



De izquierda a derecha: Federico Di Plácido, Ángel Di Plácido, Víctor Bárbaro y Miguel Tófaló



# TECLA

## Líder en imagen corporativa

Es una de las empresas más respetadas y representativas de nuestro sector. Una compañía basada en el esfuerzo, el compromiso y el cumplimiento. Del armado de stands para ferias y eventos a líder en la industria de la imagen institucional y la arquitectura publicitaria, esta empresa situada en Villa Ballester y con una planta apéndice en Villa Maipú, nos cuenta su historia.

**T**ecla es una empresa que se define por aceptar desafíos, nunca dejar pasar las oportunidades y, cuando hay que dar un salto, hacerlo ordenadamente. "Cuando se abre una ventana y te invitan a pasar, no hay que desaprovechar la oportunidad y decidir si entrar o no, es algo que debe hacerse con rapidez. Cuando tuvimos la oportunidad de involucrarnos en la industria de las petroleras y automotrices no lo dudamos. Veníamos trabajando para poder dar el salto y realmente valió la pena", asegura Ángel Di Plácido, uno de los socios gerentes de

la empresa junto a Víctor Bárbaro y Miguel Tófalo, quienes fundaron la compañía, en 1982, a punta de esfuerzo y gestión de oportunidades de negocio.

### LOS COMIENZOS

El inicio de Tecla fue en el sector de la construcción y armado de stands para ferias y exposiciones. Y como le sucede a toda empresa con visión, esa actividad fue solo eso: el comienzo. Se dedicaron durante algunos años también a la serigrafía, a la fabricación de carteles de acrílico, toldos, marquesinas y a la comunicación visual en punto de venta.

Entre 1989 y 1990 fue el punto de inflexión. Tecla tuvo la oportunidad de ingresar al mercado de retail de las grandes compañías internacionales con filiales en el país, y desde ese momento el crecimiento de Tecla fue exponencial. Uno de sus primeros desafíos, fue Shell, con el proyecto de renovación de imagen tras su privatización. “A principios de los años 90 nuestra área se fue tecnificando. La aparición del plotter y del router, por ejemplo, fueron fundamentales a la hora de atender a un cliente importante”, asegura Ángel, junto a sus socios. Y agregan que por requerimiento de los clientes nunca más pudieron quedarse atrás. Desde ese momento se trató de perfeccionar todo: los productos, adquirir nuevas y mejores tecnologías y, particularmente, ofrecer un servicio de pre y post venta con nivel de excelencia. “Así son las grandes compañías, no solo requieren de un buen producto sino también de un buen seguimiento. Es uno de los motivos que disparó nuestro negocio al incorporar el área de mantenimiento”, remata Ángel.

#### LA ESENCIA DETERMINA EL FUTURO

Cuando Ángel, Víctor y Miguel hablan de brindar un buen servicio no son palabras vacías sino el resumen del espíritu de la empresa que no deja pasar las oportunidades y aprovecha con precisión cada una de ellas. “Cuesta mucho acceder a un cliente y que te dé la posibilidad de trabajar con ellos, de presupuestar trabajos, pero perderlos es algo que se logra muy fácil. No es simple revertir una mala experiencia, y esto lo consideramos una clave del negocio”, sostienen. Es inherente a la personalidad de Tecla estar siempre hombro a hombro acompañando y satisfaciendo las necesidades que se presenten.

¿Qué diferencia a Tecla? Además de la mejora permanente, hoy en día es una compañía que brinda un servicio al instante porque cuenta con los recursos necesarios y porque forma parte del pensamiento de sus directivos trabajar en atender y satisfacer al cliente.

#### LOS DESAFÍOS TAMBIÉN DEFINEN

Cuando de ponerle el pecho a las decisiones se trata, la esencia queda al descubierto. El hito que definió a Tecla fue su irrupción en el mercado de retail y rebranding corporativo.



“El gran desafío nuestro fue confiar en nosotros mismos e identificar si con el personal que teníamos estábamos a la altura de darle a los grandes clientes el mejor producto, y que además cumpliera con sus expectativas. Recién hacia el año 1994 nos dimos cuenta de que estábamos en condiciones de decir que empezábamos a ser importantes para los clientes y no es un dato menor el hecho de que lo mantengamos hasta hoy”, aseguran los empresarios. Y agregan que la diferenciación con un buen producto y servicio genera un vínculo de confianza que forja relaciones duraderas.

Asimismo, y una vez más creyendo en los desafíos constantes, es que Tecla Argentina en el año 2010 genera y pone en marcha la filial Tecla Chile, la cual forma parte del grupo y desarrolla negocios con exactamente la misma filosofía y objetivos que la casa matriz.

#### MÁS SERVICIO, MÁS CAPITAL

No solo la fabricación de piezas aportó al crecimiento de Tecla: el área de mantenimiento



cos y otros, proveemos imagen corporativa, y los elementos que fabricamos son cenefas, columnas, banderas de alta visibilidad, islas, revestimientos de columnas, muebles de islas, de residuos, de lubricación y de computación. Cada uno de nuestros clientes, tiene diferente imagen, con lo cual cada uno de sus productos tiene un diseño específico, el cual es respetado y supervisado, desde su planeamiento hasta su desarrollo final. También trabajamos en proyectos que requieren de revestimientos y no solo cartelería. Con el tiempo nos convertimos en expertos en resolver situaciones y elementos que responden a las necesidades de los clientes”, explican los empresarios.

### EL FUTURO

Definir nuevos desafíos de crecimiento para empresas bien desarrolladas no es sencillo, cuando el solo hecho de mantenerse es un logro satisfactorio. Esto requiere ambición, y para ello las nuevas generaciones siempre son las más ideales. Uno de los objetivos de Tecla no solo es hacer crecer su planta en metros cuadrados para poder trabajar con mayor comodidad sino también tener una visión global en términos de las futuras necesidades. “Es importante evaluar el funcionamiento de nuestros procesos internos y de nuestras maquinarias para poder ir adaptándonos al futuro según los distintos avances que nos demanda el mercado”, asegura Federico Di Plácido, hijo de Ángel y encargado del área técnica de la empresa. Esto también implica cambios en la mejora de tiempos y modos de producción a través de las nuevas tecnologías que es recomendable adquirir. “Hay que saber anticiparse”, concluye Federico.

### UN MENSAJE PARA LOS COLEGAS

“Lo primero que puedo decirle a un empresario emergente es que si alguien cree en lo que hace tiene que darse el tiempo necesario para lograr las metas y no bajar los brazos, porque las oportunidades a veces en la vida son pocas y hay que saber verlas. La perseverancia, la lucha y creer en uno mismo son factores fundamentales”, dice Ángel, y agrega que los momentos de crisis son oportunidades, si uno tiene el respaldo del trabajo. Una chispa de conocimiento, de causa y de optimismo para este nuevo año.



### Configuración corporativa de Tecla

**78**  
empleados

**3700**  
metros cuadrados

**37**  
años en el mercado

**6**  
equipos de instalación

**8**  
vehículos

fue crucial. “A finales de los 80 incorporamos la primera grúa y el primer camión para hacer instalación y mantenimiento, que es un servicio que requieren cada vez más los clientes. Esto nos fue llevando más lejos, y a la vez a asumir un desafío mayor. La decisión que tomamos fue aceptarlos y adquirir tecnologías y maquinarias para cada uno de ellos. Siempre creímos en lo que somos, y también asumimos las responsabilidades que nos demandaba el mercado. Cada presupuesto nos requería crecer. Y así fuimos mejorando tiempos de producción y calidad”, concluyen.

### TODO EL ABANICO DE PRODUCTOS

Tecla trabaja con una gran diversidad de materiales para la fabricación de la variedad de productos que elabora. “Hacemos desde el cartel más sencillo hasta el más complicado, desde el de un punto de venta en el interior de una ciudad hasta uno de alta visibilidad en la ruta. Principalmente en estaciones de servicio, concesionarios automotrices, ban-