



## 60 + 170 = Futuro

Neste ano de aniversários tão importantes, a LIQUI MOLY e a MÉGUIN olham para o futuro com grande confiança.

**Setembro de 2017 – Um grupo empresarial, duas localizações, dois aniversários: o especialista em lubrificantes LIQUI MOLY foi fundado há 60 anos, enquanto a MÉGUIN tem quase o triplo da idade. Com efeito, em 2017, a fábrica de óleos minerais celebra o seu 170.º aniversário. Apesar da idade avançada, estas duas empresas alemãs estão de boa saúde e recomendam-se.**

A LIQUI MOLY e a MÉGUIN mantiveram uma relação estreita durante décadas enquanto empresas independentes: a MÉGUIN produzia, em regime de subcontratação, alguns dos lubrificantes que a LIQUI MOLY vendia com sucesso em todo o mundo, sobretudo óleo para motores, sendo mais do que um complemento do negócio de aditivos, a base histórica das atividades comerciais da LIQUI MOLY.

No ano de 2006, as duas empresas decidiram unir forças e a LIQUI MOLY adquiriu a MÉGUIN, mantendo os dois nomes de marca autónomos. A fusão foi uma decisão importante e, além disso, acertada, dado que, desde então, as curvas de crescimento apresentam uma única direção: para cima. Entre 2009 e 2016, o volume de negócios cresceu em 256 milhões de euros, atingindo 489 milhões de euros, o que significa um aumento para mais do dobro.

“Como acontece com as pessoas, o estado de saúde de uma empresa depende do seu estilo de vida e da atitude individual. Quem cuida da mente e do corpo tem mais hipóteses de ter uma vida mais longa do que alguém que não cuida de si mesmo”, afirma Ernst Prost, diretor e proprietário de ambas as empresas. Ernst Prost e a LIQUI MOLY partilham o mesmo ano de nascimento, 1957, e nenhum deles mostra sinais de envelhecimento, pelo contrário. Para o diretor da LIQUI MOLY, é importante manter-se em forma, alerta e aberto para a mudança: “Isso dá-nos uma boa capacidade de adaptação, um fator decisivo para o sucesso e a continuidade de uma empresa.” Modernidade significa estar sempre a par dos últimos desenvolvimentos e reconhecer e aceitar novas tendências atempadamente. “É óbvio que podemos sempre ir contra a maré, mas depois acabamos por nos afundar. É mais inteligente saber como colocar os remos”, diz o chefe da empresa e prossegue, dando como exemplo a globalização: “Não fomos nós que a pedimos, mas aproveitamos as oportunidades que nos traz com enorme entusiasmo e força.”

Quem quer aproveitar a força da maré, tem de se adaptar rapidamente às condições climáticas em permanente mudança. No caso de uma equipa grande como a da LIQUI MOLY e MÉGUIN, constituída por quase 800 pessoas, isto só funciona se for dada máxima prioridade à responsabilidade individual – conceito-chave: princípio de subsidiariedade. Hierarquias planas e processos ágeis resultam em decisões rápidas. “No nosso mercado, somos uma lancha rápida, não um lento petroleiro. Todos os dias readaptamos a nossa rota aos desejos dos nossos clientes”, diz Ernst Prost. Esta atitude é vital, uma vez que esta média empresa enfrenta diariamente grandes petrolíferas de ação global.

Ser bem-sucedido sob tais condições e durante tanto tempo, no caso da MÉGUIN, desde 1847, e no caso da LIQUI MOLY, desde 1957, só é possível com uma filosofia e uma prática não convencionais. Neste grupo empresarial, há muitos exemplos disso: ao passo que a concorrência renuncia cada vez mais à manutenção de representantes de venda, estas duas empresas apostam no contacto direto com os clientes e continuam a aumentar as suas equipas de vendas – no mercado local alemão e nos outros países. E, novamente ao contrário dos seus concorrentes, ambas as empresas disponibilizam um serviço de assistência telefónica que responde a questões técnicas sobre os produtos. Este serviço localiza-se nas cidades alemãs de Ulm e de Saarlouis, respetivamente, não se tratando de um mero *call center*, mas sim de um serviço à frente do qual estão técnicos especializados.

Para este grupo empresarial, o investimento no conhecimento tem uma importância existencial e revela igualmente a sua orientação para o futuro. “Descobrir novos produtos exige pesquisa intensiva, a qual, por seu lado, exige a mais moderna tecnologia de laboratório e de produção”, segundo o diretor da empresa. Por este motivo, nos últimos anos, o grupo duplicou a capacidade dos seus laboratórios, tendo também construído um parque de depósitos no porto e aumentado extraordinariamente a capacidade de armazenamento da fábrica de óleos. A nova distribuição de matrizes e a robótica inovadora constituem um salto qualitativo exponencial na tecnologia de produção. Paralelamente, foram lançados outros projetos.

“As raízes das duas empresas encontram-se na Alemanha. Para nós, o *Made in Germany* constitui um valor especial”, sublinha Ernst Prost. O grupo empresarial aposta neste lema e nos seus princípios fundamentais, entre os quais se contam o respeito, a previsibilidade, a gratidão e os valores tradicionais do comércio hanseático. “Estes valores são mais antigos do que as nossas empresas juntas, mas não é por isso que estão ultrapassados”, explica o proprietário do grupo, “embora sejamos obrigados a constatar que defender estes valores é, hoje em dia, quase uma excentricidade, no bom sentido.”

O que parece *old school* é, na verdade, moderno e uma questão de responder às exigências do espírito da época. A resposta a essas exigências é tarefa constante dos engenheiros de desenvolvimento e dos técnicos de marketing e de vendas da LIQUI MOLY e da MÉGUIN, que alteram e questionam permanentemente todos os seus processos. O mundo muda rapidamente e, com ele, o gosto e as necessidades dos clientes, sobretudo das gerações mais jovens, futuros clientes. Atualmente, o grupo está a desenvolver um aditivo para híbridos. Como explica Ernst Prost: “Reconhecer os sinais dos tempos e retirar daí as conclusões corretas é o segredo de um negócio sustentável e da subsistência da LIQUI MOLY e da MÉGUIN.”

### Cláudio Delicado

Strategic Communication & Marketing

Phone: +351 21 925 07 32

Mobile: +351 93 792 97 67

Fax: +351 21 925 07 34

claudio.delicado@liqui-moly.com

LIQUI MOLY Iberia

**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 proprietário Ernst Prost vende os seus produtos em mais de 120 países e obteve um volume de negócios de 489 milhões de euros no ano de 2016.