

ALTOARAGÓN ECONÓMICO

NÚMERO: 1.243

Marketing de Pymes y Evolucionaria, 20 años de innovación enfocada a las personas

SERGIO BERNUÉS ES EL ALMA DEL GRUPO DIFERENTIA QUE HA ORGANIZADO GRANDES EVENTOS, CONSULTORÍAS Y CONFERENCIAS EN ESPAÑA Y SUDAMÉRICA

Javier García Antón

HUESCA. - Licenciado en ADE y en Marketing, Sergio Bernués, tras dos años en la gerencia del Centro de Formación Ribagorza, descubrió que integrar una entidad financiera era tan cómodo como insatisfactorio para su espíritu. Corría el 2001 cuando salió sin retorno de la zona de confort y eligió la senda del autónomo, primero para una faceta para la que está especialmente dotado, la formación, posteriormente para completar su campo de acción con su gran pasión, el márketing y las personas.

En los albores de esta actividad elaboró el plan de marketing del Peñas Oscenses (del que fue futbolista, deporte sobre el que derrocha sabiduría por afición y curiosidad intelectual), que incluía la camiseta de la bandera de Huesca. Su primera razón social fue Cetresce (las tres C, Creatividad, Constancia y Conocimiento), el paraguas de la marca, Marketing de Pymes. Se instaló en Walqa y abrió una carrera con horizontes pero sin límites, en torno al Marketing, las Habilidades Directivas y Comerciales, la Comunicación y la Motivación. Como herramientas, la consultoría de empresas, las conferencias, la organización de eventos y la docencia tanto en la Universidad de Zaragoza (2007-2008, en ADE y Nutrición, con la materia de la planificación estratégica en el sector) como en Esic Marketing and Business School (desde 2009 hasta la actualidad).

Sus primeros clientes fueron UAGA, Cámaras de Comercio, IFES, asociaciones de Empresarios, Rafael Tena y otras compañías, que merced a su alianza con el experto Juan Carlos Alcaide crecieron en portfolio y dimensión: Adeslas, Telefónica, Eroski, Fórum Sport y muchas de las empresas más punteras de la provincia de Huesca.

A la familia de Marketing de Pymes-Diferencia, se sumó Evolucionaria, una estructura pensada en la organización de eventos corporativos, sociales e institucionales “que porporcionen experiencias positivas memorables y dignas de ser contadas con objeto de formar, motivar e inspirar a los asistentes”, y acrecentar la reputación de los clientes.

Evolucionaria, línea de futuro a la salida de la pandemia, se estrenó con la explotación cinco años del parque La Gabarda. Una de las primeras acciones se produjo en Segovia, luego inspiró y desarrolló Ideandando (el foro de emprendimiento de la Comarca de La Hoya), Emprendárea (en Monegros) y el Salón de Innovación y Emprendimiento (SIE) de Huesca, que dirige desde 2014 con un crecimiento exponencial tanto de participantes como del interés de temáticas. Una de las características que se explica por el rigor de Bernués es que cada evento parte de una conceptualización diferencial (con sus presupuestos filosóficos, su lema y sus objetivos), el diseño, la planificación y la ejecución. Por el SIE, el último llamado Reset por las circunstancias de la covid, han pasado conferenciantes como Álex Rovira, Víctor Koppers, Pedro Baños, Nuria Chinchilla, Sergio Sauca y Helena Guardans, líderes del pensamiento, economía y emprendimiento.

En el catálogo de Marketing de Pymes, el Ágora en los Porches con la Asociación de Comerciantes, las bodas de plata de la Trenza de Almudévar con Tolosana, el Otoño para el Recuerdo con Alzheimer Huesca y generosas colaboraciones e iniciativas con el Tercer Sector y la cultura.

Tras el verano, la empresa estrenará nuevas instalaciones en Huesca e impulsará nuevos proyectos digitales. En paralelo, Sergio trabaja en el desarrollo de un nuevo e inminente libro.



Conferencia de Sergio Bernués en Hoy es Marketing en Pamplona.



Actividad de Concahusa en el Palacio de Congresos de Huesca.



EN FRASES

“El marketing es el equilibrio de muchos conceptos y acciones, ha de tener profundidad estratégica y ética”

“Las empresas que apuestan por nosotros exigen decisiones y concreción, y es fundamental que se entiendan los cimientos para que haya coherencia”

Sergio Bernués Coré
Director general de Marketing de Pymes

Visión humanista

Las conferencias de Sergio Bernués retratan su percepción de la realidad en general y de la empresa en particular. Las ha impartido en Nicaragua y otros lugares de Sudamérica, y en muchos puntos de España. Ha participado como orador en tres ediciones de Hoy Es Marketing de ESIC en Pamplona, Zaragoza y Sevilla, y la pandemia cortó su presencia en otros puntos. Ha sido conferenciante en el Foro Empresa en Zaragoza y en el Premio Empresa Huesca, y en la multitud de charlas que ha pronunciado adapta el mensaje, desde sus convicciones, al auditorio. Parfraseando a Maya Angelou, “la gente olvidará lo que dijiste y lo que hiciste, pero no olvidará cómo le hiciste sentir”.

Muy dotado para el lenguaje, juega con la semántica para defender la centralidad del triple

“Cliente: interno, externo y entorno”, al que se llega mejor con una “visión humanista de la empresa”. Lamenta que “el márketing no se entiende bien, porque es el equilibrio de muchos conceptos y de muchas acciones, debe tener una gran profundidad estratégica y ética”. Marketing de Pymes adapta sus planteamientos como consultoría “al entorno cambiante. Sabemos que las empresas que apuestan por nosotros exigen decisiones y concreción, pero también es fundamental que se entiendan los cimientos para que haya coherencia. Conectar e interactuar con el cliente permite afrontar un entorno VUCA, volátil, incierto, complejo y ambiguo”. Su gusto por el estudio se agrega a una capacidad de observación que le abre a universos de materias como la neurociencia o la psicología, que aplica al asesoramiento y planificación para sus clientes.

Sergio Bernués ha evolucionado en paralelo a sus circunstancias personales por motivos de salud familiar. Se ha levantado cada día con nuevos proyectos, como el libro “El penalti de Panenka. Una parábola de Marketing, Innovación y Personas”, con más de 1.000 ejemplares vendidos, que le reporta satisfacciones. Metáfora sobre la importancia de la audacia, la creatividad y la creencia en uno mismo.

Ha creado Concahusa, asociación sin ánimo de lucro para apoyar a organizaciones y causas sociales, que desarrolló un primer congreso con Valentia y prevé el segundo tras la covid. Suya fue la iniciativa de un “crowdfunding” para sufragar las máscaras de Julio Luzán (Tecmolde) y otras protecciones de José Víctor Alfaro (Podoactiva), con 500.000 unidades que llegaron a hospitales, residencias y personal esencial de toda España en torno al Foro Huesca Excelente al que pertenece. Una iniciativa repleta de voluntariado y sin fondos públicos cuyo premio fue el abrazo imaginario pero entrañable de miles de profesionales de todas las comunidades del país. Eso sí que es “evolucionar”. ●