

Viernes 2 de Junio de 2006

(Re)percusión de una idea que suena

Por Daniel Alonso | De nuestra Redacción.

dalonso@lavozdelinterior.com.ar



Dicen que los instrumentos de percusión son como seres heridos, porque detrás de su creación hubo muerte y mutilación: un árbol para los cascos, un animal para los parches. Nacen, por lo tanto, "desconfiados por memoria genética", algo que sólo puede ser revertido por quienes, al ejecutarlos, tienden un lazo afectivo.

Y es posible que esa esencia aún perdure en Ricardo Contigiani, un diseñador industrial con pasado de baterista que encontró en los instrumentos de percusión el ritmo necesario para sostener un emprendimiento que asomó con timidez en 2002 y ahora se proyecta al mercado centroamericano.

La clave: baja inversión inicial, contactos adecuados para abrir el canal comercial y la consolidación como proveedor del género cuartetero, que en Córdoba mueve varios millones de pesos al mes.

"Trabajaba en una fábrica de aparatos electrónicos, donde hacía el diseño de las carcazas; pero quería tener un emprendimiento propio. Había hecho varios intentos con otros productos hasta que vi este nicho en el que no tenía que invertir mucho dinero, ya que podía hacer un instrumento por vez", explica Ricardo.

En el sitio web de su estudio de diseño (www.dinvenio.com.ar) se pueden ver los proyectos que "gustaron, pero no se vendieron": camas solares, bombas peristálticas (movimiento de contracción) para bodegas, bicicletas fijas, sillas ergonómicas, carritos a rulemanes, juguetes, accesorios para motos, envases de champú y hasta estaciones de trabajo para cyber.

Cajones

Las primeras experiencias fueron con cajones peruanos y las ventas arrancaron a pedido y por intermedio de Ricardo Roqué, un conocido percusionista local, quien también aportó su asesoría para lograr una mejor calidad de sonido.

De hecho, Contigiani diseña y los carpinteros ejecutan. Esa es la lógica que mueve la rueda productiva de la empresa Aniwina, nombre extraído de la leyenda de una bailarina africana cuyos movimientos marcaban el ritmo de los tambores.

A los cajones peruanos se sumaron las celestinas o bar chimes (cortinas de pequeños tubos de aluminio) y después fue el turno de las congas y las tumbadoras, productos que demandaron una inyección de dinero por encima de los 10 mil pesos para fabricar las matrices, comprar cascos y elaborar los accesorios.

“Empezó a gustar el sonido, la calidad y el precio, y nos largamos con restauraciones. Entre nuestros clientes están La Barra, Tru La La y también los conjuntos folklóricos. El ‘Negro’ Rada tocó en Córdoba con nuestras congas”, aseguró Ricardo, quien apeló a una foto como prueba.

Expansión

Aunque aparenta ser un mercado “tranquilo”, las ventas no fueron sencillas para Aniwina, que debió pelear cuerpo a cuerpo con las casas de música tradicionales. Además, a medida que crecían los pedidos, hubo que armar una red de proveedores que trabajara con calidad y sin demoras.

Dar con la materia prima adecuada, buenos carpinteros y colocadores de cascotes no fue una tarea sencilla y en el camino se perdió tiempo y dinero. “Se trabaja con madera de cedro. Tuve problemas con los primeros cajones, porque yo traía algo que me parecía bueno y el carpintero me lo rebotaba. Yo compraba lo más caro, pero no era lo mejor”.

La página web (www.aniwinapercusion.com.ar) le permitió vender a distancia en la Argentina; incluso lo contactaron desde Venezuela y Panamá. “Ya viajé a este último país, donde los músicos de Rubén Blades probaron los instrumentos y quedaron satisfechos. Sería para trabajar como proveedor de otra marca”, reveló.

Contigiani vende por mes alrededor de tres pares de congas o de tumbadoras (cada uno cuesta 2.200 pesos), entre ocho y nueve cajones peruanos (de 100 a 330 pesos, según la calidad) y cuatro celestinas (200 pesos por unidad).

La posibilidad de ingresar al mercado panameño seguramente demandará otra inversión, que podría coincidir con el proyecto de armar nuevos instrumentos, como claves, tamboras y djembes (tambor africano).

“Las utilidades son finas, el margen es bajo, pero ya amorticé las inversiones, empecé a ganar plata y estoy ampliando la brecha entre costos y precio de venta”, afirmó Ricardo, quien se entusiasma al pensar que, según la leyenda, Aniwina bailó y marcó el ritmo hasta el último de sus días.

Fuente: Diario La Voz del Interior

http://buscador.lavoz.com.ar/2006/0602/suplementos/economico/nota415724_1.asp

Consultas por email a aniwina@gmail.com

