**"O êxito é para quem trabalha todos os dias"**

afirma o diretor Ernst Prost sobre o sucesso da LIQUI MOLY

**Março de 2018 – Ano após ano, a LIQUI MOLY regista novos recordes em termos de volume de vendas.** **O especialista alemão em óleos e aditivos não tem nenhuma dívida e ofereceu a cada colaborador um prémio de 11 000 euros.** **O êxito parece ter acontecido sozinho.** **O diretor Ernst Prost revela o que está por detrás deste êxito, embora na verdade não seja nenhum segredo.**

**Desde 2006, a LIQUI MOLY triplicou o seu volume de vendas, e isto num setor que não se destaca propriamente por um forte crescimento.** **Como é que isto aconteceu?**

Ernst Prost: com trabalho duro. É tão simples como isso. E por isso é tão difícil. Não nos contentamos com êxitos, nem os consideramos como garantidos. Queremos continuar a avançar em vez de ficar parados. Contratamos pessoas, desenvolvemos novos produtos, conquistamos novos mercados e aumentamos a nossa produção. E colocamos isso em prática há muitos anos. O nosso crescimento é orgânico. Não há aquisições adicionais, não há dívidas. Crescemos por nós próprios. Temos um capital próprio de 120 milhões de euros, e um balanço total de 160 milhões de euros. Isto equivale a uma quota de capital próprio de 75 por cento, o que nos abriga de tempestades.

**Êxito com trabalho duro – isto parece muito antiquado.**

Ernst Prost: talvez. É possível que o trabalho duro tenha efetivamente saído de moda nalguns casos. Mas na minha vida profissional, aprendi que o êxito não acontece a quem é preguiçoso e a quem fica de braços cruzados à espera. O êxito acontece a quem trabalha todos os dias no duro, independentemente de gerir uma empresa, de visitar clientes ou de trabalhar no setor da produção. Se cada colaborador pensar assim, o êxito surgirá como por magia.

**E um prémio de 11 000 euros aumenta a motivação.**

Ernst Prost: sim, claro. O êxito da empresa é o êxito de cada um dos funcionários. Por isso, é justo que cada um deles receba parte deste êxito. E na mesma proporção. É claro que, para os meus colegas da produção, os 11 000 euros tiveram um impacto maior do que para as minhas chefias. No caso dos colegas que trabalham no armazém da nossa filial na África do Sul, isto representa até dois salários anuais. Até mesmo os nossos estagiários e trabalhadores a prazo recebem um prémio de 3300 euros.

**Trabalhadores a prazo?**

Ernst Prost: além dos 835 funcionários fixos, contratamos entre 20 e 30 trabalhadores a prazo para darmos resposta a picos de produção e substituirmos colegas em baixa de longa duração. Recebem uma remuneração horária de 11 euros a 15,41 euros. Mas claro que se trata sempre de uma medida para colmatar uma falha. Se precisarmos continuamente da ajuda de um trabalhador a prazo, contratamo-lo de forma permanente. Também seríamos parvos se não ficássemos com as pessoas que já conhecem a empresa. Nos últimos três anos, contratamos 27 trabalhadores a prazo, ou seja, quase um em cada três.

**Uma forte cooperação, um prémio chorudo, um crescimento contínuo – Isto já quase que parece um paraíso na terra.**

Ernst Prost: e é. Um paraíso criado por nós próprios. Identificarmo-nos com algo é muito gratificante. Mas o nosso pequeno paraíso só pode existir enquanto formos economicamente bem sucedidos. O dinheiro do nosso prémio não cai do céu, deve primeiro ser ganho. Tal como os quase 10 milhões de euros para investimento, os cerca de 5 milhões de euros para investigação e desenvolvimento de produtos e os 20 milhões de euros para marketing e publicidade. Só as reservas de que precisamos para a nossa produção valem 43 milhões de euros. Isto é tudo dinheiro que ganhámos primeiro.

**Não receia que outras empresas copiem a receita do seu êxito?**

Ernst Prost: isto seria bom. Ficaria muito contente se todas as empresas pagassem aos seus colaboradores salários dignos e prémios sobre os lucros.

**E não tem nenhuma preocupação para o futuro?** **Aumento do preço do petróleo, Brexit, conflitos crescentes em muitos países?**

Ernst Prost: sabe, a incerteza faz parte do empreendedorismo. Não podemos ter medo disso, mas temos de conseguir gerir essas incertezas. Para cada risco num sítio surge uma oportunidade noutro sítio. Não podemos correr cegamente atrás de cada euro. E prefiro renunciar a vendas em que não ganho nada. Por isso é que também não temos quase nenhum incumprimento de pagamento. Isto é bom não só para nós, como também para os nossos fornecedores e clientes. Eles sabem que, connosco, têm um parceiro fiável e estável que não vacila, mesmo quando por vezes, as dificuldades surgem.

**No mês de janeiro, vendeu as suas participações na LIQUI MOLY ao Grupo Würth, mantendo o posto de diretor.**

Ernst Prost: a venda à Würth foi um passo importante para garantir o futuro da LIQUI MOLY a longo prazo, ou seja, para além da minha existência. Mas isto é apenas uma mudança de proprietário nos bastidores. A LIQUI MOLY continua a ser independente, eu continuo a determinar o destino da empresa e mantemos o nosso bem sucedido modelo de vendas através do comércio grossista. Tudo se mantém como está, só que com maior segurança.

|  |  |
| --- | --- |
| **A LIQUI MOLY em números** | **2017** |
| Volume de negócios | 532 milhões de euros |
| Receitas brutas | 52 milhões de euros |
| Balanço total | 160 milhões de euros |
| Capital próprio | 120 milhões de euros |
| Passivos bancários | 0 euro |
|  |  |
| Produção de lubrificantes | 81 495 toneladas |
| Produção de aditivos | 16,7 milhões de latas |
| Existências | 42,8 milhões de euros |
|  |  |
| Colaboradores | 824 |
| Investimentos em ativos | 9,7 milhões de euros |
| Despesas de marketing e publicidade | 19,8 milhões de euros |
| Despesas de investigação e desenvolvimento | 5,3 milhões de euros |

**Sobre a LIQUI MOLY**

Com cerca de 4000 produtos, a LIQUI MOLY oferece uma gama de produtos ampla e única a nível mundial para o setor automóvel: óleos de motor e aditivos, lubrificantes e massas, sprays e tratamento automóvel, substâncias adesivas e produtos selantes. Fundada em 1957, a LIQUI MOLY desenvolve e produz exclusivamente na Alemanha, onde é líder de mercado incontestável no setor dos aditivos e é repetidamente escolhida como a melhor marca de óleo. A empresa gerida pelo Ernst Prost vende os seus produtos em mais de 120 países e obteve um volume de negócios de 532 milhões de euros no ano de 2017.

**Poderá obter mais informações em:**

LIQUI MOLY IBERIA

Cláudio Delicado

Strategic Communication & Marketing

Sintra Business Park

Edifício 01 - 1° P

C.P. 2710-089 Sintra

Phone: +351 (21) 925 07 32 (Back Office Sintra)

Fax: +351 (21) 925 07 34

Mobile: +351 937 929 767