

**Menos  
impuestos,  
más trabajo.**

PREMIOS  
EIKΩN

**3F**

Municipalidad de  
Tres de Febrero



## **Categoría 1**

Campaña general de Comunicación Institucional



## **Capítulo 1**

### **Título del programa**

Menos impuestos, más trabajo

### **Nombre de la institución**

Municipalidad de Tres de Febrero

### **Área**

Subsecretaría de Prensa y Comunicación

### **Responsables del plan de comunicación**

Lucas Rodríguez - Germán Felices





## Introducción

### Planteo y diagnóstico

Si hay una deuda que la política tiene con los argentinos es la creación de condiciones claras para que las empresas puedan producir más y generar puestos de trabajo genuinos. Esta carencia de políticas públicas se agravó a través de los años y ningún nivel del estado estuvo exento. Y con el correr de cada crisis económica esto se hizo mucho más evidente. Colaboraron, también, algunos sectores de la política más liberales con planteos discursivos acerca de cuál es la responsabilidad que debería tener el estado en esta problemática y qué se puede hacer para acompañar a los privados. En Tres de Febrero habíamos identificado una necesidad y también una oportunidad para poner en valor el rol del estado.

Aquí no faltaba decisión política y eso facilitaba la cuestión y nos allanaba el camino comunicacional. Por un lado, el intendente de Tres de Febrero, Diego Valenzuela, tenía voluntad de avanzar con habilitaciones gratuitas. Esto es que cada empresario, comerciante o emprendedor que quiera abrir sus puertas en el municipio no deba abonar ni un sólo peso por hacerlo. Algo por lo que antes se pagaba y se había hecho carne desde tiempos desconocidos en Tres de Febrero y en otros municipios.

Por otro lado, el jefe comunal quería avanzar con la eliminación de más de 400 tasas y conceptos fiscales para beneficiar a los que trabajan en lo comercial. Entre esas tasas, había muchas para relatarlas de una forma particular por su naturaleza: una por publicidad en las veredas, la cual percibía un cobro por cartelera publicitaria en la vidriera, en las sillas o sus mesas en la calle; otra que se llamaba "Pesos y Medidas", que recaudaba un porcentaje de aquellos que utilizaban diariamente una balanza para trabajar (por ejemplo, una dietética); y algunas obsoletas, estrafalarias y fuera de época -pero también vigentes- como la que debían pagar los paseadores de pony en plazas. Nadie tuvo la intención de eliminarlas o al menos suspenderlas.

Con *Menos impuestos, más trabajo* teníamos la oportunidad de hacerlo y generar una enérgica campaña de difusión para llegar no sólo a Tres de Febrero, sino a otras zonas de la Argentina con el objetivo de atraer inversores y favorecer las condiciones para que las empresas produzcan más y generen más puestos de trabajo. Contar en las filas con un intendente que fue periodista y economista nos iba a facilitar la calidad y adecuación del discurso y su posterior llegada a los oídos de la sociedad.



## Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

*Menos impuestos, más trabajo* iba a ser la consigna de una campaña que no sólo estaba direccionada al alivio fiscal de los que producen y generan empleo, sino también a poder interpelar sobre el gasto público y las viejas costumbres de la clase política. El espectro a apuntar era anchísimo: personas que producen o tienen su comercio cansadas de un estado que no les resuelve problemas y los ahoga fiscalmente, pero también otras -una inmensa mayoría- con o sin empleo, que miran con buenos ojos que alguien se enfoque en acompañarlos con este tipo de decisiones en tiempos de fuertes y fundados cuestionamientos a la clase política por ocuparse, muchas veces, de cuestiones superfluas y que no se acercan a los problemas diarios y reales que tiene la sociedad.

Nos propusimos una campaña 360° que comprendiera una fuerte estrategia digital y territorial en los canales de la Municipalidad y del Intendente, en vínculo con personalidades sobresalientes de la política e interlocutores especialistas en economía y finanzas de gran efecto en redes. Utilizamos mensajes enfocados a medios Tier 1 y 2, spots televisivos y radiales, una fuerte estrategia en redes sociales, un sitio web, cines, IVR, propaladora, folletería, cartelería urbana, gráficas en transporte público, charlas con especialistas en auditorios, eventos junto a comerciantes y columnas periodísticas del Intendente.

En cuanto a las metas temporales, el primer objetivo era llegar a las 300 habilitaciones gratuitas en un año. El fin propuesto iba a depender, en gran medida, de que nuestro mensaje pueda permear en una sociedad con un disgusto y una desconfianza generalizada en la política.



### Tres de Febrero: Habilitaciones gratuitas para estimular la apertura de nuevos comercios

Contenido patrocinado - El Intendente busca promover la inversión y la...  
de t...  
gratít





## Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Queríamos un comienzo orgánico, una acción simple, pero luego quirúrgica y poderosa. Se programó un video explicativo sobre la campaña dentro de un tweet de Diego Valenzuela con el copy “Porque queremos que trabajar sea más fácil, vamos con habilitaciones gratuitas en Tres de Febrero”. El plan había dado en el blanco.

Importantes figuras de la escena política argentina con cientos y millones de seguidores se hicieron rápidamente eco en redes sociales y empujaron lo que teníamos para decir: Mauricio Macri, Horacio Rodríguez Larreta, María Eugenia Vidal, Martín Tetaz, Diego Santilli, José Luis Espert y hasta economistas de renombre como Roberto Cachanosky y Damian Di Pace. Eso trajo una ola de noticias sobre el tema que dieron más visibilidad a *Menos impuestos, más trabajo*.

Lo orgánico mostraba sus frutos y marcaba el camino. Pero había que sostener el ritmo al máximo en el plano nacional porque cada palabra que se decía o escribía sobre la campaña era ganancia y podía multiplicar su potencial por el alto contenido de aceptación.

Luego del auspicioso comienzo, lanzamos una campaña en redes muy agresiva con una batería de piezas digitales y audiovisuales que fueron el sostén del plan en las cuentas de la Municipalidad y del Intendente en Instagram, Facebook, YouTube y Twitter. Además, se complementó con envíos por Whatsapp y mailing. Se sumaron acciones con llamados telefónicos (IVR), autoparlante callejero, folletos, publicidad en transporte público, afiches y cartelera urbana en corredores y zonas estratégicas.

A su vez, se gestionó una agenda de almuerzos y entrevistas uno a uno entre el jefe comunal, periodistas y medios nacionales -algunos de ellos especializados en la temática económica y financiera- que sirvieron para difundir de forma más certera el mensaje de esta baja impositiva inédita. Se llevaron adelante notas y columnas de análisis y opinión escritas por Valenzuela, infografías y una campaña de banners en medios digitales y gráficos de carácter nacional, regional y local.

Se creó un sitio web propio ([menosimpuestos.com.ar](http://menosimpuestos.com.ar)) que detallaba aquellos municipios que tenían más facilidades para invertir y los que no, todo en base a los colores de un semáforo: rojo (partidos que tienen vigente la Habilitación y Tasa de Seguridad e Higiene), amarillo (donde se abona una de las dos) y verde (donde no se paga nada).

Por otro lado, trabajamos spots de audio y video para campañas en televisión, radio y cines del AMBA. Gestionamos una charla abierta -sold out- en el principal teatro municipal con los economistas Claudio Zuchovicki y Pablo Wende junto al Intendente, que ofició de moderador y expuso su caso de baja impositiva.

En cuanto a medios Tier 1, cabe destacar que hubo un artículo que rompió los esquemas y no estaba en planificación. Fue una nota de Juan Carlos de Pablo, una eminencia de la divulgación económica, que el 21 de julio de 2022 publicó en La Nación una columna de opinión llamada Diego Valenzuela invita a “votar con los pies”, con la que el autor se muestra categórico con la noticia: “Lo mejor que nos podría pasar a los argentinos es que la iniciativa planteada por él fuera imitada por otros intendentes”. Se logró también llegar a medios como Clarín, La Nación, Infobae, TN.com, Página 12, Ámbito, El Cronista, Perfil, Minuto 1, además de radios como Mitre, La Red, Rivadavia, Radio 10 y señales de televisión como TN, Canal 13, Canal 9, entre otros.

Dentro de las 400 tasas que se eligieron eliminar hubo una que fue muy particular y nos sirvió de gancho para contar de una manera más divertida y amena los tipos de conceptos fiscales que todavía seguían vigentes. “La tasa a los paseadores ponys” se cobraba a los que ofrecían paseos en las plazas a los niños arriba de estos animales. Esa historia se pudo ilustrar fácilmente en los medios y transmitió la esencia del porqué de la campaña. Para cerrar el círculo, fuimos a cada negocio que habilitó gratuitamente con un sticker que pegamos en la vidriera con la leyenda “YO HABILITÉ GRATIS”.

# Resultados y evaluación

## Campaña en canales digitales y territoriales

---

- » Videos: 43 publicaciones
- » Posteos en Instagram y Facebook: 58 publicaciones
- » Twitter: 45 publicaciones
- » Youtube: 5 publicaciones
- » Display y Google Search
- » Mailing: 5 envíos
- » WhatsApp: 4 envíos
- » IVR: 2 envíos
- » Autoparlante urbano: 2 audios
- » Sitio web: [menosimpuestos.com.ar](http://menosimpuestos.com.ar)

## Prensa

---

- » Gacetillas: 9
- » Banners digitales y gráficos en medios de comunicación
- » Spot radial: 1
- » Spot televisivo: 1
- » Participaciones televisivas + radiales + notas digitales y gráficos (Tier 1 y 2): 190
- » Cines: 3.284.068 espectadores únicos
- » Eventos

## Campaña gráfica

---

- » Cartelería urbana: 19 ubicaciones en altura
- » Folletos: 12.000 repartidos
- » Afiches callejeros doble paño: 7.500
- » Publicidad en transporte público



**José Luis Espert** @jlespert · 17 jul. 2022

Banco todo lo que sea solucionar la pesadilla que para la gente son los trámites en el Estado. Bien ahí Diego Valenzuela.

**Diego Valenzuela** @dievalen · 15 jul. 2022

Porque queremos que trabajar sea más fácil, vamos con habilitaciones gratuitas en Tres de Febrero. 🙌

102 350 2.899

**Roberto Cachanosky** @RCachanosky

Muy buena iniciativa de @dievalen No cobran tasas para habilitar locales, bajan carga tributaria y trámites. Ejemplo de prueba piloto de lo que hay que hacer en todo el país. No castigar al que invierte

**Diego Valenzuela** @dievalen · 15 jul. 2022

Porque queremos que trabajar sea más fácil, vamos con habilitaciones gratuitas en Tres de Febrero. 🙌

8:52 p. m. · 16 jul. 2022

389 Retweets 12 Citas 1.282 Me gusta







¡Las habilitaciones gratuitas ya son una realidad!

90,241 vistas • hace 9 meses

Ayer el HCD de Tres de Febrero votó de forma unánime este proyecto que busca bajar impuestos y simplificar la vida de aquellos que producen y dan laburo. Gracias a todos los que permitieron que esto se haga posible. Ojalá que otros distritos se sumen a esta iniciativa para estados con menos trabas y burocracia. Pronto vamos a publicar los pasos a seguir desde la @MunicipalidaddeTresdeFebrero para que puedas hacer uso d...  
**MÁS INFORMACIÓN**



## Conclusión

La campaña tuvo un gran impacto por sus resultados. Las acciones a través de canales digitales y territoriales tuvieron un alcance total (número de veces que se vio el contenido a través de las plataformas) de 38.962.871. Además, Valenzuela disertó y contó este caso de éxito en provincias como Córdoba y Mendoza.

La iniciativa fue tan masiva y bien recibida por la opinión pública que el equipo de Diego Santilli, precandidato a gobernador por la provincia de Buenos Aires, tomó el ejemplo para convertirlo en uno de sus ejes de campaña para las elecciones de 2023. La propuesta es eliminar 1000 tasas e impuestos que impiden la generación de trabajo genuino y perjudican a los bonaerenses. A partir de un juego de palabras homónimas, en junio de 2023, frente a la Gobernación de la Provincia de Buenos Aires, se armó una mesa con 1000 “tazas” estampadas con el concepto fiscal a eliminar, que representaban las “tasas” en cuestión.

Hoy ya son más de 15 los gobiernos provinciales y municipales de distinto color político que sumaron proyectos de alivio fiscal. Entre esos casos, están Lomas de Zamora, Campana, San Isidro, La Plata, Lanús, Morón, Olavarría, General Pueyrredón, La Plata, Junín, Hurlingham, San Miguel, Bahía Blanca, San Guillermo, Jesús María, Luján de Cuyo, Ciudad de Mendoza, Pinamar, la provincia de Jujuy y la Ciudad de Buenos Aires, que anunció medidas de este tipo junto a su actual jefe de Gobierno porteño, Horacio Rodríguez Larreta, acompañado de Diego Valenzuela.

A nueve meses del inicio de *Menos impuestos, más trabajo* en julio de 2022, la Municipalidad superó las 300 habilitaciones gratuitas en abril de 2023, cumpliendo tres meses antes el objetivo anual que se propuso.



**YO  
HABILITÉ  
GRATIS**



Municipalidad de  
Tres de Febrero



PREMIOS  
**EIKΩN**



Municipalidad de  
Tres de Febrero

