

## NO HAY NADA MEJOR QUE CASA

**Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:**

17.2 Publicidad institucional televisiva

**Título del programa:**

No hay nada mejor que casa

**Nombre de la compañía o institución:**

Camuzzi

**Departamento, área que desarrolló el plan:**

Gerencia de Relaciones Institucionales

**Colaboradores externos**

Agencias Roma y Feed the Media

**Síntesis**

***No hay nada mejor que casa***, es la publicidad institucional televisiva con la que Camuzzi buscó contribuir en la concientización de la opinión pública sobre la necesidad de quedarse en el hogar y respetar el aislamiento social.



## La Empresa

Somos la mayor distribuidora de gas natural por redes y gas propano indiluido por redes de la Argentina tanto en términos de cobertura geográfica, como así también de volumen de gas distribuido. Nuestras operaciones se extienden en una amplia región que supera el 40% del territorio nacional.

Con un complejo sistema de gasoductos de transporte, ramales y redes de distribución que supera los 50.000 km lineales de extensión, abastecemos a más de 2.000.000 de usuarios en 7 provincias de la Argentina: Buenos Aires, La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

## Contexto

El aislamiento social preventivo y obligatorio (A.S.P.O) dictado el 20 de marzo por el estado nacional, interpeló a toda la sociedad tanto civil como empresaria a determinar cuál sería su rol en esta pandemia Covid 19.

En Camuzzi, adoptamos rápidamente protocolos sanitarios que nos permitieron cuidar a nuestros colaboradores por un lado, y al mismo tiempo, seguir garantizando a los usuarios el acceso al servicio de gas natural, que en este contexto se erige como un recurso fundamental para la vida cotidiana: calefacción del hogar en meses invernales, cocción de alimentos y aseo con agua templada.

A su vez, incorporamos rápidamente los desarrollos tecnológicos que nos permitieron virtualizar el 100% de los trámites presenciales, dándole la posibilidad a los usuarios de interactuar con su suministro en forma remota y sin la necesidad de exponerse.

Desde el inicio de la cuarentena entendimos que la mejor forma de combatir el virus, es quedarse en casa para disminuir la velocidad de reproducción de los contagios.

NO HAY NADA  
MEJOR QUE CASA

## CAMUZZI EN NÚMEROS

**+ 2.000.000**

Usuarios

**+ 50.000**

Km de cañerías

**+ 1.700**

Colaboradores

**7 provincias**

Abastecidas

## SPOT: *No hay nada mejor que casa*

Entendiendo la importancia que tiene permanecer en los hogares, y con la responsabilidad que sentimos por distribuir un servicio esencial en más del 40% de la extensión geográfica del país, decidimos a principios de abril, generar un comercial televisivo que contribuya a concientizar y genere la reflexión de la audiencia, sobre la necesidad de colaborar y acatar el aislamiento preventivo.

Tuvimos que adaptarnos al desafío que propuso realizar un spot publicitario de calidad, con las restricciones lógicas que se impusieron para prevenir los contagios en las filmaciones y rodajes.

*¿Cómo lo resolvimos?* Utilizamos diferentes transiciones de imágenes estáticas y animadas de archivo, que acompañaron el relato de una niña que nos ayudó a comunicar el mensaje que transmite la campaña: “No hay nada mejor que casa”.

El spot, realizado íntegramente en forma remota, aporta en una mirada optimista frente al contexto de pandemia, y busca aconsejar a la audiencia con un tono ameno que se mantengan en sus hogares.

[VER VIDEO](#)



## NO HAY NADA MEJOR QUE CASA

*“Papá, Mamá y yo nos quedamos en casa... hace mucho que quería que estemos todo el día juntos. Ellos se la pasan ordenando, pero papá me dijo que lo que más le divierte es la aspiradora.*

*Yo no me quejo, ellos un poquito, pero otras veces los escucho divertirse.*

*No extraño mucho al cole, pero sí a mis compañeros y abuelos. Me gustaría salir, pero acá dicen que quedarse en casa es la mejor vacuna contra el virus. Como decía el cantante que le gusta a mi papá... no hay nada mejor que casa... **Camuzzi**, cada vez que nos necesitás, **estamos**”.*

## Objetivos

Nuestro objetivo primordial con el spot publicitario fue:

- ❖ Decir presente como compañía en un contexto de altísima incertidumbre.
- ❖ Que Camuzzi sea percibida por sus usuarios como una empresa cercana, que está cuando se la necesita.
- ❖ Transmitir a la opinión pública un mensaje de esperanza.

## Públicos y Canales:

- ❖ Esta campaña estuvo dirigida a la opinión pública en general, y a los más de 2 millones de usuarios de Camuzzi en particular.
- ❖ *No hay nada mejor que casa* se pudo ver en 11 canales de TV abierta y TV por cable, y por redes sociales desde el 06 de abril de 2020.

## Ejecución de la campaña

El spot fue creado por el multipremiado publicista Ramiro Agulla, uno de los íconos más representativos de la publicidad argentina, que comandó el proceso creativo y el guion que dio vida a la campaña.

## Aspectos destacables del spot:

- ❖ Guion: mediante un lenguaje llano se buscó transmitir: cercanía, calidez y empatía, destacando el valor de la unión familiar y aconsejando a la audiencia a no salir de sus casas.
- ❖ Banda Sonora: la canción "*Té para tres*" que acompaña las imágenes del comercial, fue compuesta por Gustavo Cerati, y es uno de los éxitos del disco *Canción Animal* (1990) del grupo musical *Soda Stereo*. La gran recordación que existe sobre de la letra de esta canción, permitió tener una mayor penetración del mensaje que aporta el título de la campaña, *No hay nada mejor que casa*.
- ❖ Fotografía: las imágenes fueron elegidas con el objetivo de captar la atención de grandes y chicos, incorporando dibujos y transiciones animadas como recursos para evidenciar cómo es percibido el contexto desde la óptica de los niños, e incentivar a la toma de conciencia.

## Evaluación

El spot obtuvo un alcance estimado de más de 11 millones de personas que visualizaron la campaña a través de las 39 repeticiones que tuvo el comercial en 11 señales de TV Abierta y TV Paga, mientras que más de 1.400.000 personas vieron “No hay nada mejor que casa” por Redes Sociales.

### No hay nada mejor que casa en números:

Canal	Programa	Primera Emisión	Horario	Segundaje Material	Cantidad de Salidas	Rating
Canal 13	Telenoche	08-abr	20 a 21hs	49	1	7.50
Telefé	Telefé noticias 2da edición	08-abr	20 a 21hs	49	1	10.50
Canal 9	Telenuvee Central	08-abr	19 a 20hs	49	1	4.40
América	America Noticias	07-abr	18 a 20hs	49	1	2.90
TV Pública	Noticiero Central	08-abr	20 a 22hs	49	5	1.00
NET	Rotativo Prime	07-abr	18 a 24hs	49	5	0.80
TN	TN Central	08-abr	21hs	49	5	5.60
A24	Rotativo Prime	08-abr	19 a 24hs	49	5	2.30
C5N	Rotativo Prime	08-abr	19 a 24hs	49	5	3.90
Canal 26	Rotativo Prime	07-abr	19 a 24hs	49	5	2.10
Crónica TV	Rotativo Prime	08-abr	19 a 24hs	49	5	0.10

\*un punto de rating -> 113.000 - [Fuente](#)

### Reproducciones en Redes Sociales:

Diferentes personalidades compartieron el spot sus perfiles sociales para ayudar a viralizar la campaña, es el caso de Germán Paoloski, Verónica Lozano, Jonatan Viale, Jorge Rial, Soledad Larghi, Mónica Gutierrez, Eduardo Feinmann y Alejandro Fantino.

- ✓ Reproducciones en Facebook: 1.036.373
- ✓ Reproducciones en Instagram: 137.511
- ✓ Impresiones en Youtube: 178.383
- ✓ Reproducciones en Twitter: 48.700
- ✓ Total RRSS -> **1.400.967**