

# Atomplast S.A.

## Empresa familiar modelo celebra sus primeros Cincuenta Años con renovado optimismo

En una entrevista realizada dentro de un cordial entorno, los señores Ernesto y Julio Ponieman, Presidente y Vicepresidente de la firma nos hicieron vivir un grato momento al historiar la trayectoria de una empresa consolidada por la actuación de un grupo familiar cuya cohesión le permitió superar las adversidades coyunturales y constituye un verdadero ejemplo

Tiempo de lectura: 18 min.

Lic. Emma Fiorentino: ¿Quiénes dirigen actualmente a la firma?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Atomplast está dirigida por Ernesto Ponieman, Presidente; Julio Ponieman, Vicepresidente; Javier y Gerardo Ponieman, Directores; Ing. Rolf Kockritz, Director de Fábrica.

**E.F.:** ¿Cuándo se fundó Atomplast S.A. y cómo fue evolucionando a través de los artículos que fabricaban?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Nuestra empresa fue fundada en el año 1955, por mi padre Zoras Ponieman, que en aquel momento ya estaba vinculado a la industria plástica, asociado con el Sr. Francisco Masjuán y a partir de entonces empieza con dos máquinas inyectoras a fabricar algunos de los productos que se producían en esa época. Eran artículos muy sencillos, algunos juguetes, paneras, jaboneras, etc., porque en esa época no había productos plásticos importantes. Teníamos dos máquinas verdaderamente importantes para cubrir las necesidades de aquel entonces. A los pocos meses me incorporé a la empresa. Yo trabajaba en

una industria textil y estudiaba ciencias económicas; decidí ir a la industria del plástico pues vi un mayor futuro en esta actividad por tratarse de un producto nuevo con múltiples aplicaciones y mayores posibilidades de desarrollo. A partir de ese momento, sucesivamente tuvimos plástico para el hogar, toda la línea completa de productos que se usaban entonces: bañeras, lebrillos, baldes, palanganas, ese tipo de artículos que eran los más fáciles de vender. Nos conectamos casi enseguida con un fabricante de heladeras que nos pidió que le empezáramos a hacer crispers, mantequeras, manijas, etc., para completar él las heladeras. En aquel momento todos los artículos mencionados se hacían de metal. Empezamos despacito con esos ítems en los años 1956 y 1957. Esto inmediatamente nos permitió abrir las puertas de otras industrias y ya en 1959 estábamos simultáneamente en la industria de la televisión. Comenzamos a producir máscaras para televisores; en la Argentina había el armador de estos aparatos, como antes habían surgido los armadores de radios y de heladeras. Nosotros les proveíamos al principio a los armadores quienes nos compraban de a cien piezas de frentes de televisor, tapas traseras, jue-





Atomplast está dirigida por Ernesto Poniemán, Presidente, Julio Poniemán, Vicepresidente y Javier y Gerardo Poniemán, Directores

gos de perillas, crispers u otras piezas. Poco a poco estos armadores se hicieron cada vez más grandes y se convirtieron en fábricas de mayor envergadura.

En el año '60 comienza a operar la industria automotriz, con Kaiser, para la cual le fabricamos varios productos; junto con esta terminal, surgieron los autopartistas, que fueron también clientes nuestros. De esta manera nos encontramos trabajando para la industria, produciendo numerosas piezas para automóviles, heladeras, televisores y receptores de radio, que - de a poco - los estábamos haciendo para atender las necesidades de nuestros clientes. Esta situación siguió en las décadas de los '60 y '70, y empezaron a aparecer las grandes marcas, cuando se creó un mercado de cada uno de estos productos del hogar, pudiéndose citar, entre otras, a Zenith, Philips, Philco, Sanyo y Gründig. En el sector automotriz se incorpora Fiat, que nos invita a participar con ellos, en el caso de que si traemos máquinas grandes, nos van a dar para inyectar la parrilla y el tablero, piezas importantes de un tamaño que no se inyectaba en la Argentina. Por entonces fue Director de Fábrica el Ing. Roberto Pierucci.

**E.F.:** ¿Cuáles eran las materias primas empleadas en las industrias de aparatos para el hogar y qué maquinaria tenían en aquel entonces?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** En los artículos destinados a las firmas de este sector usábamos ABS, SAN, PS y PP. Comprábamos materiales de producción local, importando solamente aquellos que no se producían en la Argentina.

La demanda fue tal que nos obligaron a comprar inyectoras grandes, de 1200 toneladas, para poder cumplimentar todo. Eran máquinas Krauss-Maffei de último modelo importadas de Alemania. El crecimiento de nuestra producción hizo que en un momento dado estuviéramos trabajando con 230 personas. Después se sumó IBM, que representó la incorporación de otras 20 personas trabajando exclusivamente para esta firma.

**E.F.:** ¿Qué piezas fabricaron para el sector informático?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Cuando se incorpora IBM como cliente, empezamos a trabajar con piezas de elevadas exigencias destinadas a la computación. Aquí procesamos otro tipo de materiales: termorrígidos, en compounds de diversas características y con otros parámetros de inyección. Las piezas se pintaban,



con un sistema y calidad de aplicación que debía ser compatible con el resto de las partes; nosotros hacíamos las impresoras para computación, toda la parte del teclado se fabricaba en México, mientras que los frentes de las computadoras se producían en Oriente, luego se llevaban los tres productos a París para su armado, por eso tenían que tener la misma terminación. Nosotros, durante casi 15 años le entregamos a IBM puntualmente las piezas para completar toda esa línea de armado. Esto se fue desarrollando en una forma paulatina importante, cuyo auge se produjo del '70 al '80.

A fines de los '70, trajimos un vaso de PS utilizado en una línea aérea extranjera y fuimos instalando de a poco una fábrica de vajilla desechable y no desechable que realmente fue un modelo en Latinoamérica, donde teníamos 15 máquinas automáticas, equipadas con robots y una completa gama de periféricos. En esas instalaciones llegamos a entregar a compañías aéreas más de 10 millones de vasos mensuales inyectados. Esto ocurría cuando estaban en una etapa de gran desarrollo Aerolíneas Argentinas, Austral, LADE, Pluna y diversas compañías aéreas extranjeras que terminaban sus vuelos acá en Buenos Aires. Automáticamente se abastecían en Buenos Aires Catering o en Marriot los productos de Atomplast para ir al resto del mundo. Fue una época de apogeo, muy interesante, que para nosotros fue brillante, con un estricto control de calidad, con un manual de procedimientos que se anticipó al arribo de las normas ISO 9000; estábamos muy bien preparados para elaborar todo ese tipo de productos. Volviendo al sector automotriz, hay que señalar el hecho de que las piezas entregadas por Atomplast a las terminales, caso Fiat, no pasaban por el control de calidad de esa empresa, sino iban directamente a la línea porque eran productos aceptados directamente de fábrica. Lo mismo ocurría en el caso de IBM.

**E.F.:** ¿También iniciaron la producción de ítems destinados al embalaje?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** A mediados de los '70 también empezamos a desarrollar una línea de embalaje que finalmente llegó a ser la más importante que poseemos en la actualidad. Comenzamos a fabricar cajones para diversos productos alimenticios, por ejemplo: pollos, carnes, frutas, verduras, hortalizas, pizzas, prepizzas, pastas, pan; y además para transporte de artículos de droguería a las farmacias, etc. Esa variedad de productos que no sólo estaban destinados al transporte sino también para cosecheros en los lugares de origen, tanto en las quintas como en las fincas. Este rubro creció muchísimo y nos obligó nuevamente a comprar

máquinas, con una gran inversión en matricería, que ya lleva más de 20 años. El esfuerzo realizado tuvo su contrapartida por la gran satisfacción que significaba poder abastecer a prácticamente la mayoría de los clientes, que en el caso del pan y del pollo llegamos a ser el proveedor casi exclusivo. Había algunos rubros que fueron de una exclusividad total de Atomplast y que hoy también siguen siéndolo.

Lamentablemente, en la Argentina, en la década del '90, empiezan a ocurrir problemas de todo tipo en las actividades industriales a raíz de la apertura económica, incipiente a partir de mediados de los '70 después de Martínez de Hoz, pero que agrava con Cavallo desde 1993, cuando se abre la importación para la mayoría de los productos, con recargos muy bajos. Esta medida permite que muchas de estas empresas florecientes que fabricaban en la Argentina - automotrices, fábricas de televisores, heladeras, lavarropas, cocinas, etc. - de pronto se encuentren con que es más fácil importar que fabricarlos en el país; con lo cual, sin darnos cuenta, tras el primer paso que era salir de Buenos Aires y radicarse en Tierra del Fuego, o en San Luis, en Catamarca, en La Rioja, o en San Juan y el segundo paso es que desaparezcan de dichas provincias los mismos que, con tanto entusiasmo, se mudaron diez años atrás para gozar de los beneficios o de las prebendas que les otorgaba el gobierno para radicarse en aquellos lugares preferenciales. Una vez que aprovecharon todas las ventajas económicas que allá tenían para fabricar sus productos, la mayoría de estas empresas, que estimó entre un 70 y 80%, primero disminuyó su actividad y luego cerró las plantas, con lo cual prácticamente quedamos sin clientes. Por aquella época estábamos trabajando en el campo del embalaje y este tema fue creciendo en el mercado interno. La gran fábrica de vajilla que fue muy importante, inclusive en buena parte debido al desarrollo de los shoppings, los fast food y el catering, sufrió también un golpe muy violento entrada la década del '90 cuando la mayoría de la gente deja de viajar, la gran competencia que se produjo en el mundo dentro de las aerolíneas (entonces algunas compañías argentinas primero entran en concurso de acreedores y después en quiebra). Por tal motivo algunas dejan de comprar y las restantes dejan de servir. A raíz de esa situación, esa fábrica de vajilla desechable, tan linda, tan competente que teníamos se para.

**Sr. JULIO PONIEMAN:** Nuestros mismos clientes empezaron a importar el producto que antes producían, creyendo que el mercado seguía siendo de ellos y lo único que hicieron fue enseñarles a fabricantes brasileños, chilenos, mexicanos y de otros países, cómo era el mercado nuestro. Estos mis-



mos empezaron a exportar directamente a nuestro país, pasándonos por encima y cuando se dieron cuenta fue tarde. Esta fue la causa de la desaparición de varios clientes nuestros, no sólo de nuestros colegas. Si en vez de tener una tasa muy baja para la materia prima y otra alta para el producto terminado, como tendría que haber sido con los textiles hace unos veinte años, fue tasa baja para todas las importaciones y para qué iban a traer materia prima si podían importar el producto terminado, lo sensato hubiera sido poder traer materia prima a un precio internacional y no como se estaba pagando acá, un 50% más de lo que valía en cualquier lugar del mundo. De esa manera se hubiera podido exportar y no que viniera mercadería del extranjero - fabricada con materia prima subsidiada - a la mitad del precio con que la producíamos

**E.F.:** ¿Cuál fue la política que siguieron a partir de esa situación adversa?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** De vuelta, seguimos haciendo los **asientos para estadios** que los habíamos comenzado a producir ya en 1960 y que durante casi 40 años los veníamos haciendo para estadios, colegios, institutos, sindicatos, hospitales, sanatorios. Esa línea perduró en el tiempo, aun cuando sufrimos también avatares del tema importación en diversos períodos. La aplicación en los estadios fue muy importante para el desarrollo de este sector, a raíz de algunas medidas tomadas

por la FIFA, la AFA y otras federaciones a nivel mundial que obligaban a instalar asientos en los estadios para que los espectadores pudieran permanecer sentados durante los eventos deportivos, tanto por seguridad como por comodidad. En esa parte nosotros crecimos mucho y llegamos a amueblar no menos de 150 estadios, no solamente en la Argentina sino también en Uruguay, en Paraguay y hasta en Costa Rica. La importancia de este rubro se puede ver en casos como el del estadio de River Plate, donde pusimos 30.000 plateas, el de un estadio en Salta con 20.000 asientos, el estadio de Newells Old Boys con 15.000 asientos, o el de Vélez Sarsfield con 12.000 plateas y muchos otros de gran capacidad. Esto nos da también una idea de la magnitud que puede alcanzar este producto si se cumplieran las disposiciones vigentes. Nosotros estamos en condiciones de poder ayudar a que se cumplan. Los estadios no son solamente los de fútbol, sino que hay de basquetbol, de voleibol, de polo, de hockey sobre césped y de tenis. También hemos puesto 10.000 plateas en Cosquin para su tradicional festival folklórico.

Otra línea de productos con la cual seguimos fue la de **cajones plásticos** que constituye una parte muy importante de nuestras actividades actuales. Como comenté antes, llegamos a hacer, hace dos años, matricería en el exterior a pedido de nuestro cliente, la cual fue diseñada por nosotros de acuerdo a su necesidad, la mandamos construir especialmente y así pudimos fabricar a total satisfacción, un producto que en la Argentina no existía. Se trata de cajones para la carne y chacinados que se usan en camiones frigoríficos; son de un tipo especial que mide 60 x 40 cm, apilables y embonables, pudiendo ser hasta paletizados; estas características lo hacen muy ventajoso para su utilización, pues evitan gastos de transporte innecesarios. Todo esto se hace con materia prima argentina.

El producto que recientemente hemos lanzado son los **pisos plásticos**. Esta nueva línea de producción, que se comercializa en plaza desde hace unos tres meses, dado que estamos inmersos en el mercado deportivo viene a complementar la de asientos. Los pisos plásticos de Atomplast están formados por baldosas de 25 x 25 cm, o sea que van 16 baldosas por metro cuadrado. Vienen en dos versiones: una que es calada y la otra, cerrada. La primera se aplica, por ejemplo, en canchas de basquetbol, mientras que la segunda versión se utiliza para canchas de voleibol. Y también se instalan en una u otra versión en gimnasios de clubes, de escuelas, universidades y campos deportivos de cualquier naturaleza, donde hoy ya no es necesario poner parquet o, en el caso de que éste se encuentre deteriorado se colocan encima del mis-



mo o del cemento. Es un sistema armable y desarmable la cantidad de veces que uno quiera. Estos pisos son transportables y no requieren para su instalación obra húmeda ni adhesivos, las baldosas se apoyan contra el piso y ahí quedan. Tienen larga duración sin ningún tipo de problemas y eventualmente, en el caso de deterioro de alguna baldosa, lo único que se requiere es reemplazarla por otra nueva. El cambio se realiza rápidamente. La gama de colores es amplia y pueden entonarse especialmente; hay para exterior e interior.

Los nuevos pisos tienen otras aplicaciones que no son deportivas: por ejemplo, hay excelentes posibilidades para aplicación del producto en establecimientos frigoríficos donde se evita estar pisando el agua y se pueden colocar elementos sin que se humedezcan. En los camiones frigoríficos, para los cuales rige una disposición que prohíbe poner mercadería arriba del piso, colocando las nuevas baldosas en el piso del camión, automáticamente protegen las cajas de cartón o de madera evitando humedad en su contenido.

Ya hemos logrado vender algunos pisos completos para estadios y que ya están funcionando con muy buen éxito. En el caso de las canchas de golf también hay un campo de aplicación: soy golfista y veía los inconvenientes que se presentan en los caminos de estas canchas cuando llueve. Se han hecho pisos con pedazos de ladrillo colorado y/o astillas de madera, pero con el viento se vuelan estos materiales y los senderos se vuelven molestos para transitar por ellos. Hemos empezado a entregar pisos plásticos a algunos clubes de golf para colocarlos arriba de los pisos existentes o directamente sobre el césped, con lo cual se acabó el tema del barro, porque se pisa en las baldosas; la gente ha quedado agradecida por este nuevo servicio para el golfista.

**E.F.:** ¿Tienen dentro de sus líneas de productos algún otro para destacar?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** En este momento no, con lo que tenemos actualmente la idea es poder expandir ahora la línea de cajones, que es permanente y a la cual le seguimos agregando nuevos modelos (justamente tenemos en proyecto varios más) y, al mismo tiempo ampliar las líneas de baldosas, con distintas medidas y para nuevos usos. Esto, lo vamos realizando de a poco, dado que no contamos con crédito bancario y todo lo que hacemos es "a pulmón" lo cual nos impide acelerar los tiempos como quisiéramos. Probablemente, si hubiéramos tenido detrás nuestro un capital que nos ayudara a acortar tiempo hubiéramos tenido mejor solución para los problemas. Pero esto es lo que hay y ya son

muchos años de trabajar así a presión, ya hemos sufrido mucho, en particular en los últimos seis años, aunque esto ya viene desde el '94 cuando cambió el panorama industrial argentino

**E.F.:** ¿Qué mensaje puede dar a la industria en esta ocasión?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Cuando decimos que estamos muy orgullosos de cumplir cincuenta años, no es por el hecho de cumplirlos, pues todos cumplimos años, lo que pasa es que cumplir cincuenta años en una industria de familia, con los hijos, aunque también tenemos que reconocer que esto antes de ser de los hijos era también parte de nuestros hermanos, de los cuales hace ya casi veinte años que nos separamos y que también incorporamos algún socio que lamentablemente falleció, Oscar Goldfarb. Pero, repito, este ha sido un trabajo hecho "a pulmón" en un momento muy, pero muy duro, y que uno lamenta haber visto a tantos colegas de la industria que en su momento eran como nosotros o más grandes, o más pequeños, y que ya no están, porque el tsunami - para ponerle un nombre - nos inundó a todos y algunos pudieron pasarlo y otros no. La desgracia de este país fue que hubo muchos que no pudieron salir de la crisis. Hubiera sido mucho mejor tener hoy algunos competidores más y los que trabajaron a la par nuestra durante tantos años, porque seguramente hubiéramos tenido mayor cantidad de clientes, no olvidemos que también desaparecieron clientes, junto con nuestros colegas. Entonces hay que volver a armar todo. Gracias a Dios, en este momento lo estamos armando, y los clientes también lo están haciendo, y les está yendo a algunos bien y a otros muy bien. Confiamos nosotros en que, al cabo de un tiempo la Argentina vuelva a ser lo que fue en algún momento de esplendor. Vemos que poco a poco, la situación está mejorando, esperamos con cierto optimismo y confiamos en que las cosas van a estar mejor.

**E.F.:** ¿Y cuál es el mensaje a sus hijos?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** A mis hijos les puedo expresar lo que les digo todos los días. Las canas que tengo no son producto de los setenta años que acabo de cumplir, tienen que ver mucho con lo que pasó, pero ellos, lamentablemente han pasado por una experiencia muy dura. Y digo lamentablemente porque podían haberla obviado. Por otro lado, estoy muy contento por la experiencia que pasaron, porque ésta sirvió para que, de alguna manera, ellos no tengan que depender de nadie para su futuro. Creo que la gran virtud de la familia que tenemos, radica, ante todo en la forma en que



fui educado por mi padre y que traté de transmitirles esa educación a mis hijos y la cual seguramente ellos se la transmitirán también a los suyos. Hemos aguantado, en el peor momento, convivir instantes muy difíciles; y ese momento, cuando las cosas están muy mal, y se puede superar ese problema, es crucial para el futuro. Los grandes problemas en las empresas familiares no se producen cuando las cosas están bien, con reparto de dividendos y se puede viajar al exterior y cambiar de auto; en ese momento nadie se enoja ni con el padre, la madre, los hermanos ni el cuñado. Los disgustos vienen cuando no podemos hacer todo eso y en la Argentina, particularmente en los últimos años cuando no podíamos hacer nada de lo que acostumbrábamos en el '70 o en el '80, entonces había que bancar. Por suerte, acá formamos lo que digo una especie de pack de rugby, nos juntamos todos, nos abrazamos todos y empujamos. Así pudimos superar lo que fue realmente muy difícil. Y hoy, creo que, de a poquito, estamos empezando a disfrutar de todo ese esfuerzo. Algunos habrán sufrido algo más que otros, no lo puedo saber porque cada uno lo sufre de manera distinta, pero estoy seguro de que cada uno de los hijos acompañados de sus señoras e hijos, con mi señora, cada uno bancó de alguna manera muy particular... pero bancó. Considero que todos sin excepción vamos a ir mejorando nuestra calidad de vida, ninguno tiene reproches y todos sabemos que despacio vamos a ir recuperando un nivel que en algún momento lo perdimos. Es parte de lo que pasó en la Argentina, no tenemos que echarle la culpa a nadie y cada uno asume la responsabilidad de lo que sucedió, de ahora en adelante, a trabajar y disfrutar un poco mejor de la vida.

**E.F.:** ¿Habrá ahora un cambio de mentalidad?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Sí, el cambio de mentalidad es el saber que dependemos de nosotros mismos, posiblemente sea egoísta decirlo, pero no hay más dependencia del gobierno, del ministro de economía de turno, de lo que dicen los periódicos especializados en economía, hoy sabemos que debemos venir por la mañana temprano a la fábrica y nos quedamos acá hasta última hora, que cada uno desempeña la función que tiene, ya sea en producción, en cobranza, en ventas, en diseño, en lo que le toque, pero cada uno tiene que saber que tiene una tarea para cumplir y si lo hace, estoy seguro que vamos a tener éxito, al margen de lo que

pueda llegar a pasar. Por supuesto que no estamos en una isla, tenemos una dependencia, pero también considero que nuestros clientes también aprendieron la lección. Entonces, cada uno de ellos, de alguna manera piensa muy parecido a nosotros. Entonces es como que cuando ellos atraviesan una dificultad nosotros los ayudamos y cuando nosotros tenemos algún problema, ellos nos ayudan, tanto clientes como proveedores. Hoy existe una especie de solidaridad muy bien entendida a nivel comercial que no la había veinte años atrás, cuando era un poco "sálvese quien pueda". En los últimos años, hemos aprendido mucho, clientes y proveedores, a trabajar en forma conjunta y a ser solidarios. Cuando nosotros estuvimos mal, tenemos que agradecerle a mucha gente que nos ayudó a salir y, cuando pudimos, ayudamos de la misma manera. Hoy, después de un par de años, los vemos a ellos muy bien y nosotros también lo estamos...

Mi mensaje es tener fe, trabajar todos en forma muy unida, y cuando vienen las cosas malas, juntarse entre todos para llegar a solucionar el problema.

**E.F.:** ¿Cuál es el mensaje a los colaboradores en este cincuentenario?

**Sr. ERNESTO PONIEMAN:** Acá hay gente que tiene más de cuarenta años trabajando con nosotros, Ej.: Aniano Vega, a quienes consideramos como si fueran un hermano o un hijo, un familiar. Todos han tenido cosas muy buenas y han debido bancar otras muy malas. La ventaja es que, en los momentos de bonanza tuvieron de todo y cuando hubo dificultades, las soportaron como si fueran de la familia y la verdad es que se vivieron tiempos muy difíciles. Creo que, si no hubiera sido por el aporte de cada uno de ellos seguramente no habríamos llegado, acá nunca hemos tenido conflictos con el personal, se arregló todo lo que se pudo cuando estuvimos muy mal, hasta diríamos que estamos muy bien con todo el personal. Lo único que podemos decirle a nuestra gente es: ¡Muchas gracias! Porque cada uno de nuestros colaboradores, en todos los niveles hizo todo lo que pudo para estar junto con nosotros para sobrevivir en los momentos difíciles y hoy están recuperando el nivel de vida de años atrás. En la Argentina es muy difícil la gestión industrial, hay muchos problemas aún pero las cosas han mejorado sensiblemente y nadie lo puede negar.

#### MAYOR INFORMACION:

ATOMPLAST S.A.I.C. Y F. - Av. Mosconi 3162 - (1419) Buenos Aires, Argentina  
Tel.: (54-11) 4574-4545 - Fax: (54-11) 4573-0270/1582  
E-mail: [atomplast@atomplast.com](mailto:atomplast@atomplast.com) - Web: <http://www.atomplast.com>

