

Entrevista Rubén Ponte, director general de Sogefi Filtration Argentina

“Seguimos apostando al modelo industrialista”

El responsable local de Filtros Fram explica cómo se adapta al nuevo mercado, donde resurgió la competencia de filtros importados.

Después de varios años de trabas a la importación, el nuevo Gobierno decidió liberar por completo las barreras aduaneras y devaluar el peso. Fue un proceso que, al estar acompañado de una fuerte inflación, produjo un cambio de reglas notable en el mercado autopartista argentino.

En un contexto donde hasta las terminales automotrices y hasta fabricantes de filtros se vuelcan a la importación, **Lubri-Press** entrevistó a Rubén Ponte, director general de Sogefi Filtration Argentina. El responsable local de Filtros Fram explica por qué sigue apostando a la producción nacional.

—¿Cómo fueron los negocios Sogefi Filtration Argentina en la primera mitad del año?

—Los primeros cuatro meses fueron buenos. La devaluación de diciembre tuvo un cierto efecto positivo y el mercado se movió bastante bien para nosotros. La red de distribución reportaba un buen nivel de ventas y la competencia en nuestro segmento, hablando de productos premium, venía de otras marcas de producción local, que en el rubro de filtros no son muchos.

—¿Cuánto duró ese efecto positivo que usted menciona?

—A partir de mayo, el 37% de devaluación fue siendo consumido por la inflación. A eso se sumó una leve caída del dólar. Se redujo la actividad económica y, al mismo tiempo, le dio una renovada competitividad a los productos importados. Esto produjo un doble efecto negativo para nosotros: cayó la actividad económica y se incrementó la competencia de productos importados. Esta competencia comenzó a sentirse primero entre los filtros más económicos, de origen asiático. Y después empezó a notarse la importación masiva de filtros de marcas de primera línea.

—¿Cuál fue el canal de ventas que más sufrió este doble efecto negativo?

—Sogefi Filtration Argentina comercializa filtros a través de cuatro canales: abastecemos a las terminales automotrices para equipo original en la línea de producción, abastecemos a las terminales automotri-

ces para el mercado de reposición, exportamos a otros países de la región y vendemos al aftermarket local con marca propia. De estos cuatro canales, el que más sufrió es el filtro de reposición que le vendemos a las terminales automotrices, para que lo comercialicen en concesionarios y otros puntos de venta con su marca propia. ¿Por qué se produjo esto? Porque las terminales están comenzando a importar estos filtros premium que antes nos adquirían a los fabricantes nacionales de primera calidad.

—¿Por qué el año pasado no se daba este fenómeno? ¿Qué cambió?

—Esencialmente es porque se liberó la importación. El año pasado había límites para la importación que eran muy difíciles de saber, porque no estaban por escrito. Las famosas DJAI demoraban muchísimo en ser aprobadas y muchas veces eran rechazadas. Nos ha pasado a nosotros hasta con la importación de materias primas que no competían con productos nacionales porque no existía la producción local.

—¿Y de qué manera se van a adaptar a estas nuevas reglas?

—En estos nueve años que estuve al frente de Sogefi Filtration Argentina siempre aposté a una política industrialista. Hemos invertido, y lo hacemos, para producir cada vez más componentes internamente, para ampliar la gama de filtros y nacionalizar la mayor cantidad posible de productos. De hecho, nuestra principal preocupación en este momento, suponiendo que esta situación es temporaria, es resolver la limitación en superficie cubierta para alcanzar nuestros objetivos de producción a mediano y largo plazo.

—¿Usted cree que esta es una situación transitoria? ¿En algún momento se encontrará algún equilibrio entre producción local y productos importados?

—Esperemos que sí. Porque, en los primeros meses de la apertura de la importación, los filtros que comenzaron a ingresar al país eran de origen asiático, que apuntaban a competir por precio. Cuando un usuario compra un filtro de calidad, difícilmente cambie por otro de marca des-



“No le tengo temor a competir”, asegura Rubén Ponte. Hay planes de ampliar la producción local.

conocida por un motivo de precio. Las marcas que resultaron afectadas en un comienzo fueron las que competían sólo por precio. Ahora lo que empezó a ocurrir es que las terminales automotrices comenzaron a importar los filtros premium que antes nos compraban a los fabricantes locales. Además, algunos fabricantes locales de primera línea comenzaron a reducir su actividad, ya no sólo por la caída del nivel de actividad económica, sino porque comenzaron a reemplazar productos de fabricación nacional con filtros importados.

—¿Y qué medidas están tomando para adaptarse?

—Nosotros seguimos apostando al modelo industrialista. Estamos en contacto permanente con nuestros proveedores y distribuidores para lograr la mayor eficiencia de costos, para no perder competitividad. También evaluamos maneras de alcanzar mayores niveles de productividad, con la automatización de algunas líneas de fabricación. El tema es que para eso hacen falta inversiones. Quienes pertenecemos a un grupo internacional, cuando se produce una caída en las ventas y en la rentabilidad, es necesario un gran trabajo para convencer a la casa matriz de que invierta en lugar de esperar a un cambio de panorama. De todos

modos, seguimos siendo una empresa que presenta un buen nivel de rentabilidad. Espero que los próximos meses no me cambien la manera de pensar. Pero yo sigo apostando por una política industrialista.

—¿Qué decisiones están adoptando para sostener esa política industrialista?

—Seguimos invirtiendo y planeando nuevas maneras de ampliar la producción local. En los próximos meses estaremos recibiendo una nueva línea de producción, que demanda un desembolso de nueve millones de pesos. En 2017 sumaremos otra ampliación en una línea de producción existente. Comenzará a operar a mediados del año que viene.

—Para que la producción local vuelva a ser competitiva ante el ingreso de filtros importados, el Gobierno debería tomar una de dos decisiones posibles: limitar la importación de productos o devaluar el peso. ¿Cuál de las dos variables preferirían ustedes?

—Yo no le tengo temor a competir. Prefiero un dólar un poco más realista y no cerrar las fronteras.

—¿Los distribuidores qué opinan de esta situación?

—La gran mayoría de ellos están muy identificados con nuestra marca y nuestra política. Se sienten parte de la estructura de Sogefi y salen

a pelear el mercado con la marca Fram. Lo que dicen los distribuidores es lo que comentaba anteriormente: una caída general en el nivel de actividad económica y una pelea contra productos importados, que ingresan con marcas reconocidas y a precios más baratos. De todos modos, este fenómeno se da sólo en las grandes ciudades. En el interior, el comerciante minorista, el mecánico, el repuestero, el lubricentro, sigue priorizando el trabajo de presencia constante que tiene el distribuidor Fram de su zona, más allá de un peso más o menos que pueda obtener por un filtro importado.

—Sogefi es integrante de Afac, la asociación que agrupa a las fábricas autopartistas de Argentina. ¿Desde la entidad se analiza la posibilidad de elevar un reclamo al Gobierno por la competencia desleal que representan los productos importados en este contexto?

—El tema es que Afac nuclea también a autopartistas que comercializan productos importados en detrimento de su propia producción local. Hasta ahora, lo que hemos hecho es plantear la inquietud y presentar un estudio de cómo está impactando esta situación en la industria. Como decía al principio, esperamos que sea una situación de corto plazo.