

**Raúl Tenorio** Gerente de Tepima

# “Ponemos el alma en cada proyecto”

La profesionalidad del equipo humano y la calidad en la elaboración y ejecución de los proyectos, hacen de Tepima una empresa reconocida en el sector del interiorismo y mobiliario comercial, tanto por el resto de compañías como por sus clientes, cada vez más numerosos. Esta empresa situada en Velilla de San Antonio, provincia de Madrid, ha vivido un crecimiento exponencial desde sus inicios en el año 2003, con un breve revés en los años fuertes de la crisis, que han logrado sortear para seguir su camino ascendente. Tal es su buen posicionamiento en el mercado actual, que en su cartera de clientes cuentan con firmas de prestigio como Yves Saint Laurent, L'Oréal o El Corte Inglés, entre otras. Hablamos con Raúl Tenorio, gerente de Tepima sobre las claves que les han llevado a lograr este éxito.

**Tepima se ha posicionado como una empresa de referencia en cuanto a interiorismo y mobiliario comercial. ¿Qué tipo de trabajos llevan a cabo?**

Una de nuestras líneas de negocio se basa en el diseño, la fabricación y el montaje de mobiliario comercial para distintos clientes. En este sentido, nos adaptamos a las necesidades particulares que tenga cada cliente.

La segunda línea de negocio la hemos incorporado hace tan solo un año. Se basa en acometer la reforma integral de cualquier establecimiento. Empujados por las peticiones de nuestros clientes, decidimos abrir esta nueva vía de trabajo.

**¿Para qué firmas trabajan?**

Trabajamos con muchas marcas de lujo en perfumería y cosmética, con joyerías, con firmas

de confección y calzado y también con centros comerciales. Entre ellas trabajamos para El Corte Inglés, L'Oréal o UGG, entre muchas otras.

Pero, además de trabajar directamente con clientes, también lo hacemos para distintas agencias de decoración que, a su vez, tienen contratos con otras firmas tanto a nivel nacional como internacional.

**Son, sin duda alguna, clientes de mucho renombre. ¿Cómo han conseguido trabajar con estas firmas?**

Pues a base de mucho trabajo y de poner el alma en cada proyecto. Fundamentalmente, el boca a boca ha hecho que podamos trabajar a este nivel.

Tratamos de innovar constantemente y de ir un paso por delante de las nuevas tendencias. En interiorismo es fundamental captar lo que el cliente quiere a través de pocos detalles y eso te viene dado por el conocimiento que aportan los años de experiencia en el sector. Conocemos a la perfección el producto y el material con el que trabajamos, sin olvidarnos de que nada de esto sería posible sin el equipo humano que tenemos.



Diseño Perfumería



L'Oréal DermaCenter - Castellana



The Art Valley

**¿Qué necesidades existen hoy en día en el interiorismo comercial? ¿qué aspectos hay que tener en cuenta para lograr el éxito de un proyecto?**

El interiorismo comercial, dentro del mundo de la decoración, creo que es el más completo y complejo por la cantidad de elementos y materiales diferentes que lo componen. Entrelazar y conjugar todos estos elementos y que el resultado sea armónico e impactante, hace que cada uno de nuestros proyectos sea un reto.

Lo que nosotros vendemos no es un mueble en sí, sino la imagen de una marca; marcas que además basan su venta en esta imagen. Por tanto, el impacto visual y la armonía que pueda tener una tienda o un córner es un elemento fundamental de marketing.

**¿Cuáles son las nuevas tendencias en interiorismo comercial?**

Lo que está evolucionando constantemente es la iluminación. En el resto de elementos ocurre como en el mundo de la moda, las tendencias se rescatan del pasado con algunas novedades.

**¿Cómo afrontan cada proyecto?**

Como si fuera el único, como si de ese proyecto dependiera nuestra existencia en el futuro. Por este motivo, damos todo de nosotros mismos para lograr que sea un éxito.

**¿Todo lo que diseñan, fabrican y montan se queda en nuestro país?**

Trabajamos en España pero también lo hacemos fuera de nuestras fronteras a través de una agencia de decoración. Sobre todo hay mucho trabajo en Rusia.

De cara al futuro, nos gustaría seguir ampliando esta presencia internacional, pero somos conscientes de que es una labor larga que requiere de mucha constancia.

**¿Les ha afectado la crisis económica?**

Tepima se fundó en marzo de 2003 por un grupo de tres personas. Los primeros años tuvieron una tendencia ascendente tanto a nivel económico como de crecimiento de la propia empresa. Sin embargo, este crecimiento se vio

frenado en 2007 con el comienzo de la crisis. Cayeron muchas empresas del sector y a nosotros también nos pasó factura, por lo que nos vimos obligados a acometer una serie de reformas estructurales importantes para poder salir a flote. Gracias a estas reformas, en 2008 logramos saltar el bache y volvimos a retomar la senda ascendente que llevábamos. Hoy en día contamos con unas instalaciones de 3000 metros cuadrados -oficinas y nave- y nuestra plantilla la forman alrededor de 70 trabajadores.

**¿Esta crisis ha cambiado la forma de trabajar?**

Sí, esta crisis lo que nos ha dejado es un planteamiento diferente a la hora de trabajar. Ahora se actúa en función de las necesidades de cada momento, en cuanto a ajustes de personal por ejemplo. Tenemos que tener en cuenta que no se puede mantener una plantilla que exceda el volumen de trabajo real; muy a nuestro pesar esto se tiene que hacer así, de lo contrario, la empresa cerraría en tres meses.

**¿Cuál es el objetivo a largo plazo de Tepima?**

Estoy muy satisfecho de donde hemos llegado. Somos una empresa joven y gracias a nuestro trabajo y constancia estamos muy bien posicionados. Si estamos hoy en día donde estamos y seguimos manteniéndonos y trabajando es gracias a la confianza que nos han depositado nuestros clientes. ¿Dónde nos gustaría llegar? Pues, a la consolidación y al reconocimiento de nuestro trabajo, con el fin de ser una empresa líder en el sector.

