

X Jornadas de Sociología - Universidad Nacional de La Plata - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación – La Plata, 5, 6 y 7 de diciembre de 2018

Pasión por hacer instrumentos. Los fabricantes de baterías argentinas y su desarrollo durante la posconvertibilidad.

Juan I. Salaberry¹

Maestría en Sociología Económica – IDAES/UNSAM

Mesa 38: La pasión musical. Debates en torno a la relación entre música y sociedad.

E-mail: juanisalaberry@gmail.com

Resumen: La industria manufacturera de instrumentos musicales en general y de baterías en particular ha experimentado en Argentina un notable crecimiento desde el abandono de la convertibilidad, sobre todo hasta 2015, con la aparición de nuevas empresas y el refuerzo de otras ya existentes, destacándose el surgimiento en 2012 de la Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales. El desarrollo de los fabricantes de baterías argentinas es de larga data, a pesar de lo cual no es un sector pyme comúnmente abordado por investigaciones académicas, y se ha estructurado siempre a partir de la competencia desfavorable con los productos importados y la diferencia de intereses con los importadores, quienes controlan el circuito oficial de distribución y venta de instrumentos. Según la mayoría de los fabricantes, la producción de baterías no es siempre una actividad redituable, por lo cual su sostenimiento en el tiempo sólo puede comprenderse a partir de “la pasión” que genera entre ellos, sobre todo en tiempos de recesión económica y/o apertura comercial. Así, el artículo se propone ahondar en el desarrollo de los fabricantes nacionales de baterías durante la posconvertibilidad, atendiendo a sus representaciones en torno a la pasión por fabricar y al carácter nacional de la producción.

Palabras clave: posconvertibilidad, industria argentina, pymes, baterías, instrumentos musicales.

¹ Lic. en Sociología (UBA) – Maestrando en Sociología Económica (IDAES/UNSAM) – Estudiante del Prof. de Enseñanza Secundaria, Normal y Especial en Sociología (UBA).

Introducción

“Yo les dije que ni sabía cómo se armaba una cámara, ¡las cámaras se inflan!”. Fue esa la frase con la que uno de los fundadores de la Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales (CAFIM) contaba la reacción que tuvo cuando otros fabricantes locales le proponían agruparse para defender sus intereses comunes, generar una mejor y más fluida relación con el Estado y protegerse de las políticas aperturistas que beneficiarían a los importadores de instrumentos –históricos actores dominantes del mercado- en detrimento de la producción nacional (Entrevista 1).

El desarrollo de la industria manufacturera de instrumentos musicales en nuestro país es de larga data y se ha estructurado siempre a partir de la competencia con los productos importados, siendo la necesidad de sustituir insumos y los escollos que trae consigo la apertura económica las preocupaciones constantes del sector, persistentes aun hoy (Py, 2003). Durante la década de 1990, al calor de la indiscriminada apertura comercial, se consolidó la hegemonía que todavía tienen los importadores sobre el circuito oficial de distribución y venta de instrumentos musicales en locales especializados, por lo que los fabricantes locales –en su totalidad pymes- han debido expandirse en base a una producción personalizada y “a pedido”, esto es, a partir de un circuito de comercialización alternativo. En este sentido, según la mayoría de ellos afirma, la producción nacional de instrumentos no es siempre una actividad muy redituable, por lo cual su sostenimiento en el tiempo sólo puede comprenderse, según sostienen, a partir de “la pasión” y el amor que genera entre los fabricantes, más aún en tiempos de recesión económica.

Con el abandono de la convertibilidad y la emergencia de un nuevo escenario macroeconómico caracterizado por la reactivación de la economía argentina, desde 2003 y con el mantenimiento de un “dólar alto” producto de la devaluación del peso, en nuestro país la economía en general y la industria en particular experimentaron un inusitado ritmo de crecimiento, sobre todo hasta 2007 (Schorr, 2013). Ello llevó a una gran recomposición de la rentabilidad empresaria que “benefició a la economía en su conjunto, inclusive a las pequeñas y medianas empresas”, con un gran crecimiento en la producción, la inversión, el empleo y –en menor medida- las exportaciones (Kulfas, 2011: 36). En ese contexto, la industria productora de instrumentos musicales nacionales, en particular el sector productor

de baterías, ha experimentado durante los años de la posconvertibilidad un notable crecimiento, sobre todo hasta 2015, con la aparición de nuevas empresas y el refuerzo de otras ya existentes, a pesar de lo cual no es un sector abordado comúnmente por investigaciones académicas.

El surgimiento de CAFIM en 2012 aparece como una novedad en nuestro país tras años de notable crecimiento del sector durante la posconvertibilidad, aglutinando a todo tipo de fabricantes y permitiéndoles posicionarse frente a ciertas políticas económicas gestadas desde el Estado, poder traccionar otras en favor de la producción nacional de instrumentos, intentar acceder a financiamiento y trabajar por un mayor control de los productos importados que ingresan al país (CAFIM, 2012). En la formación de CAFIM fue crucial el rol de un tipo particular de fabricantes de instrumentos musicales, los pertenecientes al rubro de la fabricación local de baterías y/o instrumentos de percusión, quienes aportaron cinco de las seis empresas fundadoras de la cámara y la mitad de sus asociados actuales.

Así, el presente trabajo intentará ahondar en el desenvolvimiento de las pymes de la industria manufacturera argentina de producción de instrumentos musicales especializadas en la fabricación de baterías nacionales durante las posconvertibilidad, atendiendo a sus representaciones en torno a la pasión por fabricar y al carácter nacional de la producción, con una perspectiva cualitativa a partir de la realización de entrevistas a fabricantes locales, comerciantes, ex fabricantes y especialistas, desde la óptica de la Sociología Económica.

Perspectiva teórica

A la hora de referirse al desenvolvimiento general de la industria durante la posconvertibilidad y describir globalmente los impactos del mantenimiento de un “dólar alto” y de la implementación de restricciones a las importaciones, el presente trabajo tomará como ejes a los trabajos de Azpiazu y Schorr (2010) y de Schorr (2013b), entendiendo con ellos que dichas políticas no dan cuenta de la existencia de “una estrategia de desarrollo productivo en general ni industrial en particular” y que, por ende, no son “condición necesaria y suficiente para avanzar en la reindustrialización y la reversión de muchos de los legados críticos de la etapa 1976-2001”, sino que más bien son propias del

mantenimiento de una lógica del “piloto automático” ligada a la etapa neoliberal (Azpiazu y Schorr, 2010: 230). Partiendo de esa base y atendiendo a Schorr (2013b), quien sostiene que en la posconvertibilidad “las distintas instancias de gobierno con incumbencia en el segmento de las pymes han operado con escaso presupuesto, una baja articulación entre sí y con las medidas instrumentadas en el nivel macroeconómico, y una importante falta de continuidad” marcada por “la ausencia de estructuras de financiamiento de largo plazo para gran parte de las firmas que integran este estrato de compañías” y por el hecho de que “sólo un número sumamente acotado de firmas de este estrato pudo captar el grueso de los recursos públicos disponibles” (Schorr, 2013b: 39-40), el presente trabajo intentará dar cuenta de las particularidades del desenvolvimiento de las pymes de la industria manufacturera argentina de fabricación de baterías durante la posconvertibilidad.

Consideraciones conceptuales sobre las baterías y su fabricación

Una batería del todo completa suele estar compuesta por tres tipos de productos finales que se venden por separado, abarcan rubros distintos de la industria y son generalmente fabricados de forma separada por empresas muy diferentes, tanto a nivel nacional como internacional: los platillos (de escasa fabricación a nivel nacional), el hardware (pies, soportes o “fierros” que sostienen los platillos y tambores, con algún desarrollo en el país) y los tambores, cuerpos o cascos, generalmente agrupados de a cuatro o cinco para que pueda hablarse a todas luces de una batería y no de tambores separados. Nuestro trabajo versa sobre la fabricación nacional de estos últimos, puesto que son considerados como la parte más importante (el “corazón”) de la batería en su totalidad. Con esto queremos decir que un conjunto compuesto solamente de platillos y de hardware, por más grande y variado que sea, no es considerado una batería, mientras que el conjunto de los cuatro o cinco tambores restantes sí, al margen de la cantidad de platillos y/o soportes que los acompañen. A lo largo del trabajo, cada vez que nos refiramos a los fabricantes de baterías estaremos hablando solamente de quienes fabrican a nivel nacional el conjunto de tambores que la componen y no de quienes se dedican, de forma más artesanal y en muy pequeña escala, a la fabricación de un solo tipo de tambor.

La fabricación de baterías implica la interconexión de distintos rubros de la industria para realizar cada casco o tambor, puesto que si bien cada cuerpo suele estar

hecho de madera, los demás elementos son metálicos y plásticos. Así, la fabricación integral de una batería abarca, tanto carpintería como metalmecánica -matricería, fundición, plegado, etc.-. Es por ello que muy pocos fabricantes, tanto a nivel nacional como internacional, realizan el proceso total: la mayoría se especializa en algo y terceriza lo demás o lo importa. Los cascos, tambores o cuerpos de una batería son cilindros huecos generalmente de entre 7 y 15 milímetros de espesor, de diámetros variados, fabricados mediante la yuxtaposición de pliegos muy finos de madera. Además, cada casco está compuesto por elementos de metal ubicados en su parte externa, generalmente cromados, y que cumplen, entre otras, la función de sujetar y dar tensión a los parches o membranas sobre las que se percute. Este conjunto de elementos denominados “herrajes”, son de gran importancia estética y sonora en el acabado final y en la personalidad del instrumento, por lo que cada fabricante busca a partir de ellos imprimir su estilo propio a cada uno de sus instrumentos. El componente más importante de los “herrajes” lo constituyen las denominadas “torres”, piezas de metal generalmente macizas, de diseños diversos y de tamaño pequeño –no más de tres pulgadas de largo y una de ancho- que van sujetas al casco y permiten alojar los tornillos que ajustan los parches. Como se verá, al margen del tamaño de su producción, casi todos los fabricantes del sector se esmeran por fabricar sus propias torres, ya que –según la mayoría de los entrevistados- es eso lo que los convierte en fabricantes de baterías nacionales y no el solo hecho de trabajar la madera, puesto que el diseño de las torres es lo que le da la “personalidad” estética al tambor y lo identifica con su fabricante. Es decir que para todos los fabricantes locales -excepto para uno, como detallará más adelante- fabricar una batería nacional significa trabajar la madera y además producir algún tipo de herraje, aunque ello sea lo más costoso a la hora de fabricar un tambor.

Un mismo sector, realidades muy disímiles

La fabricación de baterías es de larga data en nuestro país, rastreando sus orígenes en 1929 y habiendo tenido su primer apogeo entre las décadas de 1950 y 1970, años en los que al menos una decena de marcas nacionales surgían y progresaban a medida que se expandía la demanda de instrumentos con el auge de la denominada “música moderna” o “música beat” (Py, 2003). A partir de la década de 1950, contemporáneamente al incipiente surgimiento del Rock Nacional, la demanda creciente de baterías contrastaba con una oferta

limitada de instrumentos foráneos -de la mano de restricciones a las importaciones durante la década de 1960- y con el elevado costo de las que ingresaban al mercado local. En ese contexto, surgieron por lo menos diez marcas nacionales de baterías que sentaron las bases de la industria nacional, beneficiadas por los altos costos de las importadas pero perjudicadas por los vaivenes económicos de la época -los “stop and go”- y por las distintas políticas de apertura económica del período (Py, 2003). En general, el grueso de esas marcas surgidas entre las décadas de 1950 y 1970 desapareció a partir de las medidas económicas llevadas adelante durante la última dictadura por el ministro Martínez de Hoz y sus resabios durante la década de 1980. Durante la década de 1990, con la profundización del largo proceso neoliberal de desindustrialización que comenzó en nuestro país en 1976, pasando por la -sólo para algunos- “perdida” década de 1980, muchas marcas nacionales de baterías dejaron de existir a la par que crecieron y se reforzaron las empresas importadoras de instrumentos musicales. A partir de la indiscriminada apertura de las importaciones, la competencia con las extremadamente baratas baterías chinas se hizo imposible para muchos fabricantes, mientras que los que sobrevivieron lo hicieron en base a diversificar su producción o dedicarse también a otra actividad. Así, resulta difícil hablar de una fábrica de baterías con un claro perfil industrial existente durante la década de 1990.

En la actualidad, al interior mismo del sector de fabricantes de baterías nacionales existen realidades muy disímiles de acuerdo al tamaño y producción de cada una de las marcas, así como a su especialización. Así, a grandes rasgos podemos dividir al total de los fabricantes contemplados en nuestro trabajo en dos grupos distintos, uno de perfil más artesanal con pocas baterías fabricadas por mes y otro con un perfil más industrial abocado a una producción más “en serie”. Por un lado, la mitad de los fabricantes del sector que pertenece al primer grupo no cuenta con empleados para realizar su trabajo y se dedica a una producción de baterías más artesanal, sus instalaciones son más bien talleres -antes que fábricas- con escasa o nula utilización de maquinaria especializada y muy poca inversión en bienes de capital, al tiempo que suelen tercerizar varias etapas de la producción - generalmente los procesos metalmecánicos más complejos- que no podrían realizar ellos mismos por la escala que manejan. En general este tipo de fabricantes comenzaron en el rubro en la década de 1980 y han subsistido de la misma forma desde los inicios de sus marcas, siendo muy reconocidos aunque sean de producción a menor escala. En general,

aun en momentos de elevada producción y prosperidad económica, no han intentado desarrollarse más, contratar empleados, tomar créditos o aumentar su producción, sino que prefieren mantener un trabajo más personalizado y a medida de cada cliente. Por otro lado, el segundo grupo de fabricantes cuenta con empleados –algunos con muy pocos y otros con varios-, con instalaciones más grandes –fábricas, galpones, depósitos-, con algún tipo de maquinaria especializada que les permite de alguna forma mecanizar parte de su producción y suelen, además, realizar en sus instalaciones procesos de diverso tipo para la fabricación de sus tambores, tercerizando menos etapas del proceso de producción. En general, son fabricantes con una visión más industrial que artesanal –aunque reivindiquen su trabajo realizado “a mano”- que están constantemente intentando crecer, agrandar su producción, conseguir créditos y financiamiento –generalmente sin éxito-, ampliar sus instalaciones, tomar más empleados y/o soñando con exportar, al tiempo que son quienes más recursos destinan a la difusión y comercialización de sus productos.

El empuje del “dólar alto” y el freno inflacionario durante la posconvertibilidad

A partir de la reactivación de la economía argentina desde 2003, surgieron tres fábricas nuevas de baterías con un perfil netamente industrial y reforzaron ese perfil dos fábricas que existían con anterioridad, impulsadas fundamentalmente por la “protección” a la industria que significó mantener un tipo de cambio “alto” competitivo en un contexto de baja inflación hasta el año 2008. En ese sentido, aun los más pequeños fabricantes se vieron beneficiados en algún punto por la protección frente a lo importado que significó la política cambiaria de los primeros años de la posconvertibilidad y el mantenimiento de un tipo de cambio real competitivo y estable (Damill y Frenkel, 2009). En general, aquellos fabricantes que ya se caracterizaban por poseer un perfil más artesanal, no contar con empleados y no tener mayores intenciones de crecer y agrandar su producción, siguieron manteniendo una escala pequeña que no se vio mayormente modificada –muchas veces porque no pudieron y otras porque no lo quisieron- por la coyuntura macroeconómica de crecimiento industrial. Aunque muchos no se hayan expandido demasiado, los primeros años de la posconvertibilidad han sido en general de prosperidad para estos fabricantes más pequeños, con algunas bajas en 2009 y 2012 –años de caída en el PBI- donde sus ventas

comenzaron a mermar, acentuándose esta caída en 2015 y 2016, cuando sus ventas cayeron mucho producto de la recesión económica, la inflación en aumento, y las expectativas devaluatorias de fines de 2015 producto –no solamente- de la coyuntura electoral y el cambio de gobierno. Las marcas de perfil más industrial se caracterizaron durante el período por intentar aprovechar la coyuntura favorable buscando muchas veces adquirir –en general sin éxito- créditos y financiamiento, maquinarias y bienes de capital, y por saber utilizar a su favor la gran difusión que comenzaron a cobrar los medios especializados del rubro y el inusitado crecimiento de internet. En este último rasgo se diferencian de las marcas que existen desde la década de 1980 y optaron por mantener un perfil más bajo con menor difusión.

La problemática inflacionaria en aumento desde 2008 no sólo afectó a las ventas del sector por la caída de los salarios reales, sino que impactó muy fuerte en los costos de producción de las baterías nacionales, fundamentalmente por los aumentos de los insumos químicos para pegar y tratar las maderas y por las subas en los insumos metálicos y los procesos que la gran mayoría de los fabricantes tercerizan. El mencionado afán por generar sus propios herrajes y no sólo “ensamblar insumos”, genera muchas veces costosas dificultades puesto que, aunque casi todos posean sus propias matrices –por ejemplo, para las torres-, no todos tienen el conocimiento, las instalaciones y/o la capacidad para poder realizar el fundido de las piezas por su cuenta, por lo que dependen de un matricero, una metalúrgica, un cromador, un pulidor, entre otras cosas. En este sentido, si bien los fabricantes del sector logran parcialmente sustituir algunas de las piezas importadas que necesitan para fabricar sus baterías, las variaciones en el tipo de cambio muchas veces igual los perjudican, ya que la materia prima para fabricar los herrajes suele cotizar en dólares. Luego de un breve repunte en 2017, el último año ha representado para muchos de los fabricantes locales un período crítico en cuanto a la caída de sus ventas producto de la contracción de la economía y la caída del consumo, a lo que se suma la constante incertidumbre ante cada variación en el tipo de cambio que los perjudica a la hora de abastecerse de insumos. Esta caída en las ventas de los pequeños fabricantes durante el último año coincide con el desenvolvimiento general del sector de las pymes industriales para el mismo período (Fundación Observatorio PyME, 2018).

En relación al papel del Estado durante los años de la posconvertibilidad, la gran mayoría de los fabricantes destacó el rol que tuvo la realización de eventos culturales, espectáculos, muestras y festivales masivos y gratuitos donde gran cantidad de firmas locales pudieron mostrar, exponer y vender sus productos, lo cual dio mucha visibilidad a las marcas y contribuyó a que sus ventas aumentaran en un contexto macroeconómico de niveles altos de consumo. Puesto que el circuito comercial de distribución y venta de baterías suele estar basado en nuestro país en la comercialización de productos importados con escasa presencia de manufacturas locales, cobra vital importancia todo tipo de acceso a una difusión masiva que los fabricantes locales puedan alcanzar, por ejemplo, a partir de la realización de eventos como los mencionados, sobre todo teniendo en cuenta que la gran mayoría de los fabricantes nacieron como pequeñas marcas que se fueron expandiendo siempre en base a una comercialización de su producción personalizada y “a pedido”. Sin embargo, una política integral de promoción industrial focalizada en las pymes no puede basarse sólo en eventos ligados a la difusión cultural. Si bien puede incentivar la demanda de instrumentos en determinadas coyunturas, fortaleciendo momentáneamente al sector, no resuelve las dificultades estructurales de fondo para la producción pyme, por lo menos de baterías, en la Argentina actual.

La pasión por fabricar y el carácter nacional de las baterías

A pesar de las disímiles realidades al interior del sector, encontramos algunos rasgos en común que comparten la mayoría de los fabricantes nacionales de baterías referidos a sus representaciones en torno a la “pasión” y el “amor” por fabricar y a lo que constituye el carácter “verdaderamente nacional” de una batería. En general, la gran mayoría de los fabricantes, al margen de su tamaño, manifestó que en nuestro país “fabricar es caro” y muy difícil, debido a la gran cantidad de procesos que muchos tienen que tercerizar a la hora de confeccionar un casco, además de los elevados costos de flete que deben afrontar para distribuir sus productos –debido a que son generalmente hechos sólo “a pedido”-, es por ello que una escalada inflacionaria los obliga a remarcar constantemente sus productos finales. Según manifestaron, casi todos experimentan como principales dificultades los altos costos que implica la fabricación de baterías en general –debido a la ya mencionada multiplicidad de procesos de distinta índole necesarios- y la fabricación de herrajes en

particular, sobre todo en un contexto de alta inflación. Tal y como señalaba un fabricante local,

“R: ¿Sabés cuál es el mayor inconveniente acá en Argentina? Que fabricar es muy caro. Fabricar es muy caro. La semana pasada tuvimos un aumento del cromador del 30% y la fundición del 20. No es que te aumentan el tres, el cinco por ciento. (...) Nosotros tratamos de achicar costos con otras cosas, no en calidad, sino dónde compramos, cuánto compramos, porque por ahí preferimos comprar mucha cantidad (...) entonces nosotros podemos seguir manteniendo los precios y aguantar los aumentos que nos vienen tirando ahora” (Entrevista 4).

En este sentido, según se desprendió de las entrevistas, en tiempos de alta volatilidad en los precios o de recesión económica, la continuidad de varios de los fabricantes en el rubro durante años sólo puede entenderse por el apego y la vocación a la tarea de producir baterías, aun cuando ésta actividad tenga que complementarse con otros trabajos para poder seguir sosteniéndose. Todos los fabricantes, excepto uno, sostienen estar movidos por “la pasión” y el amor por la fabricación de baterías a la hora de llevar adelante su producción, más allá del rédito económico que ésta pueda darles. En general, sostienen que fabricar “te tiene que gustar” para poder dedicarse a la actividad debido al gran esfuerzo que conlleva y a que no siempre suele ser redituable. Así, en momentos recesivos y de baja demanda de baterías y/o de apertura comercial, muchos se han dedicado a fabricar otras cosas y/o a revender baterías importadas para poder subsistir, pero nunca abandonando del todo la fabricación. A este respecto, salen a la luz las diferencias no sólo materiales sino también simbólicas con respecto a los importadores puesto que, como señala un fabricante,

“R: El tipo que empieza a laburar mercadería importada China, de lo nacional no le interesa nada, porque todo viene cerrado en una caja, chequeado, no tenés problema. Acá, cuando no te aumentó esto, te aumenta lo otro, es un quilombo fabricar. Te tiene que gustar. Te tiene que gustar. ¿Yo por qué sigo con esto? [...] ¡Lo hago porque me gusta! Esto es vocación.” (Entrevista 1)

Además, la gran mayoría de las marcas del sector trabaja exclusivamente a pedido y para el mercado interno, sin poder comercializar y distribuir sus productos a través de comercios o negocios especializados, por lo que cada una busca que sus productos terminados tengan personalidad propia y sean diferentes de otros modelos realizados con anterioridad, aun por ellos mismos, distanciándose de los preceptos de rapidez y homogeneización de la producción que mueven la fabricación en masa a nivel mundial – por ejemplo, en China- de estos instrumentos. Es por ello que los fabricantes más pequeños muchas veces no toman empleados para no “despersonalizar” los productos y prefieren ser ellos mismos quienes fabriquen cada casco. Los dueños de las marcas con perfil más industrial, excepto uno, generalmente también trabajan la materia prima a la par de sus empleados por la misma razón.

Las posturas de los fabricantes ante la utilización de insumos importados –que generalmente son herrajes o adhesivos para madera, solventes, pintura, etc.- no responden necesariamente al tamaño y capacidad de su producción, sino al concepto que cada uno considere como esencial para caracterizar a su producto final. Así, hay quienes importan insumos renegando de ello por no poder producirlos localmente o porque consideran que los nacionales que pueden obtener son de baja calidad, hay quienes importan insumos orgullosos de que su producto final así será mejor y hay quienes no importan ningún insumo y se empeñan por producir y/o utilizar sólo insumos de fabricación nacional para obtener una batería argentina en su totalidad, están muy orgullosos de que eso caracterice a sus productos y lo utilizan además como elemento de marketing. Sin embargo, para que pueda hablarse de la producción de una batería de carácter “nacional”, entre los fabricantes existe la idea de que al menos uno de los componentes de los herrajes, las “torres”, debe ser producido íntegramente en el país y por ellos, más allá del trabajo que cada uno realiza con la madera, puesto que consideran que fabricar una batería no es simplemente ensamblar piezas fabricadas por otro, sino necesariamente fabricar al menos uno de sus componentes mediante procesos metalmecánicos. Aun hasta quienes importan gran parte de los herrajes intentan fabricar alguno de sus componentes, porque consideran que esto le otorga personalidad a cada marca, su carácter de producción local y no foránea y, además, enorgullece a sus dueños. Como mencionó un fabricante,

“R: yo trabajo con todos insumos importados porque son de mejor calidad. Menos las torres. Las torres las hago yo, porque si no sería solamente un fabricante de cascos. Estaría simplemente ensamblando partes” (Entrevista 3).

El mencionado afán por generar parte de sus propios herrajes y no sólo “ensamblar insumos”, genera muchas veces grandes y costosas dificultades puesto que, aunque casi todos posean sus propias matrices, por ejemplo, parar las torres, no todos tienen el conocimiento, las instalaciones y/o la capacidad para poder realizar el fundido de las piezas por su cuenta, por lo que dependen de un matricero, una metalúrgica, un cromador, un pulidor, entre otras cosas. En este sentido, si bien el sector logra parcialmente sustituir algunas de las piezas importadas que necesitan para fabricar sus baterías, las variaciones en el tipo de cambio muchas veces igual los perjudican, ya que la materia prima para fabricar los herrajes suele cotizar en dólares.

El surgimiento de CAFIM y sus paradojas actuales

En junio de 2012 surgió la Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales, con el objetivo de aglutinar a todo tipo de fabricantes del sector, en general pymes, y poder posicionarse frente a ciertas políticas económicas gestadas desde el Estado, así como para poder traccionar otras en favor de la producción nacional de instrumentos. Un dato llamativo es que la cámara se crea por iniciativa de varias empresas del rubro de fabricación de baterías que, a pesar de competir entre sí en el mercado, vieron la necesidad de agrupar a luthiers, artesanos y fabricantes de todo tipo de instrumentos musicales con el fin de capitalizar para el sector en general ciertos beneficios de políticas estatales y proteger a la industria nacional de las políticas demasiado beneficiosas para los importadores. Hoy en día, la cámara cuenta con más de treinta socios, la mitad de los cuales son fabricantes ligados a la producción de baterías y/o demás instrumentos de percusión. A través de CAFIM, el sector estableció durante los últimos años una relación más fluida que antes con las autoridades gubernamentales, fundamentalmente intentando acceder a financiamiento y trabajando por un mayor control de los productos importados que ingresan al país. Además, a través de CAFIM se articuló la participación y exposición de la producción nacional de instrumentos musicales en ciertos eventos y espectáculos masivos y gratuitos organizados desde el Estado que la gran mayoría de los fabricantes locales de baterías conciben como

fundamentales para difundir su trabajo por fuera del circuito de comercios especializados en ventas de instrumentos musicales, hegemonizado por los importadores. De esta manera, los integrantes de CAFIM han paulatinamente reforzado su organización para monitorear el alcance de determinadas políticas estatales en relación a la apertura de importaciones, sobre todo las implementadas a partir del último cambio de gobierno. Al mismo tiempo, la cámara ha logrado brindar a sus asociados servicios cada vez más útiles y precisos para asesorarlos en la toma de decisiones.

Paradójicamente, al contemplar la actual composición interna de la cámara, puede observarse que entre sus miembros se encuentra una firma que ha sido históricamente importadora de instrumentos musicales. Además, desde su ingreso a la cámara, su CEO ha ocupado importantes cargos en la comisión directiva, siendo el actual vicepresidente 2° de CAFIM. Es decir, que a poco de haber sido fundada por pequeños fabricantes nacionales que buscaban fortalecerse frente a la hegemonía de los importadores en el mercado, la cámara no solamente ha ampliado enormemente su número de miembros sino que entre ellos se encuentra un importador recientemente devenido en fabricante.

En 2013, la empresa TEVELAM, histórica y netamente importadora de instrumentos musicales, fortalecida a partir de la apertura económica de la década de 1990, debió diversificarse: se vio “obligada” a convertirse en fabricante de instrumentos nacionales -las baterías LEGEND- a partir de las trabas a las importaciones imperantes durante el último gobierno kirchnerista que le impedían seguir trabajando como hasta entonces si no exportaba algo de producción nacional, debido a los enormes volúmenes de producción foránea que ingresaba al país. El gran tamaño de la empresa y su gran capacidad de inversión y de acceso a financiamiento le permitieron en muy poco tiempo importar maquinaria altamente especializada desde China para fabricar en serie, montar una fábrica de 10.000 metros cuadrados, capacitar y emplear a más de treinta personas, comprar y utilizar el nombre de una extinta marca de baterías norteamericana, cubrir rápidamente gran parte del mercado nacional a partir de su gran acceso a los comercios especializados de venta de instrumentos musicales –puesto que son importadores y dominan el circuito- y exportar gran parte de su producción a Brasil –donde el grupo tiene más empresas- fabricando por mes más de 1600 baterías, número que supera ampliamente a la totalidad de

estos instrumentos producidos por todos los demás fabricantes nacionales juntos en el mismo período de tiempo.

Como la empresa es una importadora de instrumentos, se distancia radicalmente de los dos supuestos que guían a la mayoría de las pymes manufactureras de baterías nucleadas en CAFIM y que tienen gran peso simbólico al interior del sector: la necesidad imperiosa de sustituir insumos y fabricar en el país al menos uno de los elementos de los herrajes para poder obtener un instrumento de origen nacional –aunque así los costos se eleven muchísimo- y el enorme apego afectivo al oficio de fabricar instrumentos, es decir, el amor y la pasión por desarrollar una tarea que no siempre es la más “eficiente”.

Paradójicamente, se encuentra entre los directivos de CAFIM un empresario que no comparte las mismas representaciones que el resto de los productores porque su relación con el trabajo y la producción es y ha sido siempre otra. En este caso la eficiencia sí aparecería como el motor fundante de su accionar puesto que la firma no produce ninguno de los insumos que utiliza, sino que los importa en su totalidad directamente de China, rompiendo a la vez con la “necesidad” que caracteriza a los demás fabricantes sustituir componentes y separándose completamente del concepto de “fabricar por pasión” que el resto de las marcas locales reivindica.

Como vemos, el surgimiento de CAFIM a manos de unas pocas empresas productoras de baterías no pasó desapercibido ni para los fabricantes locales de otros instrumentos, que comenzaron a unirse a la cámara, ni para las empresas importadoras que por primera vez encontraban nucleado frente a ellos a todo un sector de la industria nacional pyme intentando defender sus propios intereses. Ni bien la importadora TEVELAM comenzó a fabricar baterías en el país, la firma vio la posibilidad de agruparse con los fabricantes de CAFIM probablemente con el fin de obtener para sí beneficios nuevos que lograra el sector en su conjunto. Su ingreso se dio en un contexto de expansión de la cámara donde la diversidad y el número creciente de sus miembros superaban al gran peso inicial que en ella tuvieron los fabricantes de baterías. Tal vez la explicación de su ingreso pueda estar en que muchos pequeños fabricantes de instrumentos hayan visto con buenos ojos tener entre sí al interior de la cámara a alguien con el gran poderío económico y político que posee la firma TEVELAM.

Así, los fundadores de CAFIM pertenecientes al rubro de la fabricación de baterías tienen entre sí a un representante de ese pequeño pero poderoso sector de la sociedad que se benefició durante la década de 1990 al calor de la apertura indiscriminada de las importaciones y que se desarrolló mientras desaparecían fabricantes nacionales de instrumentos y se debilitaban aquellos que hoy siguen en el rubro, paradójicamente, intentando fortalecerse desde la cámara. Un importador devenido fabricante que, a diferencia del resto, domina el circuito oficial de comercialización y distribución de instrumentos y basa su “producción nacional” en serie en el ensamblado de insumos en su totalidad importados, con costos muy inferiores a los de los demás fabricantes.

Reflexiones finales: la coyuntura actual y los nuevos desafíos

A pesar de que las entrevistas para el presente trabajo buscaron ahondar en el desarrollo del sector de fabricantes nacionales de baterías durante toda la posconvertibilidad, gran parte de los encuentros con los entrevistados estuvieron signados por sus preocupaciones más actuales. Varios fabricantes no sólo manifestaron experimentar una caída importante en sus ventas desde mediados de 2015, que se acentuó durante todo el 2016, sino que también se mostraron muy preocupados por el rumbo mantenga durante éste y el próximo año la política económica del gobierno nacional asumido en diciembre de 2015. El carácter expresamente neoliberal de varias medidas económicas implementadas hace que casi todos los fabricantes nucleados en CAFIM estén muy preocupados y se sientan acechados por un fantasma por demás conocido: la indiscriminada apertura económica y el ingreso de mercadería importada a bajísimos precios. Como señaló un fabricante, actualmente “va para otro lado la parte de eventos culturales y muestras y va para otro lado la parte económica” (Entrevista 1). En este sentido, resulta significativo que dos fabricantes de baterías que comenzaron a trabajar en la década de 1980 no quisieron concedernos ninguna entrevista en persona para el presente trabajo puesto que, por primera vez en 30 años, están dejando de producir baterías y pensando en dedicarse a otra cosa, situación que los tiene muy mal de salud y de ánimo. En un contexto como éste, resulta central el rol del Estado para impedir que este tipo de marcas históricas dejen de existir, como sucedió en los '90 con otros fabricantes, así como el papel que pueda cumplir

CAFIM para apoyar y apuntalar a sus asociados en esta tirante relación con las autoridades políticas.

Consideramos que el surgimiento de una fábrica como LEGEND y la extinción probable de dos –o tal vez más- marcas históricas de producción nacional de baterías en pequeña escala son ejemplos del refuerzo de la concentración que caracteriza a la estructura económica de nuestro país y dan cuenta del fortalecimiento durante la posconvertibilidad de ciertos grupos económicos oligopólicos que se forjaron durante la neoliberal década de 1990 a partir de la extinción de pequeños y medianos fabricantes locales de manufacturas. Un sector como el de los fabricantes nacionales de baterías, con una larga historia y tradición propia, no solamente contribuye a dinamizar otros sectores de la industria y fortalecer a otras pymes, sino que resultó central en la reciente organización de todo el sector –mucho más amplio- de fabricantes nacionales de instrumentos musicales en su lucha por expandir la industria nacional en vez de retraerla a costa del fortalecimiento de las empresas importadoras. Creemos que un proceso de “reindustrialización nacional genuina (y no acotada)” (Schorr, 2013b: 41) y de un verdadero desarrollo productivo no puede dejar afuera a las pymes de éste y otros sectores que dinamizan constantemente al conjunto de la economía, sino que requiere de políticas amplias, integrales, de gran alcance, articuladas y duraderas en el tiempo orientadas al sector que se constituyan como elemento central para la consecución de objetivos tales como “mejorar las condiciones de vida de los sectores populares, la reducción de la pobreza y una distribución del ingreso más justa” en nuestro país (Kulfas, 2011: 90).

Bibliografía

- **Azpiazu, D. y Schorr, M.** (2010): “Hecho en Argentina. Industria y economía, 1976-2007”, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.
- **Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales (CAFIM):** “Acta fundacional”, en www.cafim.com.ar 2012.
- **CENDA** (2010): “La anatomía del nuevo patrón económico y la encrucijada actual”, Cara o Ceca, Buenos Aires.
- **Damil, M. y Frenkel, R. (2009):** “Las políticas macroeconómicas en la evolución reciente de la economía argentina” en Nuevos Documentos CEDES, N° 65, Buenos Aires.
- **Fundación Observatorio PyME** (2018): “La coyuntura PyME industrial II trimestre 2018”, extraído de <http://www.observatoriopyme.org.ar/novedades/la-coyuntura-pyme-industrial-ii-trimestre-2018/>
- **Kulfas, M.** (2011): “Las pymes y el desarrollo. Desempeño presente y desafíos futuros”, en *Claves para todos*, colección dirigida por José Nun, N° 116. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- **Py, Félix E.** (2003): “Por quién retumban los parches. Algunas historias de baterías y bateristas argentinos”, Dunken, Buenos Aires.
- Revista “**Bateristas al Sur**”: Números varios (2008 en adelante), Buenos Aires.
- **Schorr, M.** (2013): “Argentina en la posconvertibilidad: ¿desarrollo o crecimiento industrial? Estudios de economía política”, Miño y Dávila, Buenos Aires.
- **Schorr, M.** (2013b): “La industria argentina en la posconvertibilidad: rupturas y continuidades con la etapa neoliberal”

Material audiovisual consultado

- **VERMEDIA Producciones** (Productor). (2014): ComoLoHacenTV “Baterías Legend” Parte 1 y Parte 2. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=du0D3Tw52W0> y de https://www.youtube.com/watch?v=Sxc5SYuA_Ls
- **Unplugged Music Lomas** (Productor). (2015): “Un paseo por la fábrica de Baterías Legend”. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YT4bjJpvS3s>