**Mensagem de erro no óleo**

Resultados semestrais desiguais na LIQUI MOLY – Dificuldades acrescidas devido a novo software

**Julho de 2019 – A introdução de um novo software de gestão em janeiro transformou-se num bico de obra para a LIQUI MOLY. Algo que viria supostamente simplificar os processos e reduzir os custos do especialista alemão em óleos e aditivos acabou por ter precisamente o efeito contrário, prejudicando os resultados semestrais da empresa. "Se estivéssemos cotados em bolsa, teria de ter emitido uma comunicação de quebra de resultados", afirma o diretor Ernst Prost.**

O software de gestão permite nomeadamente gerir as compras, controlar a produção, processar os envios e emitir a faturação. É, por isso, de uma importância crucial no destino da LIQUI MOLY. O software anterior tinha várias décadas e limitações cada vez maiores. Por isso é que, após uma preparação que durou vários anos, acabou por ser substituído na viragem do ano.

No entanto, em vez dos expectáveis pequenos problemas de introdução, surgiram enormes dificuldades que ainda hoje subsistem. Estas dificuldades refletem-se diretamente na atividade da empresa. "Apesar do apoio que nos está a ser prestado por várias empresas de software de renome, ainda não estamos a conseguir atingir o nível de produção e entrega esperado por nós e pelos nossos clientes", declara Ernst Prost.

Isto leva a que os clientes fiquem, legitimamente, frustrados e aborrecidos. "Nunca, em toda a minha vida profissional, tive de me desculpar tantas vezes junto dos meus clientes como nos últimos seis meses. Estamos profundamente desgostosos com o nosso desempenho atual", afirma Ernst Prost. E toda esta situação leva a um aumento dos custos, por exemplo, devido a contentores que apenas são enchidos com mercadoria até metade, devido a empresas de transporte que têm de esperar mais tempo do que o previsto pelo carregamento ou devido ao transporte aéreo de mercadorias urgentes que já não podem chegar atempadamente de barco. "Os nossos clientes não têm culpa dos nossos problemas e, por isso, fazemos todos os possíveis para minimizar os efeitos para eles, assumindo os custos adicionais que advêm de toda esta situação." E claro que estes custos não ficam por aqui. "A acrescer aos enormes custos de migração de software surgem todos os dias novos custos relacionados com a localização de erros e a eliminação de problemas."

Tudo isto deixa marcas profundas nos resultados comerciais. É claro que, em comparação com o primeiro semestre de 2018, o volume de negócios só diminuiu 0,8 por cento, tendo atingido os 259,6 milhões de euros, e isto só porque o elevado número de encomendas não pôde ser tratado por completo devido a problemas informáticos. No entanto, as receitas do semestre caíram cerca de 30 por cento, para os 11 milhões de euros. "Nunca pensei que, em 2019, uma migração de software pudesse abalar desta forma toda uma empresa."

Há muito tempo que a LIQUI MOLY estava habituada aos êxitos: maior volume de negócios, maior lucro, e isso ano após ano. A situação atual está a apanhar a empresa desprevenida. No entanto, graças aos seus elevados desempenhos, isto representa apenas um revés nas receitas: está muito longe de se encontrar numa posição que ameace a sua existência. "Não vai haver sacrifícios cegos, como reduções de horário de trabalho ou de pessoal", afirma Ernst Prost. "Estamos a manter a trajetória, continuamos a nossa expansão, continuamos a contratar e continuamos a investir em novos produtos e novos mercados."

Ou seja, não há mudanças estratégicas nem poupanças. Antes pelo contrário: "os problemas atuais mostraram-nos áreas onde vamos agora investir para nos tornarmos ainda melhores", afirma Ernst Prost. Assim, a construção de um novo armazém central virá simplificar a logística. "A tempestade que vivemos agora é muito mais forte do que o previsto. Grandes ondas estão a embater no nosso navio, um ou outro marinheiro vai molhar-se e alguns passageiros vão sentir-se mal. Mas o nosso navio está preparado para o mar e não se encontra em perigo. Em breve, virá a bonança. Espero que, juntamente com as empresas de software, consigamos resolver os problemas informáticos o mais tardar até ao final do ano."

**Sobre a LIQUI MOLY**

Com cerca de 4000 referências, 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 vende os seus produtos em mais de 120 países e conseguiu, em 2018, um volume de negócios de 544 milhões de euros.

**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

E-mail: claudio.delicado@liqui-moly.com