

**TOD**  **S**

# Introducción

## CONSIDERACIONES PREVIAS

1. La mayoría de los oficialismos nacionales están en crisis o fueron impactados por la pandemia. Es una elección impredecible. Evitar triunfalismos y derrotismos.
2. Más que de un plebiscito de la gestión, esta elección se trata de una oportunidad para renovar el compromiso electoral de 2019.
3. El voto en legislativas es más expresivo que en ejecutivas. El mensaje negativo no alcanza. Se necesita transmitir confianza para desalentar la fuga hacia terceros.
4. Es difícil generar entusiasmo defendiéndose. Es necesario darle más volumen a la agenda propia, salir del encierro discursivo y esquivar el marco opositor.
5. Proponemos reconstruir un mensaje positivo, optimista y a la vez realista, que reafirme que ya estamos recorriendo el camino hacia la vida que queremos.

# Diagnóstico

## OPINIÓN PÚBLICA JULIO - PBA

1. Leve mejora de la imagen del gobierno nacional aunque con una intención de voto en provincia de Buenos Aires de entre 10 y 15 puntos menor a la de 2019.
2. En un escenario polarizado, la mayor debilidad de la oposición es la figura de Macri pero otros de sus dirigentes están entre los mejor evaluados del país.
3. La vacunación y los cuidados ante la pandemia son las principales fortalezas del gobierno, aunque tampoco cuentan con apoyos contundentes.
4. Antipolítica: frustración pero a la vez esperanza. Malestar con la gestión económica. La pandemia justifica pero no funciona como excusa.
5. La mayoría de las gestiones provinciales y locales tienen mejor imagen que la nacional y, a la vez, el FDT tiene mejor imagen que sus candidatos.

## DISTRITOS PRIORITARIOS

1. Santa Fe.
2. Córdoba.
3. Tucumán.
4. Corrientes.
5. Chubut.

# Objetivos

## EL OBJETIVO GENERAL

Mejorar la composición en Diputados. Mantener mayoría en Senado.

## LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Superar el 40% a nivel nacional.
2. Alcanzar el 42% en la provincia de Buenos Aires.
3. Repetir resultados en las elecciones al Senado.

## EL OBJETIVO ESTRATÉGICO

Generar **confianza** en el rumbo del Gobierno del Frente de Todos.

# EL DESAFÍO ELECTORAL

El desafío de esta etapa es **persuadir** a aquellos que **a pesar de estar dispuestos a votarnos todavía no están decididos**. A la vez, es necesario **activar la desconfianza** entre quienes **podrían votar a Juntos por el Cambio** pero a la vez rechazan la gestión de Macri.

1. Estos votantes no necesitan ser convencidos de que nuestro Gobierno está en las antípodas del de Macri, al que rechazan por completo.
2. Sin embargo, están insatisfechos con el resultado de nuestra gestión y se muestran permeables a nuevas ofertas.
3. Esperan que finalizada la pandemia, pueda mejorar su situación económica personal.

# Target

## NUESTRO VOTO PROBABLE – PBA

1. Target. Voto seguro 30%. Voto probable 12%. Voto posible 7%.
2. Conurbano. Primera sección electoral. Más mujeres que varones. NSE bajo y medio bajo. Jóvenes 16-29 y adultos 30-50.
3. Economía central. En adultos valoran las políticas de seguridad y también mayor liderazgo. En jóvenes apertura al discurso de izquierda y ampliación de derechos.
4. Más reticentes a los cierres. Peor evaluación de la gestión. Valoran bien la vacunación. No rechazan a Rodríguez Larreta. Desesperanza y escepticismo.
5. Candidaturas. Definirlas en función de la capacidad de defender la gestión nacional, renovar la promesa electoral, mostrar amplitud y transmitir confianza.

# TEMAS DE NUESTRO VOTANTE PROBABLE Y POSIBLE

**SÍ**

Economía, salud, Estado, vacunas, cuidados, ampliación de derechos, ciencia, industria, deuda, producción, exportaciones, inversión pública, trabajo, obras en los municipios, control de precios, mejorar el ingreso, violencia de género, derechos.

**NI**

Aborto

**NO**

Justicia, corrupción, política internacional

## EL VOTO PROBABLE DE JUNTOS - PBA

1. Target. Voto seguro 23%. Voto probable 23,5%. Voto posible 11%.
2. Caracterización voto probable y posible: Sin diferencias sustanciales en Interior y Conurbano, ni mujeres ni varones. NSE medio y medio bajo. Edad: 16-29 y 30-50.
3. Corrupción, inflación, desempleo. Inseguridad preocupa más que pandemia. Piden cierres y aperturas focalizados. Valoran inicio gestión COVID. Mal vacunas.
4. Mala imagen del kirchnerismo pero también del macrismo.
5. Candidaturas. Macri es el dirigente que genera rechazo. No Bullrich. Vidal y Larreta miden bien.

# La estrategia

# UN FUTURO SENSIBLE, TANGIBLE Y CREÍBLE

El compromiso electoral asumido en 2019 tenía que ver con solucionar los problemas inmediatos pero también con cambiar las prioridades a largo plazo.

La pandemia borró la temporalidad y nos ancló en la urgencia del presente. La campaña tiene que servir para **recuperar el futuro**.

En estas elecciones decidimos **cómo queremos salir de la pandemia**. Si con trabajo y reactivación o volviendo al pasado.

# Narrativa

# LOS EJES

## RETOMAR LA IDEA DE FUTURO

Optimismo realista. Generar confianza en el rumbo.

## DEVOLVERLE EL SENTIDO A LA UNIDAD

No es la meta sino el punto de partida para solucionar problemas concretos.

## CONTRASTAR DE UN MODO POSITIVO Y REALISTA

Sólo sirve si muestra diferencias tangibles en la vida de la gente.

## EL FUTURO OPTIMISTA Y REALISTA

1. Hablar del futuro es **empatizar**. Empatizar no es sinónimo de llorar o enojarnos todos juntos. Es ser capaz de entender al otro y proponerle una salida.
2. Ser **optimista** es la condición de posibilidad para el voto. Cuando alguien sufre, no elige seguir igual. El país va a mejorar porque no quiere volver al pasado.
3. Ser **realista** genera confianza. La sociedad no espera soluciones inmediatas ni mejoras inverosímiles. Necesita conectar la gestión presente con mejoras futuras.

## LA UNIDAD

1. La unidad no fue el eje de la campaña de 2019 porque había un **hecho político** que volvía irrelevante seguir enunciándola.
2. Ese hecho político hoy se diluyó en los ruidos internos. Más que hablar de la unidad, el desafío es **mostrar la diversidad** en hechos que beneficien a la gente.
3. Tiene que volver a ser el punto de partida para solucionar los problemas de la Argentina. Solo se menciona la unidad repitiendo la pregunta, **¿unidad para qué?**

## EL CONTRASTE POSITIVO

1. **Salir de la defensiva** y de ser reactivos a operaciones. Nos muestra impotentes y se vuelve en contra. Argumentar contra las noticias falsas las refuerza.
2. **No ser agresivos.** Que de eso se ocupen canales paralelos. Cuando nosotros atacamos a Macri, lo volvemos más aceptable para quienes nos rechazan.
3. **Nuestra mayor diferencia está en las prioridades.** Nosotros cuidamos a la gente, a su salud, a su trabajo y ampliamos derechos. No podemos volver atrás.

# El mensaje

## LA CAJA DE MENSAJES

1. En esta elección decidimos cómo queremos superar la pandemia. O volvemos al pasado que no funcionó o empezamos a salir hacia la vida que queremos.
2. Tenemos muy en claro para qué nos votaron: encender la economía, mejorar los ingresos, defender el trabajo y reducir la pobreza.
3. La economía ya se está poniendo en marcha. Ahora que estamos superando la pandemia, la recuperación se va a sentir en cada hogar y en cada familia.

# La vida que queremos

# LA VIDA QUE QUEREMOS

La vida que queremos es un tono. Un llamado a la acción. Una apuesta a la esperanza. A terminar con la languidez del encierro y el conformismo. A mejorar el ánimo y la autoestima.

Empieza por la vacunación y la superación de la pandemia pero se proyecta en la reapertura, el reencuentro y en volver a tener una economía normal. Reafirma el compromiso electoral de ofrecer una vida mejor a la que teníamos. Y cuenta paso a paso cómo lo vamos a hacer.

# Discurso

I.

La vacuna es el punto de partida hacia la vida que queremos.

Y la vida que queremos es la que nos comprometimos a garantizarles a todos los argentinos y las argentinas.

Es una Argentina con trabajo. Es una Argentina que crece. Es una Argentina en la que el salario le gana a la inflación.

Y, no tengan dudas, cuando superemos la pandemia esa Argentina se va empezar a sentir en cada hogar, en cada fábrica, en cada comercio y en cada rincón de nuestro país.

## II.

Por eso los convocamos a que recuperemos la esperanza.

El progreso está más cerca. 2022, si Dios quiere, va a ser un gran año para la Argentina. Están todas las condiciones dadas.

Necesitábamos primero renegociar la deuda y lo que nos ahorramos de pagar intereses ahora lo dedicamos a obras públicas en los municipios.

Y ya tenemos más trabajo en la construcción que en el gobierno anterior.

Necesitábamos recuperar el Estado y ponerlo del lado de la gente para incentivar el trabajo y la producción.

Y hoy el empleo industrial es más alto que cuando asumimos el Gobierno.

### III.

Necesitábamos dejar de gastar en especulación para que unos pocos fuguen su plata a un paraíso fiscal.

Hoy eso nos está permitiendo hacer una inversión social sin precedentes y que millones de argentinos y argentinas hayan dejado de pagar ganancias.

Y es así como estamos encendiendo el consumo interno y vamos a levantar a los que cayeron en la pobreza.

Necesitábamos elegir entre los jubilados y las empresas de luz y gas y no dudamos: terminamos con los tarifazos y los jubilados recuperaron sus medicamentos gratuitos.

## IV.

Todo esto necesitábamos para que muy pronto volvamos a tener una economía normal. Y esa es la economía que estamos reconstruyendo.

Tenemos muy presente para qué nos votaron. No nos olvidamos de lo que prometimos. Y hoy queremos renovar ese compromiso.

En esta elección decidimos si volvemos al pasado que no funcionó o levantamos definitivamente a la Argentina.

Los demás ya sabemos lo que piensan.

El nuestro no es el camino del ajuste. No es el camino de la deuda. No es el camino del achicamiento del Estado. El nuestro no es el camino de los tarifazos.

V.

No ponemos excusas. Tenemos muy claras nuestras prioridades. Tenemos la responsabilidad y la certeza de que Argentina no quiere atrás.

Que haya futuro para cada argentino y cada argentina. Ese es nuestro plan.

Reactivar la economía. Recuperar el ingreso. Que crezca la producción y el consumo. Que crezca el trabajo. Cuidar a los argentinos y las argentinas.

Eso es lo que vamos a hacer. Eso es lo que sabemos hacer. Eso es lo que estamos haciendo.

Tenemos la empatía, la fuerza y las convicciones que se necesitan para ocuparse de los problemas de la gente y, así, poner a la Argentina de pie.

# Puesta en marcha

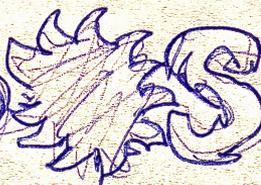
## PRIMEROS PASOS

1. Producción publicitaria.
2. Estrategia digital.
3. Discurso candidatos.
4. Formatos lanzamiento.
5. Reunión equipo ampliado.

# Segunda etapa

## ENTRE LAS PASO Y LAS ELECCIONES GENERALES

1. Salvo en 2011, el peronismo obtuvo siempre mejores resultados en las PASO que en las elecciones generales, con mayor participación electoral.
2. Independientemente del resultado de las PASO es crucial no perder el tono en la noche electoral y no abandonar una estrategia centrada en el votante probable.
3. En las primeras semanas después de las PASO, concentrar todos los focos en la gestión y prohibir hablar de la campaña..
4. Iniciada la campaña para noviembre, concentrar la comunicación de esa etapa en los candidatos ya instalados.
5. Durante los dos meses finales, descartar las movilizaciones de refuerzo de la identidad partidaria y apelar a movilizaciones de carácter más independiente.

TOD  S (ahora)  
la vida  
que queremos