

## Capítulo 26

### TEKA

*TEKA está presente en México desde 1990. En estos momentos en el mercado mexicano factura del orden de 40 millones de euros dando empleo directo a 200 personas.*

### ***“México será una prioridad en nuestra estrategia de negocio en los próximos años”.***

Por Anne Vanden Berghe

*Directora Comercial Internacional. Teka.*

TEKA siempre ha sido una empresa con vocación internacional. Su primera instalación productiva fuera de España se produjo en 1974, a los diez años de su creación en España. En México TEKA está presente desde 1990 facturando en estos momentos del orden de 40 millones de euros y tiene empleados directos a más de 200 personas en este país (a nivel mundial Teka ocupa más de 5000 personas). Teka tiene presencia productiva en los distintos continentes: comenzó en Europa, primeramente en Alemania y España, después en Portugal, a continuación en Hungría y en Turquía antes de su proyecto industrial en México. Posteriormente ha abierto plantas en Venezuela, Indonesia y China.

La entrada de TEKA en el mercado mexicano se realizó mediante la constitución de una filial comercial en un principio (sin ningún socio local ni representante anterior) y gracias al rápido crecimiento que se obtuvo, en 1996 inauguró su planta industrial en San Luis Potosí, con casi 5 hectáreas de terreno y casi 15,000 m<sup>2</sup> techados hoy día. Es bien recibida la inversión extranjera en México y el gobierno estatal brindó el apoyo para la constitución de la empresa en México. La implantación se financió con capital aportado por Teka y líneas bancarias.

Los motivos fundamentales por los que entramos en México son el tamaño de su mercado, su potencial de expansión y por las buenas posibilidades que ofrece para acceder a otros mercados adyacentes en Norteamérica, Centroamérica y el Caribe.

También fue determinante en esta decisión las economías de escala y mejora de la eficiencia que esperábamos obtener. Para nosotros no era especialmente relevante para nuestra instalación en México cuestiones como la búsqueda de mano de obra más barata, la búsqueda de factores productivos o sustituir importaciones, sino la cercanía al cliente. El proceso de instalación fue sencillo.

Nuestra experiencia en México está siendo bastante satisfactoria, ya que han aumentado nuestras ventas tanto en el mercado local mexicano como las que hacemos desde México a otros países, y los beneficios. En estos momentos, cerca del 70 por ciento de nuestra producción en México es para atender el mercado local y el resto, un 30%, es para exportación.

Además, la presencia en México está contribuyendo a mejorar nuestra imagen ante clientes, nuestra reputación ante organismos y a posicionarnos ante nuestros competidores, pero la principal aportación es que han aumentado nuestras perspectivas de crecimiento y de obtención de beneficios.

Estos resultados se han logrado con una estructura organizativa muy descentralizada, en la que las políticas de recursos humanos, finanzas, marketing y servicios jurídicos y fiscales se realizan con equipos dirigidos desde nuestras oficinas en México.

De cara a los próximos años los elementos más importantes en nuestra estrategia futura en México son ampliar cuota de mercado en este país, aumentar las exportaciones y utilizar nuestras instalaciones en el mercado mexicano como plataforma para acceder a mercados cercanos.

En general los mercados emergentes son para nosotros una prioridad, en especial México que será una prioridad en nuestra estrategia de negocio en los próximos años.