**Éxito en países exóticos**

Entrevista a Ernst Prost, socio director gerente de LIQUI MOLY

**Febrero de 2017 - LIQUI MOLY exporta a más de 120 países.** **Entre ellos hay países en los que, en un primer momento, no se adivina un potencial de ventas particularmente grande, pero donde, sin embargo, el especialista en aceites y aditivios alcanza altos ingresos por ventas.** **Ernst Prost, propietario y director gerente de LIQUI MOLY, lo atribuye a la combinación de calidad made in Germany y conocimientos locales.**

**Irak, Turkmenistán y Argelia son de los países más importantes a donde LIQUI MOLY exporta sus productos.** **Estos no son precisamente mercados en crecimiento a la usanza.**

**Ernst Prost:** Y justo esa es una de las razones de nuestro éxito. Fijémonos, por ejemplo, en Irak: Parte de su territorio sigue en manos del Estado Islámico, en los últimos años ha habido conflictos violentos de intensidad semejante a una guerra civil y el poder adquisitivo está muy lejos de los niveles del bienestar europeo. Por ello, gran parte de la competencia no se interesa por este país. Sin embargo, Irak ofrece enormes oportunidades. Sólo hay que aprovecharlas. En 2016 alcanzamos los cinco millones de euros de ventas en Iraq.

**¿Cómo lo conseguimos?**

Combinamos la calidad made in Germany con conocimientos locales. Los conocimientos locales nos lo ofrecen nuestros importadores, con los que trabajamos codo con codo sobre el terreno. Ellos conocen su país mucho mejor que nosotros y les dejamos la libertad que necesitan para comercializar nuestros aceites y aditivos. Nunca se nos pasaría por la cabeza dirigir la comercialización de manera centralizada, desde Alemania. Esto sólo lleva al fracaso. Nosotros consideramos que nuestro cometido es proporcionar a nuestros importadores lo que necesitan para que tengan éxito en la comercialización. Y trabajamos hombro con hombro. Yo tengo un gran respeto por los clientes nuestros que, a pesar de condiciones tan adversas, hacen un gran trabajo en las zonas de conflicto. Cuando las cosas se ponen difíciles, nosotros no les abandonamos. Para nosotros la lealtad y la colaboración son más importantes que el dinero rápido. Una filosofía que, a largo plazo también, arroja sus dividendos.

**¿La gama de productos en estos países es distinta a la de Alemania?**

No. Por principios, ofrecemos siempre nuestra gama completa en todos los países. Pero, naturalmente existen diferencias en el parque móvil y, por lo tanto, en la demanda.

**¿LIQUI MOLY está buscando, sobre todo ahora, mercados nicho como Irak para seguir creciendo?**

Tengan por seguro que no. Tenemos muchísimo que crecer aún en los grandes mercados. La competitividad es aquí mayor, pero eso es para nosotros una motivación, no un obstáculo. Esto queda patente en nuestro sólido crecimiento en EE.UU. y China.

**Parece como si no existieran mercados difíciles.**

Claro que sí. Cada mercado tiene sus dificultades. Japón, por ejemplo, es un mercado muy exigente. Debido a la cultura y, también, al marco legal. Aquí no lo tenemos fácil. Por ello, hemos contratado a expertos japoneses del sector para que nos ayuden a mejorar nuestra cuota de mercado.

**Sobre LIQUI MOLY**

Con sus cerca de 4000 artículos, LIQUI MOLY ofrece un amplísimo surtido en química del automóvil, único en el mundo: aceites de motor y aditivos, grasas y pastas, aerosoles y cuidado del automóvil, adhesivos y sellantes. Fundada en 1957, LIQUI MOLY desarrolla y produce exclusivamente en Alemania. Allí se ha convertido en líder indiscutible del mercado de aditivos y es elegida una y otra vez como mejor marca de aceites. La empresa, dirigida por su propietario Ernst Prost, vende sus productos en más de 120 países y registró una cifra de ventas de 489 millones de euros en 2016.

**Podrá encontrar más información en:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Germany

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

Peter.Szarafinski@liqui-moly.de