

EMILIO LLOPIS PRESIDENTE DEL CLUB DE MARKETING VALENCIA

“El marketing es una de las principales soluciones para mejorar la competitividad”

Expertos en promoción y venta de grandes compañías y pymes han creado un foro integrado por profesionales del sector y entidades académicas que cuenta con participación empresarial

ANTONIO LUQUE ■ VALENCIA

Cómo nace el Club Marketing Valencia?

Se crea en septiembre de 2004, a partir de una iniciativa encabezada por mí y un grupo de profesionales del marketing de la Comunidad Valenciana.

¿Qué se busca con ello?

El marketing es una de las principales soluciones propuestas desde todos los sectores relacionados con la economía valenciana para mejorar la competitividad de las compañías. En ese sentido nuestro club, como asociación sin fines lucrativos que tiene el objetivo de profesionalizar la gestión empresarial mediante el marketing y la investigación, pretende contribuir a potenciar la actividad empresarial y la creación y crecimiento de las empresas valencianas o con sede en nuestra provincia.

¿Qué objetivos concretos tiene?

Fundamentalmente estar al día sobre el conocimiento y técnicas del marketing y la interrelación entre los socios, que están en el Club a título individual pero que pertenecen a grandes firmas que supone la aportación de experiencias e ideas que son comunes a todos los integrantes del sector de marketing.

¿Qué aportará el Club de Marketing a Valencia?

El Club de Marketing funciona con éxito en otras grandes ciudades españolas como Barcelona, Madrid, Pamplona o Zaragoza, pero hasta ahora no existía ninguno en Valencia. Ese fue un dato que ya nos animó a emprender su creación.

¿Cómo puede contribuir el Club a la economía de nuestra provincia?

Nuestro objetivo más ambicioso y que engloba toda la idea es convertir a Valencia en un referente empresarial. Esta entidad constituye un foro en el que se reúnen los profesionales valencianos para actualizar sus conocimientos, intercambiar experiencias y conocer quién es quién en el mundo del marketing, promoviendo colaboraciones entre las diferentes compañías.

¿Qué tipos de socios tienen?

Buscamos la dignificación de la profesión en Valencia y queremos estar presentes en todos los acontecimientos, para ello ofrecemos la idea en tres ejes, a través de los tres consejos del CMV; Institucional, Corporativo y Académico. El Institucional engloba a las instituciones profesionales y empresariales, tanto públicas como privadas, destacando una oferta que hemos dirigido a la Generalitat Valenciana que es un excelente punto de partida; el Académico, representativo de los profesores, estudiantes e investigadores de Universidades y Escuelas de Negocios; y el Corporativo con empresas asociadas, principal motor económico del Club.

¿Se pueden saber colaboradores concretos?

No todos, pero no me importa nombrar a los que ya hemos hablado y están cerrados: Ayuntamiento de Valencia, con proyectos conjuntos de CityMarketing; Instituto de Empresa, Florida Universitaria, ESIC, y la Universidad de Valencia; también como empresas, SH Hoteles, Kinépolis, Mediaplanning y conversaciones con empresas de sectores estratégicos valencianos.

¿Qué obtienen los socios a cambio de las cuotas?

Hemos establecido un sistema de cuotas bajas; para junior entre los 7 y 9 euros, y para seniors unos 150 euros al año. A cambio obtienen principalmente servicios y actividades.

¿Qué tipo de servicios?

Realmente de todos los necesarios; principalmente el estar permanentemente informados sobre la situación del sector y de todas las actividades que se vayan organizando, a través de la web del Club (www.clubmarketingvalencia.com) y de comunicaciones periódicas que se les va haciendo llegar. Anualmente, el CMV publicará un boletín que orientará sobre cualquier faceta de interés del sector y directorio de empresas.

¿Y actividades?

Muchas y muy variadas. Tenemos jornadas sectoriales en colaboración con universidades y escuelas de negocios; organización de eventos, visitas a empresas y conferencias y seminarios con temas de la máxima actualidad.

¿Qué son y que hacen los Comités de Trabajo?

Constituyen el principal motor de la actividad del Club Marketing Valencia. Son órganos a través de los cuales los socios participan en las actividades del Club y en su gestión interna. Cada uno de ellos se centra en una disciplina o trabajo concreto.

¿Están las empresas valencianas preparadas y fuertes ante una posible crisis?

En nuestro Club tan sólo debati-

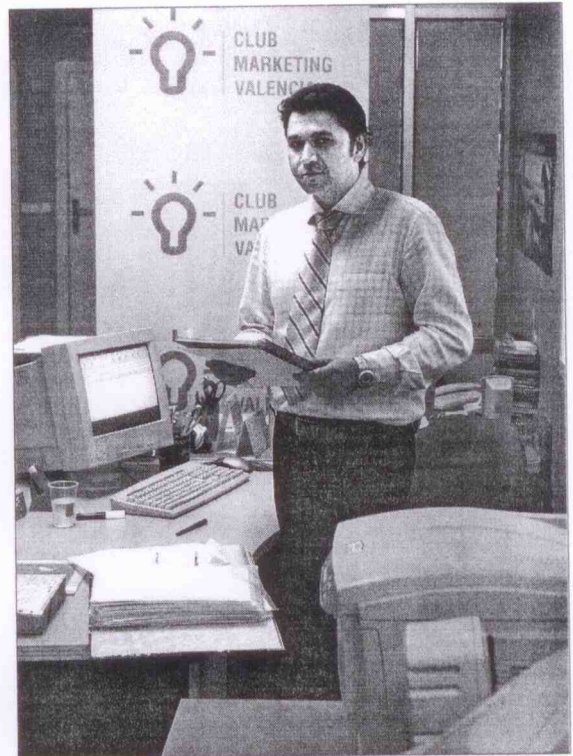
mos e intercambiamos experiencias, cada socio de forma individual se nutre e informa. Si pide mi opinión, hay crisis en algunos sectores empresariales valencianos, principalmente por la deslocalización y hay podemos ayudar nosotros.

¿De qué forma?

Haciéndoles ver que la deslocalización tan sólo es producir en otro lugar, pero todo lo demás, el cerebro y la estrategia ha de quedar en la sede de la empresa, aquí en la Comunidad Valenciana. Si eso se asume, no hay ningún problema para las empresas valencianas, como de hecho está empezando a ocurrir. El lugar de fabricación e incluso la distribución se puede hacer desde otro país, pero la comunicación, precio, estrategia y negocio queda en nuestro país.

¿Y las pymes?

Pese a que muchas están más que



El presidente de CMV, Emilio Llopis, en un despacho de la firma. / JOSÉ MARIN

al día, en ellas puede haber un poco de crisis de adaptación, de déficit de marketing con respecto a la empresa europea. El Club ofrece conocimientos y actividades.

¿Y el futuro?

Ha de ser inmejorable y nos aporta-

rará la fuerza en el sector y la mejora del entramado económico valenciano. Crearemos también una dirección ejecutiva para coordinar la actividad del Club, integrada por un gerente, un director de Marketing-Comercial y un equipo assistant.

Avales Técnicos SGR

Máxima agilidad y Mínimo coste

La SGR pone a disposición de las empresas Promotoras y Constructoras, las que licitan y contratan con la Administración y Organismos Oficiales y en general cualquier empresa que precise garantizar sus obligaciones contractuales, su Servicio de Fianzas y Avales Técnicos en las condiciones más competitivas del mercado.

SGR SOCIEDAD DE GARANTÍA RECÍPROCA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA



VALENCIA

AMADEO DE SABOYA, 1
46010 VALENCIA
TEL 963 391 490
FAX 963 391 059

Especialistas en Pymes

<http://www.sgr.es>
E-mail: sgrvalencia@sgr.es

PERFIL

Emilio Llopis Sancho, valenciano, nace en Mislata en 1969, casado. Es licenciado en Ciencias Empresariales, por la Universidad de Valencia. Es master en gestión comercial y dirección de Marketing en la Escuela Superior de Gestión Comercial (ESIC). Actualmente es director gerente de Delfin Group Levante S. L., y socio consultor de Marketing para Pymes en Mind Bureau. Desde junio de 2004 es socio fundador y presidente del Club de Marketing Valencia.