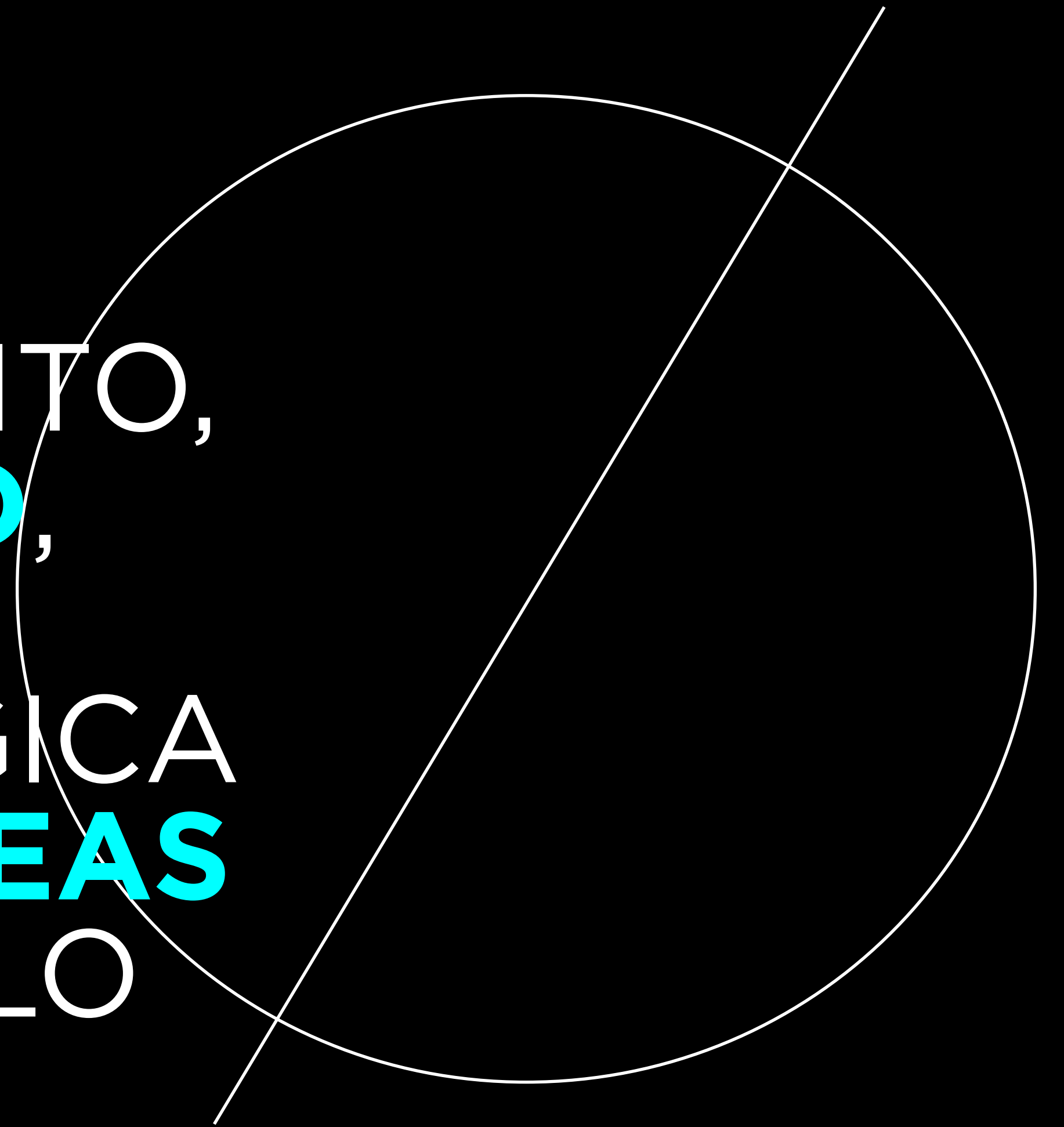




**SCHRÖDINGER**  
GRØUP

EL **CONJUNTO VACÍO**  
SIMBOLIZA NUESTRO  
LUGAR DE ENTENDIMIENTO,  
DONDE LA **CREATIVIDAD**,  
LA ESTRATEGIA Y LA  
**INNOVACIÓN** TECNOLÓGICA  
FUNDAMENTAN ESAS **IDEAS**  
QUE VAN MÁS ALLÁ DE LO  
ESTABLECIDO.





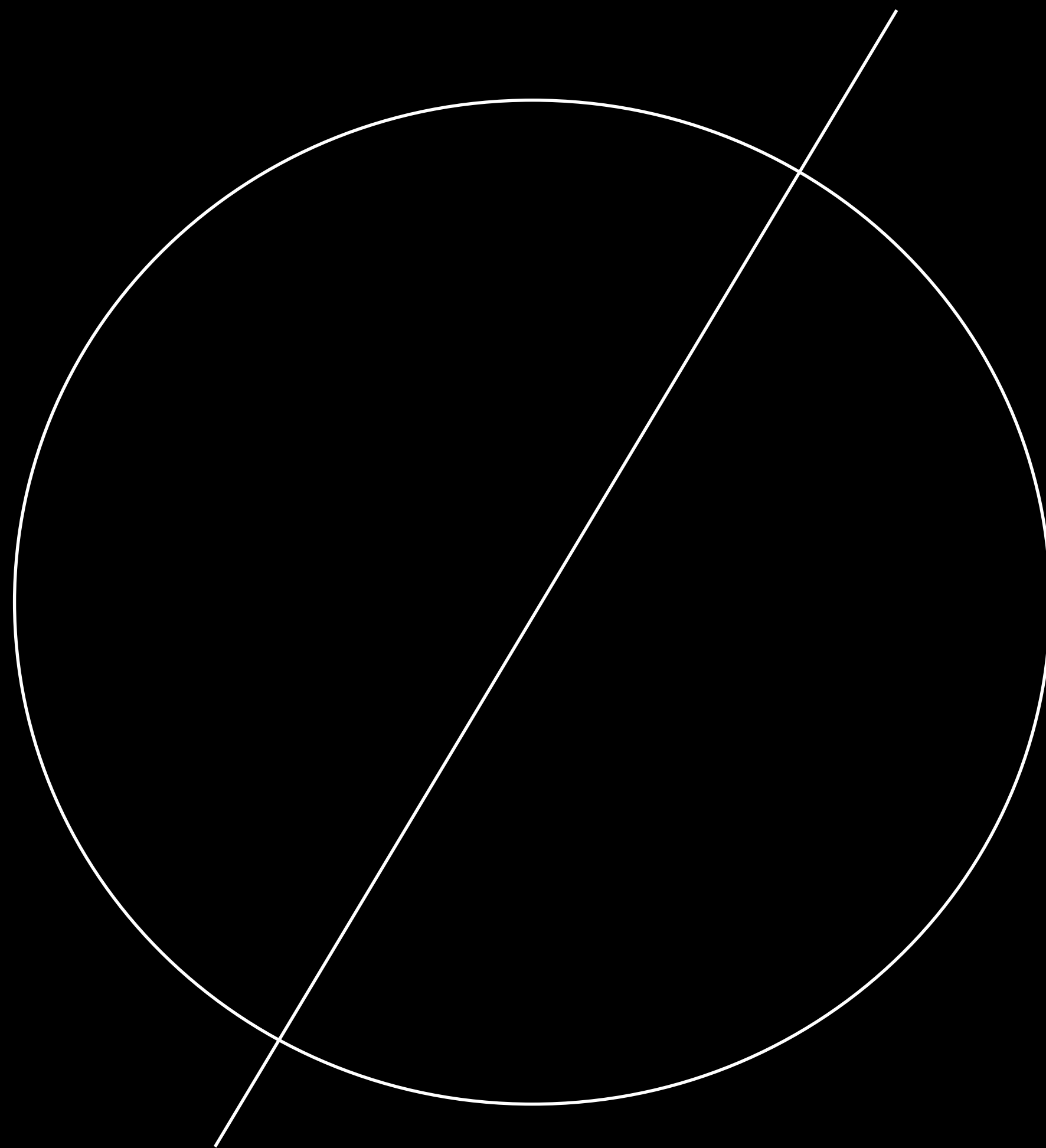
# INDEX

- 01. THE GROUP
- 02. PROYECTOS
- 03. CLIENTES



01.

THE GROUP





# 01. THE GROUP

SCHRÖDINGER GROUP constituye un grupo de empresas relacionadas con el **marketing**, la **publicidad** y la **tecnología** que tiene como objetivo favorecer el crecimiento de marcas en todo el mundo.

**Construimos** proyectos extremadamente metódicos y de alto valor, donde el **ingenio** hace destacar a las empresas por encima de sus competidores.

Convertimos lo cotidiano en **extraordinario**, de forma atrevida, valiente y sofisticada. ¿Estás preparado para que te sorprendamos?. Si es así, **te damos la bienvenida**.





# 01. THE GROUP **CREATIVITY**

cr+[ix2]xid=

La madre del cordero, el **hajime** del grupo, donde nace todo para propagarse de forma eficiente.

En esta división se crean los proyectos **creativos y estratégicos**. Construidos de una manera, **disruptiva**, novedosa y relevante. Un valor diferencial, que convierte las ideas concebidas en SCHRÖDINGER, en pilar de la comunicación de nuestros clientes.

Una forma de llegar a las personas que busca generar **haloestímulos** positivos a través de la simplificación del mensaje y la sofisticación de la **estrategia**, quedándonos en el subconsciente colectivo.





# 01. THE GROUP **QUANTUM** Q+[ixd]xt=

Nuestra división más **“techie”** donde desarrollamos e implementamos nuevas tecnologías en los proyectos de nuestros clientes. Desde un website corporativo a una compleja **plataforma lenticular**, app o servicio de mantenimiento web.

Ecommerce que ayudan a vender más, websites autogenerativos, estrategias de negocio digital o **navegación lenticular** son algunos de nuestros servicios más demandados.

Una división que cuida desde el origen las premisas del inbound, construyendo **soluciones** que benefician la generación de **leads** de calidad. Porque la adquisición comienza en el desarrollo.

Quantum investiga profundamente en nuevas fórmulas de comunicación o análisis dentro del ámbito publicitario para **beneficiar** a nuestros clientes.



# 01. THE GROUP **FARADAY** MEDIACOM

FARADAY es la **neo-agencia de medios** del grupo. Nace para romper con lo establecido, dando pie a una nueva era en la propagación de campañas.

**Democratizamos** los espacios para tus anuncios rompiendo las barreras de la ubicación. Las barreras de la accesibilidad. **Sin obligaciones**, sin trabas y **asequible** para todos.

Televisión en day time, circuitos exteriores de pantallas de alto impacto y social ads en un solo concepto publicitario que ya ha proporcionado **altos ROI** a muchos de nuestros clientes. La planificación ponderada es clave para Faraday en los productos más demandados: **UBIQ-A** y **URBAN**.

Nimorex, el algoritmo de SCHRÖDINGER, sitúa tus anuncios donde más rendimiento puedes obtener ¿Telecinco? Telecinco, ¿Instagram? pues Instagram... **donde tu retorno sea el mejor**, garantizándote presencia en los ámbitos on y off.





# 01. THE GROUP **PURPLE** VIEW

Purple View es nuestro sistema de **generación** de imágenes y vídeo basado en **inteligencia artificial**, que con el apoyo del equipo creativo de SCHRÖDINGER, consigue una altísima calidad sobre el contenido generado.

El **éxito** de Purple view se basa en una metodología que se apoya en el conocimiento de la **IA**, sus parámetros, variables y prompts, así como un esfuerzo creativo post generación que garantiza una edición de alta calidad a un **coste** realmente **bajo**.

**Creamos** un contenido muy valorado por nuestros clientes por la eliminación de barreras físicas y mentales para generar un **spot**, key visual o **imágenes** destinadas a contenido general.

La **supresión** de **costes** propiciados por localizaciones, sets de grabación o personal técnico y artístico, así como la idea de poder generar lo que deseemos, **sin límites**, convierten a Purple View en una opción muy deseada por nuestros clientes.



# 01. THE GROUP FEYNMAN BROTHERS

La más desenfadada del grupo. Donde nuestros compañeros **juguetean** con los datos y la generación de leads.

**Developers**, ex Google, Meta y Amazon, que se han integrado en SCHRÖDINGER, capitanean esta división, donde desarrollan soluciones orientadas a **marketing** para nuestros clientes en todo el mundo.

Servicios como la creación de **landing pages** de campaña autogenerativas o tradicionales, gamificación, rewards o implementación de servicios de **analítica**, cloud e **inbound** son de los más demandados en este área tan especializada.

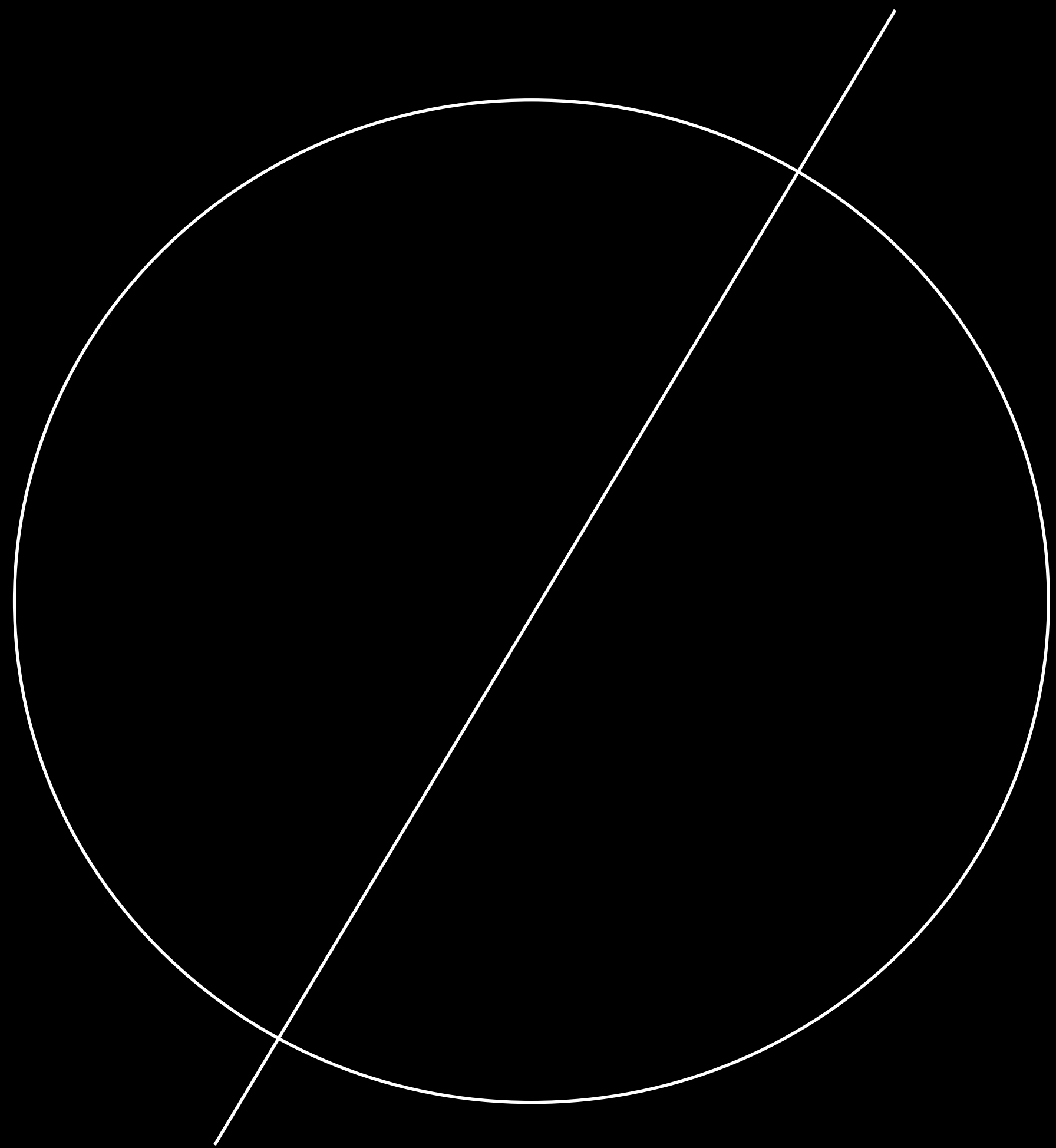
Feynman Brothers traspasa nuestra **experiencia** en data science, desarrollo web y **optimización** de campañas a los clientes que han decidido dirigir sus **campañas online** in house.





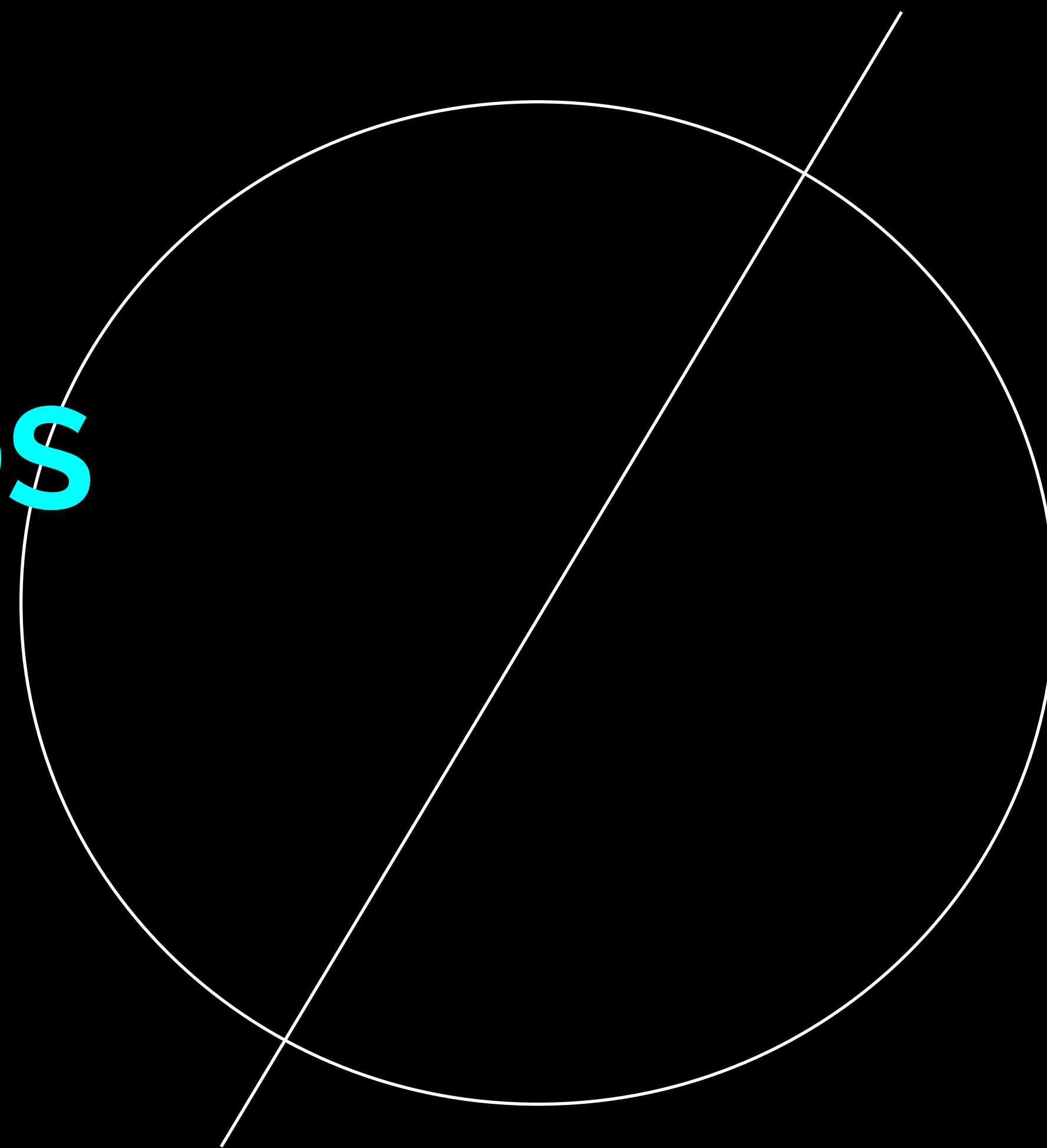
02.

PROYECTOS





**NUESTROS PROYECTOS**  
CONSTRUIDOS CON  
AUTÉNTICA PASIÓN





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** BMW

**Nombre de proyecto:** Wind is my drive

**Año:** 2017

**Objetivo:** Lanzamiento BMW i8

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** El viento es mi destino, mi aliado, mi adversario.

La campaña incidió con especial relevancia en el ámbito digital. Prensa online especializada o generalista, redes sociales y una app muy especial fueron los elementos preponderantes de esta campaña de marketing digital. La app, una red social exclusiva de los propietarios de BMW i8 y participantes de regatas organizadas por la Sail Racing Academy se convirtieron en herramientas de marketing digital que permitían la comunicación entre usuarios.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Lidl

**Nombre de proyecto:** Lidl loves BCN

**Año:** 2017

**Objetivo:** Inauguración Lidl Urbano

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity$

**Concepto:** cosechando sonrisas

La campaña nace con un factor continuista para dar cobertura a la nueva etapa de la firma alemana. No es solo una inauguración, supone un importante punto de ruptura. Un teaser, "Cosechando Sonrisas" y un take off, "LIDL loves BCN", como conclusión de las vivencias con los vecinos constituyen la estructura de la campaña.





#LidlLovesBCN

LIDL



BCN





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Natura Bissé

**Nombre de proyecto:** Cosechando sonrisas

**Año:** 2017

**Objetivo:** Campaña para Beauty Lovers Day

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Cosechando sonrisas

A través de redes sociales, VR, AR+ y el website de Beauty Lovers Day, dinamizamos el concepto para llevarlo a todas las partes del mundo en forma de street marketing retransmitido en streaming. Ambas iniciativas se retroalimentan entre si, fomentando la difusión. El impacto de las acciones de street marketing será potenciado por las redes sociales a través de la campaña online. Esta, pretende generar la expectación perseguida para que el público vaya identificando las acciones con el día grande de Natura Bissé.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Nespresso

**Nombre de proyecto:** Siga su inspiración

**Año:** 2017

**Objetivo:** Reveal expert & milk

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Descubriendo Nespresso

Un evento privado en el que el arte, la creatividad y la novedad fueron la base del proyecto. Desde el primer momento, los invitados eran sorprendidos a través de experiencias: Un teaser que hablaba de la inspiración artística. La app, un juego de pistas que llevaba al público entre distintos puntos de la ciudad terminaba con una sorpresa especial: Leonor Watling los recibía en el último lugar, en su "hogar" donde se sucedían las demostraciones de arte hasta el reveal, un concierto que desveló la nueva máquina Nespresso.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** SIMA

**Nombre de proyecto:** Verdad verdadera

**Año:** 2023

**Objetivo:** Conseguir tráfico al salón inmobiliario

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Fa + [a \times r] \times t = Faraday$

**Concepto:** Verdades como casas

Un concepto directo que busca ofrecer al público objetivo una solución sencilla en el sector inmobiliario.

La idea se articula a través de una campaña de titulares que se propaga en los ámbitos on y off con el objetivo de obtener tráfico en la semana inmobiliaria de Madrid.

Complementada con sistemas de activación y gamificación, la propagación de la campaña superaría los diecinueve millones de views en una semana de campaña con una inversión en medios reducida gracias a los paquetes de Faraday Mediacom.



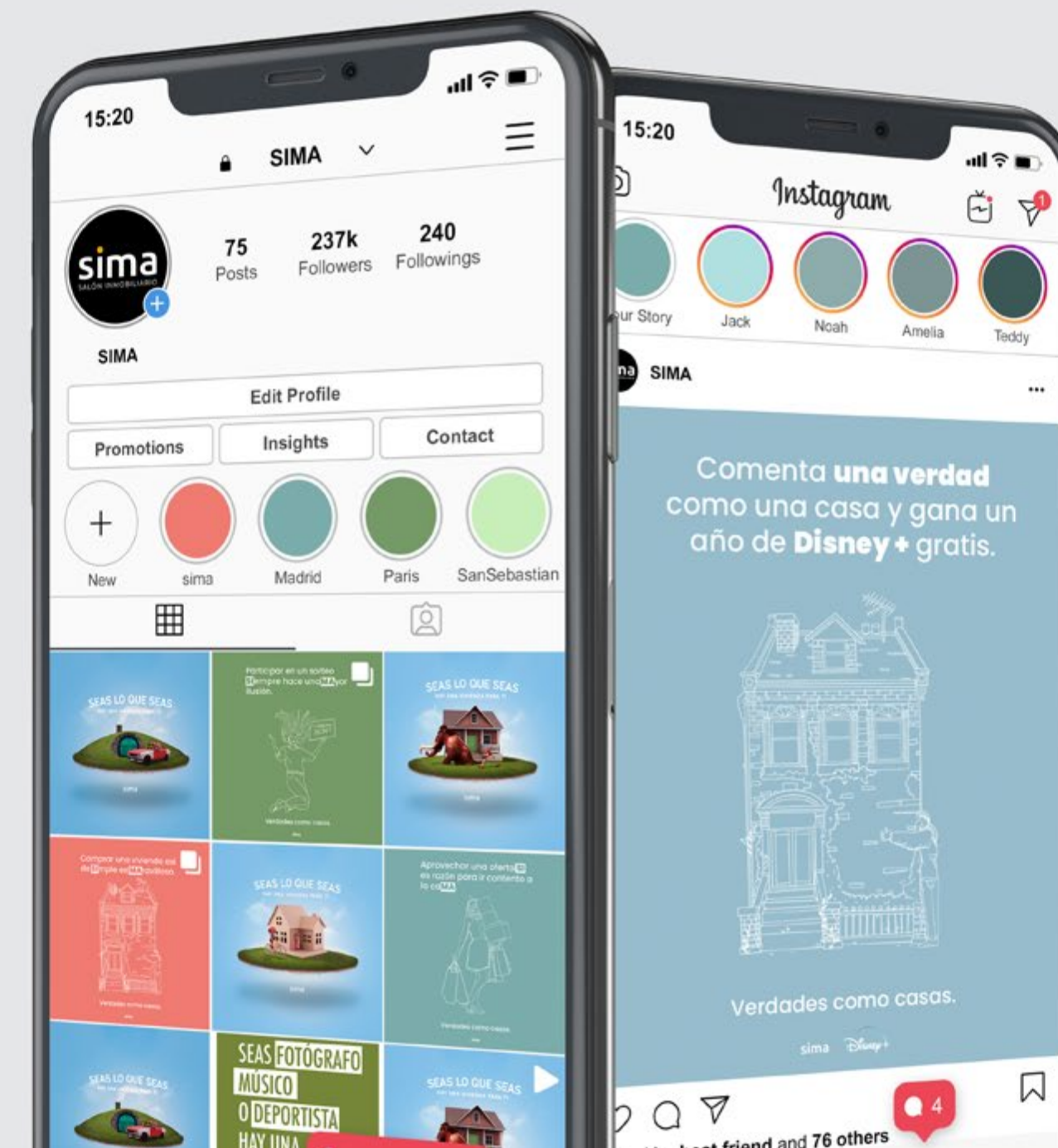


Aprovechar una oferta **SI**  
es razón para ir contento a  
la ca**MA**.



Verdades como casas.

sima





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Avis

**Nombre de proyecto:** Estamos en paz

**Año:** 2018

**Objetivo:** Lanzamiento flota de vehículos eléctricos

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Estamos en paz

Una campaña que busca los valores emocionales por medio de la reconciliación con la madre naturaleza en un proyecto de branding para la nueva flota de eléctricos de AVIS. La app, construida ad-hoc, permitía hacer viajes compartidos y recalcular el precio según se iban añadiendo a la reserva de un vehículo distintos usuarios. Un algoritmo calculaba las rutas propuestas por cada pasajero y dividía el valor del alquiler del vehículo de forma automática teniendo en cuenta la capacidad de la batería.



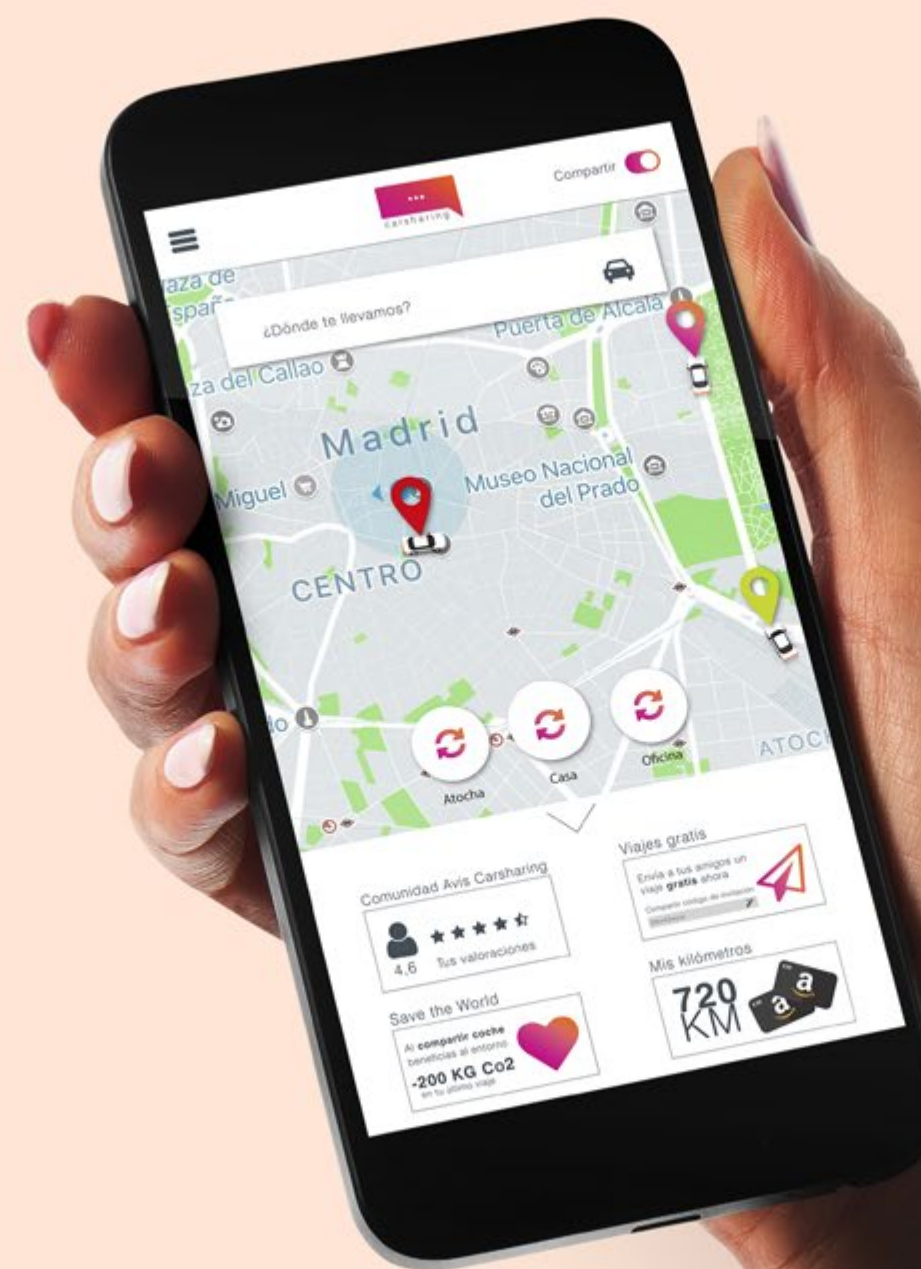
ESTAMOS EN PAZ

**Nos hemos reconciliado con la madre naturaleza.  
Nueva flota de vehículos Avis Eco Drive.**

Eléctricos e híbridos para que tu también estés en paz con ella  
¡Disfruta de la electric+hybrid experience! Con Avis, naturalmente.

**AVIS®**







## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** WD-40

**Nombre de proyecto:** Para profesionales y otros seres

**Año:** 2018

**Objetivo:** Potenciar el valor de marca

**Ámbito:** Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** WD-40.No es de este mundo

Llevando a la hipérbole la realidad del uso del producto.  
Usado tanto y con tantas aplicaciones distintas que  
trasciende las fronteras de nuestro propio planeta.

**2.000 USOS**  
PARA PROFESIONALES Y OTROS SERES

Un producto universal, único e inimitable que hasta nuestros vecinos más lejanos usan en más de 2.000 aplicaciones.

Entra en [www.noesdeestemundo.com](http://www.noesdeestemundo.com) y cuéntanos que otros usos crees que hacen nuestros vecinos planetarios ¡Te esperan grandes premios!

[www.noesdeestemundo.com](http://www.noesdeestemundo.com)



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Caja viva

**Nombre de proyecto:** Con un millón de abrazos

**Año:** 2018

**Objetivo:** Conectar de nuevo con los clientes

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** Cuando se debe un abrazo, se devuelve

El sabor nostálgico de gratitud por esas notas del pasado siempre funcionan muy bien. Ofrecen una gran cantidad de ramificaciones que generan infinidad de impactos positivos. Este claim recuerda a los clientes que aunque transcurrieran dos años, Cajaviva, no olvida que todos constituyen una gran familia... Y cuando se debe un abrazo, se devuelve.



Con un Millón  
De Abrazos



#ConUnMillonDe

#ConUnMillonDe





cajaviva  
cajarural

Con un Millón  
De Abrazos

amazon.com  
**a**

#ConUnMillonDeAbrazos

cajaviva  
cajarural

Con un Millón  
De Abrazos

amazon.com  
**a**

#ConUnMillonDeAbrazos

cajaviva  
cajarural

Con un Millón  
De Abrazos

amazon.com  
**a**

#ConUnMillonDeAbrazos



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** [Altafit](#)

**Nombre de proyecto:** No lo sueñes, vívelo

**Año:** 2018

**Objetivo:** Branding

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** No lo sueñes, vívelo

Una campaña con un elemento de gran valor tecnológico, donde la realidad virtual sumergía al usuario en una vivencia única. Trasladarlos a un ambiente emocionante, aun estando dentro de un gimnasio, supone una ramificación de la experiencia sensacional, llevando a las personas a obtener estímulos impresionantes.





**NO LO SUEÑES**

**VÍVELO**





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Cruz Roja

**Nombre de proyecto:** Gracias por decir sí

**Año:** 2019

**Objetivo:** Campaña concienciación

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Gracias por decir sí

La campaña tenía como objetivo conseguir más socios. Para ello, se contaban estas historias reales y también se mostraban las áreas donde Cruz Roja realizaba su labor. La muestra de los números que la organización invierte se mostraba en realidad aumentada con una animación que trasladaba a las personas a través de imagen y sonido las inquietudes y la labor de Cruz Roja.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** MiOptico

**Nombre de proyecto:** Una plataforma única

**Año:** 2019

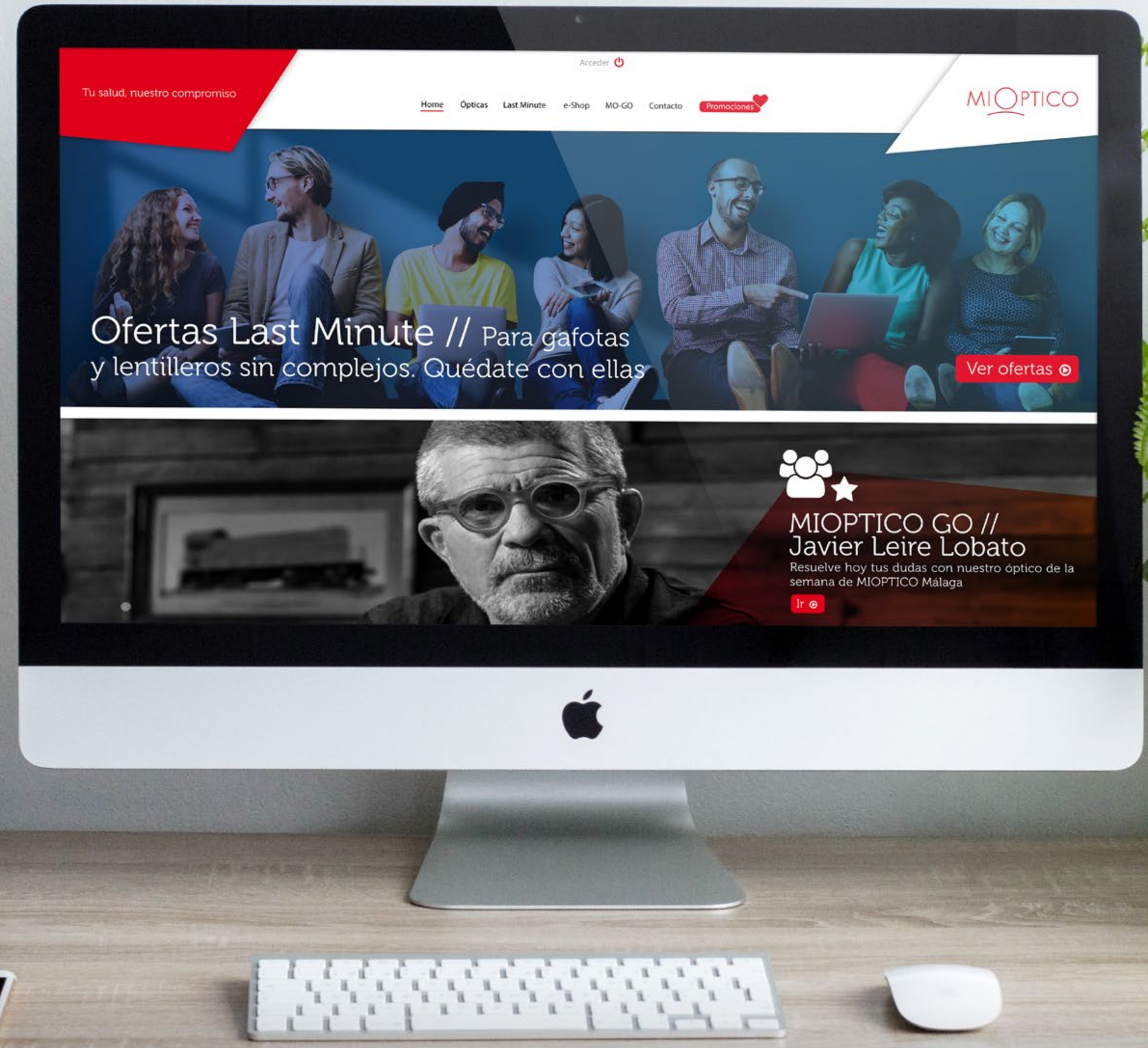
**Objetivo:** Plataforma evolutiva

**Ámbito:** Online

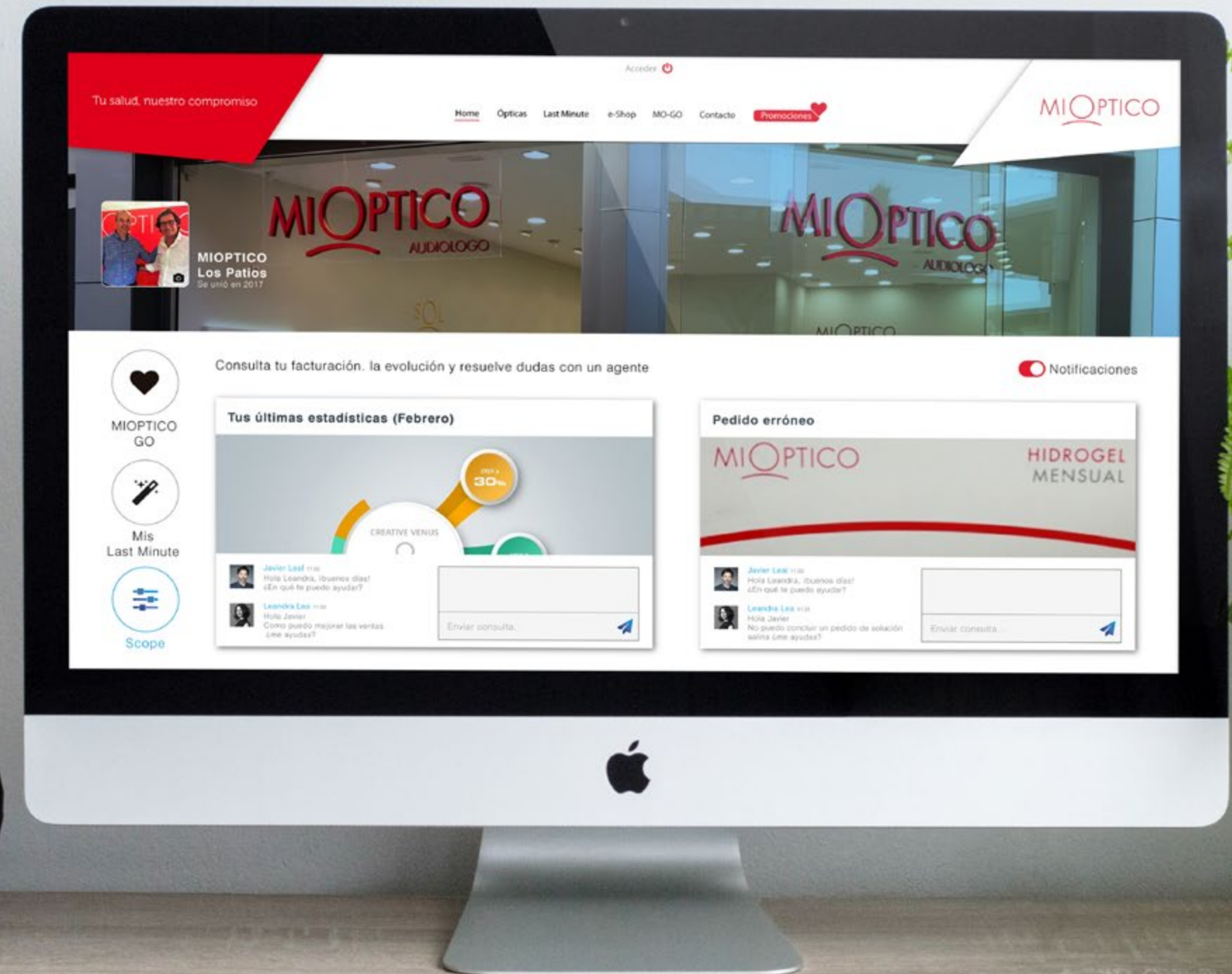
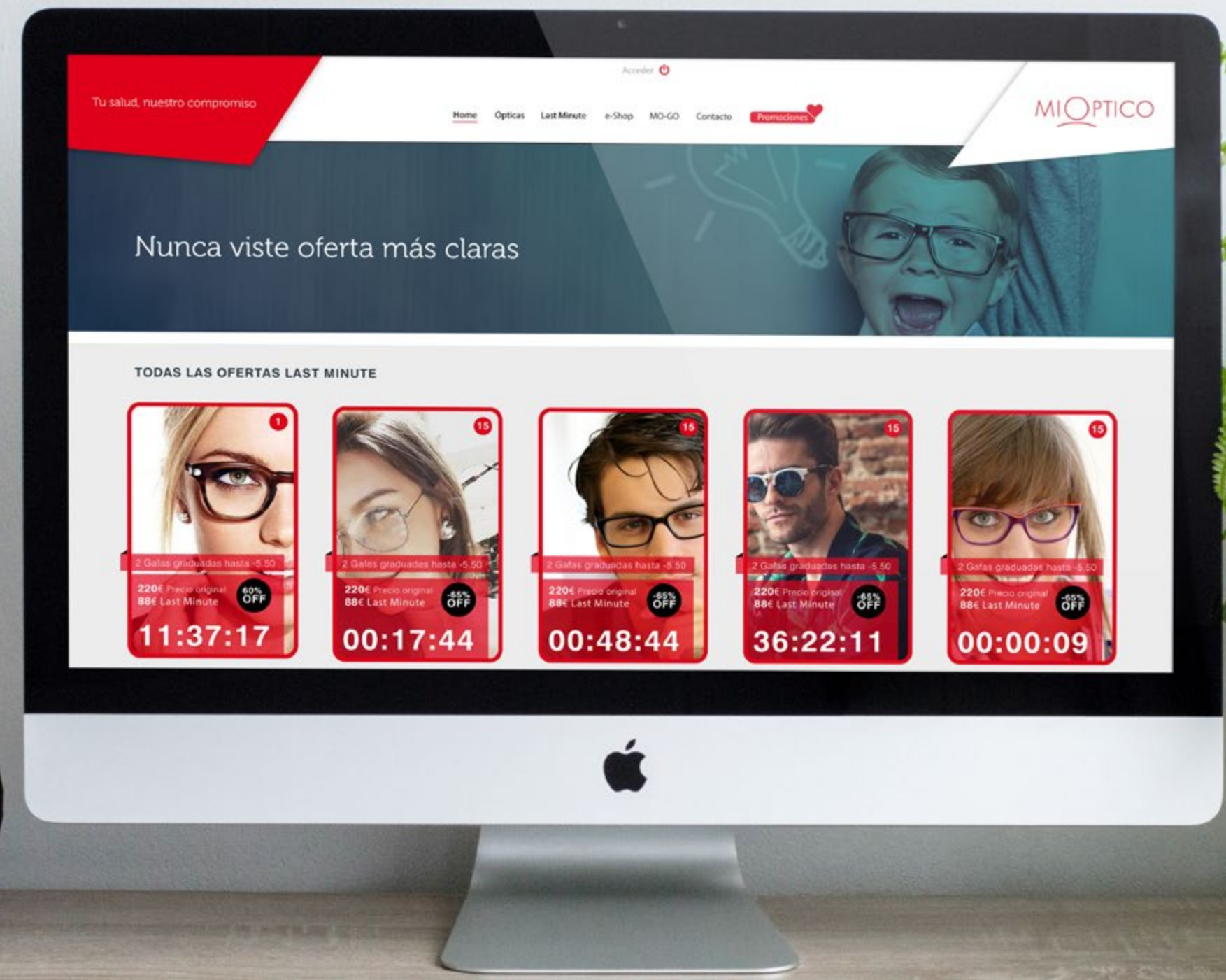
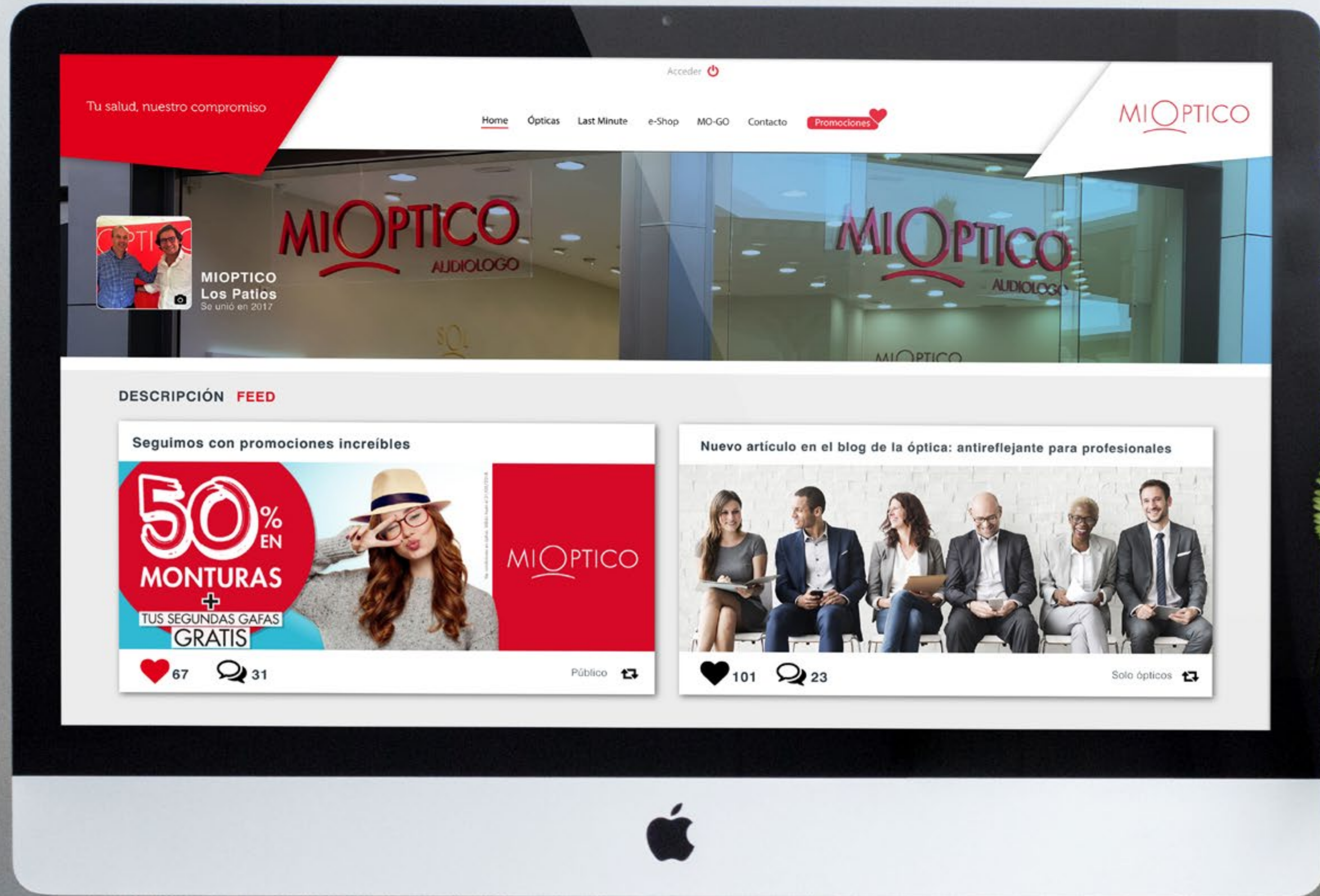
**Ecuación:**  $Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Nacer como un ecosistema de crecimiento orgánico

Una plataforma que permite la interacción entre todos los actores: central, ópticos y clientes por medio de canales de comunicación creados ad-hoc.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** TokyoYa

**Nombre de proyecto:** Mucho Japón. Un ecommerce para todos

**Año:** 2019

**Objetivo:** Ecommerce

**Ámbito:** Online

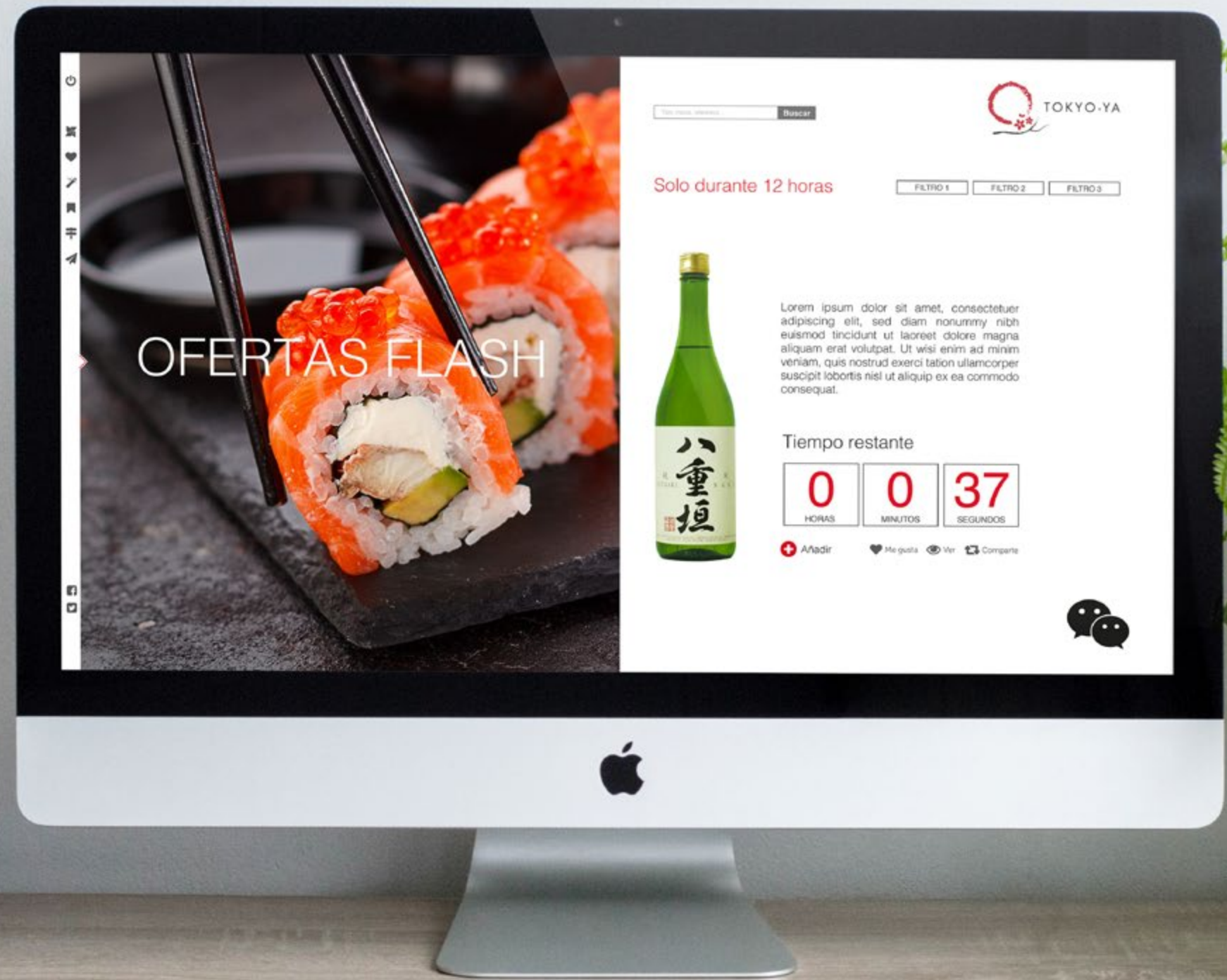
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Mucho Tokyo, mucho Japón

Encontrar ofertas y localizar cada sección con un clic. Comprar online, compartir productos o la ubicación de las tiendas. Para la central de creación y edición en el backend es intuitivo y fácil de gestionar. Una plataforma que garantiza su escalabilidad y evolución,.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Prestalo

**Nombre de proyecto:** El Maestro Ló

**Año:** 2019

**Objetivo:** Branding

**Ámbito:** Online

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Alcanza tu paz interior

Nos centramos en una campaña online a través de RRSS y buscadores online. La estrategia de performance se desarrolló en la división Compass, con resultados de conversión de gran repercusión para la campaña que acompañaba a la de branding.







**prestalo** ✓

Cantidad hasta	Coste mensual desde
<b>30.000€</b>	<b>208€</b>

**⚡ Solicita Online**





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Antony Morato

**Nombre de proyecto:** Soloinspirazione

**Año:** 2019

**Objetivo:** Acción

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** Soloinspirazione

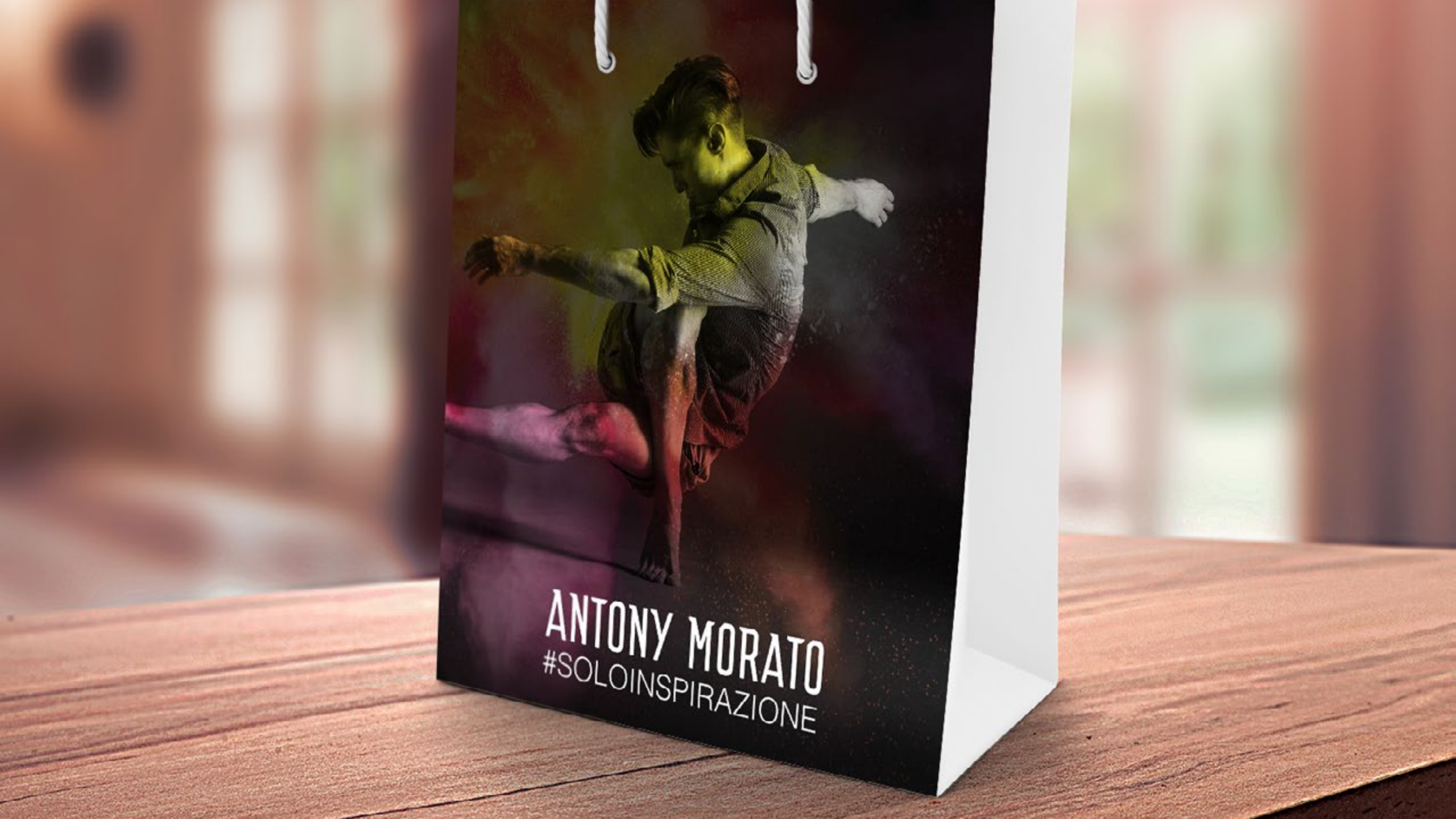
El plan de comunicación pretende impactar de manera sólida en la sociedad, presentando la marca y sus productos como lo que es: un marca única, solidaria, ligada a la expresión artística, creativa, con propósitos que van más allá de lo mercantil.

# #SoloInspirazione



# ANTONY MORATO







## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Binternational

**Nombre de proyecto:** Selección natural

**Año:** 2019

**Objetivo:** Campaña dirigida a B2B

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** Selección natural


Un plan de comunicación basado en un mix de difusión online/offline para favorecer el impacto en el ámbito B2B y atraer talento del que disponer para los clientes naturales de Binternational. Definido en diferentes etapas, la comunicación pretende llegar por distintas vías a los principales departamentos de recursos humanos: Campaña de branding exterior, lanzamiento de campaña en online basado en la “selección natural” y un hub online basado en innovación.






**SELECCIÓN  
NATURAL.**

Solo los mejores  
encuentran a los  
**más aptos**

 **binternational**


**SELECCIÓN  
NATURAL.**

Solo los mejores  
encuentran a los  
**más aptos**

 **binternational**

**SELECCIÓN  
NATURAL.**

Solo los mejores  
encuentran a los  
**más aptos**

 **binternational**



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Thermomix

**Nombre de proyecto:** Thermomix play

**Año:** 2019

**Objetivo:** Branding e impacto a público joven

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Rescata la Thermomix

Creamos un juego inspirado en Pokemon Go con personajes creados y adaptados al cliente para generar una campaña de street marketing donde los clientes participan en ella. Con tecnología QUANTUM AR + Appless los usuarios debían atrapar a estos personajes para ganar la última Thermomix y otros premios relevantes.



40 años  
thermomix



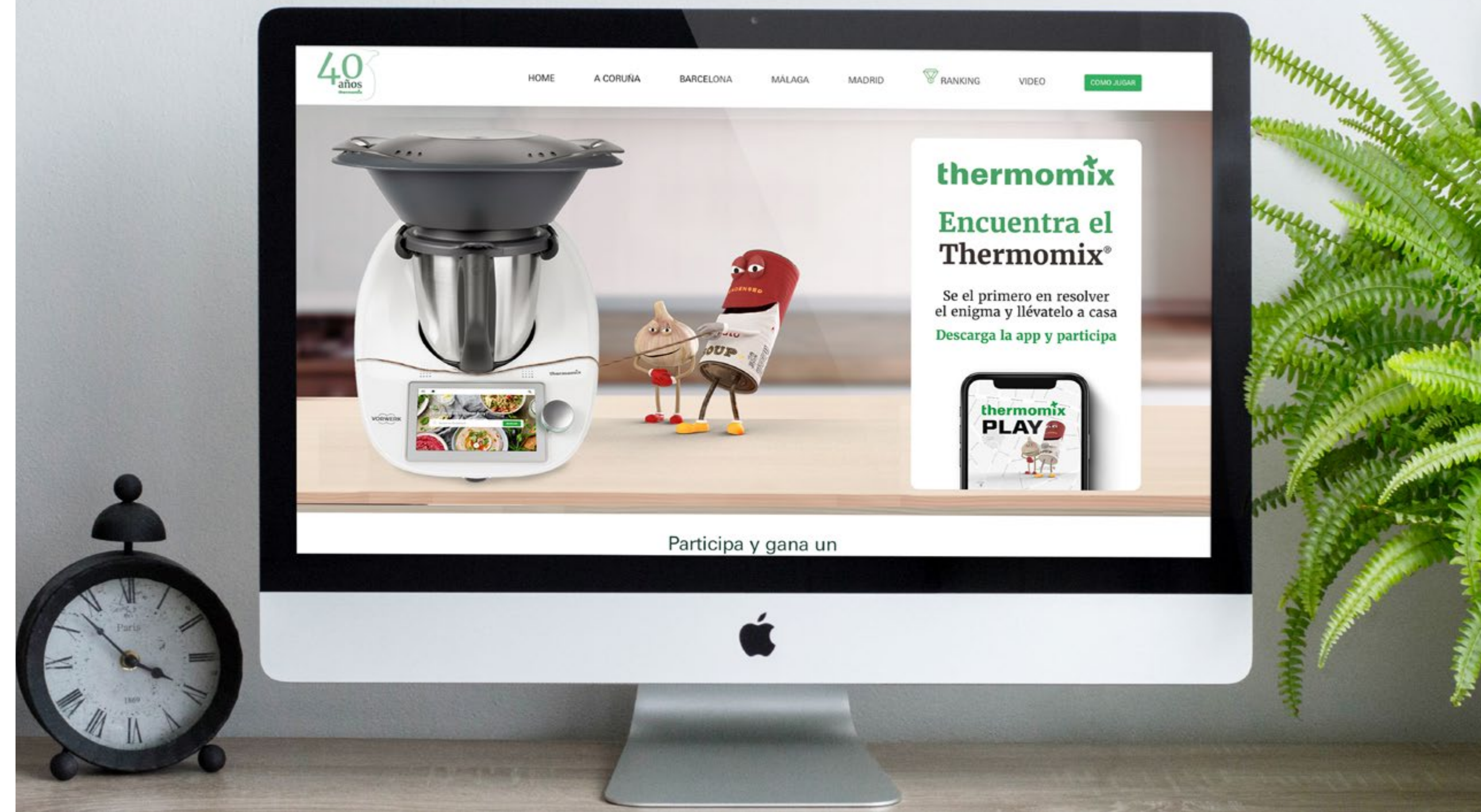
thermomix

Encuentra el  
Thermomix.

Resuelve el enigma  
de Thermomix y  
llévatelo a casa  
completamente gratis  
Descarga la app y  
participa









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Gilmar

**Nombre de proyecto:** No lo dejes para mañana

**Año:** 2019

**Objetivo:** Campaña B2B - B2C

**Ámbito:** Online + Offline

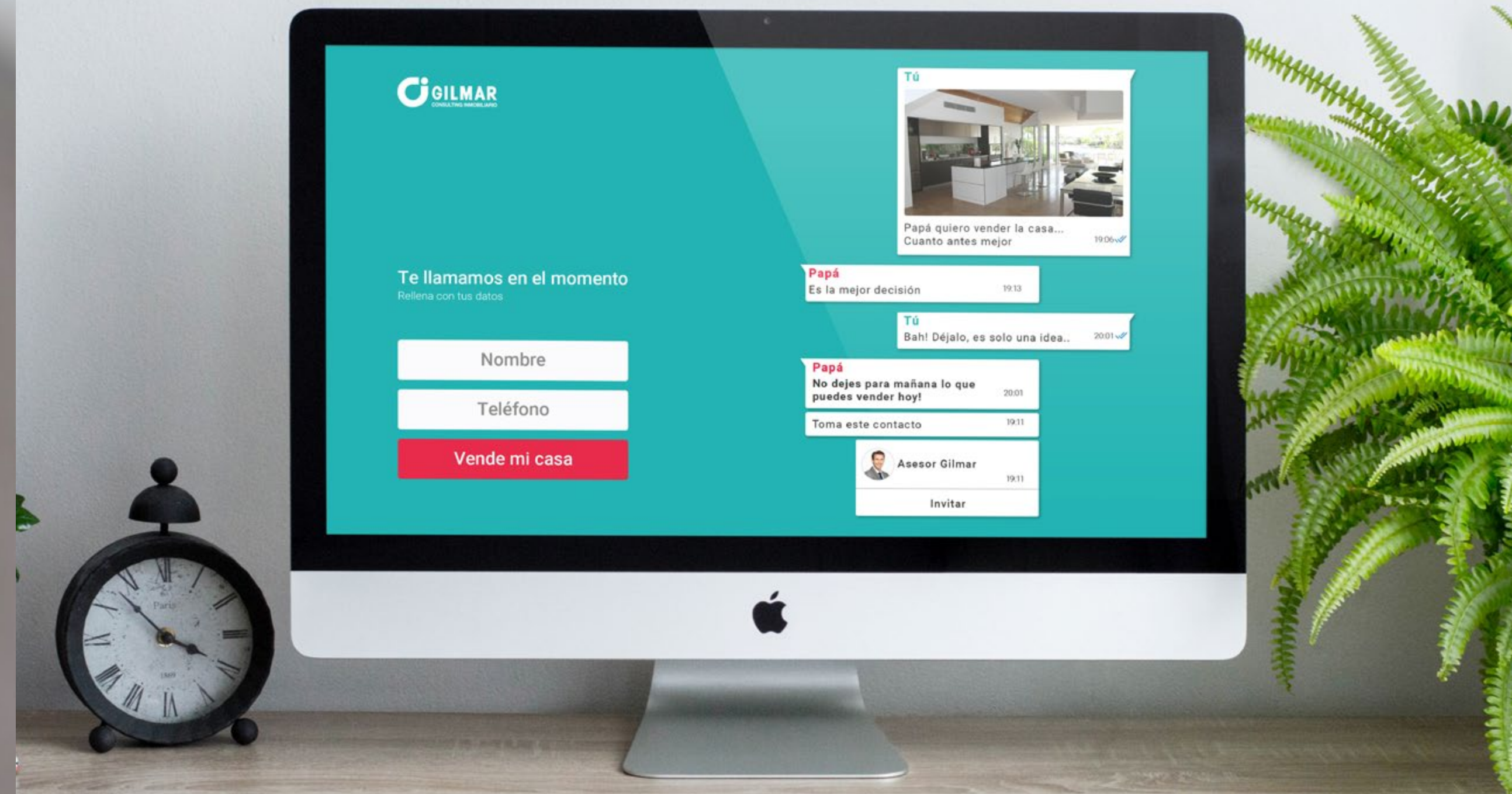
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** No dejes para mañana lo que puedes vender hoy

Creamos diferentes piezas visuales que transmitían un mensaje directo y claro, que se difundieron a través de medios offline: Mupis, marquesinas, revistas, prensa, y medios online: Social ADS. La fase dos de esta campaña, profundizaba en los servicios de Gilmar a través del refranero.









MÁS VALEN  
BUENOS COMPRADORES  
QUE CIENTOS  
VOLANDO



EN GILMAR TENEMOS A  
LOS MEJORES COMPRADORES PARA TU CASA

#EiRefraneroDeGilmar



A BUEN  
VENDEDOR,  
POCAS  
PALABRAS  
BASTAN

UN ASESOR DE GILMAR, ASESORA  
DE VERDAD, SIN BLABLABLE



INMOBILIARIA  
NO HAY  
MAS  
QUE UNA

Y MADRE TAMPOCO, DEL COCIDO  
SE ENCARGA ELLA, NOSOTROS DE  
VENDER TU CASA





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Gaza

**Nombre de proyecto:** En Gaza las vacas mandan

**Año:** 2020

**Objetivo:** Branding

**Ámbito:** Online + Offline

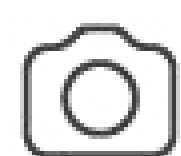
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** Las vacas mandan

La campaña entrañaba la creación de personajes que dan vida a un nuevo ecosistema: Gaza Farmville, la granja donde las vacas mandan. Al más puro estilo PIXAR, un lugar donde las vacas escuchan música, juegan al bádminton y estudian sobre leyes vacunas. Una campaña con haloestímulos reales y ficticios para los más pequeños con una ramificación promocional con premios sensacionales.







# Instagram



lechegaza  
Publicidad



## Encuentra tu ticket dorado

Quien sabe de leche, sin historias



Participar



Disfruta de una experiencia de lo más granjera

Encuentra el ticket dorado

Escanea el ticket y ¡GANA!





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Arzuaga

**Nombre de proyecto:** Arzuaga Signature

**Año:** 2020

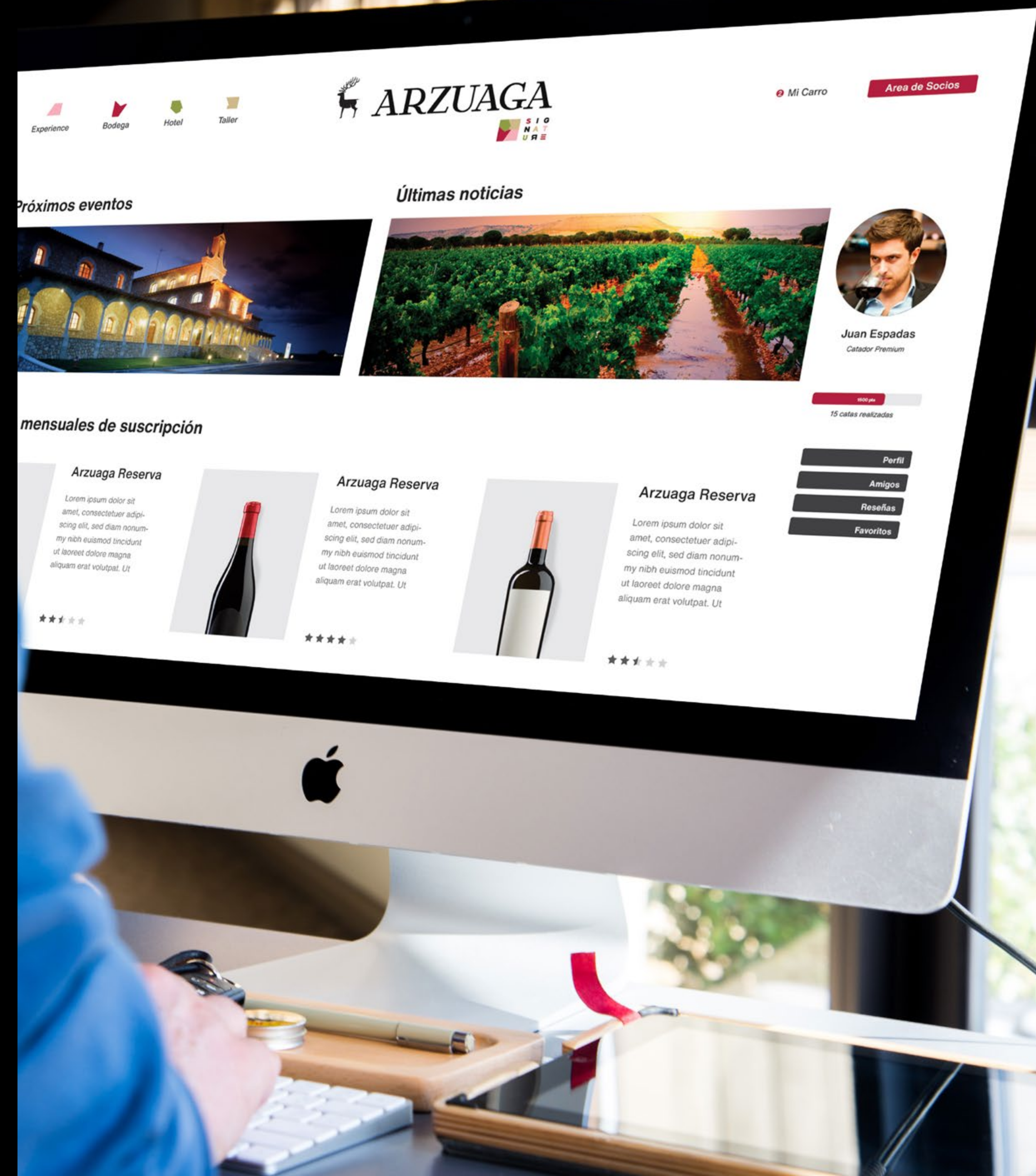
**Objetivo:** Branding de todos los servicios que ofrecen

**Ámbito:** Online + Offline

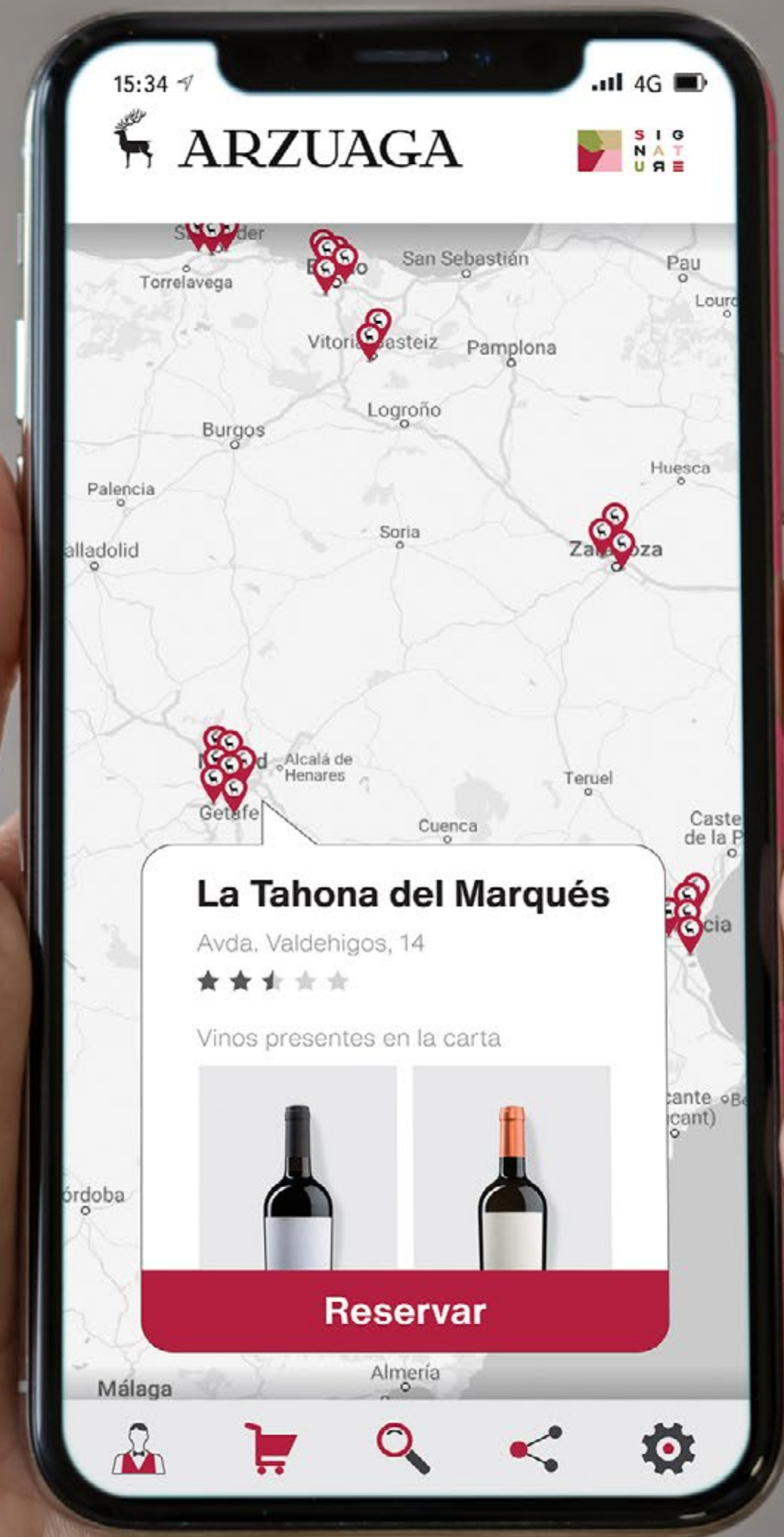
**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Más allá de la bodega

Un concepto que lleva al consumidor a vivir una experiencia única: Un website y una app donde comunicamos cada línea de negocio, donde creamos la comunidad Arzuaga Signature, convirtiéndose en el lugar virtual en el que vivir todas las líneas de negocio de Arzuaga. Catas virtuales gamificables, localización de restaurante que trabajan con Arzuaga, información exclusiva, premios y un gran número de ventajas exclusivas de Bodegas Arzuaga.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Canal de Isabel II

**Nombre de proyecto:** Informe de sostenibilidad

**Año:** 2020

**Objetivo:** Conceptualización y diseño de memoria

**Ámbito:** Online + Offline

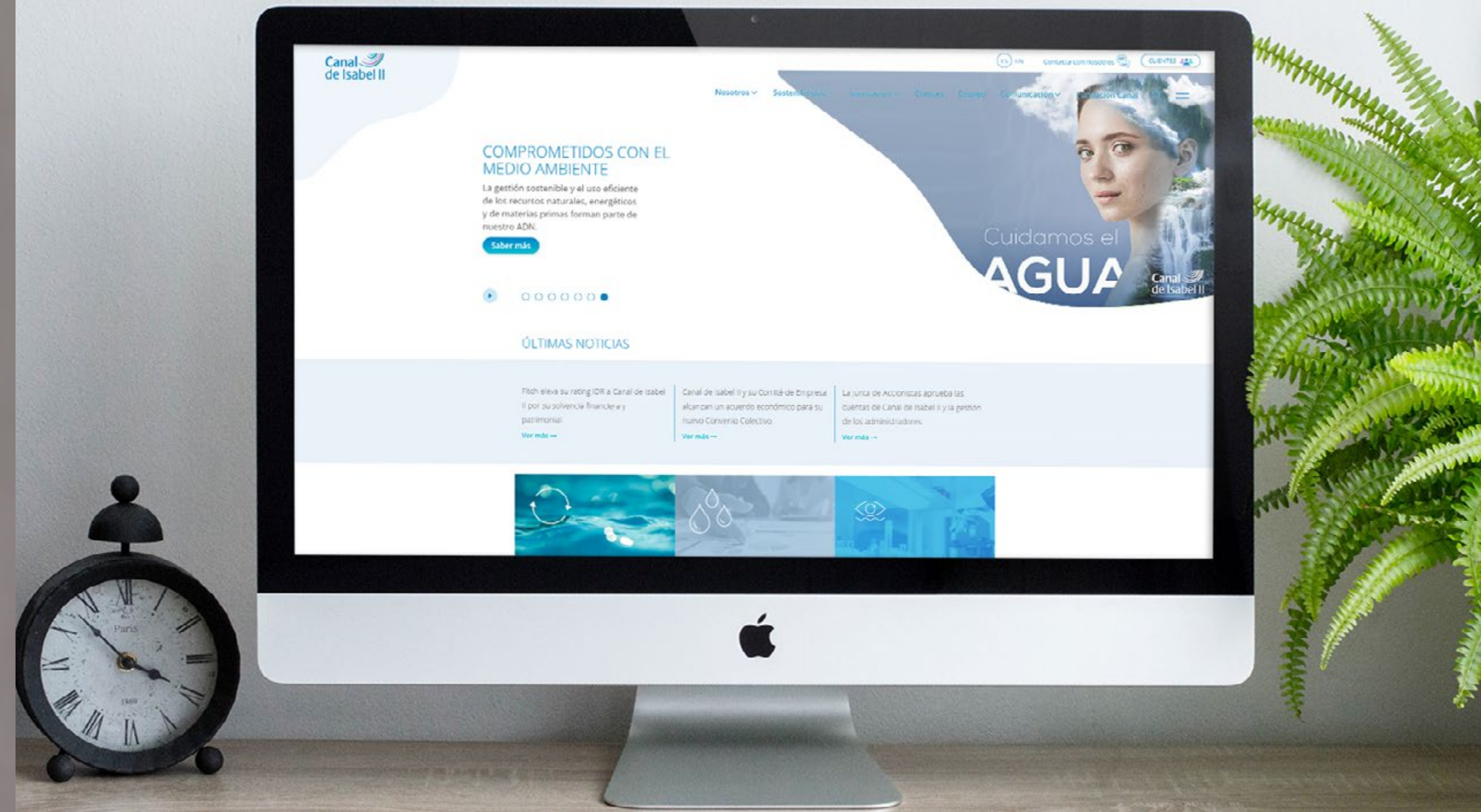
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** El ciclo integral del agua

Diseño y maquetación de los resultados anuales de Canal de Isabel II para su difusión a través de varios formatos: newsletter, infografía, audiovisual y redes sociales.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Metro de Sevilla

**Nombre de proyecto:** Pedagogía a todo tren

**Año:** 2021

**Objetivo:** Dar a conocer el método de pago y acceso Tap&Go

**Ámbito:** Online + Offline

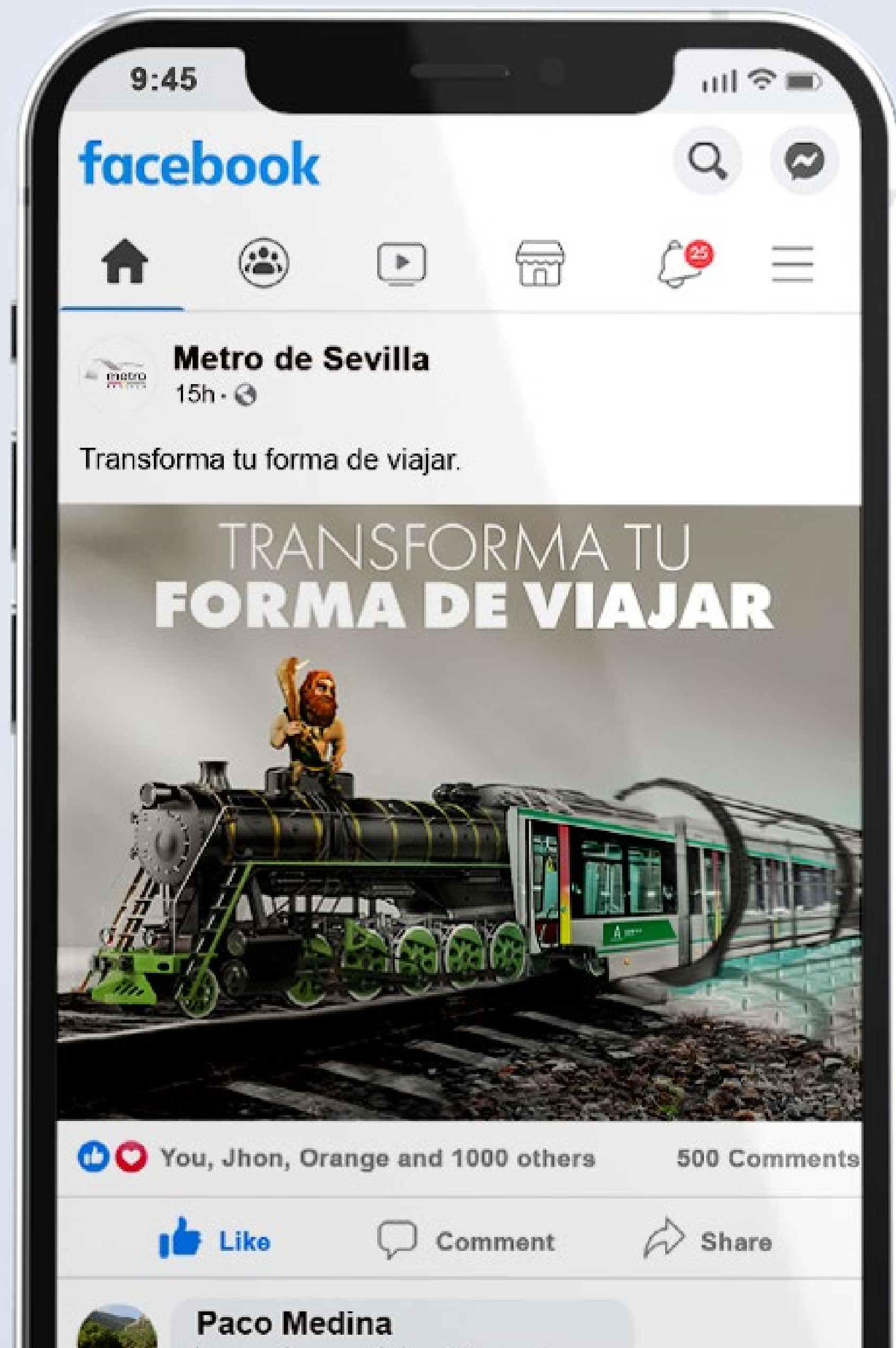
**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Transforma tu forma de viajar + A su sitio

A través del sistema QUANTUM AR+ Appless, hicimos que las máquinas expendedoras de billetes cobraran vida como si de un Transformer se tratara para dejar salir a Beatriz Torres con ganas de explicar al mundo cuánto se ahorran en tiempo y dinero aquellos viajeros que usan Tap&Go. En una segunda fase, también pedagógica se les explicaba a los usuarios donde se encontraban los aparcamientos de patinetes a través de un juego muy adictivo y dinámico.









# ¡A SU SITIO!

2 X ❤️ 00:00:30

Ordena cada estación en su sitio y gana un patinete eléctrico

**JUGAR**




# GAME OVER!






## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Power Planet

**Nombre de proyecto:** Ha vuelto, deja que te atrape

**Año:** 2021

**Objetivo:** Campaña Black Friday

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Recupera el espíritu de Black Friday

Tras haber superado la pandemia, el espíritu del Black Friday ha vuelto más fuerte que nunca. Nos hemos referido al espíritu como si fuera un fantasma, un ente que se manifiesta de nuevo entre nosotros y que ha invadido Power Planet. Un proyecto con variedad de formatos: gráficas exteriores, spots, create en marquesinas, Redes sociales, banners y un juego donde atrapar el espíritu te hacía ganar grandes premios.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Pernigotti

**Nombre de proyecto:** Il buono nunca cambia

**Año:** 2021

**Objetivo:** Campaña para darse a conocer en el mercado español

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Lo bueno nunca cambia

Representamos la idea del paso del tiempo, como las cosas cambian y evolucionan, entendiendo que lo que está bien como está, debería permanecer, como la receta de Pernigotti, la misma desde 1880. Una campaña que muestra el paso del tiempo a través de varias fases y formatos: Gráficas en exterior, redes sociales, create en marquesina, activación en el Metro de Madrid y un concurso de repostería creativa en el que el ingrediente base son los productos Pernigotti.

IL  
BUONO  
NUNCA  
CAMBIA













## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Zumosol

**Nombre de proyecto:** Desde que eras niño

**Año:** 2021

**Objetivo:** Recuperar terreno, apelando al consumidor de siempre

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

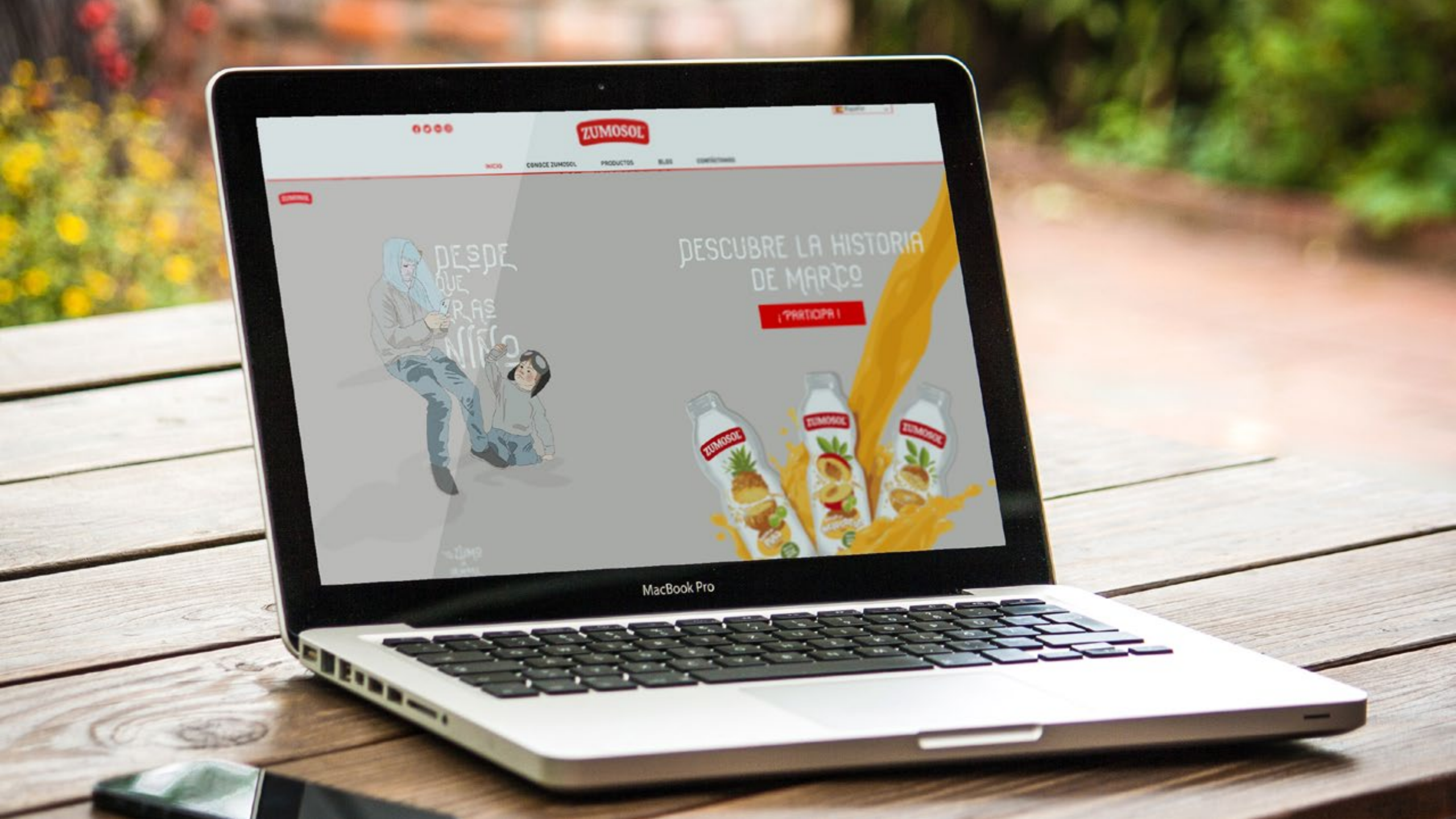
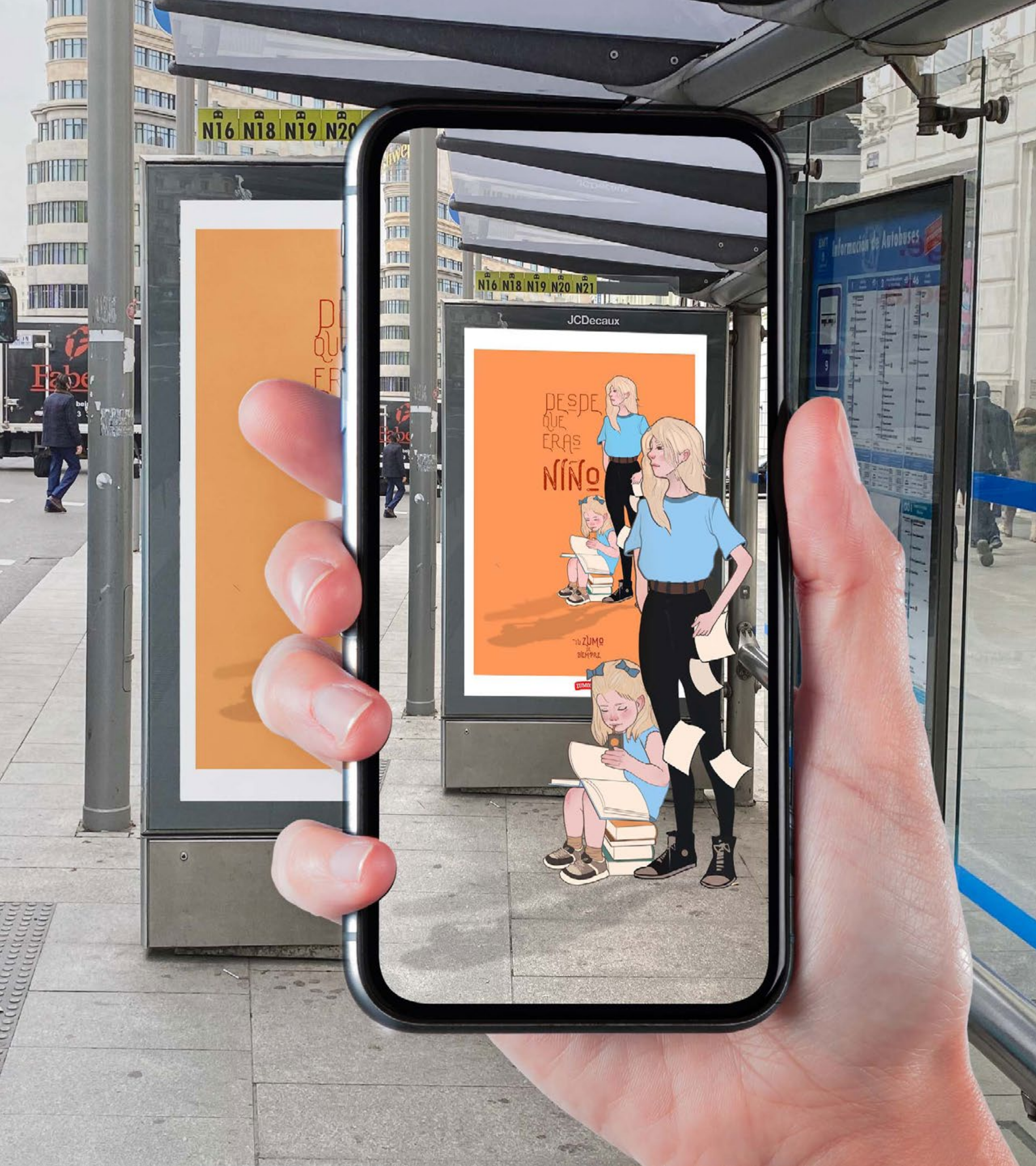
**Concepto:** Desde que eras niño

Una propuesta robusta, que aporta un conjunto de estímulos de gran valor. La personificación de la nueva marca a través de una figura de alto contenido emocional: los recuerdos, la infancia de cada uno asociada a Zumosol.

Creamos una identidad única, fresca y resistente al paso del tiempo tanto en su denominación etimológica como en el desarrollo que la acompaña. El planteamiento que se establece, ligando el pasado con el presente, hacen del resultado algo sonoro y comprensible, perdurable.













## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Risi

**Nombre de proyecto:** Corner

**Año:** 2021

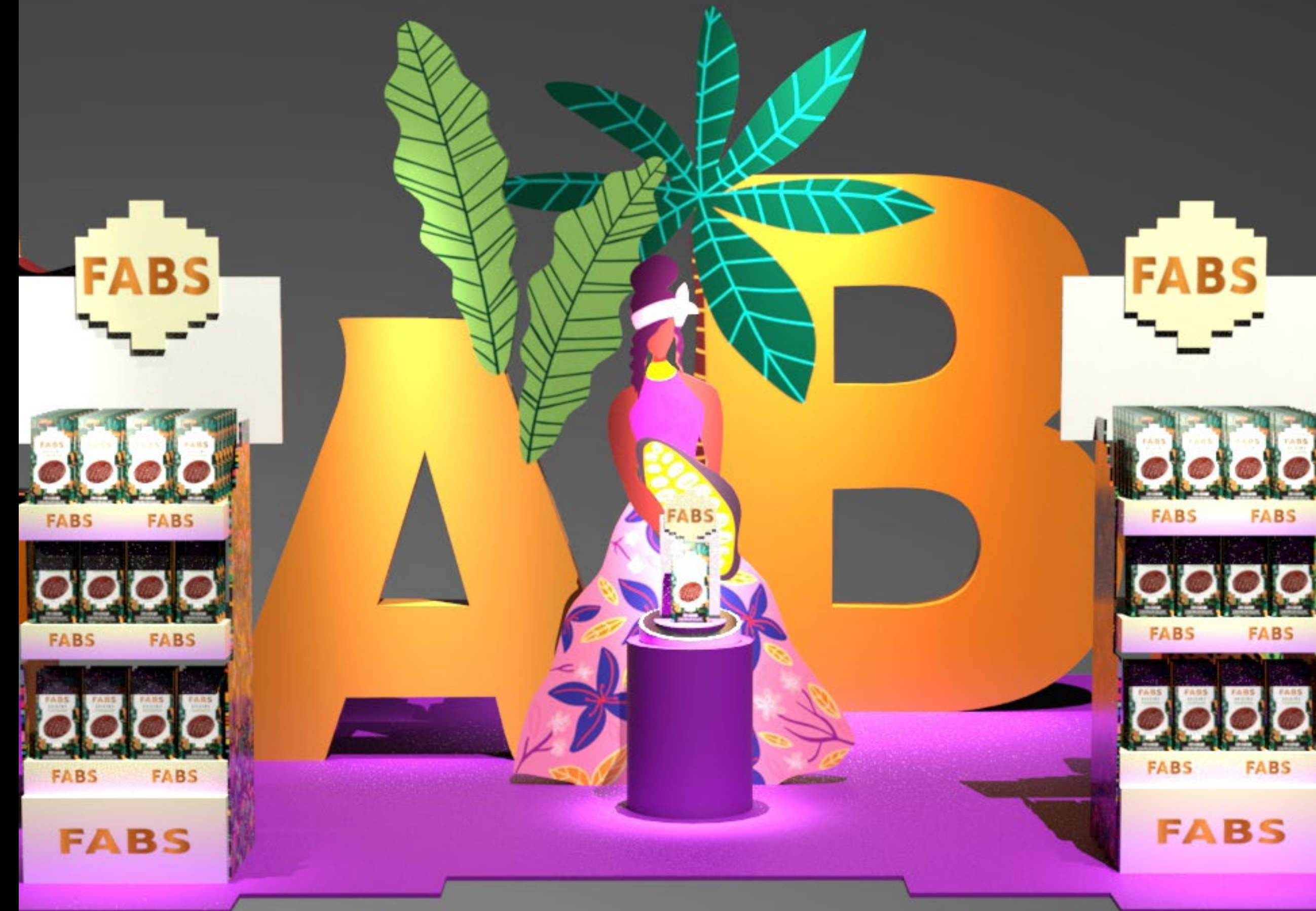
**Objetivo:** Diseño y producción de corner para FABS de Risi

**Ámbito:** Online + Offline

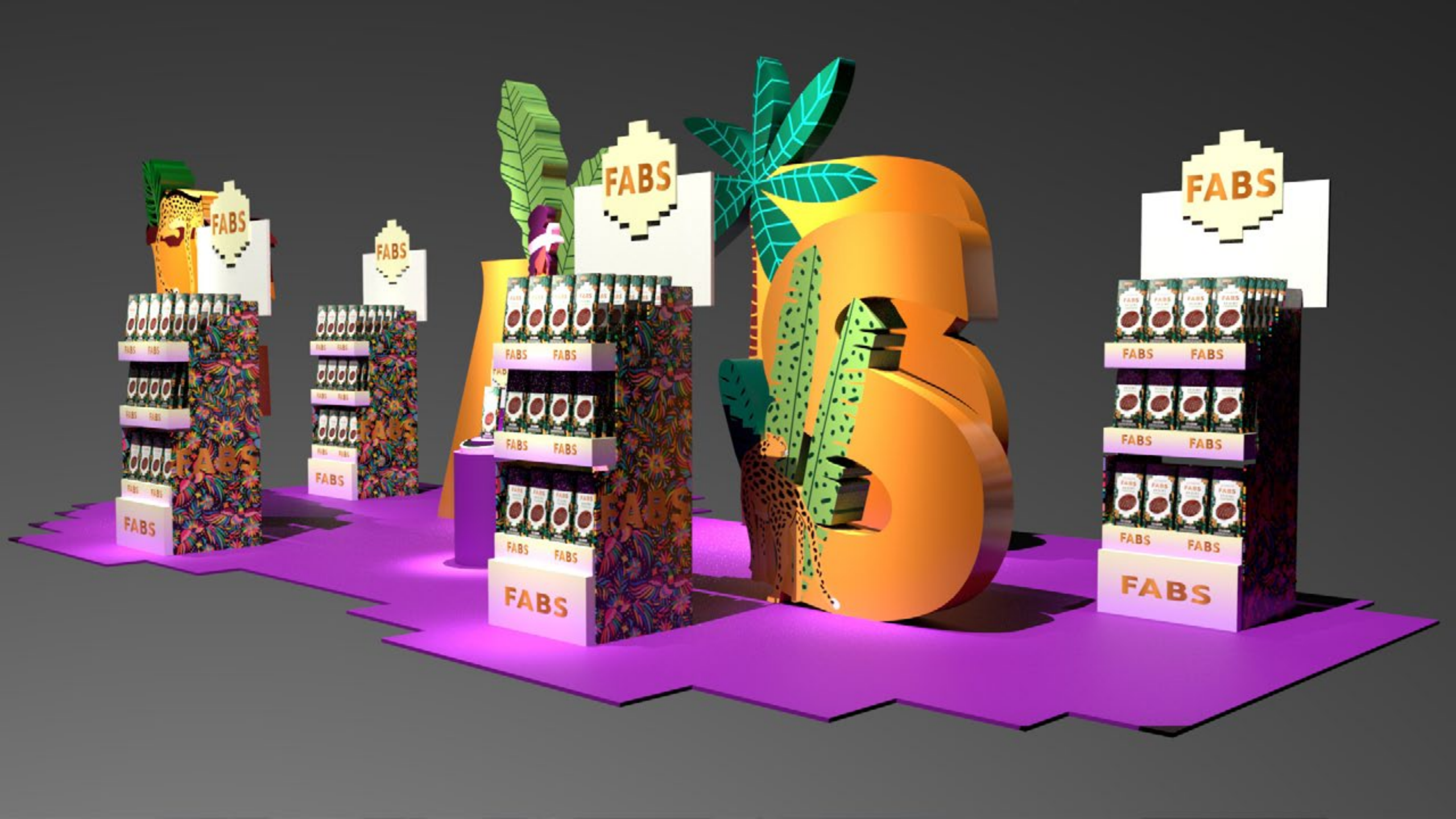
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Tanzania

A través de Quantum AR+ Appless, vemos cómo el córner de Risi Fabs cobra vida como si fueran figuras 2D o 3D animadas que nos explican la procedencia del chocolate, forma de elaboración y sus beneficios. Ponemos en valor la virtualización del offline recogiendo datos de usuarios de forma explícita o a través de cookies para hacer retargeting. No solo es un córner, supone la una fuente de información, que mide, a través de herramientas de Compass el valor de la instalación en cada ubicación.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Costa Cruceros

**Nombre de proyecto:** Producto español

**Año:** 2021

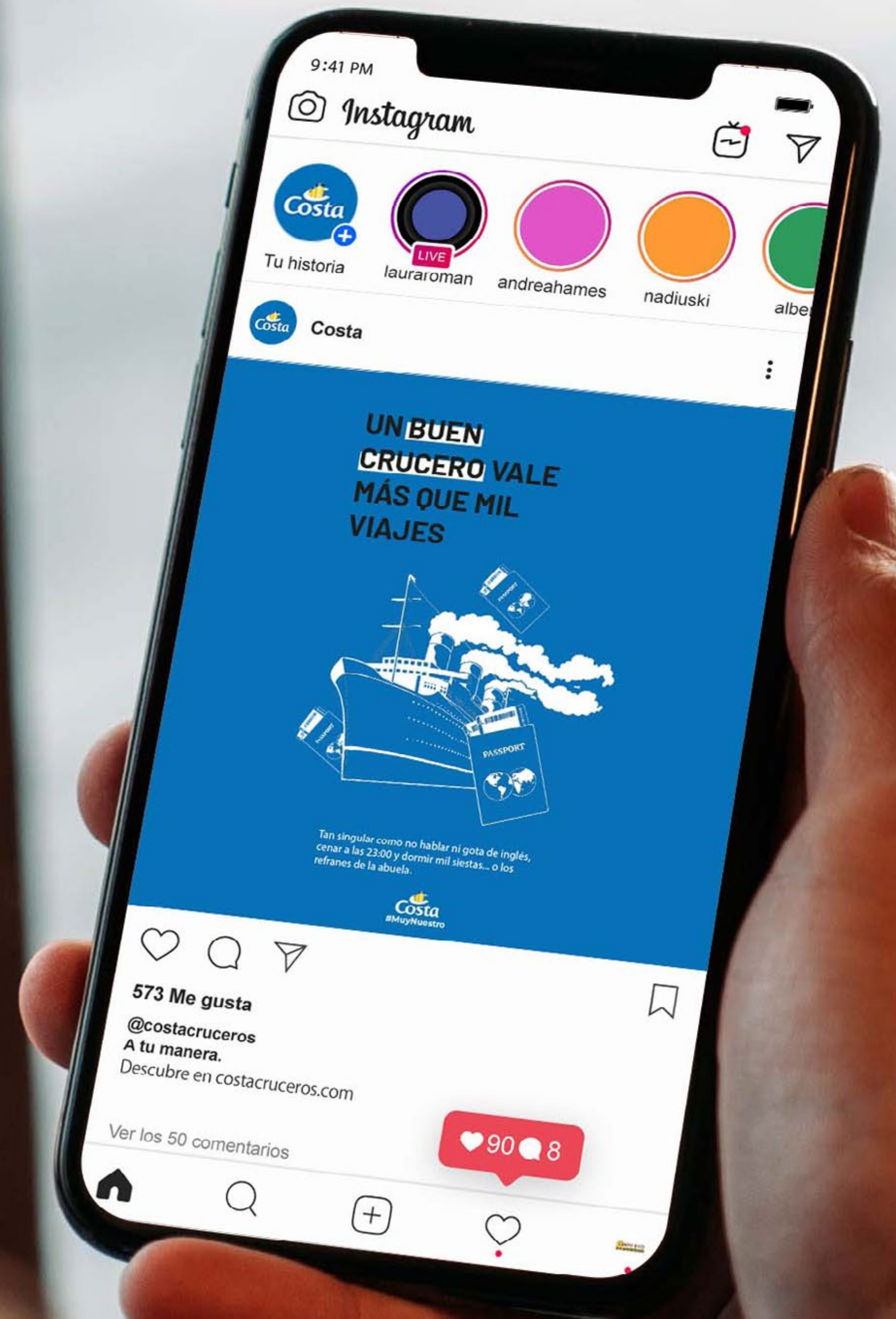
**Objetivo:** Promocionar su nuevo “producto español”

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity$

**Concepto:** Muy nuestro

Cuando salimos de viaje, no nos queda más remedio que renunciar a algunas de nuestras costumbres, como por ejemplo: levantarnos tarde y desayunar a las 11:30, la hora del vermú, nuestra querida siesta... Sin embargo, en Costa Cruceros, podrás subir a bordo con todas tus costumbres.





**NO HAY BUENA  
TORTILLA,  
QUE SIN  
CEBOLLA  
VENGA**



El único crucero donde está prohibida la tortilla sin cebolla.

**Costa**  
#MuyNuestro



**QUIEN  
A BUEN  
CRUCERO SE  
ARRIMA BUENOS  
SUEÑOS LE  
COBIJAN**



Tan singular como la tortilla de patatas, desayunar a las 12:00 y soñar despiertos... o los refranes de la abuela.

**Costa**  
#MuyNuestro



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Turismo de Bilbao

**Nombre de proyecto:** Una ciudad muy viva

**Año:** 2021

**Objetivo:** Ayudar al destino a ser más competitivo

**Ámbito:** Online + Offline

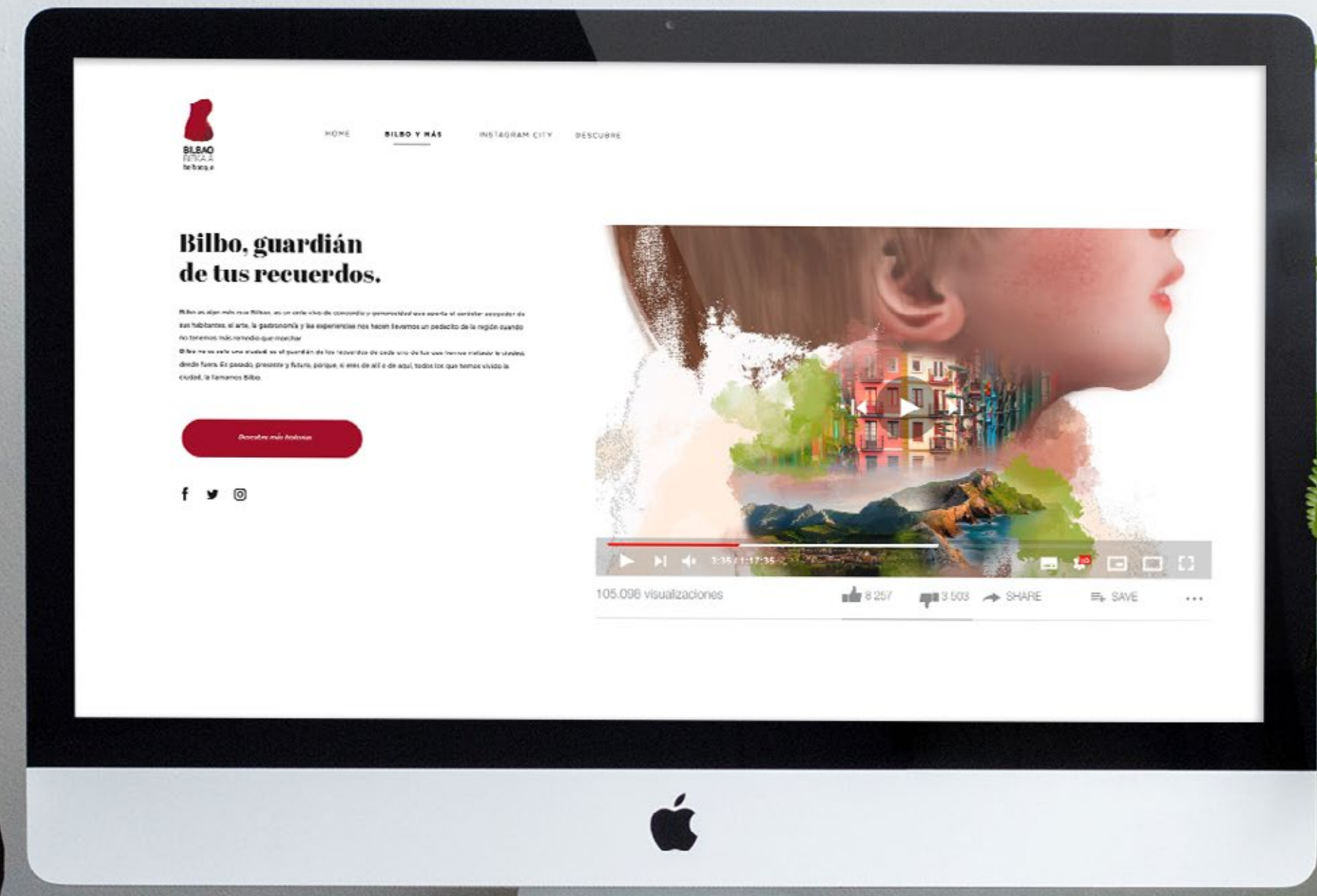
**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Bilbo, guardián de tus recuerdos

Bilbo es más que un topónimo, está vivo. Fundamenta su existencia en las personas que viven la ciudad, es quien siente nuestras reacciones, las emociones, nuestros sentimientos. La primera Instagram City, donde se muestran cómo las imágenes de cada visitante, por medio de un sistema de puntuación basado en inteligencia artificial o votación+likes, aparecen colgadas físicamente por toda la ciudad. Son imágenes reales de personas reales, con historias de fondo, incluidas las de los embajadores.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** [Book Your Stadium](#)

**Nombre de proyecto:** Si hay balón, hay fútbol

**Año:** 2021

**Objetivo:** Dar a conocer los productos/servicios que ofrecen

**Ámbito:** Online + Offline

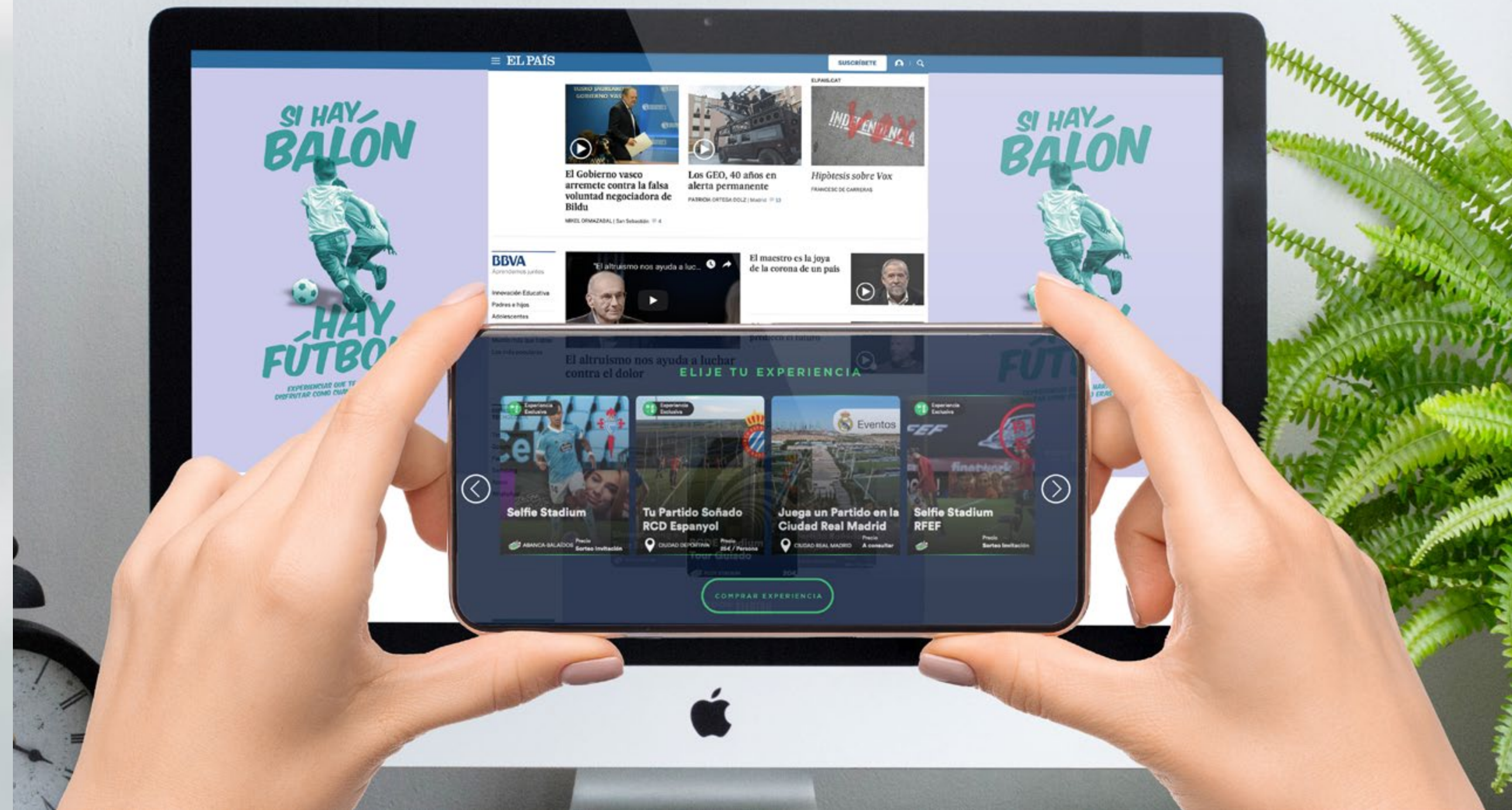
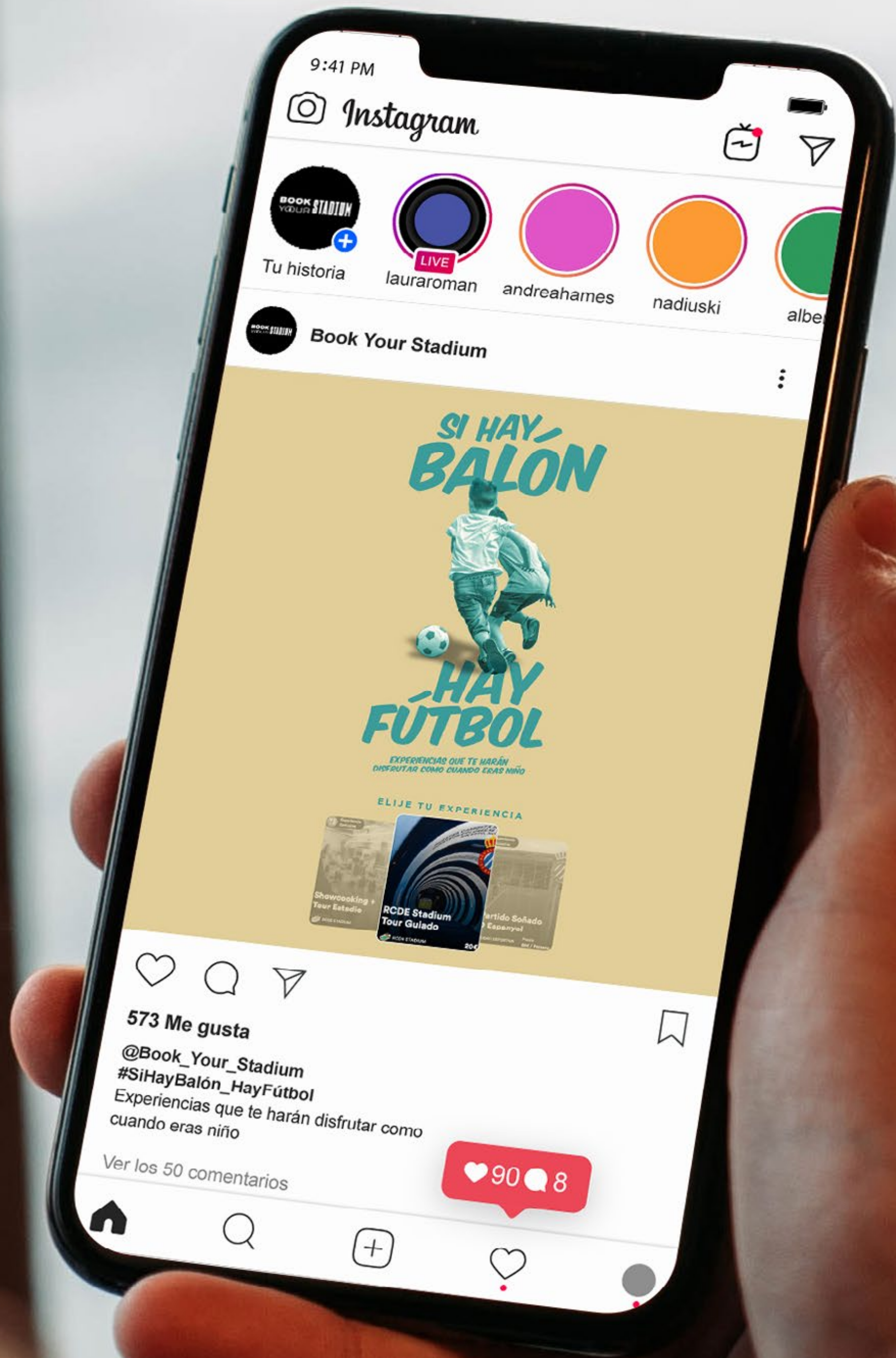
**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Si hay balón, hay fútbol

Para poder jugar a este deporte, tan solo hace falta un balón. Un proyecto con acción social, diversificación a través de medios off y online, create a través de Quantum Ar+, en el método de compra y spot emocional.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Nutribén

**Nombre de proyecto:** Padres

**Año:** 2021

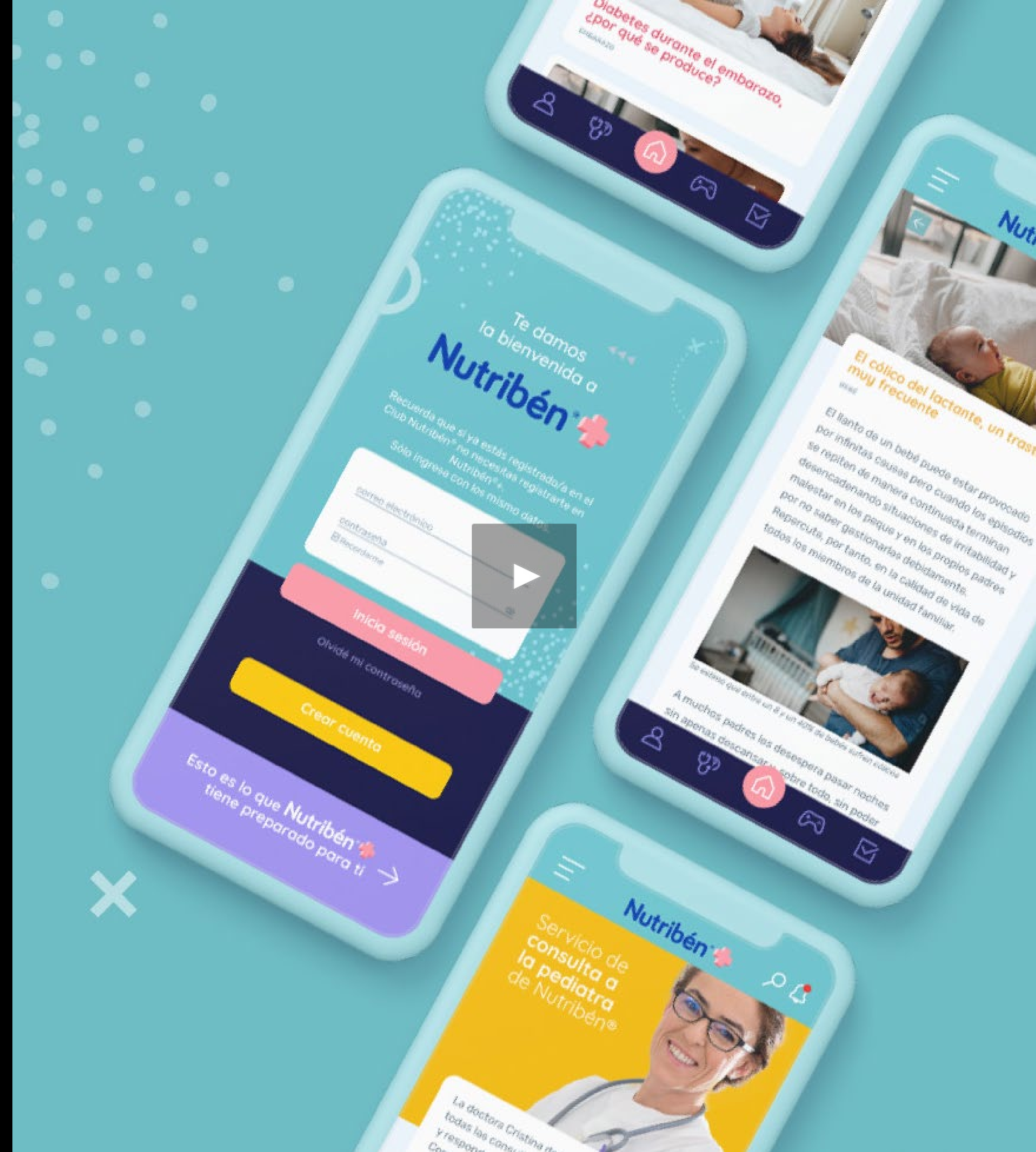
**Objetivo:** Reconocimiento de marca y aumento de seguidores

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Padres

Desarrollo de estrategia y manejo de inversión en Social ADS, Display y youtube.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** ACNUR

**Nombre de proyecto:** Denuncia el maltrato

**Año:** 2022

**Objetivo:** Fomentar las denuncias contra el maltrato a refugiadas

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

**Concepto:** La realidad tiene muchas caras

Para algunas víctimas de maltrato, los objetos más cotidianos no son lo que parecen. Tú ves un cinturón, ellas ven un instrumento de tortura. Basado en esta idea, llevamos a cabo varias piezas gráficas para distribuirlas a través de diferentes medios offline: Póster, guía y tríptico.

LA  
REALIDAD  
TIENE  
MUCHAS  
CARAS

PARA TODOS SOLO ES UN CINTURÓN,  
PARA TI LO QUE TE DEJÓ MARCAS EN LA ESPALDA PARA SIEMPRE  
**¡DENÚNCIALO!**









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Marianitos

**Nombre de proyecto:** Hechos de otra pasta

**Año:** 2022

**Objetivo:** Darse a conocer

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Hechos de otra pasta

Creación de campaña publicitaria online a nivel creativo y estratégico. Manejo de la inversión en Social Ads con el objetivo de captar clientes y reconocimiento de marca. A través de Facebook e Instagram ADS, lanzamos unas piezas gráficas acompañadas de copys creativos para captar la atención de los usuarios.





Hechos de  
otra pasta



SALVADOR DALÍ

Hechos de  
otra pasta



MARILYN MONROE

Hechos de  
otra pasta





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Já Chegou Portugal

**Nombre de proyecto:** Já Chegou - The Game

**Año:** 2022

**Objetivo:** Dar a conocer su sistema de descuentos InApp

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

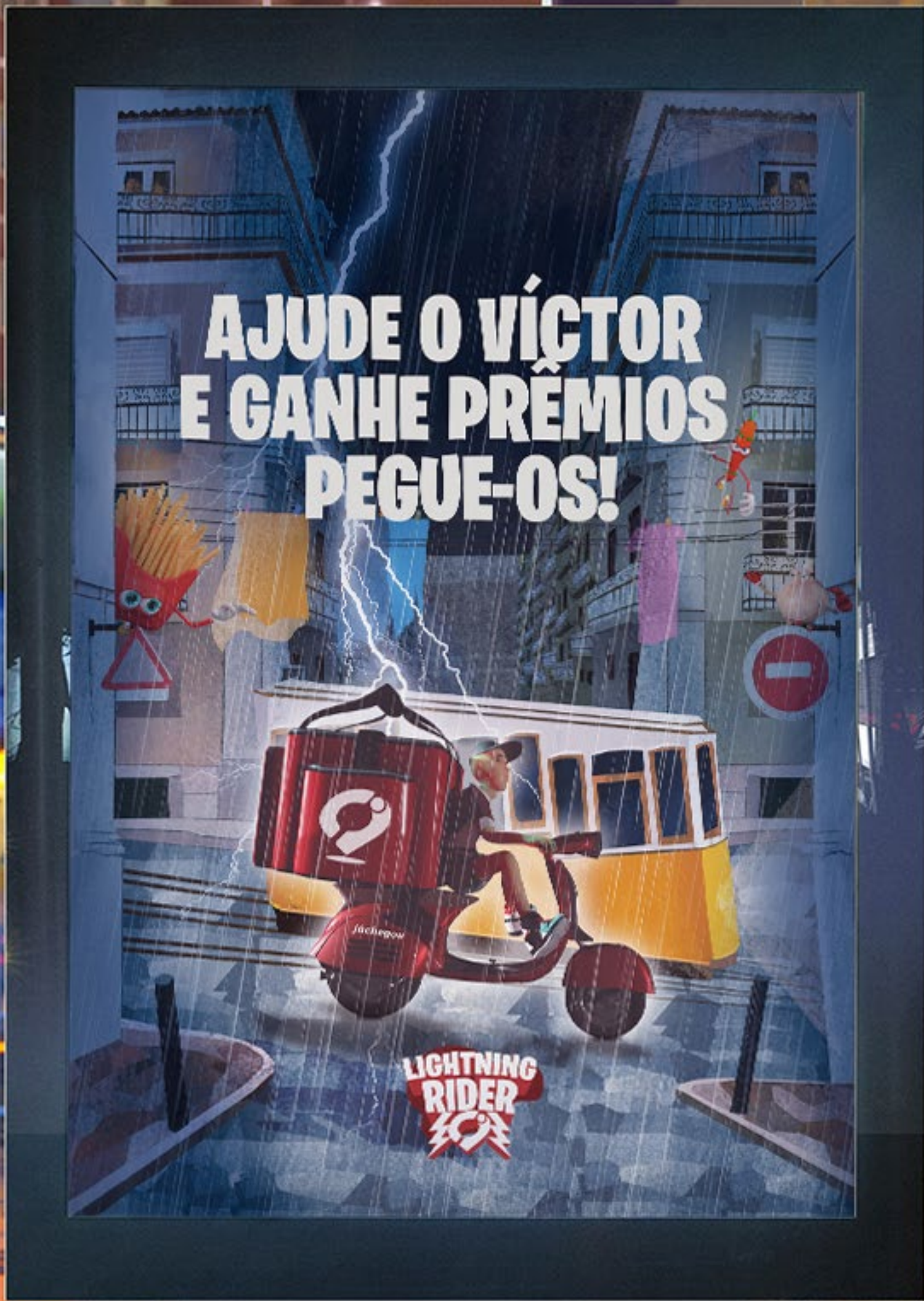
**Concepto:** Lightning Rider

Los juegos deben tener un respaldo creativo importante, tanto en su concepción como en el desarrollo y su mecánica. Tener un hilo conductor que convierta al juego en una experiencia más allá de las recompensas.

Para Já Chegou creamos un juego trepidante con un personaje principal llamado Victor y otros muchos pillos que deben ser encontrados. Un rider que tiene una importante misión: recuperar la comida que ha escapado y llevaba a un cliente. Una difícil hazaña para la que necesitará la ayuda de todos los usuarios portugueses de Já Chegou.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Newyou

**Nombre de proyecto:** Beat your Rules

**Año:** 2022

**Objetivo:** Dar a conocer el producto

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Beat your Rules

Desarrollo de concepto creativo y estrategia, ramificación online para performance a través de Social Ads, SEO, RRSS, creación de contenidos y manejo de Redes Sociales.

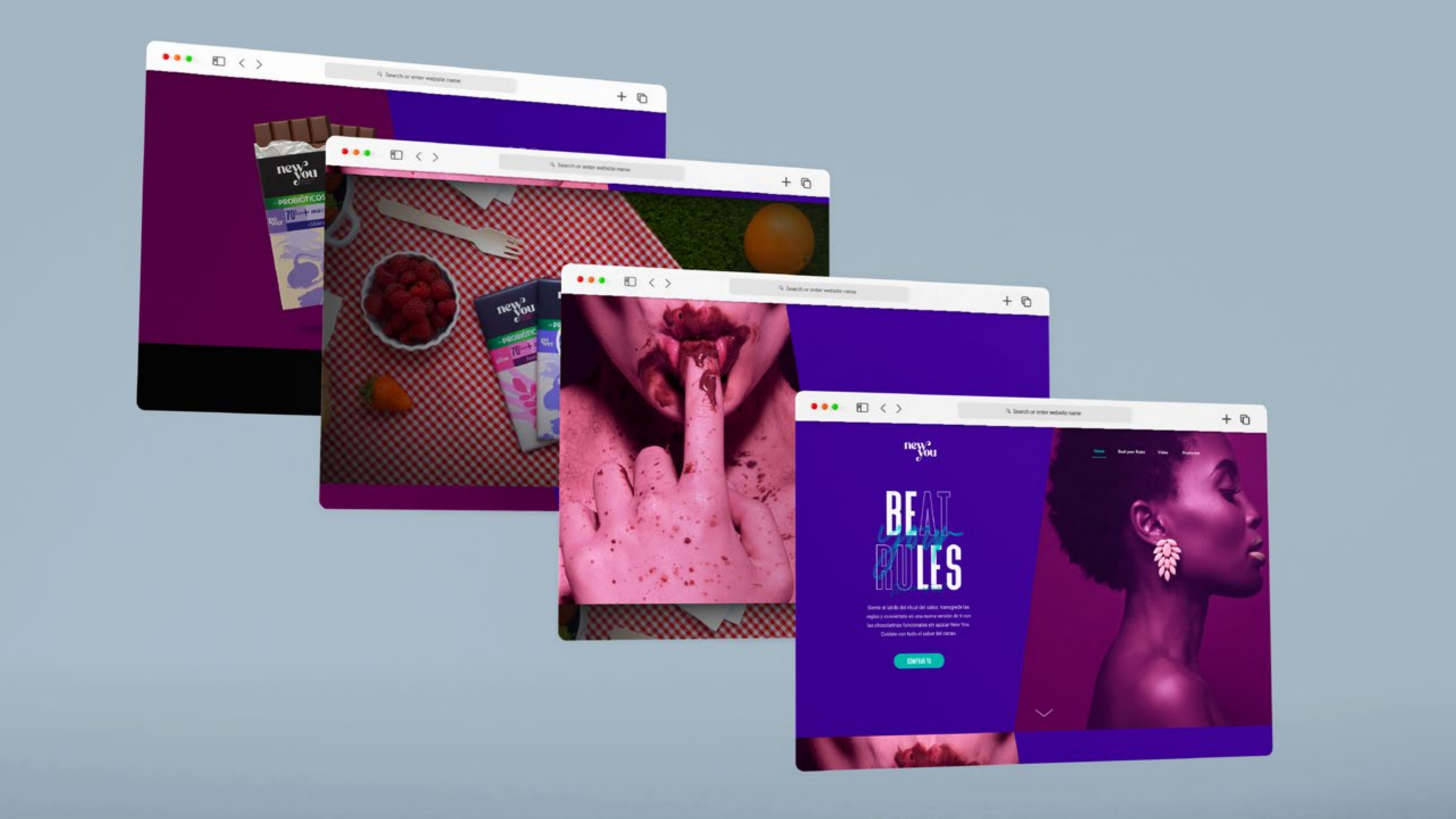
# BEAT

# RULES



CON BACILLUS  
SUBTILIS DEIII,  
MACA Y MORINGA







## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Aceites de oliva de España

**Nombre de proyecto:** Olive oil world tour - Spain edition

**Año:** 2022

**Objetivo:** Promoción exterior del aceite de oliva y sus beneficios

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity$

**Concepto:** Olive Oil World Tour - Asia&America Edition

Un reality show en directo donde dos chefs seleccionados en un casting emocionante recorrerán Brasil, México, China y Japón en un food truck desvencijado, retando a chefs locales en cada ciudad del recorrido a hacer el mejor plato con aceite de oliva español. Una docuserie de 6 capítulos por país, generando un formato de 4 temporadas para Prime Video. El control del guión y las situaciones inverosímiles mantienen al espectador pegado a la pantalla con un estilo gamberro en una campaña de brand content emocionante como pocas.





**OLIVE OIL**  
**MEXICO EDITION**  
**ADVENTURE**  
*World Tour*

Nunca has visto emociones tan a flor de piel. Dos chefs, un destino y un gran galardón. Comienza la aventura para alzarse con la botella de oro de **Aceites de España** en México. **Un solo ganador** y un viaje inolvidable, donde la cocina de los mejores platos mexicanos, se convierten en el gran concurso entre chefs en ruta de la historia culinaria mundial.

México D.F. 10 - 15 abril • Guadalajara 17 - 22 abril • Monterrey 24 - 29 abril • Chihuahua 29 abril - 4 mayo

**OLIVE OIL**  
**ASIA EDITION**  
**ADVENTURE**  
*World Tour*

Video player controls: play, next, volume, and full screen icons are visible.

**OLIVE OIL**  
**ASIA EDITION**  
**ADVENTURE**  
*World Tour*





**BEIJIN**



**XIAN**



**SHANGHAI**



**HONG-KONG**



**TOKIO**

**KOBE**

**FUKUSHIMA**

**OSAKA**



**ASIA**

**ASIA EDITION**

OLIVE OIL

ADVENTURE

World Tour



Philippines

Islands



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Campo Rico

**Nombre de proyecto:** Naturalmente

**Año:** 2021

**Objetivo:** Comunicar la naturaleza de los productos

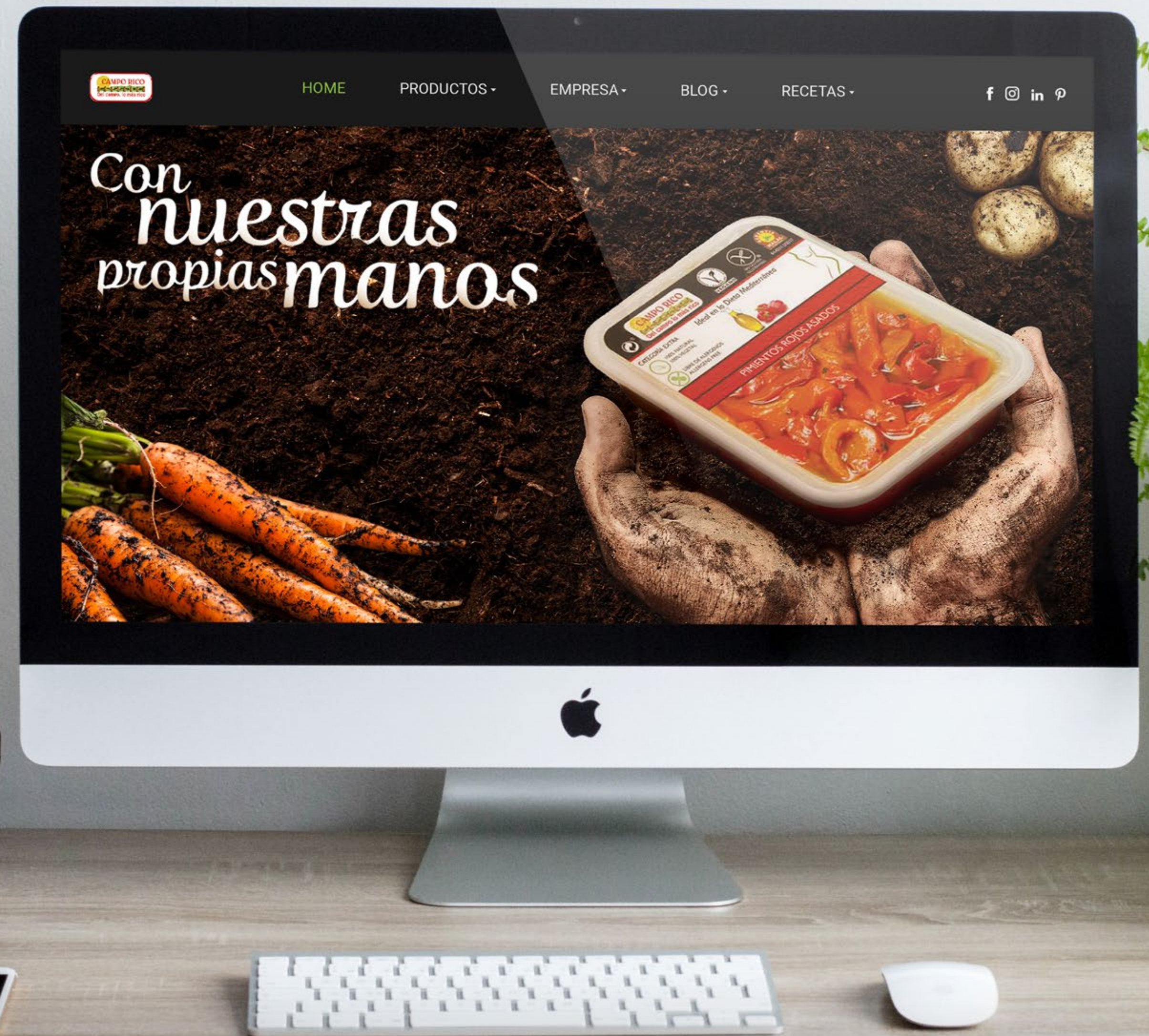
**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Fb + [a \times r] \times t = Feynman$

**Concepto:** Con nuestras propias manos

Una campaña que comienza de forma progresiva en la dimensión online en 3 oleadas anuales, haciéndolas coincidir con algunos lanzamientos de producto. Las fases de campaña inciden sobre los productos: orgánicos y artesanales incluso en quinta gama.

Un proyecto en el que se crean líneas de negocio nuevas con menús semanales y diarios con nuevo packaging de entrega rápida a través de Glovo, donde se incluyen variedades para veganos, celíacos e incluso urbanitas.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Citrisol

**Nombre de proyecto:** Cítricos sin química

**Año:** 2022

**Objetivo:** Campaña con rebranding y posicionamiento

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Lo siento, pero no tenemos química

Creación de una identidad única, fresca y divertida.

Desarrollo de una campaña compuesta por una serie de fases desarrolladas para fomentar el recuerdo y la penetración, con el objetivo de mostrar los beneficios de la fruta “fea”, sin químicos.

En el capítulo de negocio, se crea una suscripción para suministrar cítricos mesualmente con una exprimidora de diseño y botellas de congelación en la primera entrega.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Schrödinger Group

**Nombre de proyecto:** Bugs Slingers

**Año:** 2022

**Objetivo:** Una nueva forma de concebir NFTs

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Bugs Slingers

Un proyecto blockchain que pretende revolucionar los NFT Avatar a través de un paso previo al “mintado” de activos digitales: Sling.

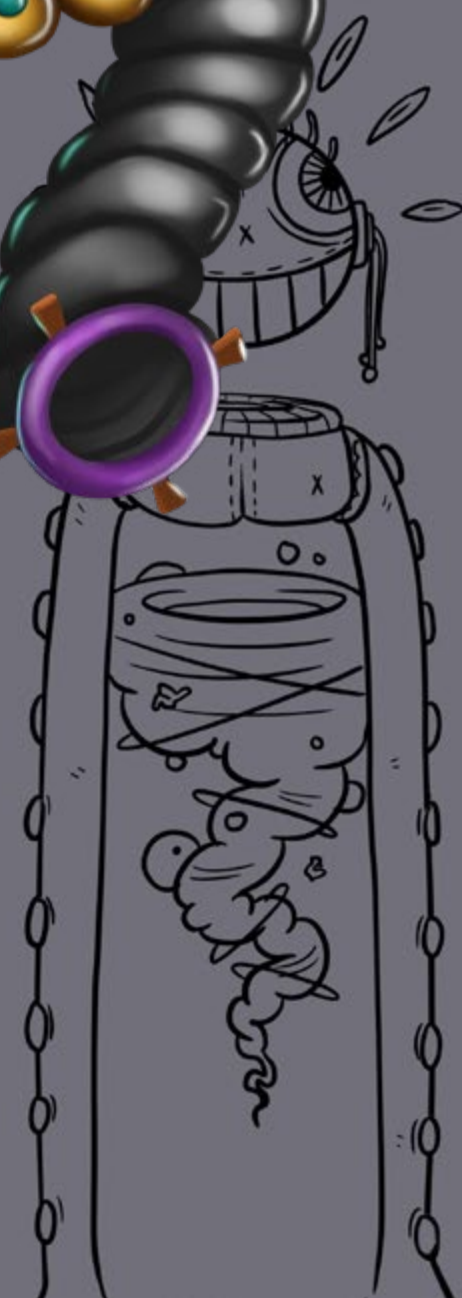
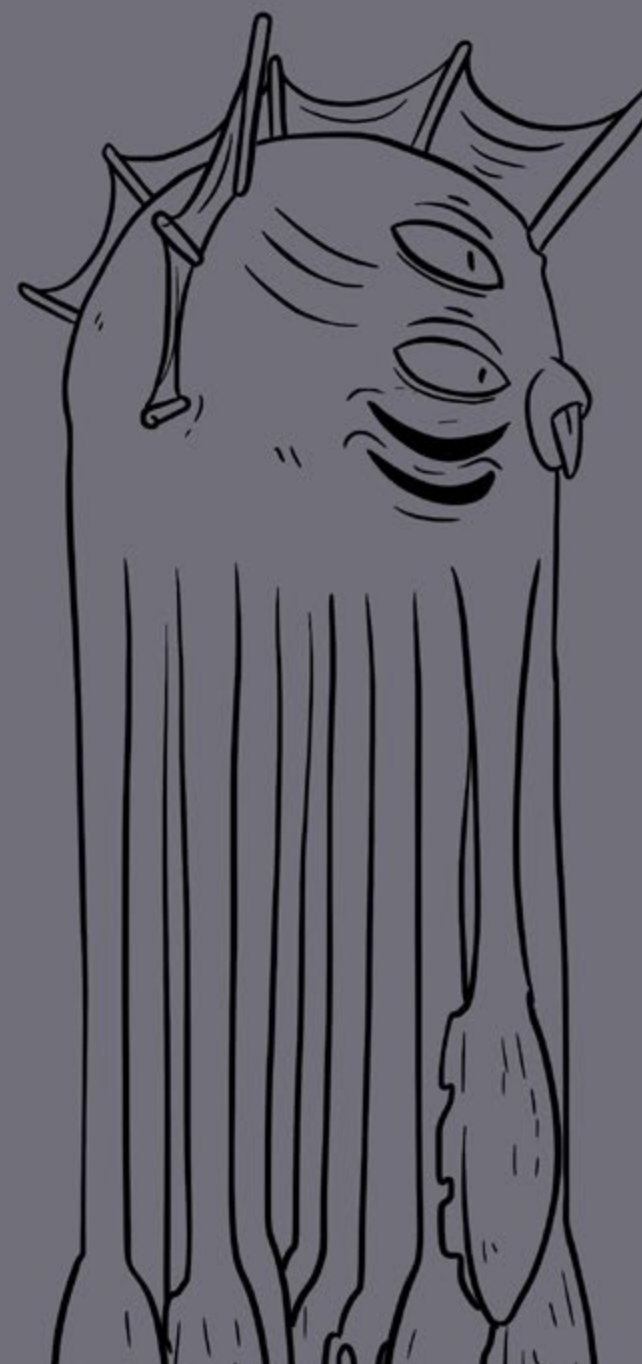
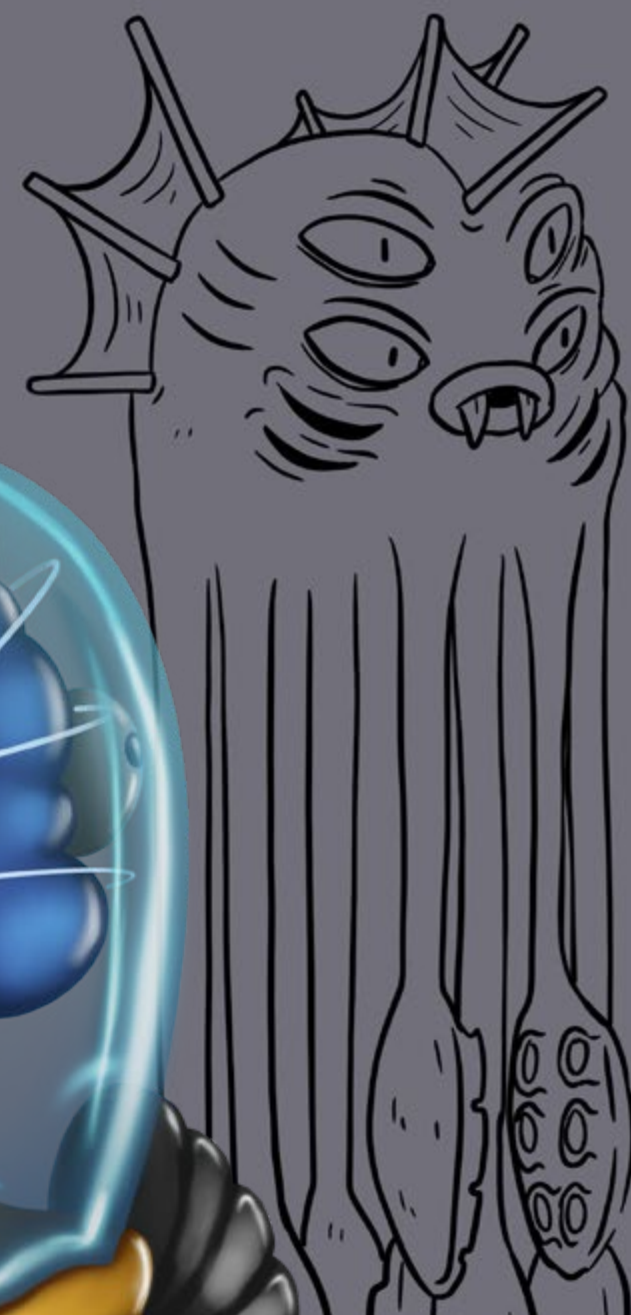
Un ecosistema NFT en el que los activos digitales se capturan después de hacer airdrop. Durante periodos fijos, o variables, se activa la circulación de un número determinado de avatares pertenecientes a varios universos: acuáticos, terrestres, aéreos, dioses y especiales.

Los usuarios pueden “cazar” sus avatares y usarlos en el metaverso con la certeza de ser el único propietario del activo.

# NUNCA HICISTE SLING NFT









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Krash Cosmetics

**Nombre de proyecto:** Zero clasificaciones

**Año:** 2022

**Objetivo:** Llegar al público de chica massmedia de 14 a 35 años

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Q + [i \times d] \times t = Quantum$

**Concepto:** Never Tags

Una campaña que busca animar a las personas a expresarse libremente, sin miedos y sin prejuicios. Usando figuras de jueces y otras voces preponderantes en la sociedad, denunciamos la represión, ensalzando los valores que emanan de la libertad. #NonCurvy #NonQueer #NonDemocracy ¿Quiénes somos nosotros para señalar y nombrar todo lo que nos rodea? En Krash, hemos quitado las etiquetas para que seas tú mismo el que te defina. Una creatividad que propaga a través de diferentes formatos tanto offline como online, así como create en Gran Vía.







HOME SHOP COLECCIONES NOVEDADES BACK IN STOCK BUSCAR CUENTA CARRITO

Silenciamos las etiquetas que nos separan, nos hacen diferentes o nos enfrentan. Nacimos para definir la democratización del maquillaje, haciéndolo universal, para todos. Imaginando un mundo en el que no hacen falta las etiquetas para proteger a nadie, ni para insultarlo o para generar división, pues no hay vulnerables que proteger, ni contrarios a los que insultar, desmerecer o humillar. Una sociedad donde no hay débiles o fuertes, justa, noble, donde cada uno es uno mismo. Dibujado como desee.



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Milanuncios

**Nombre de proyecto:** Libérate, libéralo

**Año:** 2021

**Objetivo:** Conseguir más descargas de App

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Q+[i \times d] \times t=Quantum$

**Concepto:** Practica el desapego

Desapegarse de algunas cosas puede resultar más complicado de lo que uno se pensaba, más aún cuando hablamos de las cosas que te regaló tu ex... Pero gracias a milanuncios, practicar el desapego es mucho más sencillo y llevadero. Nos lo cuentan en una Rumba Bonus Track, Rosalía y C. Tangana, que saben muy bien de rupturas a través de un spot musical, gráficas online, offline y Create.







# LIBÉRATE

LIBÉRALO

milanuncios

# LIBÉRATE

LIBÉRALO

Rosalía y C. Tangana han sabido practicar el desapego gracias a Milanuncios y el Profesor Paxton pero dejaron algo sin vender. Su tocadiscos firmado por los dos, descarga la app y puede ser tuyo.



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Cabo Vírgenes

**Nombre de proyecto:** Sin cabos sueltos

**Año:** 2022

**Objetivo:** Llegar al mercado B2C

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Fb + [a \times r] \times t = Feynman$

**Concepto:** Sin cabos sueltos

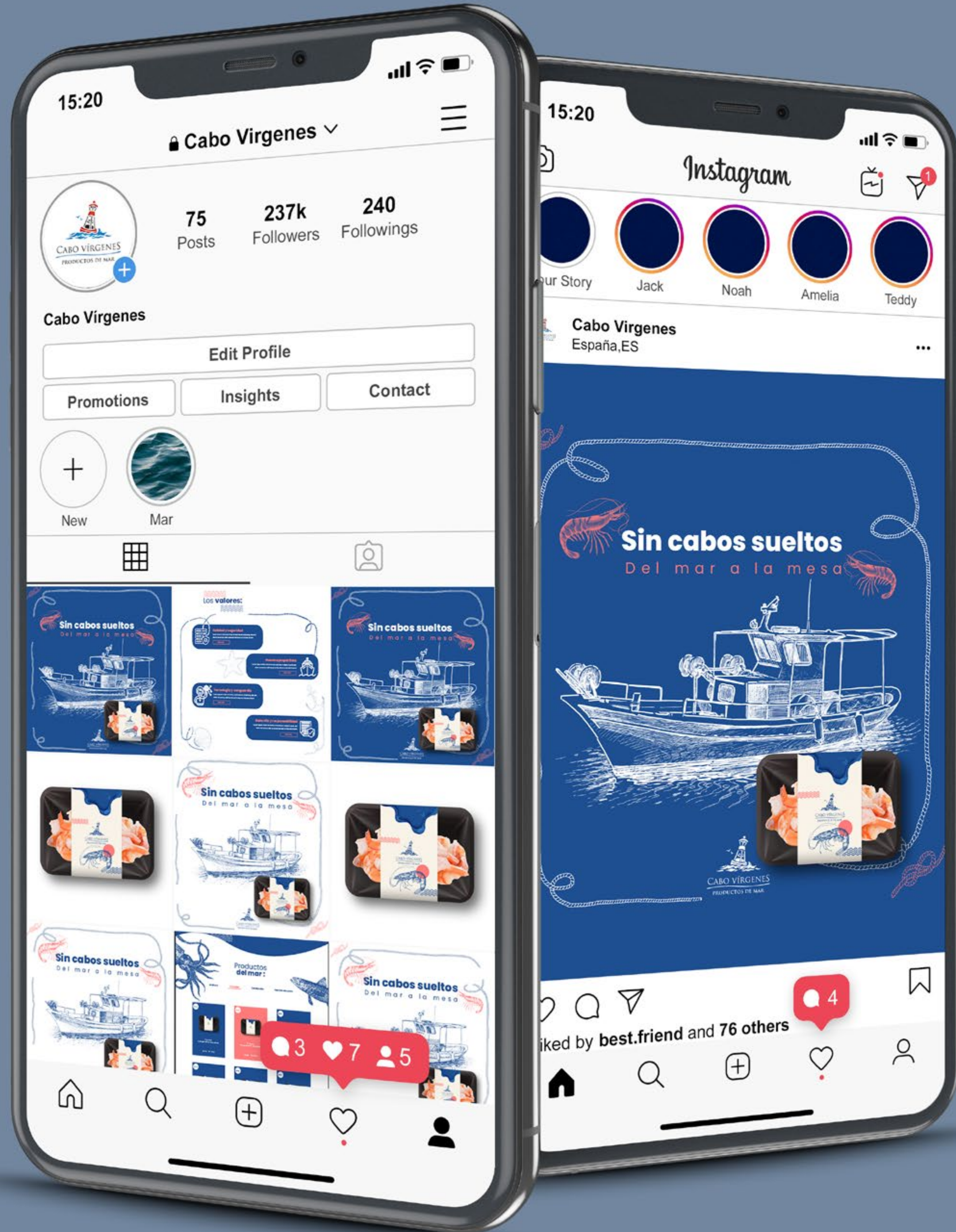
Dos fases son las que componen este proyecto, la primera: lanzamiento del nuevo ecommerce a través de la generación de tráfico y sistemas ThruPlay, con SEO asociativo por medio de nuestra IA. La segunda fase consta de campaña gráfica enfocada a redes sociales.

# SIN CABOS SUELTOS

DEL MAR A LA MESA









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** El Almendro

**Nombre de proyecto:** Rlly

**Año:** 2022

**Objetivo:** Dar a conocer su producto: barritas

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Ingredientes reales para personas reales

El principal objetivo era desligar el nuevo producto (barritas) de la imagen que tiene la marca, como fabricantes de turrón. La campaña buscaba la contraposición de la realidad de los ingredientes con respecto a las situaciones vividas por los protagonistas en el spot o el key visual.

Creamos un nuevo branding, packaging incluido, asociado a la campaña “ingredientes reales para personas reales”: Rlly, contracción de la palabra REALLY. Un nombre claro y conciso que transmite los valores que diferencia del resto de marcas y conecta con el público al que nos queremos dirigir.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Merlin Properties

**Nombre de proyecto:** En el lugar adecuado

**Año:** 2022

**Objetivo:** Crear una acción para dar a conocer Loom Experience

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** En el lugar adecuado

La campaña se desarrolla en un bus remodelado y convertido en una oficina Loom, donde solo unos pocos elegidos tienen la suerte de aventurarse en un viaje de Madrid a Barcelona. En él, han de trabajar en equipo para resolver unas cuantas pruebas que les llevará a su destino final, donde les espera una gran sorpresa, la nueva mascota del espacio: Loomio, un personaje que deberán encontrar con realidad aumentada. Un divertido road show emitido en directo que hace las veces de brand content y reality gamberro.









## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Rubiato Paredes

**Nombre de proyecto:** Está cañón

**Año:** 2022

**Objetivo:** Aumentar las ventas de su género

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Fb + [a \times r] \times t = Feynman$

**Concepto:** Está cañón

Un producto tan, tan bueno, que hay que censurarlo. No había otro remedio. Porn food de manual.

Una campaña que partía de la premisa del pixelado de las imágenes que contenían carne, dirigido al B2B y B2C. La campaña tenía un nivel de continuación, una fase que llamamos infinita de marketing news en la que jugabamos con la competencia y algunos otros rivales, como Heura.





# COMER CARNE ES DE LISTOS



"LO MÁS NECESARIO, DIFÍCIL Y PRINCIPAL EN LA MÚSICA, ES EL TIEMPO" A TIEMPO ESTÁS DE PROBAR CARNE DE VERDAD.

CUANDO LOS HUMANOS DEJAMOS DE SER HERBÍVOROS, NUESTRO CEREBRO COMENZÓ A DESARROLLARSE.

TANTO, QUE MOZART CONSIGUIÓ INTERPRETAR PARTITURAS CON 4 AÑOS

**RUBIATO PAREDES**  
Artesanos de la carne

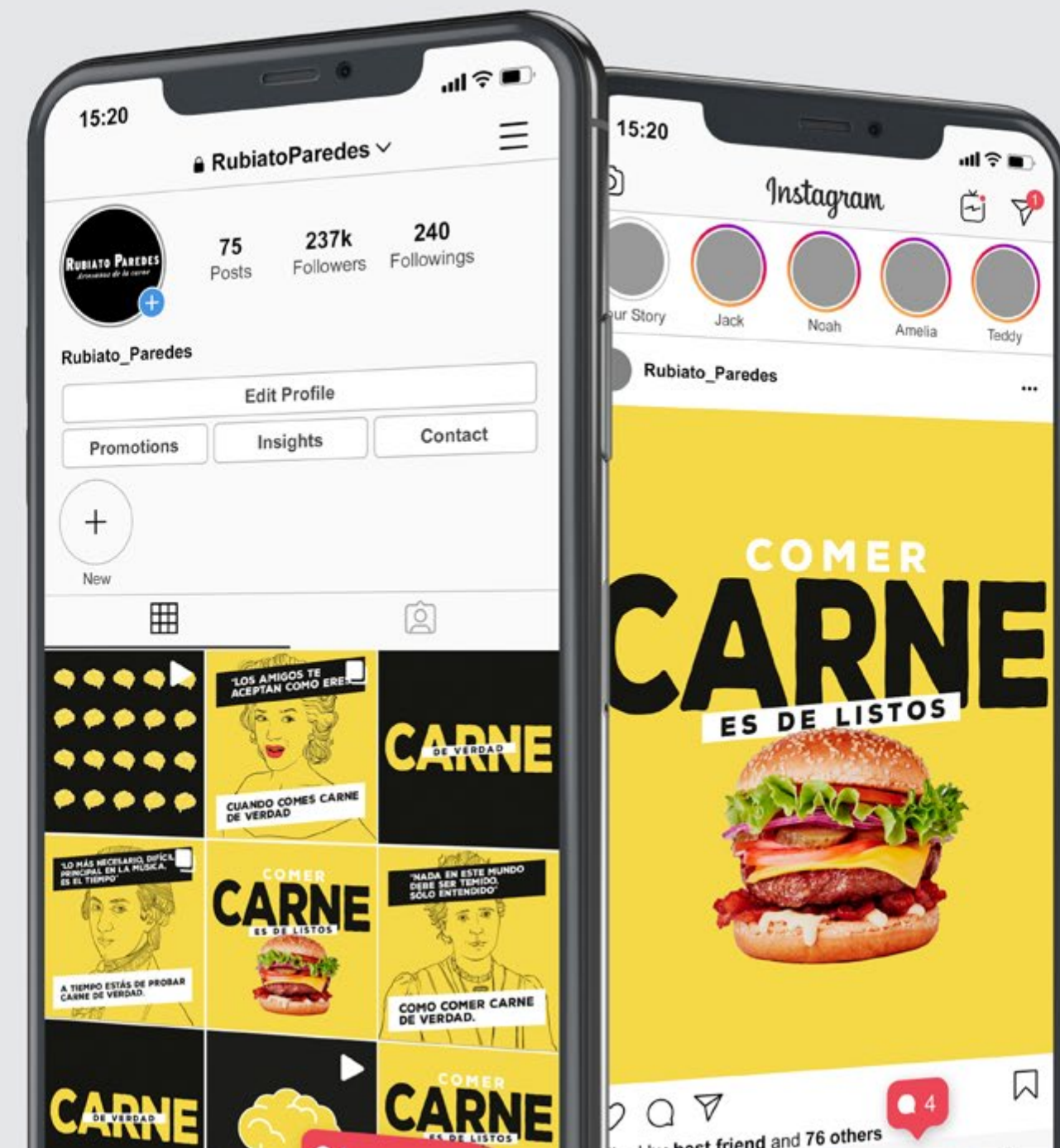
# QUE NO TE DE CORTE

GUARDAMOS UN DELICIOSO SECRETO



Los cortes de Rubiato Paredes son únicos, para chefs experimentados o de domingo en el jardín.

**RUBIATO PAREDES**  
Artesanos de la carne





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Altaico

**Nombre de proyecto:** No te alarmes

**Año:** 2022

**Objetivo:** Dar a conocer la marca y sus productos B2B Y B2C

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity+Fb+[a \times r] \times t=Feynman$

**Concepto:** Preocupaciones

La solución que te aporta Altaico hará que tus preocupaciones más insignificantes del día a día, sean las que más te preocupen. La campaña entera va ligada a un mismo concepto y claim dirigido tanto a B2C como a B2B. Siguiendo el hilo conductor que establece el concepto, conseguimos un efecto arrastre que consolida cada fase de campaña.

No te  
**ALARMES**

Que todas tus  
**preocupaciones**  
se reduzcan a,  
¿Qué me pongo  
esta noche?

Altaico Seguridad, te libera de una gran preocupación para que te puedas centrar en esos pequeños "problemas" que parecen un mundo.



**No te ALARMES**

Que todas tus preocupaciones se reduzcan a, ¿Qué tiempo hará mañana?

Altaico Seguridad, te libera de una gran preocupación para que te puedas centrar en esos pequeños "problemas" que parecen un mundo.

**altaico**  
SEGURIDAD

**No te ALARMES**

Que todas tus preocupaciones se reduzcan a, ¿Llegaré a tiempo a la reunión?

Altaico Seguridad, te libera de una gran preocupación para que te puedas centrar en esos pequeños "problemas" que parecen un mundo.

**altaico**  
SEGURIDAD

15:20 Altaico

75 Posts 237k Followers 240 Followings

Altaico

Edit Profile Promotions Insights Contact

New

Te seguridad es nuestro compromiso

no te alarmes

Instagram

15:20

Altaico

4

best friend and 76 others



## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Alpina

**Nombre de proyecto:** Oatnestly

**Año:** 2022

**Objetivo:** Introducir el producto en el mercado español

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr + [i \times 2] \times id = Creativity + Fb + [a \times r] \times t = Feynman$

**Concepto:** Blanco y en botella

Una campaña con la que pretendemos generar mucho ruido, combinando distintos medios offline y online para la fase de branding, además de realizar una activación y un juego donde pondremos a prueba nuestra propia honestidad. La idea que subyace es la prohibición de la palabra leche para denominar a las bebidas vegetales, generando momentos divertidos en el spot y algunos key visual con realidad aumentada.

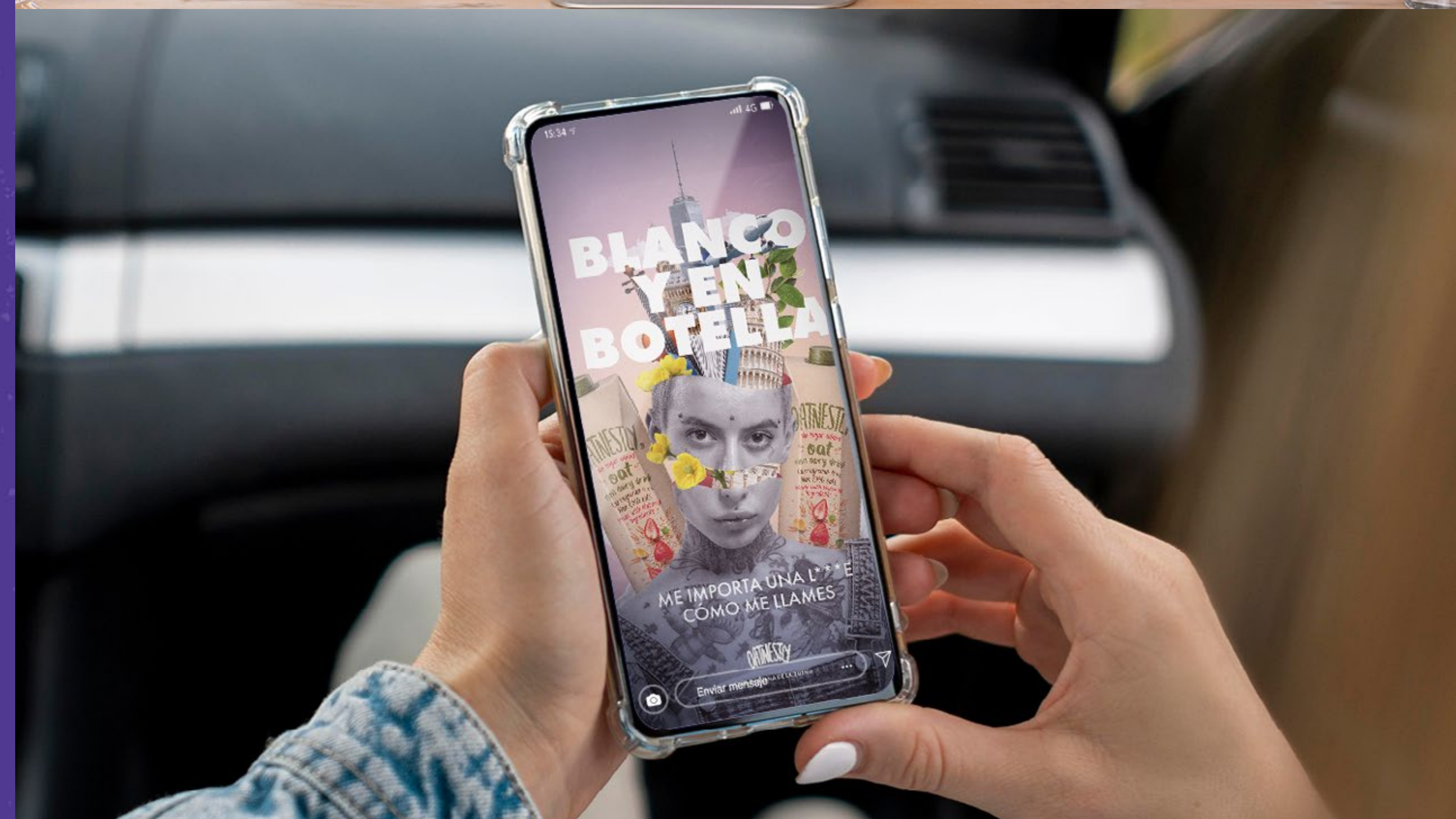




**PROHIBIR**  
el uso de  
**ALGUNAS**  
**PALABRAS.**  
eso es tener  
**MALA L** \*\*\*\*\***E**

BLANCO Y EN BOTELLA

OATNESTLY





## 02. PROYECTOS

**Nombre de cliente:** Schrödinger Group

**Nombre de proyecto:** Perseverance Five

**Año:** 2021

**Objetivo:** Lograr un formato de gran valor social

**Ámbito:** Online + Offline

**Ecuación:**  $Cr+[i \times 2] \times id=Creativity$

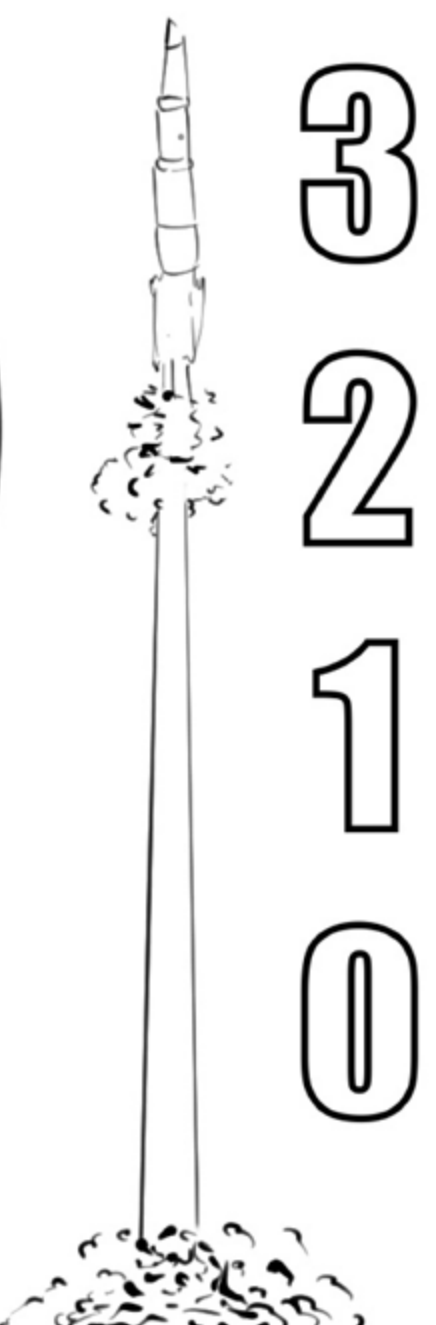
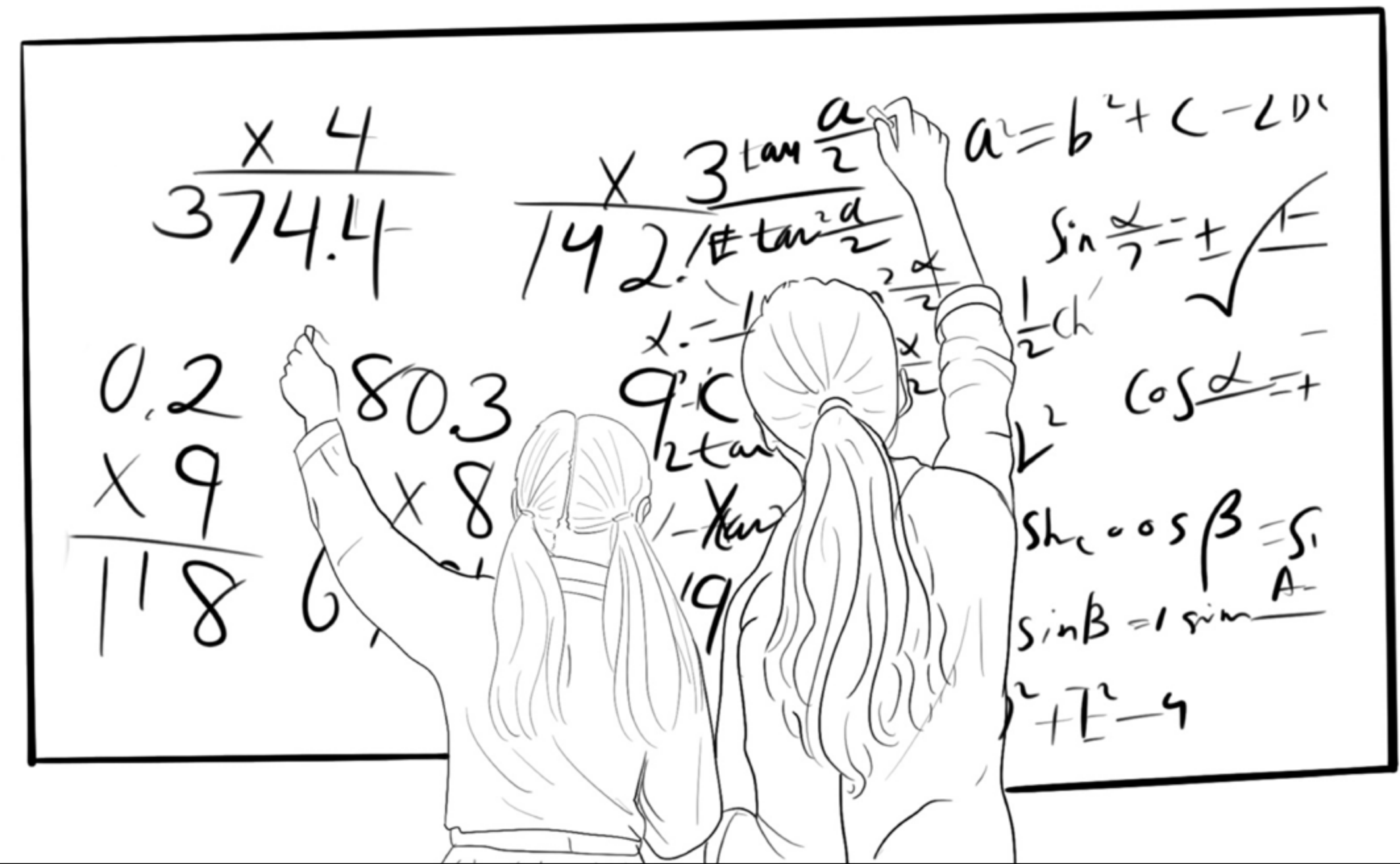
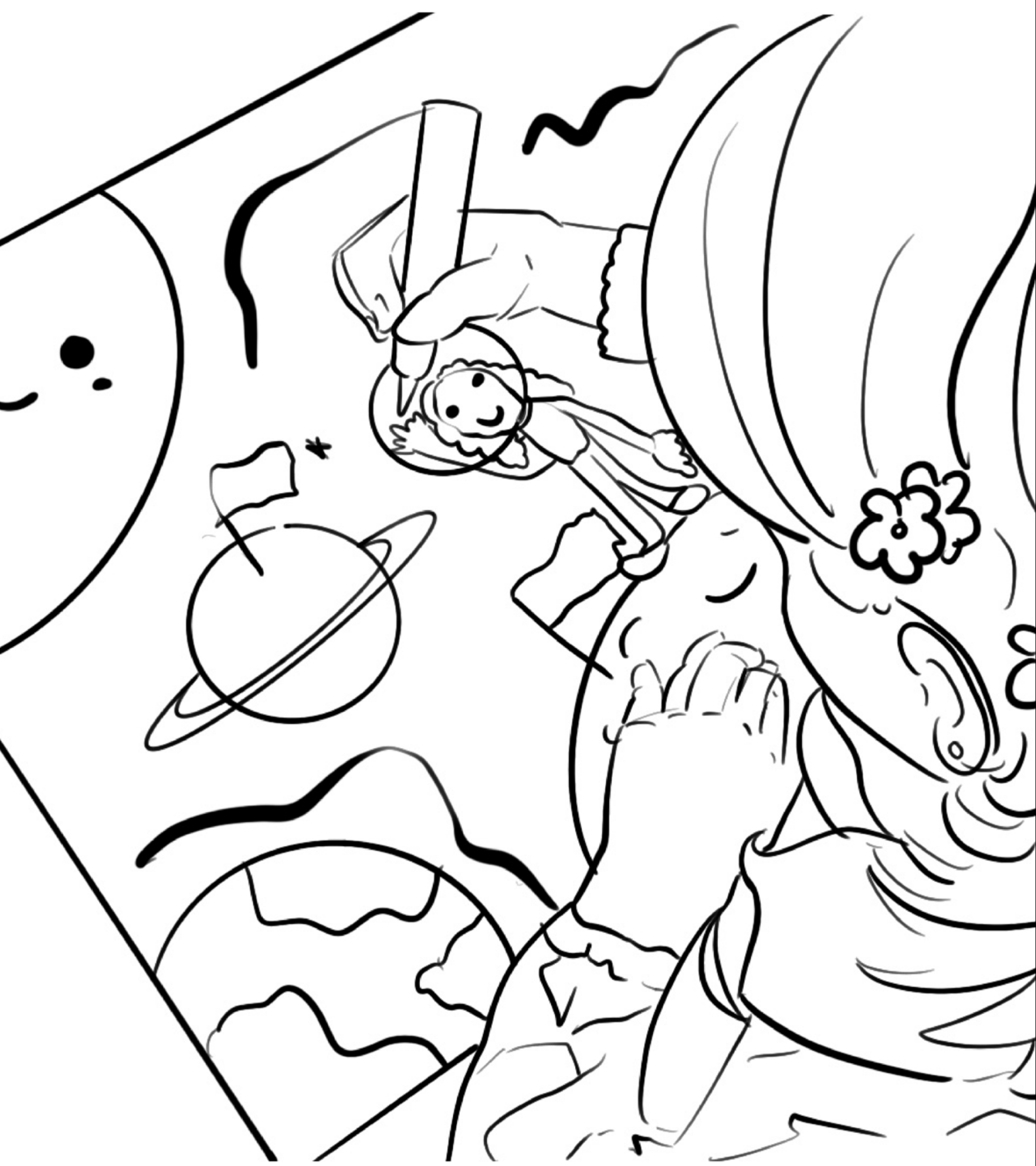
**Concepto:** Perseverance Five

Perseverance, representa la capacidad de esfuerzo de los seres humanos, en un docu reality en el que 5 jóvenes en exclusión social y con un expediente académico intachable tienen la oportunidad de que se les financien esos estudios en ciencias que tanto ansían tener. Son nuestras próximas astronautas, médicas, matemáticas, etc...

Un formato creado por Schrödinger Group en el que seguimos la vida de las 5 chicas elegidas mediante casting y pruebas de aptitud. Desde su primer año de carrera, hasta las primeras prácticas en empresa. El teaser nos muestra a una niña desde sus primeros sueños hasta convertirse en astronauta.



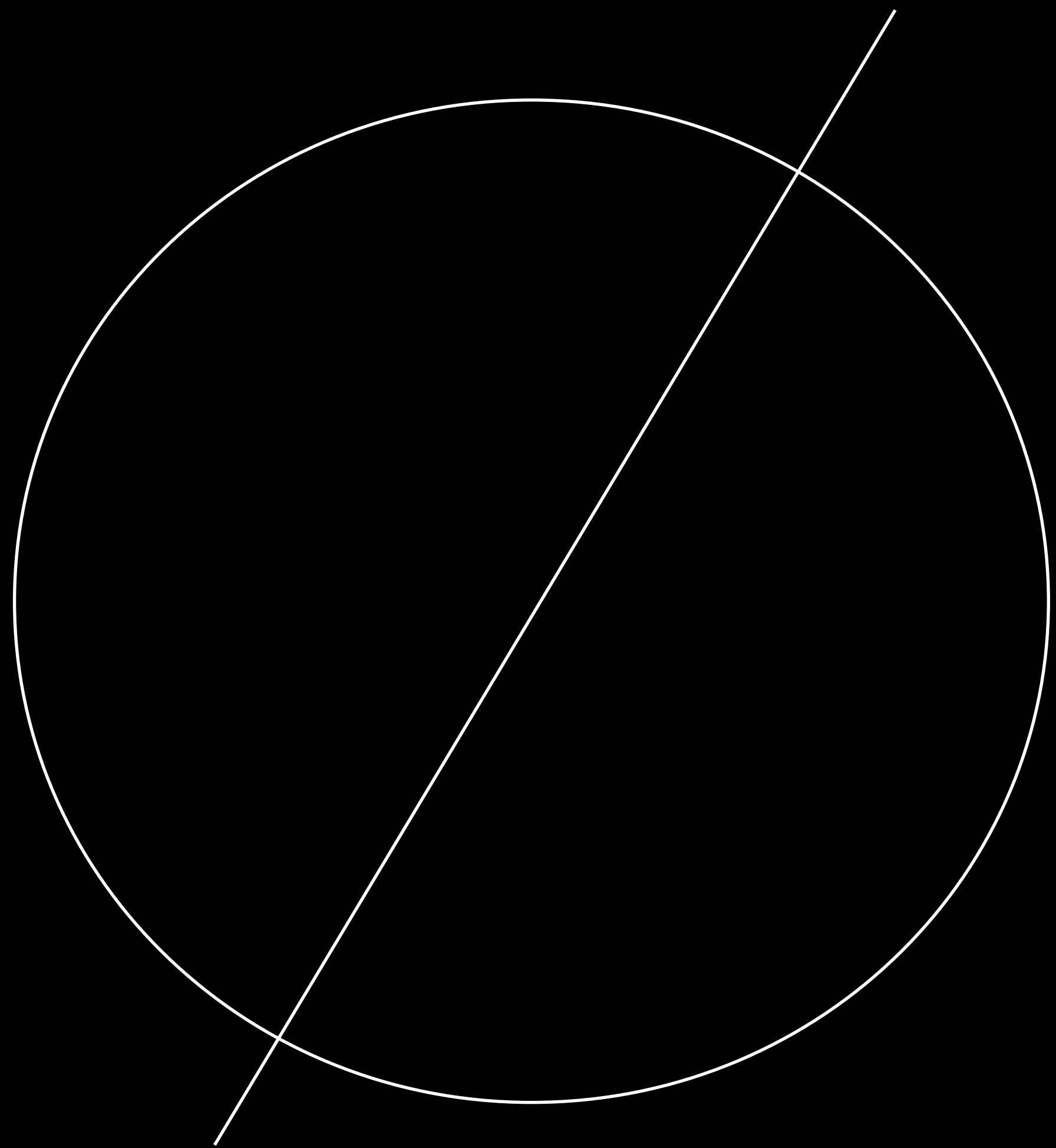






# 03.

## CLIENTES





prestale


AVIS





# NUESTROS EQUIPO

ESTÁ COMPUESTO POR  
PROFESIONALES CON GRAN  
EXPERIENCIA EN PUBLICIDAD,  
TECNOLOGÍA Y NEGOCIO. ES  
NUESTRO MAYOR ACTIVO







**SCHRÖDINGER**  
GRØUP

Ø **CREATIVITY**  
cr+[ix2]xid=

Ø **QUANTUM**  
Q+[ixd]xt=

Ø **FARADAY**  
MEDIACOM

Ø **PURPLE**  
VIEW

Ø **FEYNMAN**  
BROTHERS