

IntecomGroup

Entrevista a Martín Israilson y Alejandro Ali, Socios Gerentes

Intecom, posicionada como un referente en protección contra incendios, concretó una alianza con Apollo, a través de la cual la representará en nuestro país. Sus directivos detallan cuales son los pasos previstos para reposicionar y hacer crecer a la marca en nuestra región.

“Intecom nació en octubre de 2002 como una empresa especialista en sistemas de detección y, en la actualidad, estamos catalogados como una de las principales empresas instaladoras en sistemas de protección contra incendios. Para continuar nuestro crecimiento, hace un año comenzamos a trabajar con Apollo, para obtener la representación de la marca. Para lograrlo presentamos planes de negocios y proyecciones de lo que sería un trabajo en conjunto para posicionar la marca en nuestro mercado”, dice Martín Israilson, Socio Gerente de Intecom acerca del presente y los planes de la compañía en los próximos meses.

“Apollo hoy tiene un porcentaje del mercado muy chico, aunque estamos convencidos de que, por la calidad de sus productos y competitividad en costos, tiene potencial para cubrir, por lo menos, un 30% del *market share* de lo que es detección de incendios en Argentina. Con las limitaciones a la importación, esas proyecciones están supeditadas a la posibilidad de poder ingresar equipos, pero tenemos las herramientas para lograrlo”, concluyó.

- ¿Cómo prevén mantener el stock de productos?

- Intecom forma parte de un grupo de empresas importadoras de productos, por lo cual contamos con un Departamento de Comercio Exterior que se dedica exclusivamente a ese tema, lo cual nos permite hacer previsiones a largo plazo para mantener nuestro stock de productos. En la actualidad, más allá de que el precio debe ser competitivo en el mercado, es necesario tener el producto para lograr un plazo de entrega inmediato o casi inmediato, por lo cual hay que hacer las previsiones necesarias en las compras para poder brindarle al cliente un plazo de entrega lógico y que le sirva para terminar la obra en tiempo y forma.



Martín Israilson y Alejandro Ali, Socios Gerentes de IntecomGroup



“Nuestro objetivo es ser un referente entre los especialistas en sistemas de protección contra incendios para la industria y el sector de servicios en general. Para ello, certificamos todos nuestros trabajos y cumplimos con las normativas de prevención vigentes.”

- ¿A qué segmento de la industria apuntan?

- La idea es trabajar directamente con los instaladores como clientes, por lo cual vamos a formar un departamento técnico para apoyarlos. Estamos programando hacer cursos de capacitación y presentaciones de productos, siempre pensando en el instalador y no en el cliente final. Sí trabajamos con el cliente final en proyectos de extinción por agua y espuma. Lo que es el área de detección, queremos trabajarla con el instalador, que él sea nuestro cliente.

- ¿Qué posición ocupa Apollo hoy en nuestro mercado?

- Apollo hoy está un poco retrasada en lo que es captación de mercado, aunque tiene productos tecnológicamente aptos para competir con las marcas líderes del segmento y a un precio bastante más competitivo, por lo cual no se entiende por qué no creció acompañando al resto de las marcas y siempre se mantuvo en un mercado bastante limitado. Esto no solo se dio en nuestro país, sino en todo el mercado latino.

- ¿Cuáles son las estrategias pensadas para revertir esa tendencia?

- Creemos que trabajando la marca, teniendo productos en stock y ha-

ciendo las capacitaciones con los instaladores que tenemos diseñadas, la marca tiene que posicionarse rápidamente. Nuestras proyecciones indican que, en el próximo año, Apollo logrará entre el 10 y 14% del *market share*, llegando al 30% dentro de tres años. Para lograrlo, hay que hacer fuertes inversiones en posicionamiento a través de distintas acciones de marketing. Sabemos que el primer año será de gran inversión a baja rentabilidad, pero confiamos en que vamos a lograr que la marca sea en poco tiempo un referente en el mercado.

- ¿Qué tipo de proyectos son posibles con la marca?

- Apollo tiene una línea de productos que puede cubrir desde el pequeño comercio hasta la mediana empresa, sin dejar de lado mayores emprendimientos como petroleras o mineras. Tiene productos muy específicos, también, para algunas industrias puntuales, por lo cual podría trabajar en cualquier segmento que requiera detección contra incendios, ya sea detección de humo, llama o gases.

- ¿Cuál es la actualidad del mercado de incendios?

- El mercado de incendio compra en el exterior, hoy, unos 6 millones de dólares anuales, lo cual nos da la pauta de que no es un mercado tan chico. Debería crecer mucho más, pero no acompañan ni la situación actual del país, ni las reglamentaciones vigentes. A través de la Cámara Argentina de Seguridad (CAS) estamos trabajando y promoviendo nuevas leyes, que reglamenten los sistemas de protección contra incendios tomando como base la normativa NFPA. La intención es que esas leyes comiencen a aplicarse en los distintos ámbitos a nivel nacional. Teniendo ese marco legal basado en fundamentos técnicos, lo que restará será hacerlo cumplir. ■