



phil.walford@apollo-fire.co.uk

Phil Walford



Como empresa líder en el desarrollo y fabricación de detectores de humo del mercado, **Apollo** está afianzada también en nuestro país. A lo largo de su historia se caracterizó por la introducción de tecnologías innovadoras y aún hoy continúa investigando y proponiendo nuevas soluciones al mercado.

Establecida en Inglaterra en 1980, **Apollo** es hoy uno de los mayores fabricantes de detectores para de humo del mundo y el primero de Europa. En su historia se encuentran, por ejemplo, la introducción al mercado, en 1981, del primer detector de humo iónico. En 1984 se integra al grupo **Halma plc** y toma su nombre actual: **Apollo Fire Detectors Ltd.**

Una década más tarde, se fabrican y venden en el término de un año un millón de detectores de la serie XP95, una de las marcas características de **Apollo**, que en 1996 mudaría sus instalaciones centrales a una construcción de once mil metros cuadrados de superficie.

Los citados son tan solo algunos de los hitos en la rica historia de la empresa, considerada en la actualidad como una de las líderes del mercado global.

Phil Walford, Gerente de Ventas Regional de Apollo, visitó nuestro país durante los tres días de Seguriexpo y a través de su empresa representante en Argentina, Isolve, habló con RNDs® acerca de la actualidad de la marca, sus proyectos y su relación con el mercado nacional.

- ¿Cómo podría definir la actualidad de Apollo?

- Si bien es uno de los mayores fabricantes de detectores de humo del mundo y tiene la planta más grande dedicada a la manufactura de Europa, **Apollo** está en un momento de crecimiento. Actualmente ronda los 4 millones de detectores manufacturados al año y ha incrementado sus ventas alrededor del 15% en todo el mundo en los últimos dos años. Nuestra política es la de mantener asociaciones con empresas fabricantes de paneles y otros elementos para la detección de incendio que nos permita tener acceso a distintos nichos del mercado global.

- ¿Trabajan de acuerdo a estándares internacionales o pueden fabricar especialmente según la norma de cada país?

- Tenemos un departamento dedicado exclusivamente a lograr las diferentes aprobaciones para que nuestros productos sean admitidos en los distintos mercados. Trabajamos también para lograr las aprobaciones genéricas de funcionamiento, por ejemplo cuando se trata de aplicaciones para equipos especiales o cuando se trata de estándares puntuales, de requerimiento en determinado país, que tienen sus propias normas. **Apollo** invierte aproximadamente 2 millones de dólares anuales en la certificación y aprobación de nuevos productos. También certificamos ISO9000 y cuidamos que todos nuestros productos sean respetuosos del medio ambiente.

“Hemos visto y pasado, junto a nuestros socios locales, distintos períodos de crisis pero siempre nos queda la sensación de que el mercado argentino tiene un poder de recuperación increíble”

- ¿Cuáles son sus mercados más importantes?

- Sin dudas el mercado más importante para nuestra empresa es el doméstico de Inglaterra, que representa hoy aproximadamente un 45% de nuestras ventas globales. Sin embargo, como queremos incrementar nuestra presencia en el mercado global, estamos trabajando con fabricantes de paneles para desarrollar los mercados donde es imperativa la certificación de normas UL para todo el sistema, ya que nosotros contamos con esta en nuestros productos; como por ejemplo en Medio Oriente, Estados Unidos y todos los países de América en general.

- ¿Cuál es la propuesta de Apollo para el mercado americano?

- Sin dudas para nosotros es un desafío. Nuestra meta es poder brindar a este mercado una solución completa en lo que a detección de incendio se refiere. Debemos reconocer que aquí no somos tan fuertes como en Europa, por lo que estamos tratando de trabajar más cerca de nuestros clientes, para poder identificar cuáles son sus necesidades y así poder ofrecer una solución integral.

- ¿Cuál considera que son los distintivos de la empresa?

- Creo que nuestra principal diferencia con la mayoría de nuestros competidores es el ser una compañía independiente. Si bien pertenecemos a un grupo mayor, tanto **Apollo** como todas las empresas que lo integran siguen funcionando como compañías independientes, con sus propias estrategias comerciales y sus propios desarrollos, aunque hay una especie de consenso tácito para desarrollar productos y soluciones en una misma dirección. El hecho de ser independientes, asimismo, nos permite asociaciones con otras compañías del grupo y trabajar con fabricantes externos, con los que también tenemos acuerdos.

- ¿Qué expectativas tienen en el mercado argentino?

- Apollo trabaja desde hace muchos años en Argentina, a través de distintos socios locales. Hemos visto y pasado junto a ellos distintos períodos de crisis pero siempre nos queda la sensación de que el mercado argentino se regenera constantemente. La apuesta es continuar trabajando con nuestro actual socio en el país, para seguir desarrollando este mercado y para poder brindar una solución integral a todos nuestros clientes. ■