



Lanzamiento

# natania

tu hogar en Paraguay

**Categoría 12:** Lanzamiento de Producto

**Capítulo:** General

**Título del programa:** Lanzamiento Natania, Tu Hogar en Paraguay

**Nombre de la compañía:** Grupo ECIPSA

**Áreas:** Comunicación Institucional, Cultura & Branding y Marketing

---

## Introducción

Grupo ECIPSA es un holding empresario con más de 45 años de experiencia en el mercado de Real Estate residencial. Desde sus orígenes se ha centrado en proporcionar acceso a la vivienda, desarrollando emprendimientos y sistemas residenciales innovadores que mejoran la calidad de vida de las personas, potenciando el desarrollo económico, social y urbanístico de las comunidades en donde opera.

Natania es su sistema para la adquisición de viviendas orientado a familias de clase media que no pueden acceder a créditos hipotecarios o a opciones a la medida de sus posibilidades económicas. Nacido en San Juan en 1986, logró federalizarse de manera exitosa hasta llegar a 8 provincias, habiendo entregado más de 9.100 unidades habitacionales en su trayectoria a la fecha cuenta con 26 proyectos en ejecución.

Habiendo consolidado su trayectoria con numerosos hitos en el sector del Real Estate, tanto con Natania como por sus otras marcas comerciales, Grupo ECIPSA decidió dar un nuevo paso en su historia internacionalizando la compañía. En este marco, la empresa decidió enfocarse en la expansión de Natania en otros países de LATAM que comparten características en cuanto a necesidades habitacionales insatisfechas y contextos de escaso financiamiento hipotecario.

En este marco decidieron dar el primer paso en Paraguay, un país que en los últimos años demostró un sostenido progreso económico y, por consiguiente, un crecimiento de su clase media que no encuentra suficientes opciones de acceso a la vivienda que se adapten a sus posibilidades.

La decisión corporativa precisó de una propuesta comunicacional estratégica que lograra instalar la marca Natania en Paraguay con todos los atributos marcarios reconocidos por sus clientes en Argentina, adaptada de manera eficaz a la idiosincrasia local para lograr familiaridad y confiabilidad desde el momento de la apertura de su primera sucursal.

## De dónde partimos

Comenzar a operar en otro país, implicó un profundo desarrollo a nivel corporativo, financiero y de objetivos a largo plazo, en el que se trabajó inicialmente a nivel de directorio y de desarrollo de nuevos negocios y fue delimitado en el mapa estratégico de la organización años antes de su implementación.

Encontrar el socio local ideal fue clave para avanzar en la ejecución. Así se iniciaron vínculos con INMO Desarrollos, referente del desarrollismo local, quien aportó el entendimiento de la idiosincrasia paraguaya que se amalgamó con el respaldo y trayectoria de Grupo ECIPSA, su experiencia en el sector y su sistema de financiación.

A los fines de la presentación de este caso, nos centraremos en el lanzamiento comercial de la marca Natania en Paraguay ocurrido en noviembre del 2022 y sus implicancias desde las áreas de Comunicación, Marketing, Cultura & Branding.

### Objetivo General:

- Lanzar Natania, Tu Hogar en Paraguay

### Objetivos específicos:

- Generar una nueva categoría en el mercado inmobiliario local.
- Lograr la legitimidad social para operar.
- Trasladar el activo de Natania en Argentina para el nuevo mercado, logrando familiaridad con la marca.

## Desafíos y estrategia

Los resultados obtenidos a lo largo de esta campaña estuvieron directamente relacionados con el diagnóstico inicial realizado para comprender la idiosincrasia paraguaya, apoyados en agencias de marketing y comunicación locales para el diseño de la estrategia. Como base de análisis se tomaron estudios sociológicos acerca de la concepción de vivienda propia en el Paraguay y de mercado en relación a la competencia y de opciones de financiamiento habitacional.

A partir de estos estudios se articularon las directrices clave para poder transmitir los valores de la marca, su historia y envergadura en Argentina y posicionarla como la mejor opción para el acceso a la vivienda de la clase media de Paraguay.

La incorporación de íconos arraigados a su cultura, así como también el uso del guaraní en piezas de comunicación, fueron factores determinantes para transmitir los valores de la compañía a través de los diferentes soportes de comunicación y así construir un sentido de pertenencia y cercanía con los clientes.

A nivel de relacionamiento con prensa, el desarrollo de los mensajes se trabajó teniendo en cuenta estas particularidades, transmitiendo confiabilidad en este nuevo mercado en el que la marca comenzaría a operar reforzando la idea de los socios locales y adoptando su reputación local como propia, obviando términos

habituales del desarrollismo como Apuesta o Desembarco con connotaciones poco favorables. En las semanas previas se realizó un arduo trabajo de planificación, definición de mensajes, partes de prensa y Q&A que funcionaran para los dos países, así como la preparación de los voceros para la ocasión, tanto de Natania como INMO Desarrollos, construyendo un mensaje unificado entre las dos compañías.

## **Campaña Marketing**

La antesala del lanzamiento estuvo acompañada por una importante campaña publicitaria cuya estrategia de implementación se alineó a los mensajes claves que se querían transmitir y se plasmó en medios digitales y offline a través de vía pública, PNTs en radio y banners y avisos.

Además, se desarrollaron los canales digitales de la marca para Paraguay que comprenden la web y su respectivo blog con novedades para clientes, mailing y redes sociales verificadas. Las comunidades de Instagram y Facebook alcanzaron +18mil seguidores desde su apertura.

## **Lanzamiento Natania, Tu Hogar en Paraguay**

El lanzamiento de la marca tuvo dos hitos. Por un lado, la presentación de Grupo ECIPSA en sociedad como nuevo player del mercado de la mano de sus socios INMO Desarrollos. El segundo se selló con el corte de cintas de la primera sucursal de Natania en Asunción, inaugurando oficialmente las operaciones de la marca en el país.

## **Evento Lanzamiento**

El 10 de noviembre de 2022 se realizó el evento de lanzamiento que se llevó a cabo en el emblemático Club Centenario de Asunción. Del análisis previo para lograr penetrar en este mercado, era necesario contar con la legitimidad social. Para ello, además del socio local de excelente reputación, se decidió realizar la presentación en sociedad en este tradicional Club al que toda la clase alta del país es, o aspira a ser, socia.

La ceremonia fue conducida por la reconocida periodista de CNN Paraguay, Sannie López Garelli y contó con la participación de más de 400 invitados entre funcionarios de gobierno, celebridades, empresarios, medios de prensa y directivos, así como también representantes de Grupo ECIPSA e INMO Desarrollos y miembros del equipo de Natania Paraguay.

Los discursos estuvieron a cargo de Jaime Garbarsky, Presidente de Grupo ECIPSA, Giovanni Masulli y Alejandro Domínguez, Directores de INMO Desarrollos, quienes destacaron la importancia de nuevas inversiones en el país y el impacto de esta alianza para el progreso de la economía local. A la propuesta se sumó la disertación del prestigioso filósofo Kovadloff.

## **Prensa**

La estrategia de prensa estuvo diseñada para poder trabajar en simultáneo con los medios de Argentina y Paraguay. Para ello se coordinó un plan de difusión entre las 3 agencias que colaboran con Grupo ECIPSA, Feedback para CABA, LatinAdv para el interior del país y Bierdermann para el Paraguay.

El plan contempló un encuentro exclusivo de prensa en el marco del evento en el Club Centenario, junto con voceros de ambas desarrollistas y la difusión paralela del contenido adaptado para Argentina, el cual fue publicado en los principales medios de Buenos Aires, Córdoba y del interior.

De la convocatoria participaron 22 periodistas de los principales grupos de medios de Paraguay. La cobertura abarcó notas para radio, TV, medios gráficos y digitales. De manera complementaria se difundió una gacetilla para aquellos periodistas que no pudieron asistir al evento.

La gestión tuvo como resultado la publicación de 52 notas por un valor publicitario equivalente a más de U\$D 30.000, entre los que se destacaron La Nación, El cronista, iProfesional, La Voz, La Nación PY, ABC Revista, 5 días y Telefuturo.

## **Inauguración sucursal**

El día posterior al lanzamiento, se llevó a cabo la inauguración de la sucursal. Del corte de cintas participaron los principales referentes de INMO Desarrollos y Grupo ECIPSA, quienes brindaron emotivas palabras al equipo comercial que ese día comenzaría a ser la cara de Natania, Tu Hogar en Paraguay.

Grupo ECIPSA tiene la particularidad de contar con su estructura corporativa en la ciudad de Córdoba y más de 150 colaboradores de áreas de Comercial, Experiencia del Cliente y Proyectos en 9 provincias del país, por lo que el evento fue transmitido vía streaming logrando que, aún a la distancia, todos los colaboradores fueran parte de este hito en la historia de la compañía.

Luego del corte de cintas, los asistentes realizaron un recorrido por la sucursal, el cual forma parte del Customer Journey de Natania. Solidez, confianza y transparencia fueron los valores que se buscaron transmitir a través del diseño de la experiencia en sucursal, garantizando un impacto emocional en cada uno de los momentos del recorrido del cliente, el cual inicia en la sala de experiencia inmersiva que logra transportar a cada uno de los visitantes a su nuevo hogar a través de un recorrido multisensorial.

Seguidamente, ingresan a un departamento modelo completamente equipado, montado dentro de la sucursal, donde pueden tangibilizar la materialización del camino hacia la casa propia, finalizando en el salón comercial donde los clientes son asesorados por los ejecutivos de venta de Natania. Este recorrido es un eslabón esencial en la construcción del vínculo con los clientes, diseñado para que vivan una experiencia memorable desde el momento que ingresan por primera vez.

## Resultados

La llegada de Natania a Paraguay tuvo una excelente aceptación desde el primer momento. El análisis realizado para este proyecto fue completamente acertado y el sistema tuvo una gran recepción en el público paraguayo. El mayor indicador para confirmar esto, se refleja en las operaciones concretadas que superaron los objetivos establecidos.

Durante los primeros meses de operaciones se logró validar la necesidad local de un producto de calidad, en excelentes ubicaciones, adecuado a las posibilidades de cada cliente. Se creó un nicho propio en el mercado, atendiendo a un segmento que no contaba con las facilidades y opciones flexibles para acceder a la vivienda propia. En el primer mes y medio de operación se cerraron transacciones por más de 150 departamentos.

Desde el primer momento se logró transmitir confiabilidad a través de la construcción de mensajes sólidos sobre la trayectoria y cumplimiento de Natania en Argentina, respaldados localmente por el socio INMO Desarrollos.

Por parte de Comunicación Institucional, fue clave sostener el relacionamiento con los medios a través de nuevas difusiones respecto a novedades financieras de Grupo ECIPSA, avances de obra y nuevas relaciones comerciales. Al mismo tiempo que se han realizado visitas a medios y se gestionan colaboraciones en eventos del sector.

Los clientes se sienten tranquilos por la trayectoria de la empresa y la transparencia que ofrecen los planes de financiación, en los que desde el día uno, saben cuándo van a tener su departamento, ofreciendo excelentes ubicaciones.

A menos de un año de dar inicio a las operaciones, se está por dar la palada inicial de Natania 85, el primer emprendimiento que se levantará en Asunción, mientras se avanza con el proyecto de Natania 86. Entre estos dos primeros desarrollos se construirán más de 370 departamentos en los próximos años. En paralelo, Natania está próximo a lanzar una nueva tipología de viviendas, ampliando el porfolio de productos disponibles para esta nueva comunidad.