

Capítulo 12

ALEGRÍA ACTIVITY

La empresa de servicios alegría activity está especializada en la realización y producción global de campañas de comunicación itinerantes de tipo divulgativo, educativo-pedagógico y promocional.

Comienza su actividad en Colombia en el año 2003 como extensión de un proyecto innovador que permite la reutilización de autobuses, convirtiéndolos en espacios móviles aptos para diferentes finalidades.

Colombia, mercado y plataforma de acceso a mercados colindantes

Por **Diego Rodríguez**

General Manager de alegría activity

La empresa de servicios alegría activity está especializada en la realización y producción global de campañas de comunicación itinerantes de tipo divulgativo, educativo-pedagógico y promocional, incluyendo la prestación de servicios vinculados a ellas, como servicios de creatividad, realización de programas multimedia, gestión web y de redes sociales y/o prestación de servicio de telecomunicaciones. Es lo que conocemos como *Mobile Experiential Marketing*.

Las campañas desarrolladas por alegría activity se enmarcan generalmente en el ámbito del *social marketing*, con contenidos relacionados con la sensibilización y formación en materias como medio ambiente, tecnologías de la información, salud, consumo responsable, educación financiera, cultura, promoción de la lectura, igualdad de género, sensibilización digital, oficinas de atención, promoción y prevención, entre otras. Adicionalmente alegría activity diseña, fabrica y vende unidades móviles especiales según los requerimientos de los clientes. Ha participado en proyectos para industrias como seguridad y defensa, salud, energía y prevención de desastres.

La filosofía de la empresa ha sido, desde un inicio, ofrecer al cliente una solución llave en mano para su proyecto de comunicación, abarcando la conceptualización

de la campaña, el desarrollo de diseños y contenidos de la misma, la construcción y adaptación de las unidades que van a servir de soporte móvil, así como la prestación de los servicios necesarios para su óptimo aprovechamiento por parte del cliente (movilidad de la unidad, monitorización y dinamización de la actividad a desarrollar, secretaría técnica para la convocatoria del público objetivo de la campaña, conectividad a Internet de las unidades, etc.).

La dilatada experiencia adquirida en el campo de la promoción, formación y prestación de servicios vinculados al conocimiento garantiza la calidad en la comunicación directa con la gente. Cada campaña genera experiencias integrales a través de dinámicas que llevan asociadas percepciones sensoriales, creativas y afectivas o emocionales, proporcionando así vivencias perdurables y memorables en el tiempo.

El crecimiento de la empresa, basado en la actividad de creación, realización, puesta en marcha y seguimiento de campañas de educación, comunicación, investigación, promoción y formación, ha llevado a alegría activity a integrar prácticamente la totalidad de las fases necesarias en el desarrollo de su producto (construcción de unidades móviles, conceptualización y desarrollo de las mismas, adecuación de los vehículos construidos a las campañas, elaboración de desarrollos tecnológicos, aplicaciones multimedia y contenidos audiovisuales, prestación de servicios de telecomunicaciones, gestión de la web y redes sociales asociadas a la campaña, etc.).

Quizás este origen tan especial es el que condiciona el clima de innovación que caracteriza a la compañía: su evolución ha carecido en muchos momentos de modelos a los que seguir, por su inexistencia, y ha requerido de iniciativa interna para plantear cada mejora e innovación.

Tanto el nacimiento como la evolución de alegría activity van siempre de la mano de la innovación y, desde hace ya unos años, paralelamente a la internacionalización, proceso que se ha revitalizado en los últimos seis ejercicios.

El deseo de proyección internacional da inicio a la creación de una filial en Colombia. En este sentido, se ha implantado un sistema de traslado de conocimientos con alegría activity América que ha resultado muy interesante para la implantación en Colombia de la metodología y el «saber hacer». Frecuentemente, los diferentes equipos de trabajo viajan desde Colombia a la sede de Vitoria y aprenden allí acerca de los diferentes procesos comerciales y de servicio. En la actualidad, contamos con un centro de producción de más de 2.000 metros cuadrados en Bogotá y generamos alrededor de 70 empleos directos.

La empresa alegría activity nace en Colombia en el año 2003 como extensión de un proyecto innovador que permite la reutilización de autobuses, convirtiéndolos en espacios móviles aptos para diferentes finalidades. La aventura de alegría activity en Colombia fue facilitada por la consecución de un socio local, que permitía a la empresa una relación más cercana con los clientes, proveedores y autoridades.

El principal reto para iniciar operaciones en Colombia fue el traer un servicio nuevo e innovador que no tenía precedentes en el país. Por esta misma razón, el proceso inicial de venta y convencimiento de nuestros clientes fue una labor lenta y de mucha

paciencia que requirió más de dos años para lograr afianzar su actividad comercial y empezar a generar proyectos para clientes colombianos.

En Colombia, la estrategia de alegría activity se concentró en resaltar las siguientes características:

- El factor medioambiental, a partir de la utilización de unos vehículos amigables con el medio ambiente y que cubren toda la normativa internacional.
- El factor móvil, que permite acercar las acciones que hay que llevar a cabo a todo el público destinatario de las mismas, independientemente de dónde se encuentre.
- El factor creativo, aportando un diseño impactante e innovador que sirve de base para hacer atractivo al público este tipo de iniciativas y funciona, al mismo tiempo, como valla publicitaria de la campaña que está representando.

Una vez consolidada la empresa en Colombia, alegría activity emprende el reto de expandirse en la región. Es así como en el 2011 decide incursionar en el mercado ecuatoriano promoviendo sus servicios en instituciones públicas y privadas. Como meta para los años 2014 a 2016 es tener una implantación en los países de Perú, Chile y México. Los retos de llegar a cada uno de estos países son múltiples y variados, los principales factores que se deben considerar son las diferencias culturales, los trámites y procedimientos aduaneros, la legislación laboral y fiscal y la capacitación del personal.

Esperamos que en un futuro muy cercano estemos desarrollando nuestra actividad de forma integral y completamente ajustados a la cultura y forma de hacer negocios en los países más representativos de América, y en este proceso Colombia, con su tamaño y dinamismo, se ha convertido en un pilar fundamental.