

**La nueva campaña de hipotecas de Ibercaja**

**intenta disuadirte a toda costa de que te compres una casa**

*Bajo el título “Los disuasores”, ha sido desarrollada por Darwin Social Noise*

*Madrid, 24 de junio de 2019.-* Ibercaja ha lanzado una campaña de hipotecas en la que no quiere convencer a sus clientes de que se compren una casa, sino todo lo contario, pretende que no lo hagan. La acción se basa en una realidad social: la población española está dividida entre los que defienden tener vivienda en propiedad y los que piensan que alquilar es mejor opción. Cada uno de los dos bandos tiene justificaciones aplastantes para defender su elección, a la par que encuentran argumentos buenísimos para atacar la opción contraria.

Ante esta situación, Ibercaja puso en marcha una investigación cualitativa entre detractores de la opción “comprar casa”, con la intención de averiguar cuáles eran las principales razones que éstos esgrimían para convencerse a sí mismos, y para desincentivar a sus conocidos que querían comprar.

En paralelo, se puso en marcha una búsqueda de diferentes perfiles de personas que ya habían solicitado una hipoteca, o que estaban a punto de hacerlo. Hecha la selección, se les citó en una dirección para contarles las condiciones de Ibercaja de boca de un comercial.

El día de la cita, sin embargo, al llegar a la dirección acordada, lo que se encontraban era algo muy diferente. Se encontraban con “Los disuasores”.

Basados en todos los argumentos obtenidos en la fase de investigación, la agencia elaboró guiones abiertos que se le entregaron a un grupo de actores para que los interiorizaran. Estos “disuasores” aparecían de repente en la cita, y sentados frente a los futuros compradores les tildaban de locos de atar si seguían adelante, y les intentaban disuadir con todo tipo de argumentos sarcásticos y apabullantes de que se echaran atrás en su decisión, modulando sus intervenciones según la reacción de cada comprador. Hecho su trabajo de disuasión, abandonaban a los desconcertados clientes.

Entonces, ya sí, un comercial de Ibercaja aparecía y preguntaba a los futuros compradores si habían reconsiderado su decisión. Y es que, previa a cualquier condición que pueda ofrecer una hipoteca, hay una condición que es la más importante de todas: que tu ilusión por tener tu propia casa pueda con cualquier argumento, que pueda con los agoreros, que pueda con el asedio de los disuasores de cada día… y, en una palabra, que tu ilusión pueda con todo.

La campaña se compone de 8 vídeos para medios digitales, televisiones locales y sucursales, cuñas de radio, banners, piezas para medios gráficos y exterior (circuito de autobuses en las principales ciudades) y publicidad en sucursales.

El equipo de Ibercaja involucrado en este trabajo está compuesto por Ignacio Torre, Carmen Pérez y Antonio Saz. Por parte de la agencia, han intervenido en la parte creativa, Carlos Sanz de Andino, presidente creativo; Óscar Moreno, director creativo ejecutivo; Alicia Vilches, directora creativa; Kiko Martínez, redactor, y Raquel Millán, directora de arte; en el área de contacto con el cliente: Ignacio Huidobro, ceo, y Alejandro Saz, ejecutivo, y en producción audiovisual, María Jiménez. De la gestión de medios se ocupa la agencia Mediterránea de medios.

[**https://we.tl/t-vVNdJbuQ9I**](https://we.tl/t-vVNdJbuQ9I)

**desarrollen losspecíficos que aúargo de 9 meses. de la cultura digitaler el panorama tecnol*Acerca de Darwin Social Noise:***

**Darwin Social Noise** es una de las agencias independientes más destacadas del panorama nacional, con una amplia experiencia integrada. Actualmente es la quinta agencia independiente por volumen de inversión gestionada según *Infoadex 2018*, y ocupa el puesto 1 en el ranking de notoriedad entre agencias digitales por conocimiento espontáneo + sugerido, y el puesto 2 por conocimiento espontáneo, según el informe *AgencyScope 2018* realizado por la consultora independiente *Scopen*.

Con oficinas en Madrid, Ciudad de México y Casablanca, Darwin Social Noise es miembro de la red internacional de agencias creativas independientes [Dialogue International](http://www.dialogue-international.com/), con presencia en 25 mercados del mundo, actualmente presidida por Miguel Pereira, presidente ejecutivo de Darwin Social Noise.

**Para más información:**

**Rocío Hernández**

[prensa@darwinsocialnoise.com](mailto:prensa@darwinsocialnoise.com)

**Móvil: 639 51 84 74**