

# “Transformamos la promesa de una marca en una vivencia tangible”

**MIGUEL ÁNGEL BARRAGÁN RODRÍGUEZ** CEO Y GENERAL MANAGER DE 4 FOR EVERYTHING

**4 for everything es una agencia de marketing experiencial con el foco en ayudar a las marcas a conectar con su público de manera auténtica y memorable**

**4** for everything tiene como objetivo diseñar y producir experiencias que se graben en la memoria, desde acciones de street marketing hasta grandes congresos y eventos. Con un equipo experto en marketing experiencial y un hub de innovación en el que desarrollan herramientas tecnológicas propias, trabajan para hacer de cada evento una vivencia significativa con un compromiso transversal con la sostenibilidad.

**La primera pregunta es clara y creo que necesaria: ¿qué es el marketing experiencial?**

El marketing experiencial va más allá de una actividad; es crear momentos que emocionen, logrando que el público no solo reciba un mensaje, sino que lo viva intensamente.

En 4 for everything lo entendemos como un canal de comunicación único, donde la marca se convierte en una experiencia en la que los asistentes son protagonistas. Permite transformar la promesa de una marca en una vivencia tangible, algo que genera una conexión emocional duradera.



“Nuestro mayor diferencial es el enfoque integral: nos ocupamos de todo el proceso, desde la creatividad y estrategia hasta la producción y logística”

**¿Cómo ha evolucionado 4foreverything desde su fundación hasta convertirse en una agencia de marketing experiencial reconocida en el sector?**

Fundamos 4 for everything hace más de 11 años como empresa de producción para marcas y agencias. A medida que crecíamos, añadimos nuevos departamentos de servicio hasta convertirnos en 2019 en una agencia de marketing experiencial de proyección internacional.

Hoy, somos un equipo multidisciplinar que integra creatividad, arquitectura, sostenibilidad y tec-

nología, lo que nos permite ofrecer experiencias completas. Con una fuerte capacidad de producción interna y especialización en diferentes tipos de eventos, hemos logrado posicionarnos como referentes en un sector que demanda más creatividad y sostenibilidad.

**¿Cuáles son vuestros puntos diferenciales respecto a otras agencias?**

Nuestro mayor diferencial es el enfoque integral: nos ocupamos de todo el proceso, desde la creatividad y estrategia hasta la producción y logística.

Además, estamos muy comprometidos con la sostenibilidad. Trabajamos para que cada evento deje la mínima huella posible. Somos conscientes del impacto efímero de esta industria, y nos enfocamos en reducirlo, integrando materiales reutilizables y sistemas de economía circular. Formamos a todo el personal en sostenibilidad, auditamos a nuestros proveedores y asesoramos a nuestros clientes en torno a este tema.

Contamos con un hub de innovación en el que desarrollamos herramientas tecnológicas que aportan valor a nuestros clientes, siempre desde una visión sostenible.

**¿Podrías compartir ejemplos de innovaciones recientes que 4 for everything ha implementado en la organización y producción de eventos?**

Una de nuestras innovaciones recientes es nuestra tienda virtual para ferias, una plataforma desarrollada in-house que facilita la configuración de espacios a cada

expositor, además de integrar el cálculo de la huella de carbono en tiempo real en función de las decisiones de diseño y materiales. Estamos desarrollando aplicaciones de IA adaptadas a nuestro sector para ofrecer soluciones más eficientes y sostenibles, y avanzamos en la creación de materiales a partir de residuos.

**Hablando de esto, la sostenibilidad es un pilar fundamental para 4 for everything. ¿Qué medidas específicas habéis adoptado a respecto?**

Es uno de nuestros ejes centrales. Fuimos pioneros en el sector al obtener en 2021 la certificación ISO 20121 que garantiza que contamos con un sistema transversal de gestión sostenible de eventos. Este sistema abarca a todos los departamentos y ha implicado un cambio de procedimientos que hemos ido asentando con capacitaciones a nuestro personal. En nuestra actividad empresarial también tenemos la sostenibilidad presente. En nuestra sede en Madrid contamos con 330m2 de placas solares que abastecen de parte de la energía que necesita nuestra oficina. Calculamos y compensamos nuestra huella de alcance 1 y 2 a través del Ministerio de Transición Ecológica desde hace tres años y, desde este año, monitorizamos el alcance 3 con carácter retroactivo para tener un mapa a partir del cual intervenir para mejorar. Además, llevamos otro tipo de iniciativas sociales beneficiosas para el sector, como el reciente protocolo de prevención de violencia de agresiones sexuales a mujeres en eventos que hemos de-

“Trabajamos en un plan estratégico de expansión internacional que se desarrollará entre 2025 y 2028, con el objetivo de ofrecer mayor capacidad de gestión y producción en toda Europa”

sarrollado de la mano de la Asociación MUM.

**De cara al 2025, ¿en qué planes destacados está trabajando 4 for everything y qué reseñarías de ellos?**

Estamos en plena expansión. Uno de nuestros logros más importantes será la apertura de una nueva sede ampliada en Barcelona, con capacidad de producción y fabricación propia, que complementará nuestra base en Madrid. Trabajamos en un plan estratégico de expansión internacional que se desarrollará entre 2025 y 2028, con el objetivo de ofrecer mayor capacidad de gestión y producción en toda Europa.

Este crecimiento nos acercará a nuestros clientes y a nuevos mercados, sin perder el foco en la sostenibilidad y en la innovación. Con esta visión, queremos consolidarnos como un referente europeo en marketing experiencial, preparado para realizar proyectos de cualquier escala.

**Acabemos hablando de futuros y de retos: ¿cuáles son los del sector en general y de 4 for everything en particular?**

Nos enfrentamos a retos importantes, como equilibrar la sostenibilidad y la creciente demanda de experiencias inmersivas, garantizando que la tecnología conecte en lugar de aislar. Queremos ser líderes en este cambio hacia un modelo sostenible, creando estándares que inspiren a la industria. Trabajamos para anticiparnos a los cambios geopolíticos y ecológicos que afectarán al sector. Para nosotros, el futuro está en crear experiencias memorables que no solo impacten en el momento, sino que generen valor duradero para las marcas, las personas y el planeta.

