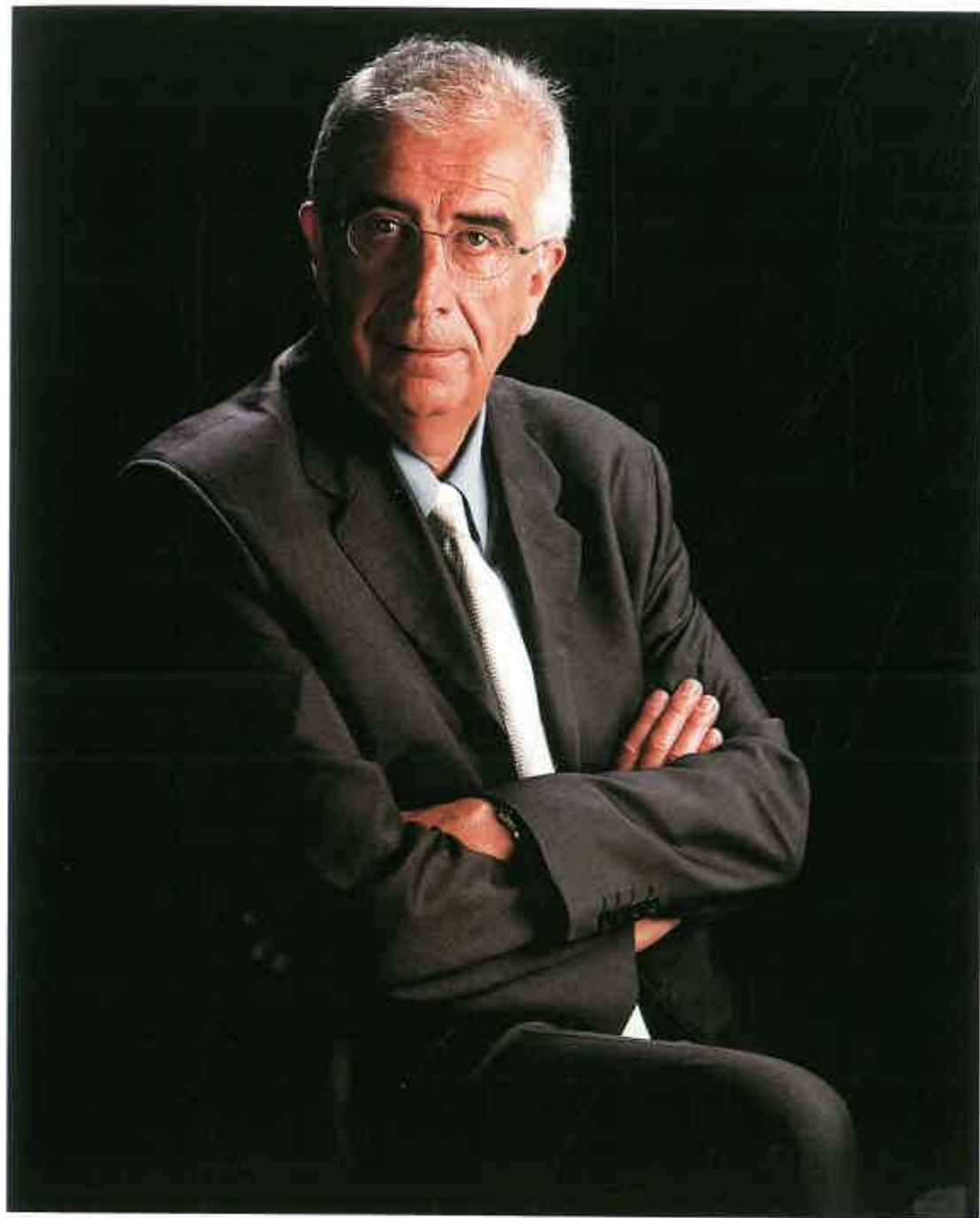


Saber treure profit de les situacions adverses que presenta la vida és una de les característiques personals que asseguruen l'èxit professional en tot moment. Als 50 anys Mario Valls va poder comprovar la desagradable experiència de ser considerat massa gran per a desenvolupar un càrrec directiu en una multinacional dins del sector del màrqueting. Afortunadament, en comptes de rendir-se i donar-se per jubilat, va emprendre la seva pròpia aventura empresarial dins del món de l'assessorament en l'àrea del màrqueting directe, en la qual té una dilatada trajectòria, tal com demostra el fet d'haver estat **"president de la l'Associació Espanyola de Màrqueting Directe i el primer president de la Federació del Comerç Electrònic i del Màrqueting Directe. Després d'arribar a un acord per a la rescissió del meu contracte amb l'empresa per a la qual treballava, vaig començar a estudiar quines opcions de futur tenia perquè a casa no m'hi volia quedar. Vaig analitzar quin era el teixit empresarial del Vallès Occidental, i em vaig adonar que fonamentalment estava constituït per PIME, societats amb pocs treballadors i on l'empresari desenvolupava totes les funcions directives. A partir d'aquí, vaig detectar que hi havia un buit en el mercat, perquè un important sector de l'empresariat català es trobava desatès en l'àrea del màrqueting i vaig crear la meva pròpia gestoria centrada en l'assessorament en totes les qüestions relacionades amb el màrqueting i la comunicació d'empreses mitjanes i petites. Les nostres característiques primordials són el servei personalitzat, el contacte permanent, la immediatesa i la identificació total amb el projecte empresarial dels nostres clients. Tenim molt present que som els directors de màrqueting de cadascuna de les firmes a les quals donem servei. Generalment, som els primers consultors de màrqueting que entren dins d'aquestes companyies i la nostra tasca és confeccionar un pla de màrqueting i comunicació en base a les seves necessitats reals. Els petits i mitjans empresaris tenen tendència a actuar per instint. Nosaltres procurem que no perdin aquest instint creatiu, tot sistematitzant-lo i prioritzant-lo per tal que materialitzin i organitzin les seves intuïcions."** La Gestoria de Màrqueting, fundada l'any 1998, ha estat tot un èxit: **"Les relacions amb els clients funcionen mitjançant contractes anuals amb terminis mensuals i un termini de prova de tres mesos, la qual cosa atorga la possibilitat que els clients valorin la nostra tasca. D'aquesta manera, els nostres serveis esdevenen realment accessibles a aquest sector de l'empresariat. A l'hora de treballar amb la PIME és molt important considerar atentament el factor confiança, que no es guanya mai immediatament i que és imprescindible per poder dur a terme una bona tasca. Cal que ambdues parts tinguin llibertat per rescindir el contracte si els resultats no són els previstos després dels tres primers mesos de relació."** El contacte permanent i l'atenció absoluta que exigeix la seva dedicació obliga que el nombre de clients per consultor no sobrepassi mai els 15: **"La part més important de la nostra tasca es duu a terme durant el primer any de relació. No obstant això, més d'un 90% de les empreses amb què col·laborem volen continuar mantenint el lligam. Això fa que el nombre de clients que**

**entren sigui major o menor en funció de la quantitat de clients d'anys anteriors que romanen sota la nostra supervisió. Evidentment, aquests darrers requereixen un grau de contacte menor, per la qual cosa també se'ls apliquen taxes diferents."** Mario Valls exerceix de manera independent, però està associat a Josep Gassó: **"Treballem amb clients i a oficines diferents, però amb una mateixa marca comercial, La Gestoria de Màrqueting, que tenim registrada tant en català com en castellà."**

Els bons resultats del projecte van animar ambdós socis a plantejar-se la possibilitat d'expandir el negoci, això sí, tenint molt present que el mòbil que els inspira no és pas econòmic, sinó la necessitat de donar una segona oportunitat als professionals que han estat rebutjats a conseqüència de les noves exigències de la societat actual: **"Personalment, considero indispensable haver passat pel món de l'empresa per poder dedicar-te a l'assessorament, ja que és necessària una àmplia experiència pràctica per aportar quelcom als empresaris. L'acceptació de les PIME del Vallès ens va demostrar les bones perspectives d'una assessoria com la nostra i ens va fer plantejar les possibilitats d'expansió, no com a estratègia empresarial, sinó com a mitjà per mostrar a persones de la nostra edat i experiència un nou camí pel qual desenvolupar-se fàcilment i amb moltes perspectives d'èxit perquè la nostra franquícia esdevindrà una de les més barates del mercat, ja que es fixarà més en el potencial personal que no pas en l'econòmic del candidat. A més a més, els oferim una marca comercial i un sistema operatiu consolidat i acceptat. D'aquest plantejament naixerà properament la nostra línia de franquícies. Esperem que a finals de l'any 2001 n'hi hagi 10 arreu de Catalunya. Un cop assolida aquesta fase, n'analitzarem els resultats i les incidències i decidirem si engegem una expansió estatal."** En aquesta nova etapa professional, en Mario ha hagut d'adaptar-se a un sector empresarial que defuig dels tecnicismes i els anglicismes que dominen el món del màrqueting: **"Durant la meva col·laboració amb societats multinacionals, em vaig acostumar a tenir un contacte molt tècnic amb els meus clients que res té a veure amb el que exigeixen les PIME. Això va fer que calgués un termini d'experimentació i d'adequació de les metodologies. Vaig haver de reajustar el meu vocabulari tècnic perquè els petits i mitjans empresaris volen que els parlis amb termes entenedors i que hi establis una relació propera, d'igual a igual. En aquest sentit, hem ideat unes conferències o xerrades sobre determinades qüestions que preocupen el sector: com fidelitzar els clients, com dur a terme un pla de màrqueting a una petita i mitjana empresa..."**

La seva activitat, però, no acaba en l'assessorament de les empreses del Vallès, sinó que també col·labora en la difusió de la tasca que es porta a terme des de l'Ajuntament de Terrassa: **"Quan vaig començar a encarregar-me de l'assessorament de l'àrea de medi ambient, vaig adonar-me que mai no s'havia realitzat cap campanya per informar els ciutadans de quines eren les seves competències. Aquesta sol ser la mancança més generalitzada tant a les institucions privades com a les públiques."**



**“El factor confiança,  
que no es guanya  
mai immediatament,  
és imprescindible  
per poder dur a terme  
una bona tasca”**

**Mario Valls** - Terrassa (Vallès Occidental)