações, como em o uso de material de última geração. **FAE** inaugurou em princípios de 2018, sua nova sala branca de ISO-7 de 700m<sup>2</sup> dedicada exclusivamente à produção de sensores cerâmicos para sondas lambda. A gama completa de nossos produtos está no catálogo online de **FAE** y em TecDoc, onde **FAE** é fornecedor “Classe A”.

[www.fae.es](http://www.fae.es) // [fae@fae.es](mailto:fae@fae.es)



para veículos asiáticos. Há muita oferta para carros asiáticos, mas a qualidade, a variedade e a disponibilidade são imprescindíveis. A Kavo era reconhecida pelos filtros AMC no mercado português, mas é muito mais do que isso. Desde travões, a peças elétricas, gestão de motor, direção e embraiagens.

2 - O número de carros asiáticos está a aumentar. Por exemplo, a Toyota é um dos líderes de mercado e continua a ser muito popular. Os novos carros coreanos são também muito populares e esta é uma tendência que também existe em Portugal.

3 - Sim, ainda faz. A disponibilidade é muito importante para o cliente. Como especialista, oferecemos uma cobertura que um fornecedor geral nunca poderá alcançar. A especialização, portanto, ainda faz muito sentido. Mas claro que é importante fazer uso de plataformas partilhadas entre veículos. Para o cliente, uma referência aplicável a várias marcas e modelos economiza espaço e dá maiores oportunidades de venda. Para nós, do ponto de vista comercial e focado no cliente, era o momento certo para dar este passo.

4 - Nos componentes asiáticos, seguimos a tendência do mercado: a emergência de modelos elétricos, híbridos e a hidrogénio. A consciência ambiental também se aplica às marcas asiáticas. Por essa razão, aumentamos a nossa gama com mais componentes de gestão de motor e peças elétricas.



## SKF

Grisélia Afonso - Sales & Marketing Unit Manager, Portugal, 214 247 019  
griselia.afonso@skf.com  
[www.skf.com](http://www.skf.com)

1 - Existem vários players especialistas em aplicações asiáticas, com uma vasta oferta. Em termos de serviço também tem havido uma melhoria, o que nos cria a oportunidade de competir ao mais alto nível, sendo o serviço SKF um dos fatores mais valorizados pelos nossos clientes, com a oferta híbrida dos armazéns na Bélgica e

Madrid, sem recorrer à importação.

2 / 4 - A SKF tem para os veículos asiáticos uma vasta gama de kits, em linha com as especificações de OE.

Com uma competência ímpar, resultado dos vários testes efetuados nas nossas fábricas e centros de desenvolvimento de produto e pesquisa. A extensão de gamas é transversal na SKF a aplicações europeias e asiáticas; no entanto, desde 2009 temos vindo a corresponder às exigências do mercado, adaptando-nos ao crescimento do parque automóvel de veículos asiáticos. As marcas asiáticas representam 20% do parque automóvel total na Europa e em Portugal aproximadamente 19%.

Com várias campanhas para gerar visibilidade no mercado sobre a oferta SKF e uma estratégia de preços que culminou este ano com uma enorme competitividade para aqueles que elegem e dão preferência à SKF, ações em todos os elos da cadeia de valor, os nossos distribuidores, revendedores de peças e oficinas clientes dos revendedores de peças que prerem a SKF.

3 - Onosso maior compromisso para com os nossos parceiros de negócio é o de contínuo desenvolvimento de novas referências, proporcionando novas oportunidades de negócios, e acima de tudo, posicionarmos-nos com um fornecedor global. Atualmente consideramos ser um grande fator de diferenciação para os nossos parceiros de negócio a possibilidade de poder ter o maior número de produtos concentrados num único fornecedor. A SKF é atualmente um fornecedor global, para aplicações europeias e asiáticas, com uma vasta cobertura de mercado.

## QUESTÕES GROSSISTAS

1 Quais as marcas de peças que comercializam com especial incidência nos veículos asiáticos?

2 Como tem evoluído a vossa oferta ao nível das peças para veículos asiáticos?

3 Quais as mais recentes novidades que foram introduzidas ao nível das peças para veículos asiáticos?

4 Qual a tendência do negócio de peças para veículos asiáticos? É um negócio em crescimento?



## Japopecas

Luís Almeida - Diretor Geral  
256 203 080  
geral@japopecas.pt  
[www.japopecas.pt](http://www.japopecas.pt)

1 - A Japopecas comercializa peças aftermarket e originais para veículos das seguintes marcas: Toyota, Mitsubishi, Mazda, Nissan, Hyundai, Kia, Suzuki, Honda, Isuzu, Sangyong, Chevrolet, Galloper e Subaru.

O core business é o segmento aftermarket composto sensivelmente por 20 marcas, para cobrir todas as famílias de produto para veículos asiáticos. Destacando as marcas com maior expressão no mercado português, falamos de: AISIN, KAYABA, FBK, NKS PARTS, ASHIKA, EXEDY, KAVO PARTS, entre outras. Quanto ao segmento OEM, são trabalhadas as 13 marcas enunciadas. Em virtude de existirem marcas que são fornecedoras OEM de fabricantes europeus, também dispomos de peças para Renault, Peugeot e Citroen, entre outros.

2 - Uma vez que trabalhamos com fabricantes OEM, acompanhamos a evolução que as marcas do nosso portfólio introduzem no mercado.

A evolução é feita essencialmente por duas vias: evolução tecnológica do produto e introdução de novas referências. A oferta da Japopecas, ao abranger a maioria dos veículos asiáticos, evolui essencialmente com a introdução de referências dos veículos novos que a curto/médio prazo serão sujeitos a manutenção, necessitando de peças. Por último, mas não menos importante, existe uma constante evolução tecnológica que se reproduz na introdução de novos produtos com melhorias técnicas face aos anteriores. Isto verifica-se com regularidade na família das embraiagens



[www.posvenda.pt](http://www.posvenda.pt)

 [facebook.com/revistaposvenda](https://facebook.com/revistaposvenda)

 [linkedin.com/company/revista-pós-venda](https://linkedin.com/company/revista-pós-venda)

---

**Revista Pós-Venda.  
Só para profissionais**



**TODO O PÓS-VENDA  
NUMA REVISTA**

e suspensão, por exemplo.

3 - Acompanhando os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos da marca AISIN a maior novidade é a introdução de um Kit de embraiagem que assegura a conversão de um bímassa para monomassa, com recurso a um duplo disco de embraiagem. Esta solução desenvolvida pela AISIN garante uma performance superior ao equipamento original da viatura: maior torque; menor carga na prensa; menor pressão na superfície do disco. Apostamos recentemente na introdução do anticongelante de última geração AISIN, um produto inovador e que acrescenta qualidade a um segmento altamente competitivo. Encontra-se em fase de estudo e desenvolvimento a introdução do líquido (ATF e CVTF) para caixas de velocidade automáticas uma vez que a AISIN é um dos maiores fabricantes OEM neste segmento equipando viaturas das mais variadas marcas, inclusivamente europeias. Desta forma, é um produto de qualidade superior que pretendemos oferecer ao mercado. De forma global continuamos a alargar o portfólio de amortecedores, suspensão, travagem, entre outros.

4 - As variáveis de que dispomos não nos permitem antever um crescimento no setor aftermarket. Esta análise prende-se com o facto de o parque automóvel nacional ser relativamente estável, não apresentado crescimento significativo, assim como a quilometragem por veículo apresentar o mesmo comportamento. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico, nomeadamente os automóveis elétricos, apresentam um perfil de consumo de peças significativamente diferente com muitos componentes a ter uma vida útil manifestamente maior. A estes fatores acrescem outras variáveis macroeconómicas de ordem demográfica por exemplo que têm um impacto significativo no ramo automóvel. Antevemos que, face ao excesso de oferta no mercado, a pressão nas margens irá continuar a acentuar-se, criando dificuldades às empresas em investir no seu desenvolvimento, uma vez que os recursos disponíveis para o efeito emagrecem ao longo dos tempos.

## Redeinnov

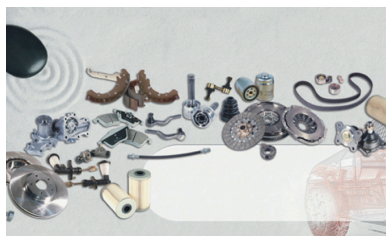
Nuno Wheelhouse Reis - Administrador  
223 263 288  
geral@redeinnov.pt  
[www.redeinnov.pt](http://www.redeinnov.pt)

1 - Comercializamos a marca MDR desde o início deste ano.

2 - Com a introdução da MDR, a nossa oferta cresceu muito. A MDR aposta na qualidade, embalando essencialmente produtos dos fabricantes de primeiro equipamento, assegurando por isso uma qualidade superior à generalidade das ofertas que se encontram no mercado. Também a excelente colaboração que temos mantido, tem permitido um ajuste de preços ao mercado nacional que torna o produto muito atractivo, o que, aliado a uma cobertura muito extensa, tem vindo a dar bons resultados.

3 - A maior evolução tem-se notado essencialmente numa maior cobertura das gamas tradicionalmente comercializadas pelos especialistas, sendo que no caso da MDR se nota uma evolução muito grande na componente elétrica e eletrónica.

4 - Penso que ainda tem margem para crescer, tanto pelas características do nosso parque como pela oferta especializada ainda reconhecida pelos clientes como uma mais-valia.



## Krautli

Carlos Silva - Diretor de Vendas e Marketing  
21 953 56 26  
c.silva@krautli.pt  
[www.krautli.pt](http://www.krautli.pt)

1 - A Krautli Portugal distribui a marca Jakoparts, marca especialista na comercialização de peças para modelos japoneses e coreanos com 18300 peças de reposição para 7700 modelos. As principais categorias de produto são: motor, transmissão, travagem, chassis, sistema elétrico e ferramentas.

2 - Iniciámos a distribuição da marca Jakoparts em setembro de 2017. Passada a

fase inicial de introdução no mercado onde foram selecionados vários distribuidores Jakoparts. Podemos dizer que atualmente estamos na fase de crescimento, onde os valores da marca, o forte compromisso com a qualidade e a boa taxa de serviço se traduzem no aumento de confiança dos nossos clientes.

3 - A Jakoparts lança todos os meses a BrandNEW, uma newsletter com novidades onde há um esforço para manter a oferta de produtos completa e atualizada com as mais diversas peças para os modelos de veículos asiáticos mais recentes. A Jakoparts vai lançar na próxima edição da Automechanika de Frankfurt uma novidade importante com a introdução de uma nova categoria de produtos que vem complementar a já vasta oferta asiática.

4 - Estima-se que a quota de mercado dos veículos asiáticos no nosso mercado, representa entre 18% a 20% do parque circulante. Considerando esta importância e com a tendência crescente dos últimos anos dos fabricantes coreanos e japoneses, estimamos um aumento gradual de vendas de peças para estes veículos.



## Auto Delta

Tiago Domingos - Responsável de Comunicação  
244 830 070  
tdomingos@autodelta.pt  
[www.autodelta.pt](http://www.autodelta.pt)

1 - A marca de peças comercializada pela Auto Delta para veículos asiáticos é a Japanparts. Esta empresa é reconhecida pela grande capacidade de adaptação e resposta aos processos evolutivos do mercado. Conta com uma gama bastante alargada de referências altamente competitivas que se diferenciam neste mercado altamente concorrido.

2 - Como é apanágio da Auto Delta, a nossa oferta segue muito o que é a evolução do parque automóvel. Depois de alguma incerteza quanto ao aparecimento de algumas marcas novas, a verdade é que o grosso do

## A especialização em peças para veículos asiáticos é ainda um fator diferenciador para quem comercializa este tipo de peças?

### Lúis Almeida

#### JAPOPEÇAS

"Sim, os veículos asiáticos têm especificidades e particularidades que os especialistas a trabalhar este segmento dominam de uma forma mais pormenorizada. O know-how acumulado permite assegurar uma resposta mais completa e detalhada, o que se reflete num serviço oferecido com uma qualidade superior. Contudo, a partilha de plataformas e as sinergias verificadas entre fabricantes asiáticos e europeus, por exemplo, faz com que se vislumbre uma linha cada vez mais tênue no equipamento das próprias viaturas. Ou seja, os especialistas em asiáticos têm tendência a ter mais conhecimento sobre o parque automóvel europeu. Da mesma forma, os distribuidores generalistas desenvolvem também conhecimento na área dos asiáticos".

### Nuno Wheelhouse Reis

#### REDEINNOV

"Continua a ser, tendo em conta a cobertura de gamas oferecidas e um posicionamento de preço tendencialmente mais competitivo em relação a outras ofertas. É natural que, com a cada vez maior partilha de plataformas e motorizações com veículos europeus, essa diferenciação se venha a esbater, mas, atualmente e creio que nos próximos anos, continua a ser diferenciador".

### Carlos Silva

#### KRAUTLI

"Sem dúvida. Num cenário em que o parque circulante de veículos asiáticos tem tido uma evolução significativa com a entrada de vários construtores coreanos que representam uma quota expressiva no mercado, o consumo de peças para veículos asiáticos aumentou proporcionalmente, gerando oportunidades de negócio adicional para todos os operadores".

### Marcos Oliveira

#### BCN

"Sem dúvida que continua a ser um segmento muito especializado e, por isso, apenas os especialistas são capazes ao dia de hoje de dispor de uma gama e disponibilidade de acordo com as necessidades do mercado".

### Filipa Pereira

#### BILSTEIN GROUP

"É evidente que existem marcas que se destacam de forma natural, tendo em conta o tipo de peças que comercializam. Esta situação faz com que as assumam como especialistas em determinadas áreas de negócio. Cada empresa poderá definir, através da sua estratégia, se isso faz sentido e se se pode assumir como um fator diferenciador".

### Tiago Domingos

#### AUTO DELTA

"A especialização acaba por ser um fator algo diferenciador, mas pensamos que nos dias de hoje o caminho já não passa por uma diferenciação tão rígida. O consumidor do século XXI procura mais por fornecedores que lhe garantam uma panóplia de respostas competitivas e abrangentes".

### Flávio Menino

#### AUTOZITÂNIA

"Consideramos que, neste momento, a especialização, apesar de poder fazer alguma diferença em caso específicos, não é um fator diferenciador na comercialização de peças para veículos asiáticos. As marcas têm vindo a alargar a sua oferta para este tipo de veículos, e os clientes procuram uma concentração em termos de fornecedores. Assim, o especialista tende a ficar para segundo plano sendo procurado quando o fornecedor "generalista" não consegue fornecer a peça ou em casos específicos".

### Paulo Torres

#### VEIRA & FREITAS

"O mercado é, neste momento, universal, e faz sentido a especialização por gamas e marcas, contudo, no nosso caso, nas gamas que somos especialistas, não distinguimos marcas ou origem de veículos, procuramos ter para quase todos, sejam asiáticos, europeus ou americanos".

### Peter Bloemberg

#### KAVO

"Absolutamente. Fornecedores gerais (não especializados) nunca podem ser tão amplos na sua oferta".

### Grisélia Afonso

#### SKF

"Consideramos ser um grande fator de diferenciação para os nossos parceiros, a possibilidade de poderem ter o maior número de produtos concentrados num único fornecedor".

### Carlos Gonçalves

#### FILOURÉM

"Só existem vantagens em comercializar peças para veículos asiáticos quando se dispõe de um fornecedor altamente especializado no setor".

PUBLICIDADE



**Filourém**  
Comércio de Peças Auto, Lda.



**BREMSI**

**BOSMA**  
*for better life*



**LECOY**



**FI.BA filter**

**MAHLE**

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



mercado ainda se situa nas marcas asiáticas mais tradicionais que se têm diferenciado do veículo europeu principalmente no segmento preço. Também se verifica que as alianças com algumas marcas europeias têm tornado estes veículos menos exclusivos no que toca à sua composição, tornando o seu acompanhamento um processo mais simples. Deste modo, sem nos considerarmos um player altamente especializado em veículos asiáticos, contamos com uma oferta bastante competente para o que são as exigências do Aftermarket nacional.

3 - São três as mais recentes novidades introduzidas ao nível de peças para estes veículos: o aumento da gama de amortecedores, cobrindo neste momento mais de 90% deste parque automóvel; o desenvolvimento da gama de sensores de ABS, um produto cada vez mais procurado e essencial para os veículos atuais, e o crescimento da gama de bombas elétricas de limpa-vidros.

4 - Será um negócio em crescimento, mas não nos parece que se irá voltar a verificar o crescimento do passado. Importa que se continue a olhar para este tipo de veículos como um parque automóvel que tem as suas especificidades, perscrutando boas oportunidades que surjam. Também será essencial observar as movimentações dos fabricantes que, através de joint-ventures, proporcionam uma partilha de conhecimentos, de tecnologia e componentes, como é o caso da Renault – Nissan – Mitsubishi Alliance e Toyota e PSA, por exemplo.

## Vieira & Freitas

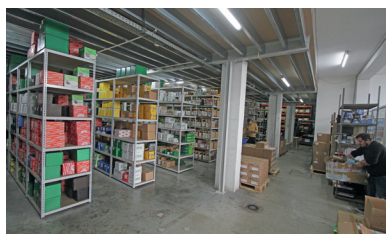
Paulo Torres – Gerente  
253 607 320  
geral@vieirafreitas.pt  
[www.vieirafreitas.pt](http://www.vieirafreitas.pt)

1 - A Vieira & Freitas trabalha com várias marcas premium japonesas, nomeadamente HKT, NEW-ERA, MITSUBISHI e HITACHI, contudo, a oferta de peças para asiáticos é muito grande, todas as nossas gamas cobrem a quase totalidade das necessidades do mercado, nomeadamente para Japoneses e coreanos, ligeiros, pesados, máquinas agrícolas e industriais.  
2 - A nossa oferta nas gamas que traba-

lhamos, elétrica, eletrónica e ar-condicionado, encontra-se quase completa, arriscamos afirmar que temos quase tudo.

3 - Algumas peças para híbridos, nomeadamente alternadores, motores de arranque.

4 - O negócio de peças é, neste momento, um negocio estacionado e com um futuro incerto, como é incerto o futuro da mobilidade automóvel.



## Autozitânia

Flávio Menino – Diretor de Marketing e Comunicação  
214 789 100  
flavio-menino@autozitania.pt  
[www.autozitania.pt](http://www.autozitania.pt)

1 - Com incidência nos veículos asiáticos, neste momento oferecemos as marcas NGK, Blue Print, GSP, Aisin e HKT.

2 - Ao nível de peças para veículos asiáticos, temos vindo a aumentar a nossa oferta através de portfólios cada vez mais abrangentes, de todas as marcas, pois todas elas têm vindo a aumentar as suas gamas para este tipo de veículos, e claro com a mais recente inclusão da marca Blue Print na nossa oferta.

3 - A mais recente novidade introduzida ao nível de peças para veículos asiáticos foi a inclusão da marca Blue Print na nossa oferta. Esta é uma marca com elevada

notoriedade e com produtos de elevada qualidade, com um portfólio muito extenso e que é reconhecida pela abrangência das suas gamas para os veículos asiáticos.

4 - O negócio de peças para veículos asiáticos assume uma tendência de crescimento, beneficiando do facto das vendas de veículos terem aumentado, nomeadamente nos asiáticos e com especial incidência nas marcas sul coreanas.



## Filourém

Carlos Gonçalves – Sócio-gerente  
249 541 244  
carlosgoncalves@filourem.com  
[www.filourem.com](http://www.filourem.com)

1 - A Filourém comercializa apenas uma marca de produtos asiáticos: a Japko, sendo nós o único representante em Portugal da marca. Trabalhamos todas as linhas de produto, tais como: distribuição, suspensão, transmissão, embraiagem, travagem, filtragem, arrefecimento, elétrico e motor.

2 - A distribuição das peças asiáticas tem sido muito positiva, não existindo dificuldades de encontrar as peças que se pretendem, como existiam no passado. Temos acompanhado o nosso fornecedor no lançamento de novos produtos.

3 - Recentemente foram lançadas as válvulas EGR, sensores ABS, turbos e jogos de juntas. Acompanhando a nova política da marca Japko, foram inseridos também novos produtos para viaturas europeias, tais como: amortecedores, pontas de transmissão e embraiagens.

4 - Neste momento, o mercado nacional tem uma boa oferta, com grandes operadores a trabalhar muito bem, sendo que a tendência de negócio é francamente positiva.

# mecânica

**AFTERMARKET, EQUIP. OFICIAL  
E LOGÍSTICA**

**26 - 28 OUT. 2018**

SEXTA-FEIRA - 10h 20h  
SÁBADO - 10h 21h  
DOMINGO - 10h 19h

**FIL - LISBOA**



organização:

