**NOTA DE PRENSA**

**Sanitas redefine la palabra ‘cerca’ en su nueva campaña, creada por Darwin Social Noise**

*Madrid, 27 de mayo de 2020.-* La complicada situación que hemos vivido estos meses ha hecho que muchas cosas cambien. Una de ellas, el significado de la palabra ‘cerca’. Este es el concepto del que parte la nueva campaña que Sanitas ha iniciado con el objetivo de potenciar y poner en valor su servicio de videoconsulta. Un trabajo de Darwin Social Noise, que se desarrolla en digital, Spotify y redes sociales.

*‘Cerca no es darse la mano, es estar en buenas manos... El mundo ha cambiado para siempre y la relación con la salud, también’*, señalan las piezas de la campaña.

La acción pone de relieve que gracias a la videoconsulta la distancia física no es un problema: puedes estar cerca de tu médico sin moverte de casa. Un servicio que miles de personas han utilizado y utilizan a diario, especialmente desde que se inició la pandemia. Situación que ha dejado patente el importante valor de este servicio, tanto para particulares como para empresas.

Durante las primeras semanas de la crisis del COVID 19, Sanitas centró todos sus esfuerzos en salvar vidas y atender a sus pacientes, reorganizando sus hospitales y residencias; además ofrecieron videoconsultas gratuitas a todos sus clientes. Si antes del COVID19, Sanitas venía haciendo unas 200/300 videoconsultas al día, ahora se realizan unas 5.000 diarias. Para atenderlas, Sanitas dispone de un cuadro médico integrado por más de 2.700 profesionales de todas las especialidades, incluidas urgencias generales y pediátricas.

La campaña, iniciada el pasado 11 de mayo, consta de un vídeo de 45”, varias píldoras de 20” para particulares y empresas, una cuña en Spotify, piezas para redes sociales, publicidad display, landings de captación y comunicaciones a clientes y mediadores.

Materiales: <https://we.tl/t-4AnBKE2MPL>

**Ficha técnica**

Agencia: Darwin Social Noise

Anunciante: Sanitas

Producto: Seguros de salud

Contactos del cliente: Luisa Escribano, Marina Rosas, Alejandra Carriedo y Gema García.

Presidente Creativo: Carlos Sanz de Andino

Director General: Alberto Martínez

Director de Cuentas: Javier Alejandre

Equipo de Cuentas: Soraya Zamorano, Ana Fons, Miguel Lamas y Javier de Prada

Director Creativo Ejecutivo: Óscar Moreno

Equipo Creativo: Alicia Vilches, Pablo Mendoza, Raquel Millán y Francisco Martínez

Diseño: Iago Álvarez, Lucía Rodríguez y Mar Roca

Directora de Producción Audiovisual: María Jiménez

Director de Tecnología: Óscar Cordero

Título: “El nuevo significado de *cerca*”

Piezas: vídeo de 45”, dos píldoras de 20” para particulares y empresas, cuña en Spotify, piezas para redes sociales, banners, landings de captación y comunicaciones a clientes y mediadores.

**Acerca de Darwin Social Noise :**

Darwin Social Noise es una de las agencias independientes más destacadas del panorama nacional, con una amplia experiencia en consultoría de marca, en campañas integradas y en marketing digital. Actualmente es la séptima agencia independiente por volumen de inversión gestionada según *Infoadex 2019*, y ocupa los primeros puestos en el ranking de notoriedad entre agencias digitales, según el informe *AgencyScope 2018* realizado por la consultora independiente *Scopen*. Además, Darwin Social Noise es la agencia española de la red internacional de agencias independientes [ICOM](https://icomagencies.com/), con presencia en más de 60 mercados en todo el mundo.

**Para más información:**

**Rocío Hernández**

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

+34 639 51 84 74