

DOSSIER



# RELEVANTS

DOSSIER

2024

2024

Grupoidex es un grupo de comunicación con delegaciones en Madrid, Valencia y Alicante. El grupo desarrolla su actividad en áreas como la creatividad estratégica, la producción audiovisual y el branded content, la ado y entidades no lucrativas (**bajo la directriz de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la Red Española de Pacto Mundial de las Naciones Unidas, de la que somos socios y firmantes**) es lo que verdaderamente nos ha posicionado como una empresa socialmente comprometida.

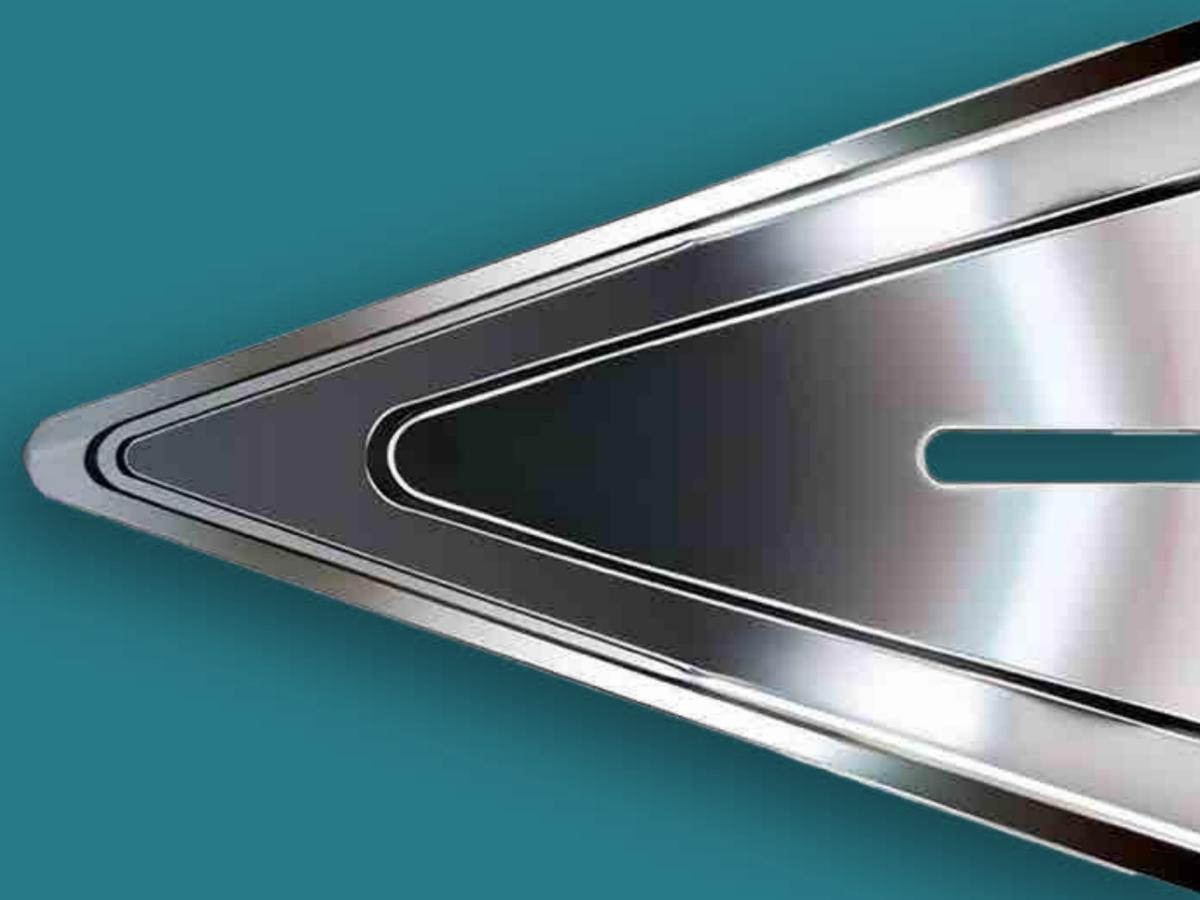


# ¡Hola!

## PLAY



AWARDS  
AWARDS  
AWARDS  
AWARDS  
**AWARDS**  
AWARDS  
AWARDS  
AWARDS  
AWARDS



PREMIO DE NOVELA

Azorín

2024



ver video

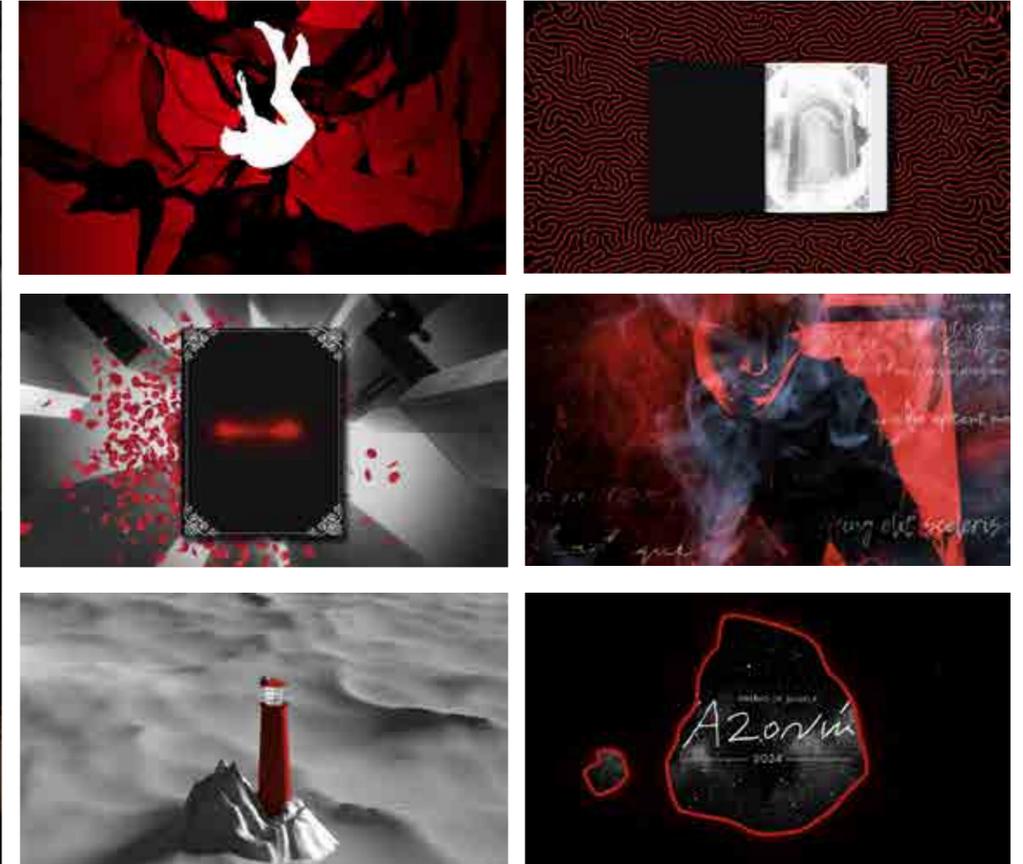
## Brief

Seguir sorprendiendo al público asistente es todo un reto treinta años después de la primera edición del premio Azorín de novela. Una misión que, desde Grupoindex, hemos interiorizado y para la que entra en juego todo el potencial del equipo humano y tecnológico, quedando plasmado en el proceso creativo del acto.

## Idea

A través del claim “El personaje que se transformó en autor” comenzamos un viaje para explicar que Azorín fue un personaje de sus primeras obras de carácter autobiográfico, lo que pone de manifiesto la difusa línea que separaba a José Martínez Ruiz de Antonio Azorín. A través de este hilo conductor conseguimos ofrecer una visión más sobre el autor ofreciendo un homenaje al maravilloso mundo narrativo del escritor, que consiguió romper con los convencionalismos del pasado para crear un personaje que terminó convirtiéndose en el propio autor.

El personaje que se transformó en autor.





## Brief

Cada año el Diario El Información celebra Los Importantes, un evento que reconoce y pone en valor el talento, las acciones y las contribuciones a la sociedad alicantina de entidades, personalidades y profesionales en campos como la investigación científica, la innovación, el emprendimiento, el medio ambiente, el arte, la cultura y el deporte.

En 2024 se ha celebrado la 39 edición de los reconocidos galardones, casi 40 años de trabajo y evolución, por lo que la gala tenía que estar a la altura.

## Idea

Para la 39 edición hemos querido convertir la innovación en el componente principal del evento. Un concepto tecnológico que tiene el objetivo de dar un aire de vanguardia que sumerja al asistente en la parte más actual del periódico.

Con el objetivo de ofrecer una experiencia inmersiva desarrollamos una escenografía protagonizada por una pantalla volada con efecto elipse capaz de crear un efecto en tres dimensiones, acompañada de todos los elementos escenográficos que forman parte del evento (audiovisuales, photocall...) que trasladan a un escenario futurista.







ver video

## Brief

Cada año la Oficina de Patentes Europea celebra los Inventor Awards. Unos premios que tienen el objetivo de reconocer a los inventores que han hecho una contribución significativa a la innovación, crecimiento de la economía y la sociedad en Europa.

Los galardones comenzaron en 2006 y, desde entonces, se han celebrado cada año en una ciudad diferente. En 2023 la gala se ha realizado en Valencia con una presencia de 150 personas.

## Idea

El evento consistió, además de en la propia entrega de premios y su rueda de prensa asociada, en una mesa redonda en la que diversos especialistas debatieron en torno a diferentes áreas de interés vinculadas a los inventos.

En esta ocasión, nuestro equipo colaboró en el mismo aportando elementos de mobiliario y supervisando el trabajo de azafatas, estilistas y maquilladores para lograr una sintonía perfecta con el resto de áreas clave de un evento destinado a poner en valor a las nuevas generaciones de “Tomorrow Shapers”.





ver video

## Brief

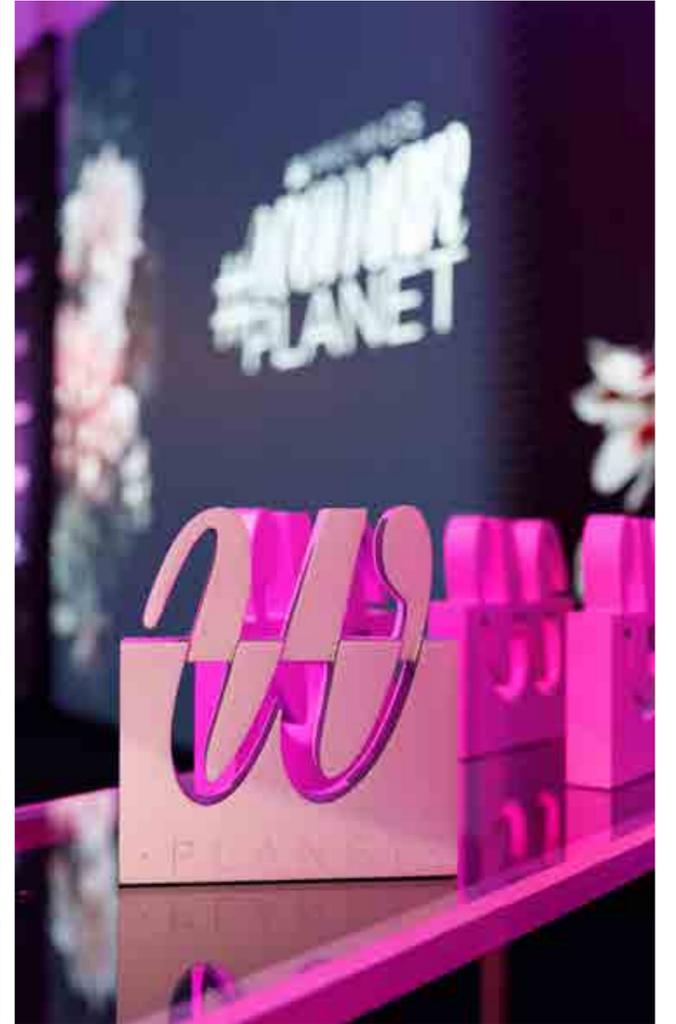
Por primera vez en la historia de la revista, Los Premios Woman, dedicados tradicionalmente a reconocer la labor de mujeres inspiradoras, se transforman en Premios #WomanPlanet, para reconocer los esfuerzos de la industria del lujo y sus iniciativas sostenibles.

Desde hace más de una década, la revista Woman trabaja con una hoja de ruta muy definida: inspirar para lograr un mundo que respete la naturaleza. En el ADN de Woman, la moda y la belleza son sinónimo de sostenibilidad, inclusión y solidaridad, por eso esta gala será símbolo del compromiso para cuidar el planeta y trabajar juntos para cumplir los objetivos de la Agenda 2030.

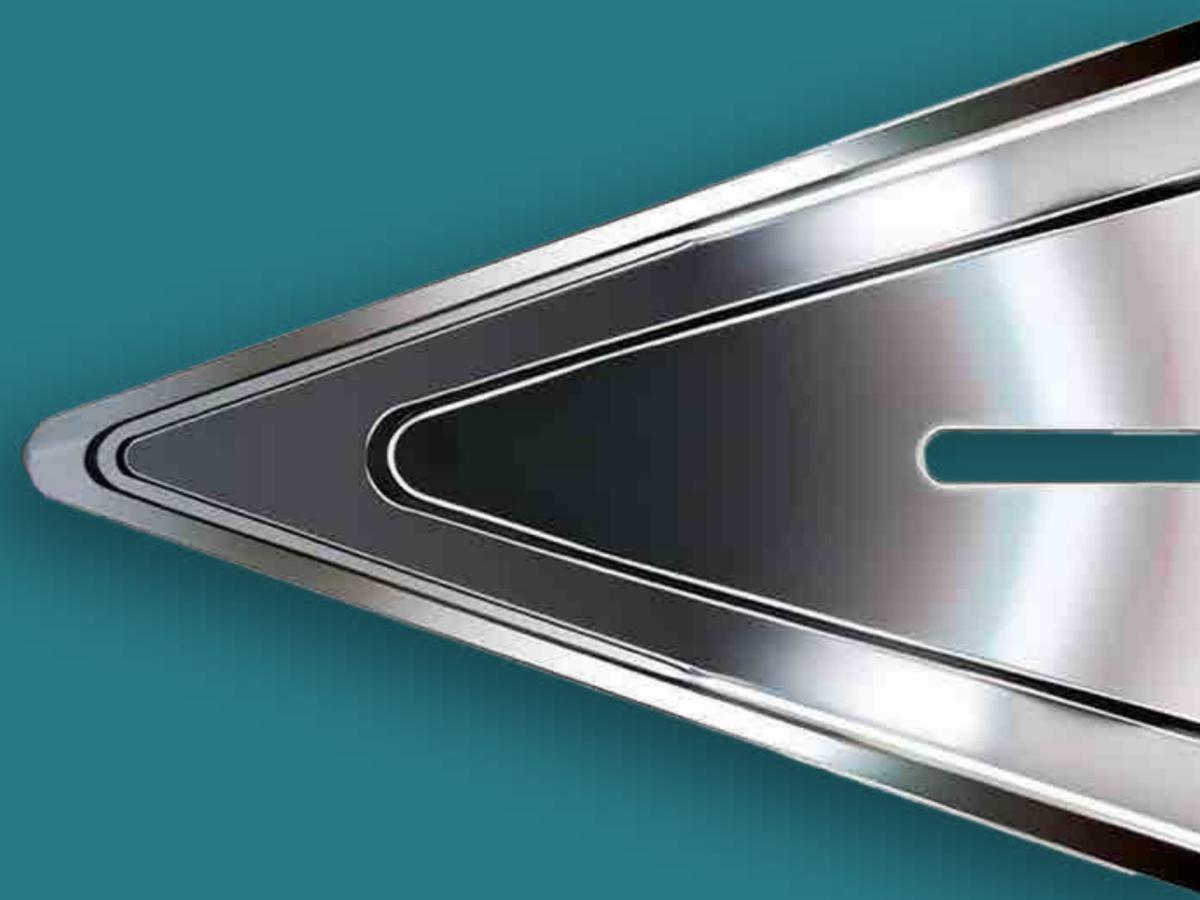
## Idea

Quizá no siempre somos conscientes. Pero tenemos a nuestro alcance lujos que no percibimos como tales. El verde de un prado. El olor de la brisa al amanecer. El reflejo limpio de un mar en calma. El rumor de las hojas por encima de nuestras cabezas. Y, en general, la posibilidad de perdernos lejos del hormigón, el humo y la furia.

Empleamos términos como naturaleza. Medio ambiente. Ecosistema. Entorno. Pero quizá deberíamos empezar a llamarlo lujo. Porque, si no hacemos algo al respecto, cada vez va a serlo más.



CORPORATE  
CORPORATE  
CORPORATE  
CORPORATE  
**CORPORATE**  
CORPORATE  
CORPORATE  
CORPORATE  
CORPORATE  
CORPORATE



BRAND PRESENTATION



## Brief

En los últimos años, Cantabria Labs, una compañía especializada en la investigación, desarrollo y comercialización de productos farmacéuticos y dermocosméticos, ha forjado una sólida colaboración con Rafa Nadal, el tenista español más destacado de todos los tiempos. Este año, esa colaboración toma un nuevo rumbo con el lanzamiento de una innovadora línea de productos denominada NDL Pro Health.

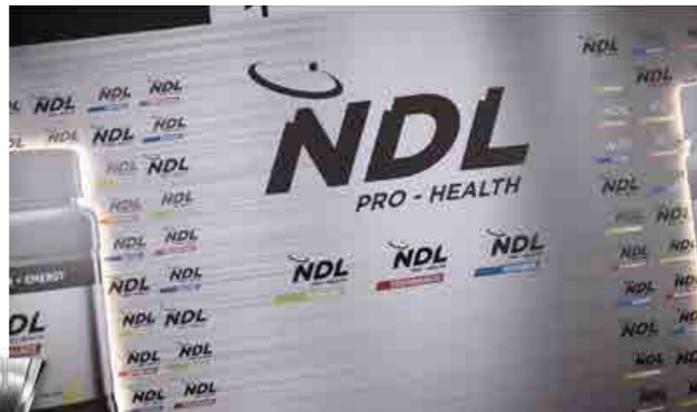
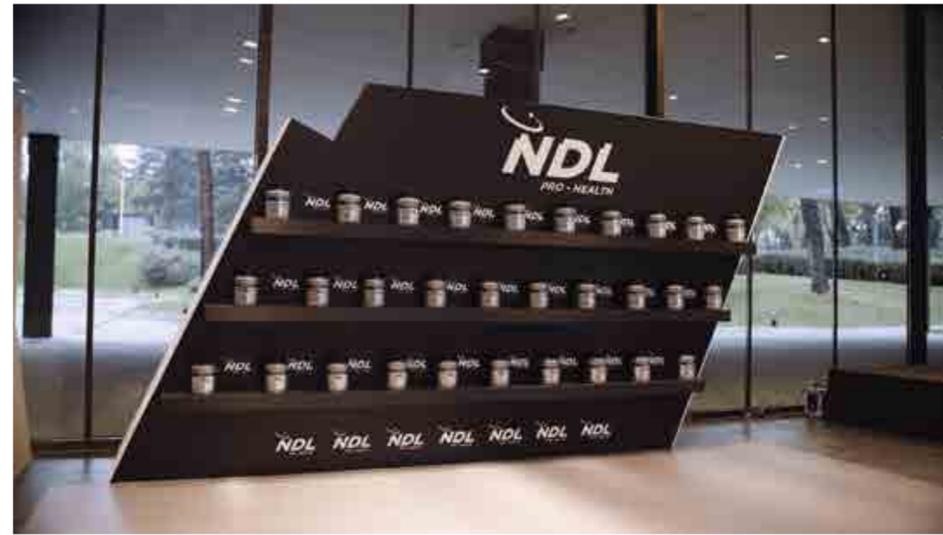
Bajo este contexto, se señaló la necesidad de conceptualizar y plantear el evento de presentación de esta nueva gama asegurando su memorabilidad y relevancia.

## Idea

Tomando como punto de partida el claim de la nueva marca, “Entrena para la vida”, se ideó un evento que tuvo lugar en el Museo del Traje de Madrid.

Un evento, que diseñamos y producimos desde Grupoldex, y que fue cuidadosamente diseñado para reflejar la esencia del proyecto a través de un enfoque fresco y dinámico que tuvo la particularidad de ser concebido como un late-night show, algo que permitió generar una conexión más auténtica con la audiencia.

Y donde se contó con la presencia del tenista mallorquín y embajador de la marca, así como de personalidades del mundo del deporte, del sector empresarial y de la sociedad española.



[ver video](#)

## Brief

En un paso audaz hacia el fortalecimiento del compromiso con la innovación y la competitividad empresarial de la Comunidad Valenciana. El Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) y la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI) deciden fusionar ambas entidades bajo un mismo ente con dos objetivos principales.

Por un lado, seguir potenciando la competitividad del tejido empresarial valenciano y por otro, llevar a cabo la promesa de simplificar la administración.

Nuestro reto pasaba por desarrollar una nueva imagen para la institución, representando de manera fiel y actual los principales valores sobre los que ésta se sustenta.

## Idea

Empezamos diseñando un '+' con la unión de las dos agencias, de las dos "v".

Posteriormente, confeccionamos una tipografía 'ad hoc', infundiéndole un carácter industrial e innovador en cada trazo. Y en lo que concierne al color, el matiz azulado del Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial persiste como dominante, pero para infundir calidez, hemos integrado el tono naranja de la Agencia Valenciana de la Innovación, fusionando así la identidad visual.

El resultado es un logotipo y un sistema gráfico asociado vivo, dinámico y versátil, que puede integrarse visualmente en contextos diversos y vinculados a estos servicios en la Comunitat.

Carlos Mazón

**Mazón fusiona el Ivace y la AVI y crea una ventanilla única en innovación e industria**

La fusión de Ivace y AVI busca reducir de 13,09 los pasos administrativos en ayudas a empresas

**La fusión de Ivace y AVI busca reducir de 13,09 los pasos administrativos en ayudas a empresas**

**El Consell elimina cuatro altos cargos del IVACE y la AVI y ahorra dos millones de euros**

La Generalitat integra la AVI en la entidad Ivace-I para ahorrar dos millones de euros y simplificar la administración

El Consell reestructura el Ivace para integrar a la AVI

La Generalitat integra la AVI en la entidad Ivace-I para ahorrar dos millones de euros y simplificar la administración

La Generalitat integra la AVI en la entidad Ivace-I para ahorrar dos millones de euros y simplificar la administración





ver video



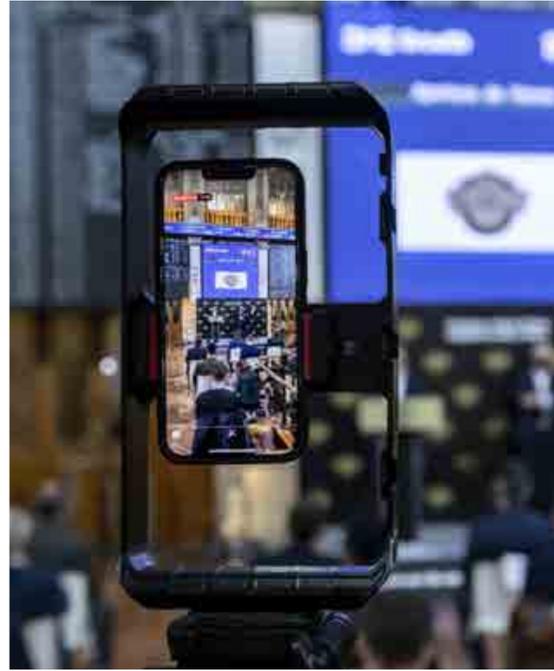
## Brief

A primera vista, el CF Intercity es un equipo de fútbol de tercera como los demás. Pero no es así. Porque, desde su nacimiento, ha hecho las cosas de un modo distinto. Para empezar, porque consiguió su financiación inicial mediante Equity Crowdfunding. Y también por otro pequeño gran detalle: va a ser el primer equipo de fútbol español en cotizar en Bolsa.

## Idea

Las distintas creatividades de campaña juegan con la implicación y los sentimientos que todos asociamos a los forofos de un equipo, y los sustituye inesperadamente con una serie de sentimientos y consideraciones derivadas de un hecho verdaderamente novedoso: si compras acciones del CF Intercity, ya no solo “serás del Intercity” si no que, en muchos aspectos, el Intercity será tuyo.

Los copys desarrollados para los distintos soportes de campaña se basan en ese valor diferencial para fusionar de manera sorprendente el mundo financiero y el del fútbol. Empleando el humor como punto de encuentro de dos mundos mucho más próximos de lo que pueda parecer a primera vista.



|   |          |        |
|---|----------|--------|
| 3 | LLYC     | 14.000 |
| 3 | AETERNAL | 9.800  |
| 2 | INB VI   | 1.000  |
| 2 | INB VIII | 1.010  |
| 3 | SILICIUS | 16.400 |
| 6 | EDP      | 3.034  |
| 3 | INTERCIT | 1.200  |
| 2 |          |        |
| 4 |          |        |
| 2 |          |        |

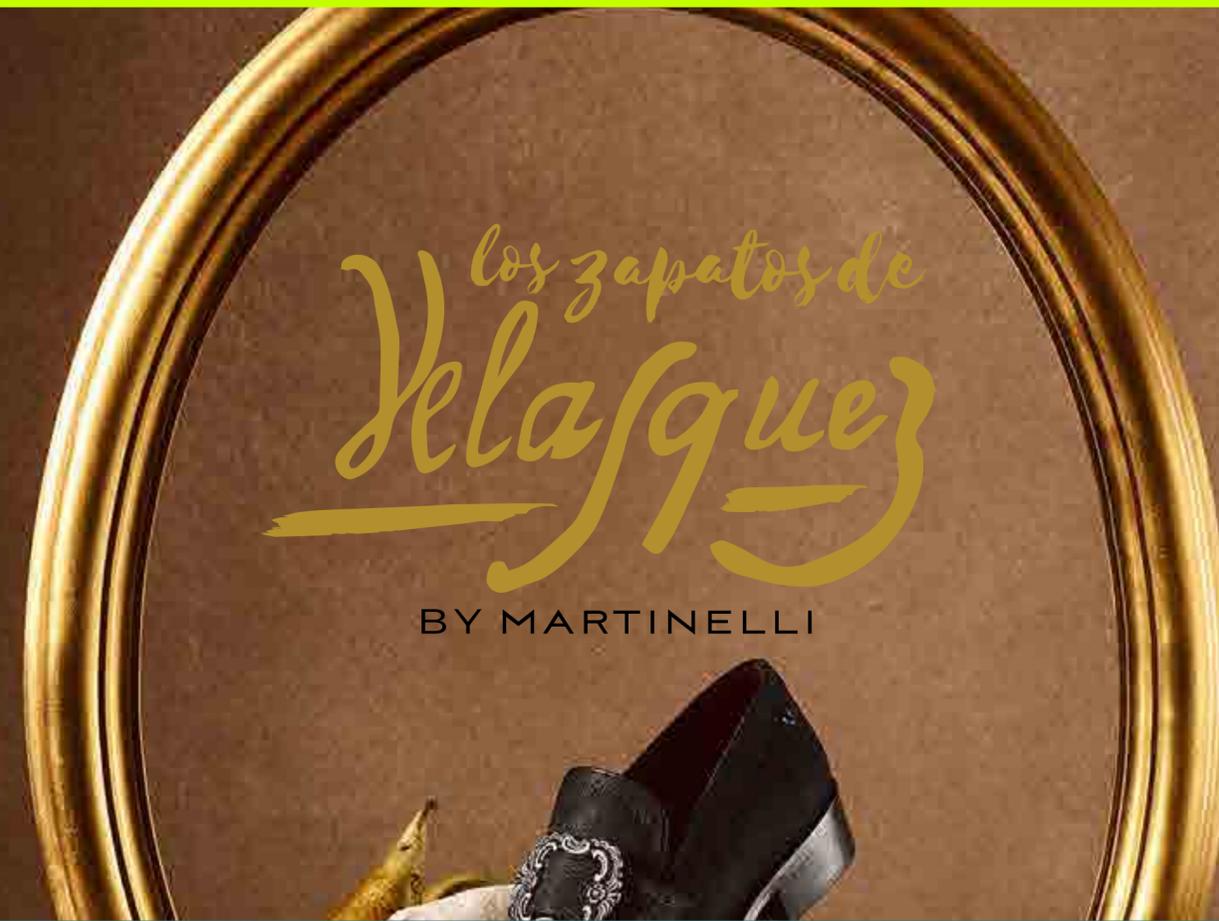




ver case



ver video



## Brief

Martinelli nos lanzó un reto muy claro: proponerles una acción que diera a conocer su flagship store de la Calle Velázquez en Madrid. Y claro, teniendo en cuenta que Martinelli es una marca referente en elegancia, la mejor idea fue asociarlo a otro referente de la misma y que mejor que a la celebridad que da nombre a la calle, Velázquez, el artista.

## Idea

Ahora bien, ¿pero que tiene que ver Velázquez con el calzado? Pues resulta que bastante. Porque nos dimos cuenta de una cosa muy interesante y es que en ninguno de los cuadros en los que Velázquez se autorretrató se le ven los zapatos...Lo que nos llevó a hacernos una pregunta muy sencilla, ¿cómo eran? Para responder a esta pregunta le propusimos una iniciativa a Martinelli que consistió en diseñar y fabricar ese calzado que jamás se llega a ver en los cuadros del pintor sevillano, inspirándose en su figura y su obra, pero actualizándolo y dándole todos los valores propios de Martinelli. Es decir, un diseño contemporáneo inspirado por un clásico. Algo en total sintonía con los valores Martinelli.

En torno al diseño y fabricación de “los zapatos de Velázquez” se propuso la celebración de una serie de acciones que facilitaron la repercusión de la iniciativa, como por ejemplo, un evento de presentación al que acudieron prensa e influencers o una campaña en RR.SS a través de diversos stories y posts con algunos de los mensajes clave de la campaña.





## Brief

Editorial Prensa Ibérica pone en marcha un nuevo medio de comunicación de calado nacional con una visión diferente y un enfoque realmente innovador: El periódico de España.

Un nuevo proyecto cargado de significado y valores que Editorial Prensa Ibérica quería presentar de una manera especial.

## Idea

Al tratarse de un medio de comunicación nuevo que contaba con una identidad corporativa nueva, se consideró estratégico potenciar el desarrollo gráfico en los distintos momentos del evento con el objetivo de presentarla en sociedad y comenzar a construir marca desde el minuto cero.

Se utilizaron las distintas formas geométricas en la amplia variedad de soportes y se jugó con las mismas en los distintos materiales de comunicación tanto físicos como audiovisuales para generar una atmósfera única, actual e innovadora acorde a los pilares del proyecto.



ANNIVERSARY



## Brief

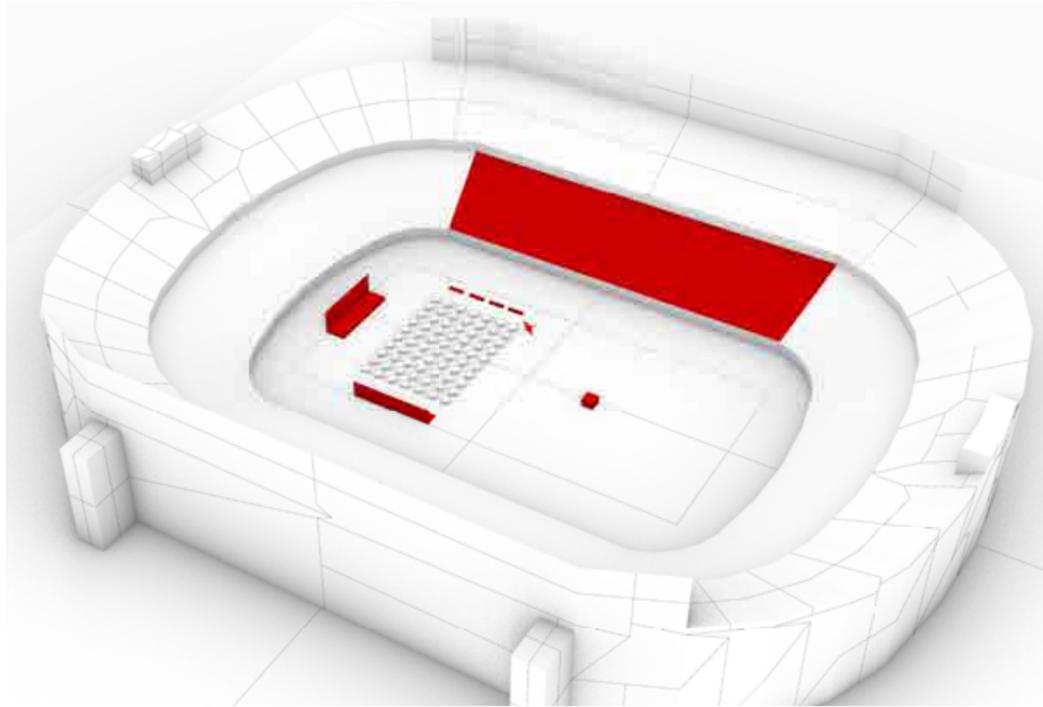
En 2024, Pikolinos ha celebrado su 40 aniversario y los 50 años de Juan Perán como empresario. Dos importantes hitos que debían ser festejados en un mismo evento que estuviera al nivel actual de la empresa, presente en 60 países de los cinco continentes, y que transmitiera la evolución de la trayectoria profesional de su fundador.

## Idea

Con el objetivo de poder reunir en un mismo espacio al número de personas invitadas, y marcando como premisa que debía estar en Elche, ciudad donde se asienta la empresa, convertimos el estadio Martínez Valero en el escenario idóneo para realizar ambas celebraciones.

Asimismo, llevamos hasta allí todos los elementos con los que conseguir hacer de la jornada un día inolvidable: dos zapatos gigantes que fueron fabricados para la ocasión, actuaciones de baile que representaban los estilos más característicos de cada una de las cuatro décadas y se produjeron cinco vídeos ad hoc en los que participaron las personas más importantes tanto de la marca como del propio Juan Perán.

Carlos Latre fue el presentador y conductor del acto, en el que se consiguió crear una atmósfera emotiva y un ambiente acogedor.





ver video

## Brief

La CEV (Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana) celebra su 40+1 aniversario. Una nueva etapa en busca de la excelencia en la representación y la defensa de los intereses empresariales de sus asociados ante los poderes públicos y la sociedad en general. Un progreso que ha servido para consolidar los grandes valores y principios que caracterizan al sector empresarial valenciano.

## Idea

LA CEV desempeña su labor teniendo objetivos como fomentar lo que es nuestro, promover el desarrollo en beneficio del interés general o impulsar la creación y el progreso. Objetivos de la CEV y, además, de toda buena cultura.

Sin embargo, en esta ocasión, no hablamos de la literatura, el cine, el teatro, el arte o la música. Hablamos de la cultura de los valores, atributos y principios representativos del empresariado de la Comunitat Valenciana. Hablamos de la cultura empresarial que la CEV promueve y, sobre todo, representa. Una cultura a la que quisimos homenajear, en este acto de celebración, en el marco la unión empresarial valenciana.



LA CULTURA EMPRESARIAL QUE NOS REPRESENTA  
2019  
CEV 4C



## Brief

Presentar el nuevo Jaguar E-Pace de una forma original y que despertara el interés y la asistencia de su principal público objetivo: mujeres de clase alta entre 35 y 45 años.

## Idea

El concepto: "Siente la carretera como tu propia pasarela". Creamos una colección de moda con diseños inspirados en los atributos del vehículo y la marca: "Disturb the Pace Collection". Se crearon estilismos exclusivos con piezas de diseñadores ilicitanos para la pasarela que simulaba una carretera, en la que cada vestido cambiaba de color e intensidad dependiendo del atributo del vehículo con el que estuviera asociado. La iluminación y la música en directo (elegida expresamente para el evento) sirvieron de hilo conductor para contar la historia del nuevo coche. Un nuevo modelo de Jaguar que, como colofón al desfile, irrumpió en la pasarela.

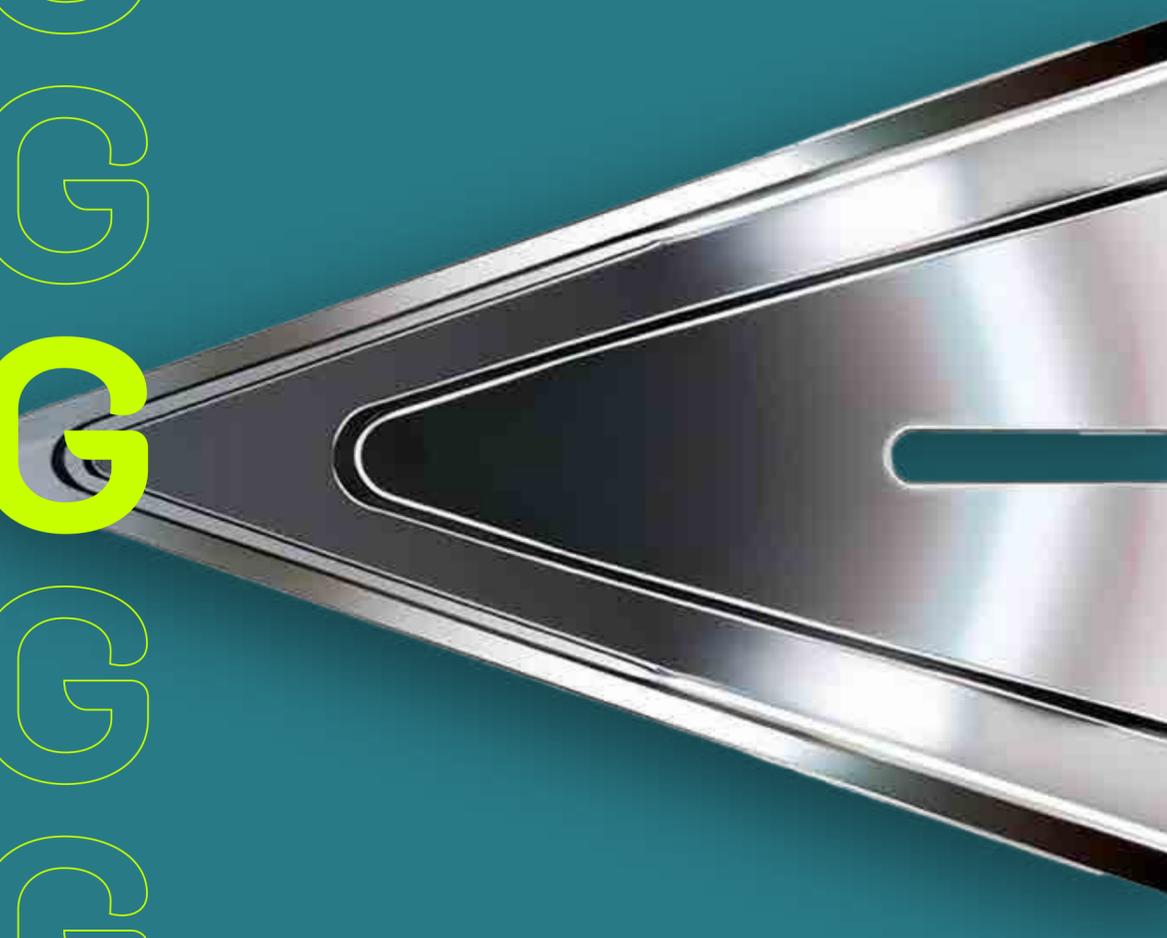


# Disturb the pace

COLLECTION



TEAM BUILDING  
TEAM BUILDING  
TEAM BUILDING  
**TEAM BUILDING**  
TEAM BUILDING  
TEAM BUILDING  
TEAM BUILDING



# Innovation Banking H@ck Fest<sup>23</sup>

Organizan

Sabadell  
Digital

accenture

NTT DATA

DXC  
TECHNOLOGY

Colaboran

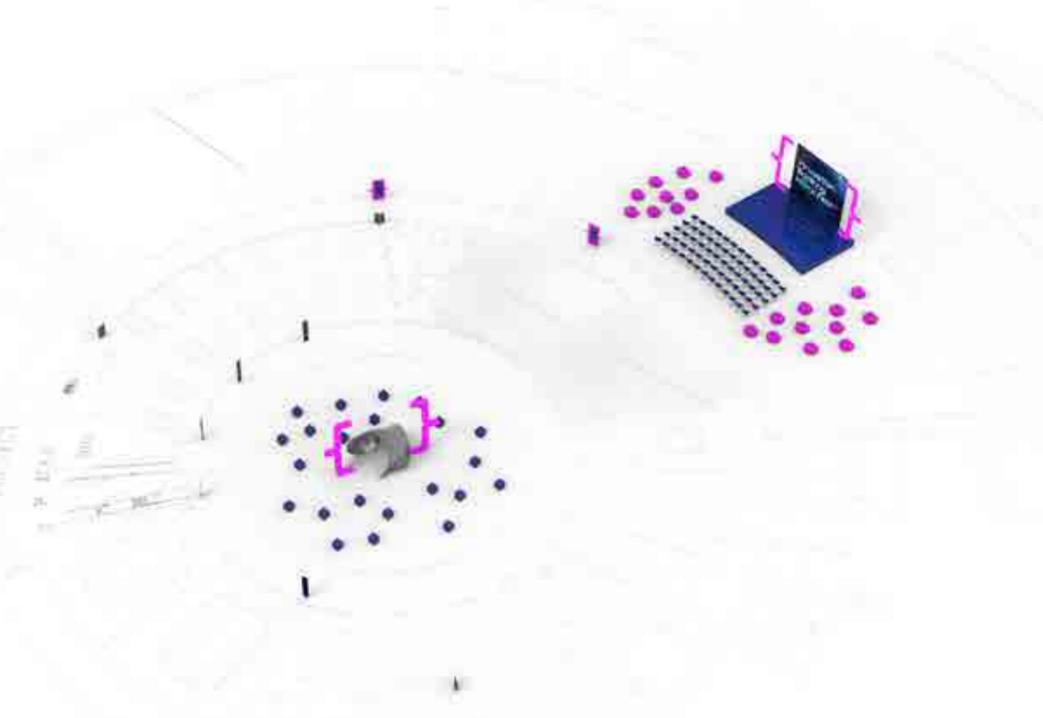
## Brief

Con Innovation Banking Hack Fest, el Banco Sabadell busca estudiantes universitarios, o recién titulados, con ideas innovadoras que ayuden a mejorar cualquier tipo de operativa que implique una transacción monetaria en cualquier entorno (pagos, compras, información sobre tus cuentas, mejoras en plataformas de pagos como bizum, usabilidad de las máquinas de vending, etc).

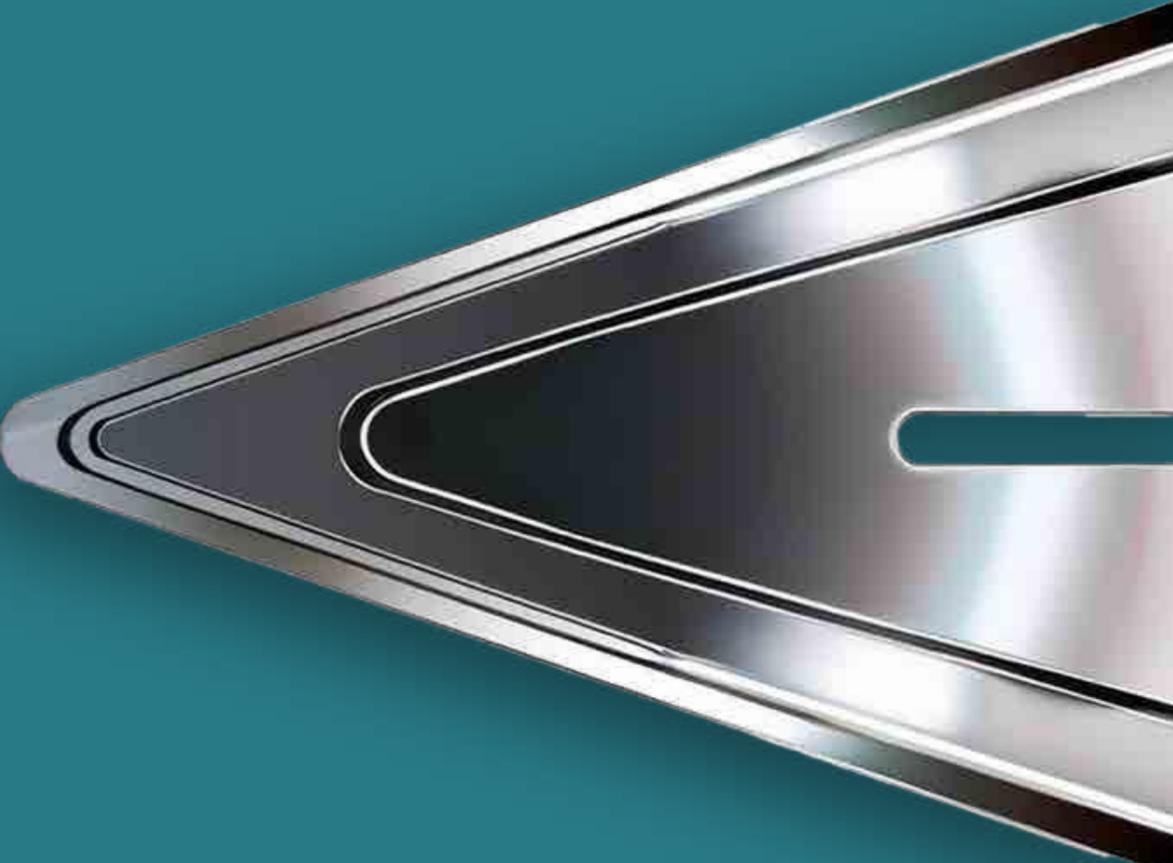
## Idea

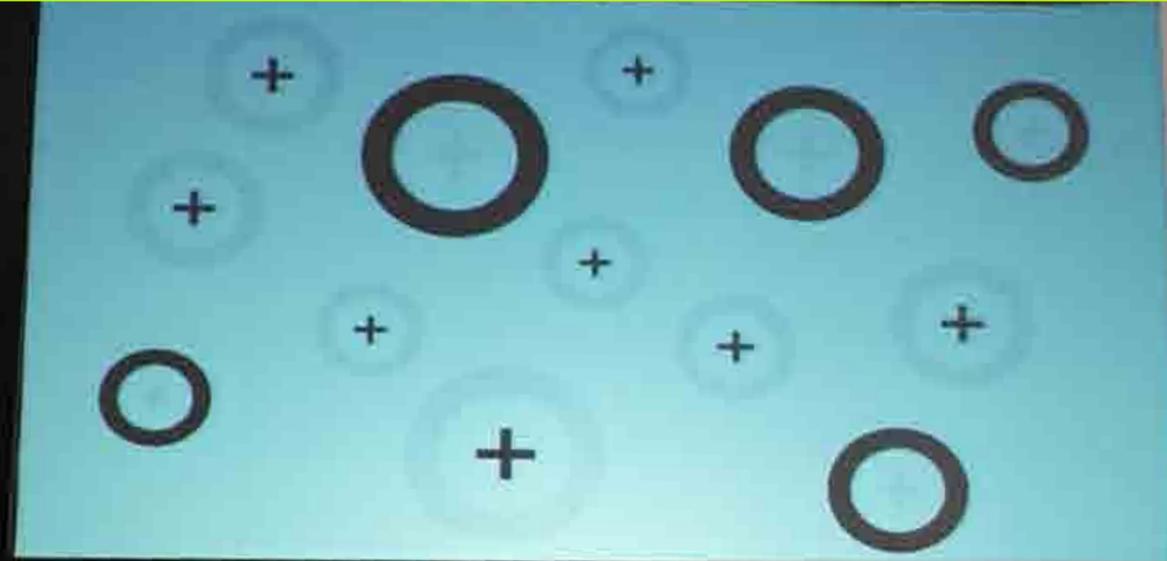
Tomando como punto de partida el concepto «We make it happen», se ideó un evento que atrajo a más de 100 estudiantes universitarios. Durante este encuentro, los participantes tuvieron la oportunidad de sumergirse en un entorno especialmente diseñado en torno a uno de los pilares fundamentales de la informática: el código fuente.

La experiencia no solo permitió a los participantes familiarizarse con los aspectos técnicos del desarrollo de software, sino que también fomentó la interacción y el intercambio de conocimientos entre los asistentes, creando así un ambiente propicio para el aprendizaje colaborativo y la exploración activa de los principios subyacentes de la informática. Este evento no solo buscaba informar, sino también inspirar a los estudiantes, reforzando la idea de que ellos, como comunidad, tienen el poder de convertir las ideas en realidad.



CONGRESSES  
CONGRESSES  
CONGRESSES  
**CONGRESSES**  
CONGRESSES  
CONGRESSES  
CONGRESSES





okko

I CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL

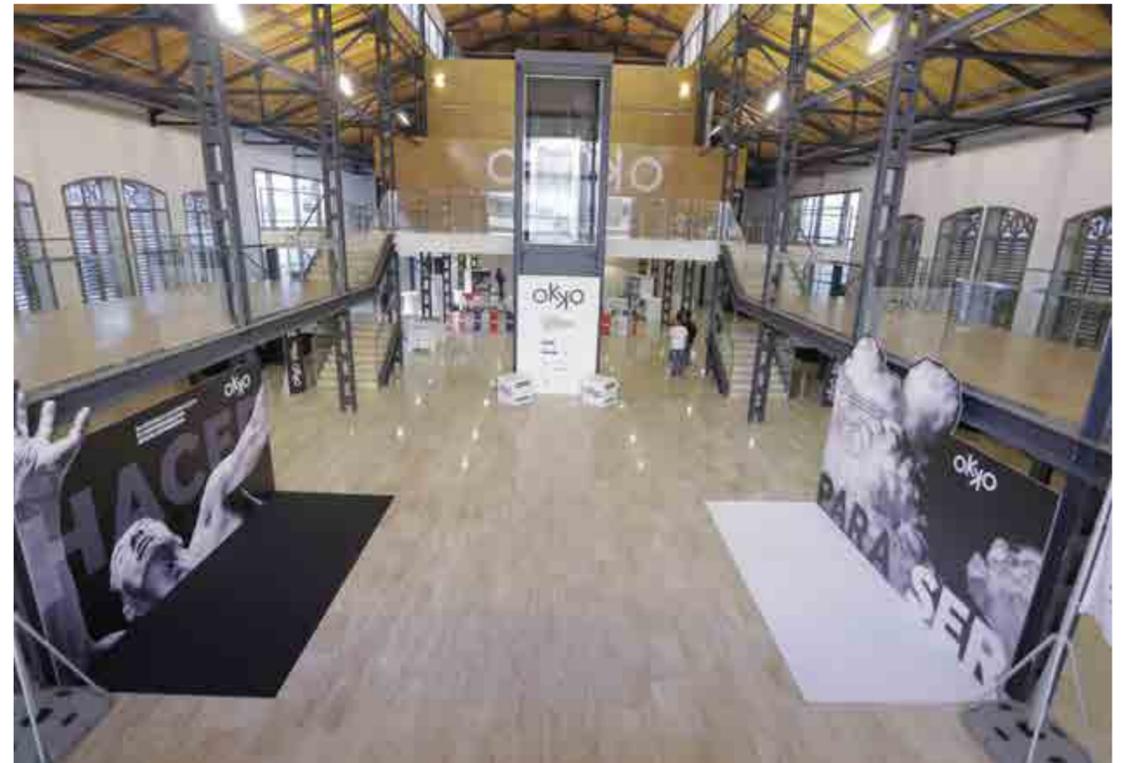
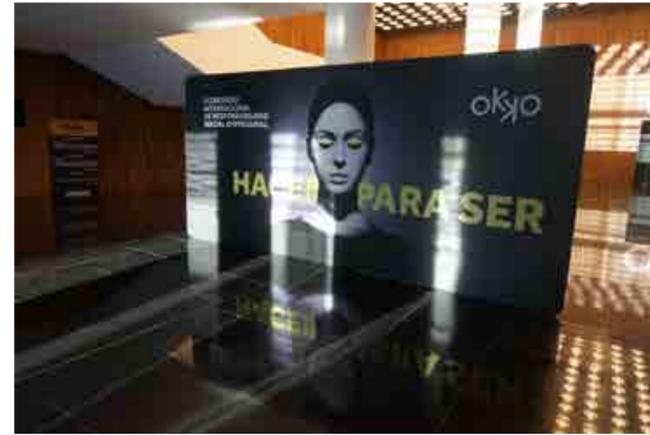
## Brief

OKKO es un congreso que involucra a empresas líderes, comprometidas y concienciadas con el cambio social para conseguir que emprendedores y nuevas empresas puedan descubrir de una forma sencilla, las claves y beneficios obtenidas al implementar la Responsabilidad Social en el seno de una institución o empresa.

## Idea

Pequeñas y medianas empresas de nuestro entorno se mueven en un mercado cada vez más competitivo. El consumidor de hoy en día no es el mismo que el de años atrás. Cada vez es mucho más sensible ante las desigualdades sociales y exige una mayor preocupación social y/o medioambiental por parte de las instituciones. Así pues, el concepto de Responsabilidad Social cobra mucha mayor importancia.

OKKO. Un naming e identidad visual que pone en valor la repercusión y beneficio obtenido – tanto de manera interna como externa – en cada una de las acciones de responsabilidad social que realizan las empresas. Un naming que recalca ese doble “okey” que favorece a la sociedad y a la organización. Un privilegio del que pueden disfrutar instituciones y ciudadanos.



EXPERIENCIE

SHOW

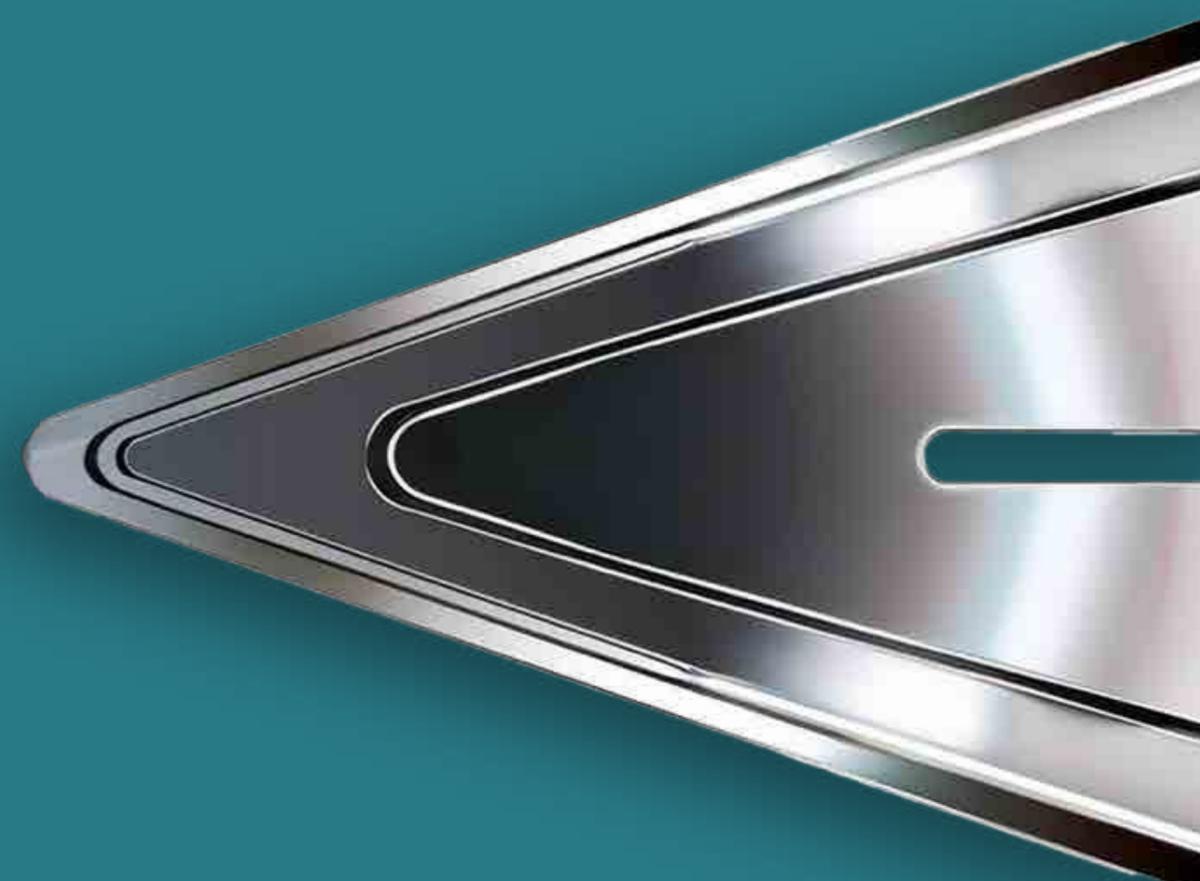
EXPERIENCIE

**SHOW**

**EXPERIENCIE**

SHOW

EXPERIENCIE





ver case

SINESTESIA  
IMMERSIVE GASTRONOMY

SINESTESIA  
IMMERSIVE GASTRONOMY

## Brief

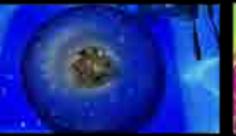
La gastronomía siempre ha gozado en nuestro país de una situación de privilegio dentro de las opciones de ocio disponibles en el mercado. Pero, como cualquiera de ellas, en los últimos años este ámbito ha experimentado una evidente evolución con el objetivo de adaptarse a las demandas de un público que entiende el hecho gastronómico como una experiencia sensorial. Por lo general este tipo de proyectos suponen para el comensal un desembolso económico verdaderamente relevante. Incluso, en determinados casos, casi inalcanzable.

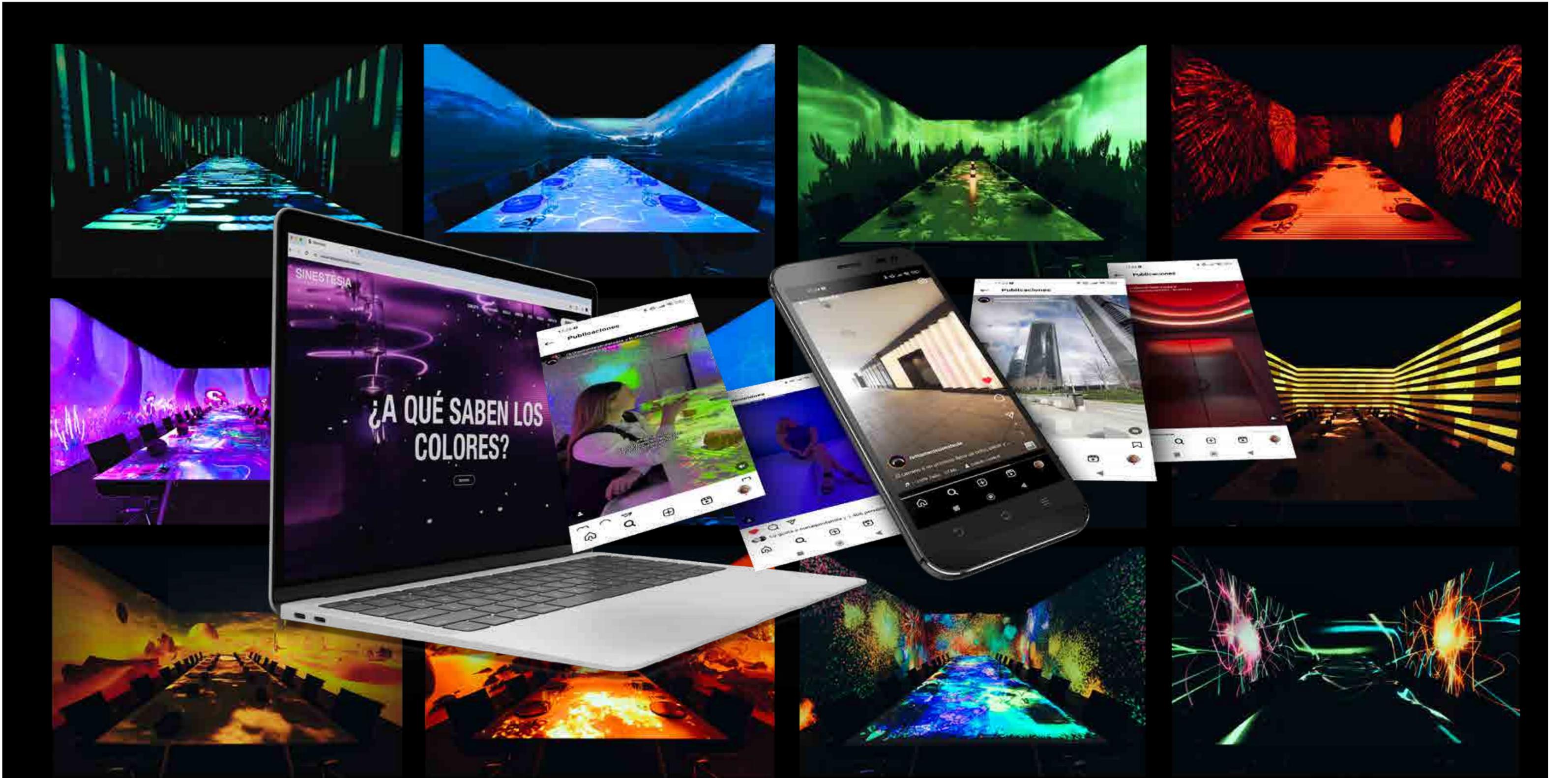
Ante este aumento de la demanda de los comensales en busca de nuevas experiencias, surgió la idea de elevar el concepto de un restaurante gastronómico a un nuevo nivel. Planteando el reto de fusionar la gastronomía con una experiencia única y multisensorial, así como, accesible económicamente.

## Idea

Para resolver este reto, dimos con el concepto de sinestesia, que describe la capacidad que tienen algunas personas para “ver sonidos” o “escuchar colores”, un territorio fértil donde los sentidos se intercambian y cada estímulo refuerza a los demás. Por eso, en Sinestesia los comensales podrán “saborear colores”, creando un restaurante capaz de proporcionar al comensal una experiencia gastronómica inmersiva, tecnológica y memorable.

A lo largo de la velada los participantes, sentados en torno a la única mesa de la sala, irán recorriendo uno a uno diferentes bloques temáticos inspirados y dedicados a los principales colores que componen el arco iris. En cada uno de ellos, una combinación de recetas vanguardistas, música, evocadores mensajes locutados, proyecciones sobre el entorno y diferentes interacciones con los propios platos, animará a los comensales a mezclar diversas percepciones sensoriales y a compartir momentos únicos perfilados por sabores, aromas, colores, mensajes y sonidos.





PREMIER

LUIS TOSAR  
BLANCA PORTILLO

BASADO EN HECHOS REALES

# LA LEY DEL MAR



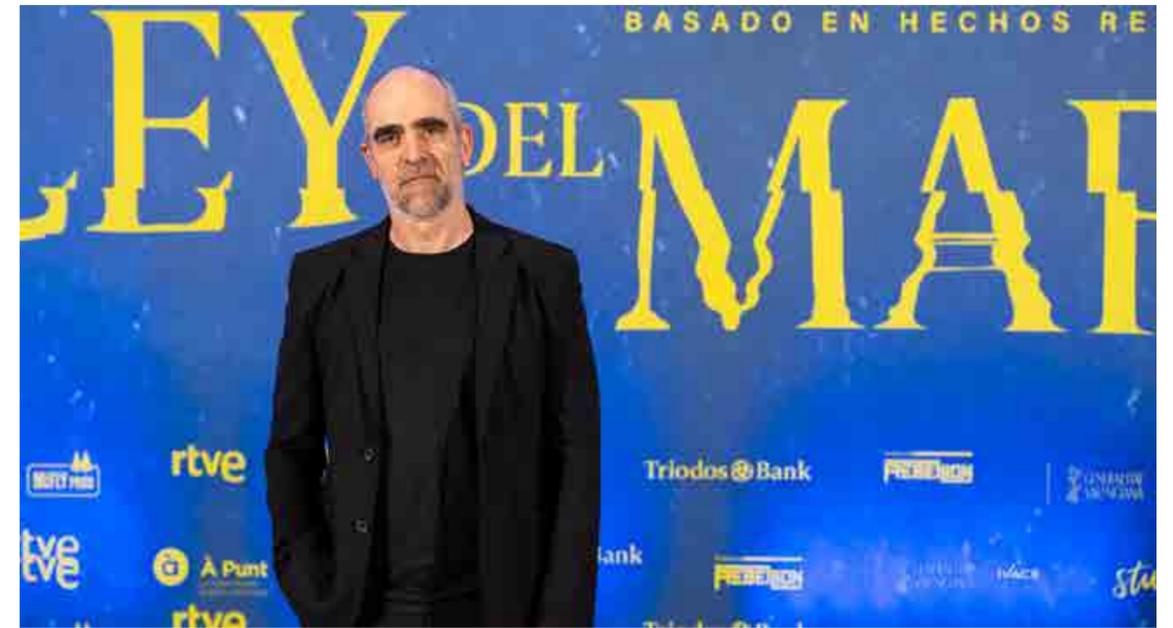
## Brief

À Punt y RTVE han unido fuerzas para crear ‘La Ley del Mar’, una miniserie que narra la impactante historia real del pesquero de Santa Pola que rescató a 51 inmigrantes de una patera cerca de Malta en 2006. Con dirección a cargo de Alberto Ruiz Rojo y con guiones elaborados por Tatiana Rodríguez y Víctor Pedreira cuenta con la producción de Studio60 y MCFLY Prod.

En ella, Santa Pola no solo es el escenario de la trama, sino que también desempeña un papel crucial en la producción de la serie. Por esta razón, Alicante fue la elección perfecta para acoger la premiere del proyecto.

## Idea

Una premiere que Grupoldex organizó y que tuvo lugar en los cines Yelmo del centro comercial Puerta de Alicante, al que asistieron algunos de los principales actores del proyecto, como Luis Tosar, Sonia Almarcha o Víctor Clavijo así como los principales medios de comunicación de la provincia, que pudieron disfrutar de una rueda de prensa exclusiva con los protagonistas principales. A la que posteriormente sucedieron dos mesas redondas que tuvieron como punto culminante la emisión del primer capítulo.



PREMIER

# MIS GANAS GANAN

LA HISTORIA DE ELENA HUELVA



ver video

## Brief

Dar vida a la premiere del estreno del documental “Mis ganas ganan” se presentó como una aventura emotiva y solidaria en la que tuvimos la suerte de participar activamente. Para ello, nuestro equipo de organización de eventos se puso manos a la obra y se configuró una experiencia única, dónde se rindió homenaje a Elena Huelva.

## Idea

“Mis ganas ganan” es un viaje por la historia de la influencer andaluza, Elena Huelva, en su lucha contra el sarcoma de Ewing. Con el fin de visibilizar esta enfermedad, reunimos en el mismo espacio a artistas, entre los que destaca Manuel Carrasco, autor de la música principal del documental; convocamos a los medios de comunicación; e hicimos los pases del Photocall por el que pasaron otros reconocidos rostros del panorama español. Entre todos pusimos el foco en la importancia de aumentar los fondos destinados a la investigación, es por ello que todo lo recaudado va destinado a tal fin.





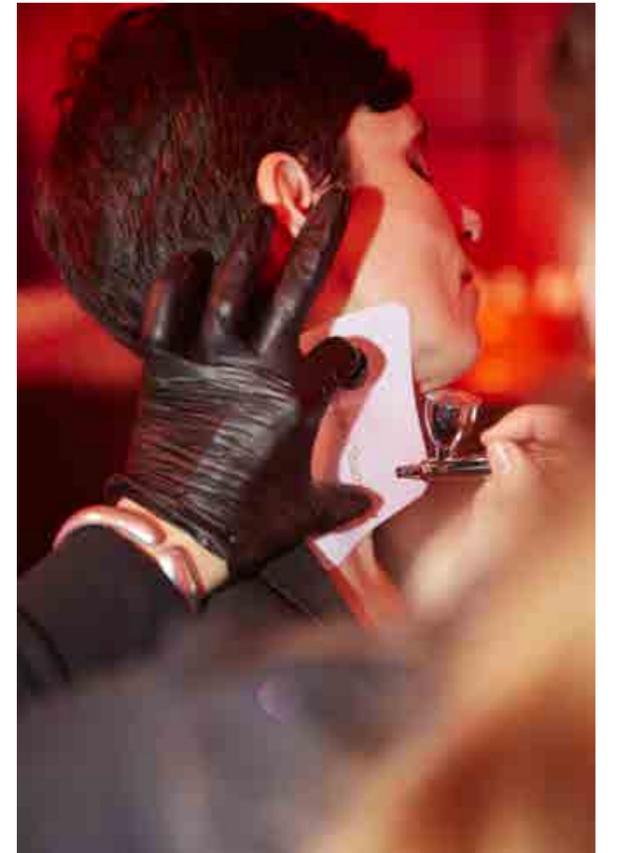
ver video

## Brief

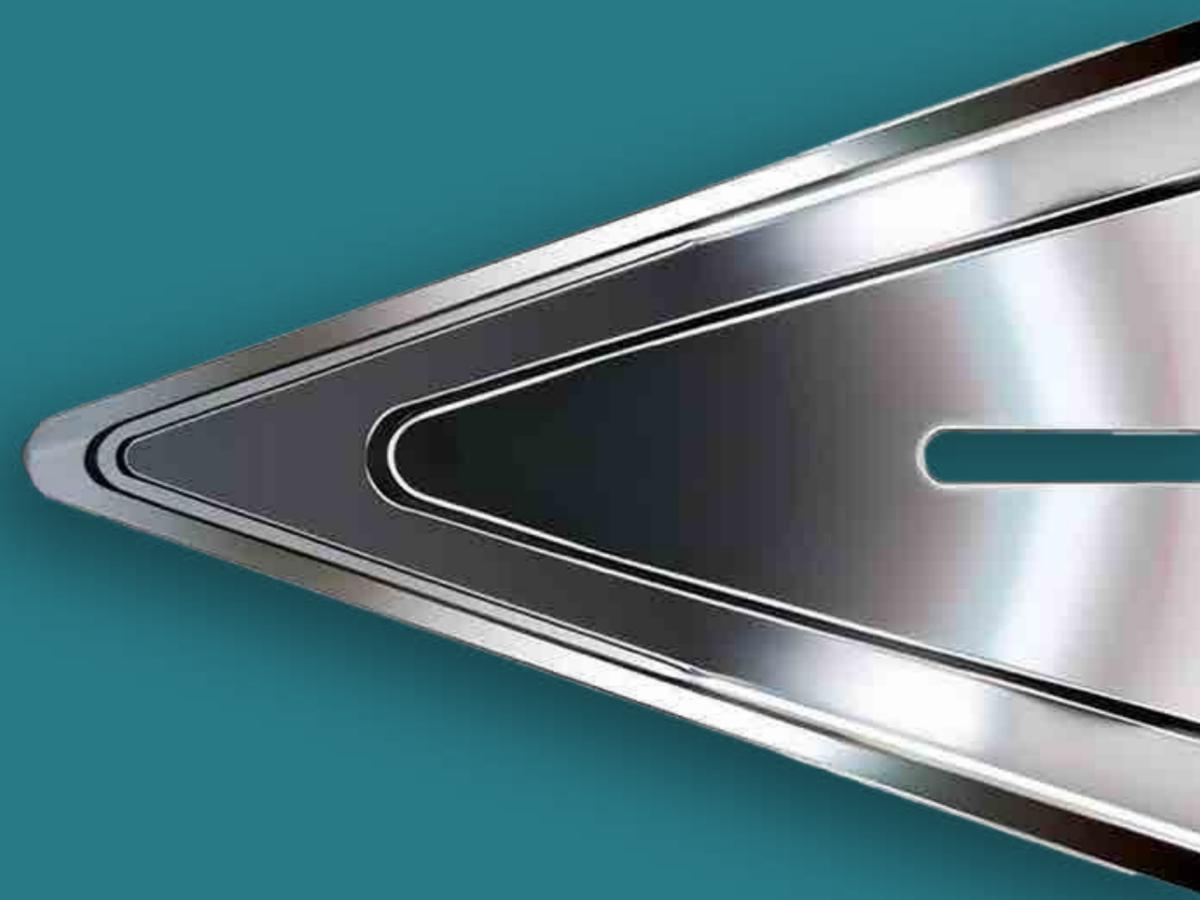
Con YouTube Shorts, la popular plataforma invita a los creadores a grabar y compartir vídeos de 60 segundos o menos, creando tendencias, desarrollando su creatividad y sus ideas con absoluta libertad. Algo que tuvimos muy en cuenta a la hora de conceptualizar su evento anual en Madrid.

## Idea

Tomando como punto de partida el concepto "Tu Propio Universo", se planteó un evento que acogió a más de 100 influencers y creadores de contenido de la plataforma, que pudieron disfrutar en un entorno vestido de un rojo omnipresente y diseñado para reflejar la extraordinaria variedad que caracteriza el contenido de "YouTube Shorts", interactuando con futbolines, un juego de Jenga gigante o tatuajes en directo, entre otras actividades.



EXPO  
EXPO  
EXPO  
**EXPO**  
EXPO  
EXPO  
EXPO





▶ ver video

▶ ver video

▶ ver video

▶ ver video

## Brief

Panter es una empresa líder en la fabricación de calzado de seguridad, protección y uniformidad 100% española. Lleva más de 35 años apostando por la calidad y la mejora continua, consiguiendo mejorar la salud y el confort de los usuarios gracias a sus inversiones en I+D+i.

Su presencia en SICUR 2020, una de las ferias de referencia en el sector de la seguridad, requería el diseño de un stand que hiciera brillar las principales novedades y tecnologías de la marca.

## Idea

Plantear un stand cuyo espacio se acotaba empleando cada uno de los productos estrella de la marca (ECOLÓGICO, LAYSMA, ARMOTEX y STICKLITE) como muros que les daban protagonismo y optimizaban su visibilidad desde el exterior del stand.

En el interior, se primaron los espacios abiertos que fomentaran el tráfico y el acceso a las zonas de reunión con clientes. Del mismo modo, se recurrió a una combinación de piezas audiovisuales y soportes demostrativos que destacaran tanto las ventajas del calzado Panter como las características de la tecnología desarrollada para alcanzarlas.





# LOS VERDADEROS PROTAGONISTAS



# Sector privado

PANDORA



LOEWE



DESTINIA



miniland



EL MUNDO



# Sector público institucional



# Tercer sector





GRACIAS  
GRACIAS  
GRACIAS  
**GRACIAS**  
GRACIAS  
GRACIAS  
GRACIAS



[info@relevents.es](mailto:info@relevents.es)

+34 651 15 02 23

