

PUBLICATESSEN XVIII

ADN CREATIVO

LA ESENCIA QUE NOS UNE

Acuetrucho Rubén Tepé - Freelance Inmobiliario

SEGOVIA, HOGAR UNIVERSITARIO

CATEGORÍA PATROCINADA POR



ACUETRUCHO

RUBÉN TEPÉ - FREELANCE INMOBILIARIO

SEGOVIA, HOGAR UNIVERSITARIO

01. DESCRIPCIÓN

La categoría *Segovia, Hogar Universitario*, cuyo patrocinador es Rubén Tepé Freelance, propone una mirada distinta sobre la vida universitaria en Segovia, centrada en la convivencia como eje de bienestar. En un contexto donde encontrar piso puede ser una fuente de estrés, esta iniciativa plantea una alternativa que va más allá del alquiler: una agencia que acompaña, facilita y cuida cada etapa del proceso habitacional.

Rubén Pascual, profesional freelance del sector inmobiliario, representa un modelo de gestión que no se limita a conectar propietarios e inquilinos, sino que se involucra activamente en la calidad de vida de ambos. Su propuesta incluye servicios como mantenimiento, limpieza de zonas comunes, gestión de suministros y disponibilidad para urgencias, generando un entorno de confianza y tranquilidad.

Esta categoría invita a explorar cómo una buena gestión inmobiliaria puede mejorar la experiencia universitaria, permitiendo que los estudiantes vivan su día a día con mayor seguridad y libertad. A través de escenas cotidianas -estudio, amistad, fiestas, rutinas compartidas- se busca mostrar que no se trata solo de alquilar un piso, sino de habitar un espacio que se convierte en hogar temporal. La convivencia, entendida como vínculo entre personas, generaciones y estilos de vida, se convierte aquí en el centro del relato. El objetivo es visibilizar cómo una agencia cercana y resolutiva puede transformar el alquiler en una experiencia positiva, construyendo comunidad desde lo cotidiano y facilitando que cada etapa universitaria se viva con plenitud.

02. OBJETIVOS

- **Generar notoriedad de marca.** Difundir la propuesta diferencial de la agencia frente a otras inmobiliarias o particulares, destacando su implicación activa en la convivencia, el mantenimiento y la atención personalizada tanto a inquilinos como a propietarios.
- **Impulsar la acción digital.** Motivar al público objetivo a interactuar con la agencia en redes sociales, especialmente en TikTok e Instagram, como vía de contacto, fidelización y difusión de contenido que refleje la experiencia positiva de vivir en Segovia.
- **Reforzar el posicionamiento.** Asociar la imagen de la agencia a valores como la tranquilidad, la disponibilidad y el buen servicio, consolidando su papel como mediadora de confianza en el entorno universitario y residencial de la ciudad.

03. FORMATO DE ENTREGA

- Duración del spot: 25–30 segundos.
- Formato de vídeo: MP4 (H.264).
- Resolución: 1920x1080 px [Resolución mínima: 1080p].
- Uso: Adaptable a redes sociales (reels, publicaciones o spot televisivo).

04. CONTEXTO Y TEMA

DISFRUTA DE TU ETAPA UNIVERSITARIA EN SEGOVIA

El spot debe reflejar la esencia de la agencia como un facilitador de la vida universitaria en Segovia, mostrando cómo su intervención transforma el proceso de alquiler en una experiencia cómoda, segura y humana. A través de escenas cotidianas o creativas, se busca representar cómo la convivencia mejora cuando existe una mediación eficaz entre propietarios e inquilinos, y cómo los servicios añadidos que ofrece contribuyen a una etapa universitaria más tranquila y disfrutable.

La narrativa puede centrarse en el día a día de los estudiantes: momentos de estudio, amistad, fiestas, descubrimientos o incluso pequeños conflictos que se resuelven gracias a la agencia. El objetivo es mostrar que vivir en Segovia puede ser una experiencia enriquecedora cuando se cuenta con un entorno habitacional cuidado y una gestión cercana. La agencia se convierte así en un hilo invisible que conecta personas distintas en una ciudad compartida.

El tema central de la campaña busca destacar la convivencia como un valor que une y da identidad. Cada estudiante aporta su historia, y la agencia facilita que esas historias se desarrollen en espacios seguros, limpios y funcionales. A través de imágenes reales, testimonios o situaciones simbólicas, el spot debe transmitir el orgullo de formar parte de una comunidad que se apoya y se respeta, gracias a una gestión inmobiliaria que entiende las necesidades de cada etapa vital.

Se recomienda utilizar elementos representativos de Segovia, como por ejemplo el campus, el Acueducto, la Plaza Mayor o los propios pisos gestionados por la agencia como escenarios que refuercen el vínculo emocional con la ciudad y con la experiencia universitaria.

ACUETRUCHO

RUBÉN TEPÉ - FREELANCE INMOBILIARIO

SEGOVIA, HOGAR UNIVERSITARIO

05. PÚBLICO OBJETIVO

Audiencia primaria: Estudiantes universitarios y de FP, trabajadores y parejas jóvenes.

Audiencia secundaria: Padres de estudiantes, propietarios y agencias colaboradoras.

06. PAUTAS PARA EL DESARROLLO DEL SPOT

- **Tono y estilo:** Dinámico, moderno, cercano. Libertad creativa.
- **Narrativa:** Mostrar cómo la agencia contribuye a la convivencia y facilita la vida universitaria.
- **Visuales y música:**
 - **Música:** Libre elección (evitar música urbana).
 - **Localizaciones:** Campus Público María Zambrano, Alcázar, Acueducto, Plaza Mayor y pisos de estudiantes, etc.
 - **Colores:** Mantener coherencia con la identidad corporativa de la agencia.
- **Acción final:** Incluir un slogan o cierre que refuerce la identidad de la agencia y su papel como facilitadora de la vida universitaria en Segovia.

Mostrar cómo la agencia mejora la convivencia universitaria mediante escenas cotidianas, localizaciones emblemáticas de Segovia y una narrativa cercana. La elección de la música es totalmente libre pero se recomienda evitar música urbana, coherencia visual con la identidad de marca y cierre con slogan que refuerce el papel de la agencia.

El patrocinador expresa su interés en que se elabore un slogan específico para su marca, que pueda utilizarse en el spot y como elemento identificativo en futuras comunicaciones. Asimismo, se autoriza el uso del logotipo de Rubén Pascual; Freelance Inmobiliario como recurso visual, siempre que se respete su correcta aplicación y coherencia con la pieza. Por otro lado, los participantes podrán coordinar con el patrocinador la posibilidad de grabar en su espacio de trabajo o en localizaciones vinculadas a la agencia.

Fecha de Entrega: Jueves, 19 de febrero de 2026.

ACUETRUCHO

RUBÉN TEPÉ - FREELANCE INMOBILIARIO

SEGOVIA, HOGAR UNIVERSITARIO