

PYMES que resuenan: la fabricación de instrumentos musicales en la Argentina de la posconvertibilidad. Pequeñas y medianas manufacturas de Baterías.

Juan Ignacio Salaberry.

Cita:

Juan Ignacio Salaberry (2017). *PYMES que resuenan: la fabricación de instrumentos musicales en la Argentina de la posconvertibilidad. Pequeñas y medianas manufacturas de Baterías. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/601>

XII Jornadas de Sociología - Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2017

PYMES que resuenan: la fabricación de instrumentos musicales en la Argentina de la posconvertibilidad.

Pequeñas y medianas manufacturas de Baterías.

Juan I. Salaberry¹

Carrera de Sociología - Facultad de Ciencias Sociales - UBA

Eje: Sociología Económica

Mesa: La economía argentina entre los gobiernos kirchneristas y el de Cambiemos. Una mirada desde la sociología económica

E-mail: juanisalaberry@gmail.com

Resumen: Con el abandono de la convertibilidad, la economía en general y la industria en particular experimentaron en nuestro país un inusitado ritmo de crecimiento –sobre todo entre 2003 y 2007, “dólar alto” mediante- que benefició a la economía en su conjunto, incluyendo a las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, las políticas públicas orientadas al sector pyme durante la posconvertibilidad se caracterizaron en general por tener un carácter limitado en cuanto a alcance, articulación y duración en el tiempo, siendo el autoabastecimiento el principal factor explicativo del aumento de la inversión del sector. En este sentido, resulta relevante bucear en la particularidad de un sector pyme poco abordado por estudios académicos y que parecería haberse revitalizado durante la posconvertibilidad, dando cuenta de su comportamiento en relación a las políticas de promoción industrial instrumentadas desde el Estado. Así, nos proponemos ahondar en el desenvolvimiento de las pymes de la industria manufacturera argentina de producción de instrumentos musicales especializadas en la fabricación de baterías nacionales entre los años 2003 y 2016, atendiendo a sus posibilidades de acceder a financiamiento, sustituir importaciones y competir con la producción foránea, analizando sus perspectivas de desarrollo en la coyuntura macroeconómica actual.

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

¹ Lic. en Sociología (UBA).

Introducción²

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. Ello llevó a una gran recomposición de la rentabilidad empresarial 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). Sin embargo, las políticas públicas orientadas al sector pyme en general tuvieron en la época limitados alcances, articulaciones y duración: “sólo un número sumamente acotado de firmas de este estrato pudo captar el grueso de los recursos públicos disponibles” para el sector (Schorr, 2013b: 40), siendo el autoabastecimiento el principal factor explicativo del aumento de la inversión de las pymes (Kulfas, 2011).

En ese contexto, la industria productora de instrumentos musicales nacionales, en particular el sector productor de baterías, ha experimentado durante los últimos años un notable crecimiento 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. Por eso, creemos relevante dar cuenta de su comportamiento en relación a las políticas de “promoción industrial” instrumentadas desde el Estado. El presente trabajo intenta ahondar en el desenvolvimiento de las pymes de la industria manufacturera argentina de producción de instrumentos musicales especializadas en la fabricación de baterías nacionales entre los años 2003 y 2016, atendiendo a sus posibilidades de acceder a financiamiento, sustituir importaciones y competir con la producción foránea, analizando sus perspectivas de desarrollo en la coyuntura macroeconómica actual.

El nacimiento reciente -en junio de 2012- de la Cámara Argentina de Fabricantes de Instrumentos Musicales (CAFIM) abona dicho interés, sobre todo teniendo en cuenta que cinco de las seis empresas fundadoras de la cámara y la mitad de sus asociados actuales

² El presente trabajo es una versión recortada de una investigación mayor realizada durante 2016 en el marco del seminario de investigación “El carácter social de los procesos económicos II”, Cátedra Schorr, Carrera de Sociología (UBA).

pertenecen al rubro de la fabricación local de baterías y/o instrumentos de percusión. El estudio pretenderá ser abordado desde la óptica de la sociología económica con una perspectiva cualitativa mediante la realización de entrevistas a los empresarios del sector.

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 entre 2003 y 2016.

Algunas definiciones baterísticas

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: los platillos (de escasa fabricación a nivel nacional), el hardware (pies, soportes o “fierros” que sostienen los platillos y tambores, de 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.

Metodología

A partir de la realización de entrevistas a fabricantes/empresarios locales, comerciantes, ex fabricantes y especialistas, y de diferentes visitas a fábricas y talleres, intentamos dar cuenta, desde un enfoque cualitativo, de las realidades disímiles al interior del sector. Además, utilizamos entrevistas de medios gráficos y audiovisuales, notas y artículos de revistas especializadas y videos y documentales sobre la fabricación de baterías. Elaboramos una lista exhaustiva de fabricantes y marcas del país, iniciadoras de la industria o actuales, que fue corregida y aumentada por distintos especialistas del sector. Así, decidimos tomar como objeto de estudio, a los ocho fabricantes nacionales más conocidos que actualmente están fabricando baterías, es decir al conjunto de los cuatro o cinco tambores que la conforman, y no tomar a quienes fabrican solamente un tipo especial de casco.

Cómo se fabrica una batería

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. 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 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, fabricar una batería 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 poco de historia

La fabricación de baterías, que en la última década ha experimentado un gran crecimiento, es de larga data en nuestro país. A partir de la década de 1950 con el auge de la denominada “música moderna” o “música beat”, 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 han dejado 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.

Un mismo sector, realidades muy disímiles

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- 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.

Algunas características en común

A pesar de las disímiles realidades al interior del sector, encontramos algunos rasgos en común entre todos o casi todos los fabricantes nacionales de baterías. En primer lugar, todos, excepto uno, intentan fabricar en el país y de formas disímiles al menos un componente de los herrajes, principalmente las torres. Aun hasta quienes importan gran parte de los herrajes intentan o intentaron alguna vez fabricar alguno de sus componentes, lo cual le otorga personalidad a cada marca y además enorgullece a sus dueños. En segundo lugar, excepto una, el resto de las marcas del sector, sin importar su tamaño, trabaja exclusivamente a pedido y para el mercado interno, sin poder o querer comercializar y distribuir sus productos a través de comercios o negocios especializados, por lo que además casi ninguna exporta sus productos, salvo algunas excepciones, pero no sistemáticamente. En tercer lugar, las posturas de los fabricantes ante la utilización de insumos importados – que generalmente son herrajes- 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. En cuarto lugar, el carácter dificultoso y desventajoso de la histórica competencia con los productos importados no aparece entre los fabricantes del sector –excepto por uno de ellos- como una competencia contra las baterías extranjeras en sí mismas –más baratas y muchas veces de mejor calidad- sino como una disputa de intereses con los actores sociales que, con grandes márgenes de ganancia, se desarrollan a partir de su comercialización: los importadores. En quinto lugar, para lograr yuxtaponer las finas capas de madera que conforman un casco, la mayoría de los fabricantes del sector utiliza –al margen del tamaño de su producción- un sistema de moldeo artesanal manual de la madera a veces un tanto rudimentario. Este tipo de procedimientos suelen ser cuestionados por los especialistas por ser poco precisos. Sólo tres fabricantes nacionales poseen maquinaria especializada para realizar de manera uniforme y precisa el prensado de los pliegos del casco y así asegurar una mayor dureza perimetral del mismo, rasgo imprescindible según los especialistas para lograr un instrumento de calidad. En sexto lugar, 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 para poder dedicarse a la actividad, fabricar “te tiene que gustar” debido al gran esfuerzo que conlleva y a que no siempre suele ser redituable. Así, en momentos recesivos y de baja demanda de baterías, muchos se han dedicado a fabricar otras cosas o incluso a revender baterías importadas para poder subsistir, pero nunca abandonando del todo la fabricación.

LEGEND, la excepción que importa

La más nueva fábrica dedicada a la producción de baterías en el país surgió hace muy pocos años (2013) pero ya ha revolucionado en muchos sentidos el mercado y la relación entre los fabricantes locales previamente existentes. Sus particularidades, su desarrollo y su rol en entre los fabricantes del rubro dan cuenta del refuerzo de la concentración de la economía durante los años de la posconvertibilidad así como carácter acotado del llamado proceso de “reindustrialización” de los últimos años y del limitado alcance, la baja articulación y la escasa duración en el tiempo que han tenido en este período las políticas públicas orientadas al sector pyme.

La empresa TEVELAM, histórica y netamente importadora de instrumentos musicales y otros artículos, fortalecida y desarrollada al calor de la indiscriminada apertura económica de la década de 1990, se vio “obligada” a fabricar en el país 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 el país cascos 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 exportar gran parte de su producción a Brasil –donde el grupo tiene más empresas- fabricando más de 1600 baterías por mes. Todos sus insumos son importados desde China, excepto la madera –araucaria- que proviene del polo maderero de Misiones y es lo único de procedencia nacional que utilizan (Bateristas al Sur, 2014). No solamente cuentan con maquinaria inédita en el país para realizar de manera rápida y precisa el prensado de los cascos sino que además no producen ninguno de los componentes de los tambores, rompiendo con la “necesidad” que caracteriza a los demás fabricantes de fabricar sus propias torres, superando las dificultades del tratado de la madera que todavía muchos fabricantes hoy tienen, separándose completamente del concepto de “fabricar por pasión” que el resto de las marcas locales reivindica y poseyendo una gran capacidad de inversión, autofinanciamiento y acceso a créditos. Según varios fabricantes mencionaron, el grupo TEVELAM no solamente cuenta con varias empresas en Brasil sino que compra en ese país su propia producción fabricada en Argentina para poder justificar localmente la importación de productos foráneos a partir de una gran exportación nacional a países limítrofes, es decir, que “se exporta a sí misma”, información que, si bien se desprendió de las entrevistas, no pudimos constatar en los hechos.

Desarrollo del sector durante la posconvertibilidad: el empuje del “dólar alto” y el freno inflacionario

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 principios de 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. 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, 2016). 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 afecta a las ventas del sector por la caída de los salarios reales, sino que impacta 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.

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, excepto LEGEND, 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 imposibilidad de conseguir financiamiento

A pesar del crecimiento inusitado de la industria en general y de las pymes en particular a partir de la salida de la convertibilidad y sobre todo hasta 2008, “la reaparición del crédito bancario y la recuperación del mercado de capitales resultaron insuficientes para atender la creciente demanda de inversión”, por lo cual “muchas empresas debieron seguir financiándose con sus propios fondos, situación que llevó a que muchas inversiones no se concretaran o se realizaran parcial y paulatinamente en función de la disponibilidad de recursos” (Kulfas, 2011: 64). Esta tendencia también se observa en el sector que nos compete, puesto que quienes han intentado alguna vez acceder a créditos y financiamiento - los fabricantes de baterías de perfil más industrial- no han tenido mucho éxito. Tanto quienes intentaron obtener financiamiento a través de la Secretaría de Emprendedores y Pequeña y Mediana Empresa (SEPYME) como a través del Banco Nación o mediante el Sistema de Garantías Recíprocas no lograron su cometido, ni siquiera a través de la mediación de CAFIM. Otros fabricantes tuvieron que autofinanciarse y/o acceder a financiamiento a partir de inversiones y/o préstamos de privados, generalmente allegados a ellos, con el fin de poder comprar maquinaria especializada. De las entrevistas se desprende que solamente LEGEND habría sido beneficiada por el acceso a créditos. Ello evidencia cómo las pymes podrían apropiarse de un mayor porcentaje de los créditos, pero “sin políticas de Estado para el mercado bancario, este porcentaje será destinado a créditos a grandes empresas y/o a créditos personales, debido entre otras razones, a que representan operaciones de mayor rentabilidad y menor grado de incobrabilidad para los bancos comerciales” (Allami y Cibils, 2011: 83). Tal y como señalan Allami y Cibils (2011), el crecimiento de los créditos a las pymes desde 2003 fue bajo en relación al aporte del sector en el crecimiento del PBI, al tiempo que la proporción del crédito como porcentaje del PBI durante el período descendió con respecto a la década de 1990.

El surgimiento de CAFIM

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.

¿Un importador en la cámara?

El surgimiento de CAFIM no pasó desapercibido ni para los fabricantes locales de instrumentos 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 tras varios años de crecimiento económico durante la posconvertibilidad. Llamativamente, no solamente la marca de baterías LEGEND figura entre los socios de la cámara, sino que su CEO –un importador- es el actual secretario de la comisión directiva. Según uno de los fabricantes entrevistados, ni bien la empresa TEVELAM comenzó a fabricar baterías en el país, la firma vio la posibilidad de agruparse con los fabricantes de CAFIM con el fin de obtener para sí beneficios nuevos que lograrse el sector en su conjunto.

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. Sin embargo, la relación entre ésta y los demás miembros de la cámara no se da como un vínculo entre pares. Un ejemplo de ello es el intento de este fabricante local por incursionar con ayuda de LEGEND en la utilización de una madera nueva para fabricar sus baterías. Como se vio en la imposibilidad de conseguirla por no tener una gran capacidad de compra, acudió a la capacidad de un fabricante más grande, nucleado como él en CAFIM:

“R: nosotros dimos un golpe de timón hará tres años, importante, nos jugamos la vida con la araucaria, que nosotros se la recomendamos a LEGEND (...) nosotros le dimos el contacto. La única manera de traerla era del polo maderero de Misiones. Nos prometieron que nos iban a pasar, si entraban mil hojas a nosotros nos daban cien, yo se las pagaba pero aprovechaba y me las podía conseguir...no me las dio...se las quedaba todas él, y bueno, ahora por suerte pude hacer la onda y puedo traerlas especialmente para mí” (Entrevista 1).

Así, la representación que varios fabricantes de baterías nucleados en CAFIM tienen de las baterías LEGEND y el grupo empresario que las produce da cuenta de una desgarradora verdad que causa mucha impotencia entre quienes no están de acuerdo con su pertenencia a la cámara: 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 históricos fabricantes nacionales de baterías y se debilitaban aquellos que hoy siguen en el rubro, paradójicamente, intentando fortalecerse desde CAFIM.

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 a partir del 2003, 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 que pueda tomar durante éste y los próximos años la política económica del nuevo 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 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.

Reflexiones finales

En resumen, constatamos al interior del sector el carácter limitado en cuanto a alcance, articulación y duración en el tiempo de las políticas públicas orientadas a las pymes, sobre todo las de financiamiento durante la posconvertibilidad. La principal política pública de “promoción industrial” que se destaca para el sector de los fabricantes de baterías la constituyen la realización y difusión de eventos culturales, muestras y festivales de carácter gratuito y masivo donde gran parte de las marcas locales pudieron difundir, mostrar y vender su producción masivamente, política que, por sí sola, no puede resolver las dificultades estructurales existentes en la Argentina para la fabricación de baterías. El mantenimiento de un “dólar alto” benefició en gran medida a la totalidad de las empresas del sector, siendo las que ya traían un perfil más industrial de años anteriores y las que surgieron a partir del 2003 las que mejor capitalizaron para su propio crecimiento este incentivo. Sin embargo, su “agotamiento” producto de la problemática inflacionaria desde 2008 produjo una progresiva merma en las ventas para gran parte de las empresas del sector. Por otro lado, las restricciones a las importaciones beneficiaron de alguna forma a

algunos de los fabricantes más consolidados del sector pero perjudicaron a algunos fabricantes más pequeños con pocas capacidades para sustituir los insumos importados que su producción siempre requirió. Observamos que el impacto de dicha política en el sector constituye un factor central, si bien no el único, para explicar el nacimiento de la empresa más nueva y grande de producción nacional de baterías.

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

- **Allami, C. y Cibils, A.** (2011): “El financiamiento bancario de las pymes en Argentina (2002-2009)” en *Revista Problemas del Desarrollo*, 165 (42), abril-junio 2011.
- **Azpiazu, D. y Schorr, M.** (2010): “Hecho en Argentina. Industria y economía, 1976-2007”, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.
- **Azpiazu, D.; Manzanelli, P.; Schorr, M.** (2011): “Concentración y extranjerización. La Argentina en la posconvertibilidad”, Capital Intelectual, 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**(2016): “La Coyuntura de las PyME industriales Primer Trimestre de 2016 y perspectivas para el año en curso”
- **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.** (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>