



SENADO DE LA NACIÓN
COMISION DE ASUNTOS ADMINISTRATIVOS Y MUNICIPALES

Formulario de Presentación		
RECONOCIMIENTO A LA BUENA GESTIÓN MUNICIPAL 2011		
Organismo: Secretaría de Modernización y Fortalecimiento Institucional		Provincia: Buenos Aires
Responsable para contactar: Dra. Verónica Julian		Fecha de Llenado del Formulario: Junio
Calle: Rosales	N°: 1312	CP: 1846
Localidad: Adrogué	Municipio: Almirante Brown	Cantidad de habitantes: 555.731
Teléfonos: 4214-0500 int.161/202		Fax:
Sitio web: www.almirantebrown.gov.ar		E-Mail: Esc-herreropons@brownplus.org
Título de la experiencia: Programa BrownPlus		

AVAL DEL INTENDENTE		
Apellido y Nombres: Giustozzi, Darío	Sello:	Firma:

- EL AVAL DEL INTENDENTE CERTIFICA ADEMÁS LA VERACIDAD DE LOS DATOS PRESENTADOS.
- RECUERDE QUE TODOS LOS CAMPOS DEL FORMULARIO DEBERÁN ESTAR COMPLETOS.
- NO ALTERE EL ESPACIO PREVISTO (MÁXIMO UNA CARILLA POR ASPECTO) PARA CADA UNO DE LOS PUNTOS DE EVALUACIÓN A CONSIDERAR.
- PARA CUALQUIER CONSULTA, DIRIGIRSE A:
COMISIÓN DE ASUNTOS ADMINISTRATIVOS Y MUNICIPALES del H. SENADO DE LA NACIÓN
Hipólito Yrigoyen 1708 6° piso, oficina 624 (C1089AAH) TEL. (011) 4010-3000 int. 7644 / 7646 FAX: (011) 4010-3000 int. 7644
MAIL: alfons@senado.gov.ar / adelaure@senado.gov.ar

NO LLENAR ESTOS CAMPOS		
Fecha de Recepción:	Cat.:	N° de Registro:



SECRETARIA DE
POLITICAS SOCIALES
MINISTERIO DE
DESARROLLO SOCIAL
PRESIDENCIA DE LA NACION



Dirección Nacional de Proyectos con
Organismos Internacionales de Crédito
Ministerio de Economía y Producción



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTIN

CEDeT

Síntesis o resumen del proyecto:

La experiencia local, denominada **BrownPlus**, es un programa de Gestión Tributaria, con impacto en el desarrollo local, que se lleva a cabo desde la Secretaría de Modernización del Estado y Fortalecimiento Institucional, del Municipio de Almirante Brown, para apoyar el fortalecimiento de la capacidad recaudatoria del Municipio, bajo el marco de mayor eficiencia, transparencia y calidad de la gestión de la administración tributaria, a través de incentivos formales que promueven el pago tributario consciente de los contribuyentes. Aquellos contribuyentes que están al día con las tasas municipales, reciben una tarjeta poli-funcional, en un primer estadio, otorga descuentos y promociones en comercios en todo el distrito.

El uso de incentivos para estimular dicho cumplimiento, está asociado al desempeño de la propia administración tributaria en su relación con el contribuyente, a través de la credibilidad, confianza y participación del mismo.

Este Programa responde a una estrategia de mediano y largo plazo orientada al objetivo de hacer sostenible el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias con base en principios, valores y actitudes, congruentes con el deber ciudadano de contribuir a que el Municipio de Almirante Brown cumpla con sus fines institucionales, e impactar en el desarrollo local a través del comercio local.

BrownPlus es un programa dinámico y se articula en tres ejes de trabajo: Información / Concientización / Formación, en tanto que las acciones y actividades se inscriban en las esferas interrelacionadas entre sí: divulgación y promoción de la participación social. contribuyentes – comerciantes- profesionales y empresarios.

Caracterización del municipio en que tuvo lugar la experiencia: Tipo de municipio, población, indicadores socioeconómicos, presupuesto municipal, cantidad de empleados municipales, entre otros datos:

El Municipio de Almirante Brown, se rige por la Ley orgánica de las Municipalidades, decreto-ley n° 6790/58

Superficie Total: 12.933 hec. es decir, 129,33 km cuadrados; 65% corresponde a la zona urbana y el resto a zona industrial y rural.

Ubicación Geográfica:

El Municipio de Almirante Brown está ubicado en el conurbano sur de la Provincia de Buenos Aires; a corta distancia del puerto de Buenos Aires, del aeroparque Jorge Newbery, del Aeropuerto Ezeiza. A 27 Km. de Ciudad de Buenos Aires y a 45 km. de la ciudad de La Plata.; está surcado por los arroyos Del Rey, San Francisco, Las Piedras y Las perdices .

Indicadores Sociales: Tiene una población según el último censo nacional 2010, de 555.731 con una variación positiva del 7,79% (varones 272.411; mujeres 283.320).

Habitantes en las distintas localidades:

Adrogué: 28.265 habitantes, 53,36 % mujeres – 46,64% varones

Burzaco: 80.113 habitantes, 54% mujeres – 46% varones

Glew: 57.878 habitantes, 50,71% mujeres – 49,69% varones

Claypole: 41.176 habitantes, 51,05 % mujeres – 48,95% varones

Don Orione: 43.294 habitantes, 51,45% mujeres – 48,55% varones

Rafael Calzada: 56.419 habitantes, 50,4% mujeres – 49,6% varones

Longchamps: 47.622 habitantes, 51,15% mujeres – 48,84% varones

Malvinas Argentinas: 24.132 habitantes, 50,5% mujeres – 49,40% varones

Jose Mármol: 40.612 habitantes, 51,62% mujeres - 48,37% varones

Ministro Rivadavia: 16.740 habitantes, 49,27% mujeres – 50,73 varones

San Francisco Solano: 28.344 habitantes

San José: 44.961 habitantes, 50,78% mujeres – 49,22% varones

El Municipio cuenta con una población de niños entre 6 y 12 años de 22.000, población adolescente entre 15 y 19 años, 50.774, este grupo representa el 8,1% del total de la población.

Desarrollo Industrial

Sector Mixto Planificado, es el Parque Industrial con mayor potencia de crecimiento de la Provincia de Buenos Aires. Cuenta con una superficie de 550 hec. Y está ubicado en la localidad de Burzaco, en la Intersección de la Gran Vía del Sur, Av. Yrigoyen y la Ruta Provincial n° 4. Más de 250 empresas, realizan actividades industriales y de servicios, de los sectores metalmecánica, química, plástica, autoparte, electricidad, logística y transporte y alimentos, con aproximadamente 7000 personas empleadas. Está administrado por una Comisión Mixta, Empresarios y Gobierno Municipal.

Salud: Tres hospitales provinciales (Lucio Menéndez, Oñativía y Hospital Jorge)

21 Centros de Atención Primaria, 12 Postas Sanitarias

Más y mejor accesibilidad, lo que tuvo como resultado, la reducción de la mortalidad infantil en un 60%

Aumento de consultas en CAPS de 197.000 a 533.000

En tres años se incrementó en un 70 % la respuesta a las necesidades de la comunidad en los Centros de Atención Primaria con respecto al 2007.

Seguridad: . *El plan de seguridad cuenta con cinco pilares fundamentales:*

Crear un vínculo de colaboración entre el Poder Ejecutivo, la Institución Policial, el Poder Judicial y la Comunidad; Incorporar herramientas de última generación en materia de prevención de delito;

Crear una red de participación ciudadana;

Mejorar la utilización de recursos policiales disponibles;

Armar programas de lucha contra la venta y consumo de estupefacientes

Educación: EPB: 81, EEGBA: 47, EEI: 55, EEM:13, ES:7, CFL:2, CFP:3, ISFD: 2, EET: 3,EEE; 8

Presupuesto: Año 2011: \$361.500.000

Cantidad de empleados: 1585

Objetivos propuestos (objetivo principal y secundarios; explícitos e implícitos) y metas del proyecto o políticas del municipio:

Objetivo Principal:

Generar Cultura Tributaria, para apoyar el fortalecimiento de la capacidad recaudatoria del Municipio, bajo el marco de mayor eficiencia, transparencia y calidad de la gestión de la administración tributaria, fortaleciendo la relación pago de la tasa municipal con la contraprestación de servicios, a través de incentivos formales.

Objetivo Secundarios:

- Beneficiar al contribuyente que está al día con la tasa por Servicios Generales, otorgándole la tarjeta poli-funcional
- Generar un vínculo más dinámico y fluido con la Agencia Municipal de Recaudación (actualización de bases de datos en los registros de contribuciones inmobiliarias)
- Generar dinamismo en la economía local, a través del Compre Local, publicitando a los comerciantes y profesionales del distrito a través de campañas gráficas en medios locales y nacionales y spots publicitarios en radios y t.v. ,a través de la Guía Digital Brown, y la generación del portal web :www.brownplus.org
- Articular redes y relaciones que potencien el crecimiento local y regional

Objetivo Explícito:

Generar un círculo virtuoso a través del cual los vecinos, comerciantes, industriales y profesionales de Brown mejoran sus ingresos , generan más trabajo , mientras los vecinos compran cerca de su casa ahorrándose tiempo y dinero.

Objetivo Implícito:

Fortalecer **la marca Brown**, con programas de capacitación, y eventos en los distintos rubros integrándolo al comerciante, profesional y empresario de los distintos centros comerciales, a participar.

Metas:

A medida que los procesos se fueron consolidando, se estableció como una de las meta, crecer en recaudación a partir de que más vecinos cumplan sus responsabilidades tributarias; generar un mecanismo de interrelación municipio-contribuyentes, para crear consciencia de pertenencia. Otra de las metas es incorporar a las tarjetas banda magnética(en la actualidad es sólo tarjeta de fidelización) para que los contribuyentes no sean números de partidas, sino personas: seres únicos e individuales, que se trata de conocer sus expectativas, necesidades e interpretar sus preferencias y responder claramente a sus requerimientos.

Problema que la experiencia intenta resolver. Caracterización:

- Morosidad en la Tasa por los Servicios Generales:

El proceso comenzó a fines del 2007, a comienzo de la gestión del Intendente Darío Giustozzi, cuando se identificó una alta morosidad en las tasas municipales por Servicios Generales (recolección de residuos, luminarias del distrito, y conservación de las calles) , a partir de ahí se planificó dos acciones para que actuaran de manera complementaria:

1: Plan de Moratoria (de manera tradicional), denominado en su momento, “Plan de Presentación Espontánea” que ofrecía los beneficios típicos de estos planes: descuento del tributo, facilidades de pago, reducción de sanciones tributarias; como este plan arrojó resultados positivos **se diseñó y ejecutó una segunda acción alternativa y a la misma vez complementaria** ,

2: Esta segunda acción tenía como objetivo recompensar de manera directa a los contribuyentes cumplidores y que se mantuvieran en el ámbito de responsabilidad tributaria y por otro lado incentivar a aquellos contribuyentes no cumplidores, a ser parte del ámbito de buenos contribuyentes .^o

Este nuevo método, innovador y dinámico, consiste en otorgar beneficios directos, además de descuentos y beneficios en comercios y empresas del distrito, a través de una tarjeta con los datos del contribuyente. Al mismo tiempo se crearon indicadores para eliminar posibles riesgos de favoritismo subjetivo: definir que es un buen contribuyente, (recompensar a los vecinos que cumplen con sus obligaciones tributarias en tiempo y forma, se inscribe en los principios de equidad horizontal, esto es tratar igual a los que están actuando de la misma forma (en este caso, a los contribuyentes cumplidores) este concepto si bien se tuvo en cuenta desde el inicio de la experiencia(Cuponera Brown) fue plasmado en un decreto que se terminó de formalizarse en el 2011. (se adjunta copia) Segundo, que los contribuyentes estén informados sobre sus derechos y podrán solicitar cuando reunirán las condiciones para hacerlo.

-Fisura del contrato social con la comunidad de Almirante Brown :

A partir de ahí se comenzó a desarrollar acciones para optimizar la calidad de los servicios que se prestan a la comunidad, y mejorar las condiciones de infraestructura, bajo la concepción: “Todos somos la comunidad, pagando las tasas municipales= + servicios + obras.

Por eso al comienzo de la gestión, se comenzó por el restablecimiento de los servicios básicos que debe tener una comunidad, como la limpieza de las calles, obras de pavimentación, limpieza de los arroyos, obras de desagües programas de seguridad ciudadana, más centros de atención primaria de salud, programas de vacunación para todas las edades, entre otras. Todo esto generó reanudación en la confianza y en la relación pago de tasa municipal – contraprestación de servicios.

-Desactualización del Registro de Contribuyentes:

El Registro de Contribuyentes estaba desactualizado por un atraso de la información de cambios de titulares, entre el Registro de la Propiedad de la Provincia de Buenos Aires y el Municipio.

-Falta de compromiso entre los comerciantes, profesionales y empresarios del distrito,

Por un lado estaban los comerciantes que de manera individual fortalecían sus comercios, y por el otro lado estaban los comerciantes agrupados en las distintas Cámaras Comerciales, esto generaba falta de sinergia entre ellos para fortalecer los distintos centros comerciales.

Para lograr fortalecer el comercio local y trabajar en conjunto, se instrumentaron charlas informativas, y programas de capacitación para los comerciantes, profesionales y empresarios del distrito; generando una red para posicionar los distintos centros comerciales a nivel local y regional, esta interrelación se vio fortalecida por el la marca Brown

^o **Generar conciencia tributaria en los vecinos no cumplidores:** entendemos a la cultura tributaria como la forma que los vecinos construyen una imagen de los impuestos, en este caso de las tasas municipales, a partir de una combinación de información y experiencia sobre la acción y el desempeño del Estado.

Se crearon asimismo, incentivos formales, (tarjeta BrownPlus), esto hace que BrownPlus sea un proceso innovador, al respecto. Este tipo de programa constituye fomentar una mayor cohesión social: si no logramos que los vecinos de una comunidad reciban servicios básicos de higiene urbana, Seguridad, Infraestructura y Salud, es mucho más difícil exigir el pago de las tasas municipales en tiempo y forma. Todo programa que genera un proceso, que impacta sobre el desarrollo local de un municipio, implica utilizar el potencial y las oportunidades que se generan en el entorno local, en donde el eje de lo público y privado es movilizar mancomunadamente para responder a las estrategias definidas en forma consensuada

Caracterización del área del municipio en la que se llevó a cabo el programa: Características generales de dicha dependencia teniendo en cuenta principalmente misiones y funciones de la unidad, objetivos de la unidad, grado de formalización de la unidad y de los procedimientos, tipo de departamentalización (rígida o flexible):

Al inicio se ejecutó desde la Secretaría de Economía y Hacienda, que entre sus funciones se encuentra la de recaudar las rentas del municipio y ejecutar el presupuesto municipal; atender la actividad económica y financiera de la municipalidad, estudiando sus fuentes de recursos y planificando la erogación de la misma.

Debido a una modificación dispuesta por el ejecutivo municipal, el programa pasa a la órbita de la Secretaría de Modernización del Estado y Fortalecimiento Institucional, teniendo como misión, la de asistir al Departamento Ejecutivo Municipal en todos los aspectos relacionados con la descentralización y modernización del Municipio, la capacitación de sus recursos humanos y de distintos actores de la Comunidad y la organización funcional municipal. Entender en el desarrollo y monitoreo del plan de gobierno municipal y la implementación de su Sistema de información municipal a través de la página de Internet oficial y de distintos medios gráficos y digitales. Establecer estándares para la incorporación de hardware y software en las distintas dependencias y entender en el uso de la información para determinar políticas, planes, programas y proyectos que optimicen la gestión municipal. Atenderá la política del Gobierno Municipal y las relaciones con los Poderes Nacionales, Provinciales e Internacionales y en la promoción de la integración con los municipios de la Provincia y de la Región.

Otras dependencias que participan de la misma;

Secretaría Economía y Hacienda: a través de la Agencia Municipal de Recaudaciones

Secretaría de Producción y Desarrollo: Limpieza de los centros comerciales

Secretaria de Planificación e Infraestructura: Obras de mantenimiento en los distintos centros comerciales

Secretaría de Educación y Cultura: presentación de espectáculos en los distintos eventos

Marco normativo de la experiencia: ordenanzas, decretos y toda otra norma que sustenten jurídicamente la experiencia (ADJUNTAR COPIAS A LA PRESENTE):

Antecedentes:

-Decreto Municipal 507/2011

Se adjuntas copias certificadas

Caracterización de la situación previa:

Recaudación: Durante el período 2006/2007 estaban al día, tomando como base 140.000 partidas correspondiente a la Tasa por Servicios Generales, 60.000, esto implicaba servicios deficientes y baja infraestructura en los distintos barrios del distrito.

Servicios básicos:

Falta de Higiene urbana

Falta de mantenimiento en los distintos centros comerciales

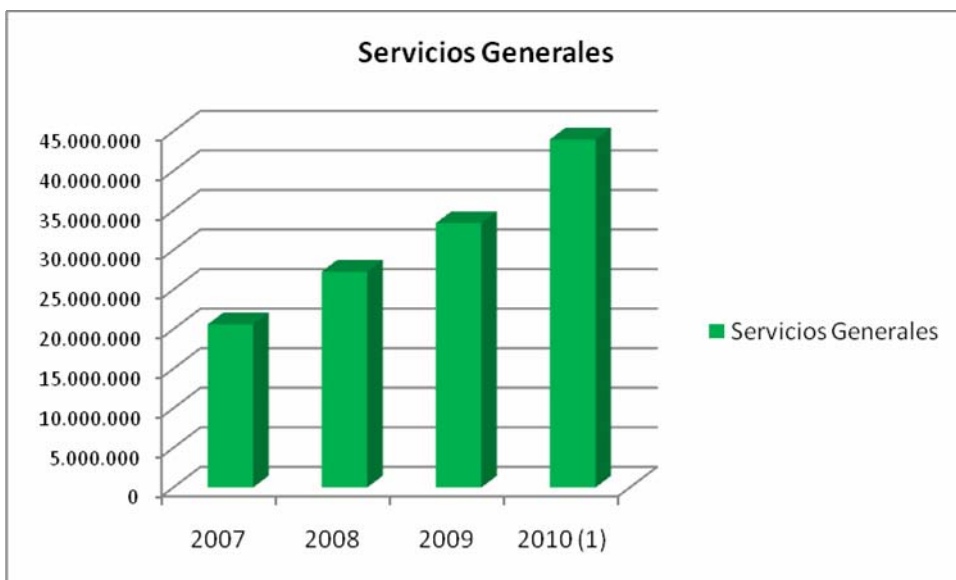
Plazas sin estructura de plazas, solamente contenían árboles y algunos juegos, sin veredas perimetrales

Falta de asfaltos, de obras de desagües

Obras de Infraestructura elemental para la calidad de vida de los vecinos, como en la localidad de Glew, la falta del paso nivel.

Falta de mejoras estructurales en las calles de todo el distrito

Se adjunta un cuadro de recaudación antes y durante la experiencia



Características generales de la iniciativa: actividades originales y definitivas; población beneficiaria original y definitiva; cantidad de beneficiarios; tipo de articulación; nivel de participación ciudadana:

Metodología de trabajo: la característica de la metodología por un lado, fundamentalmente, fue la sinergia y la complementación de las distintas acciones, para beneficiar a los contribuyentes que están al día, y por otro lado a los comerciantes, profesionales y empresarios del distrito.

Para iniciar apropiadamente el Programa, diseñamos una propuesta que presentamos y discutimos con diversos sectores sociales (Cámaras de Comercios, Asociaciones de profesionales, comerciantes, empresarios, grandes marcas instaladas en el distrito y vecinos en general).

Esto no sólo permitió dar a conocer las iniciativas, sino también validarlo socialmente y enriquecerlo con los aportes de los ciudadanos.

En un primer momento, fines del 2008 y 2009, se generó como antecedente una cuponera, "Cuponera Brown" con descuentos para determinados comercios, que le era otorgada al contribuyente en el momento que efectuaba el pago de la tasa. Fue tan positivo que se pasó a una segunda etapa, BrownPlus,

-Identificación de Contribuyentes al día. La primera de las acciones fue identificar a los "Buenos Contribuyentes" que habían efectuado el pago anual, automáticamente, se emitieron las tarjeta y les fue enviada a sus domicilios. En diciembre se les entregó a aquellos contribuyentes que había efectuado el pago mensualmente de las tasas y estaban al día en el correspondiente año fiscal.

Para aquellos contribuyentes que por alguna razón no había recibido la tarjeta se les informó para que realicen la solicitud de la misma en el Centro de Gestión Municipal (que está situada en Boulevard Shopping y con amplia carga horaria) se envía a credencial la solicitud y en 72 horas se les entrega la misma.

- Construcción de alianzas: Un elemento importante, para garantizar el éxito del mismo, fue la colaboración de diferentes aliados estratégicos, que llamamos "**alianzas Estratégicas**" Ellas son:

Asociación de Médicos de Alte. Brown

Colegio de Abogados de Lomas de Zamora

Cámara de Comercio e Industria de Almirante Brown

Cámara de Comercio de Burzaco

Asociación de Comercios de Longchamps

Colegio de Martilleros de Almirante Brown

Centro de Panaderos de Almirante Brown

Actividades:

Acciones de adhesión: con el equipo de BrownPlus, con las Cámara de Comercios, y la empresa Credencial Argentina quienes desarrollan la tarjeta, se recorren los distintas localidades para informar sobre el programa a los comerciantes, se les deja material de información y formularios de adhesión, con las indicaciones para ser parte del programa.

Acciones de Difusión y Comunicación: la misma se realizó a través de piezas gráficas para medios locales y nacionales, como folletera para adjuntar a los recibos de las tasas municipales.

La comunicación de la campaña tiene como objetivo: Informar, educar, incentivar y recordar, la misma es sostenida y continua en el tiempo, durante todo el año fiscal.

Información al contribuyente: sobre los vencimientos, facilidades de pago y beneficios de estar al día y adherirse al pago anual de tasas, esta información se realiza desde avisos en medios gráficos, radiales y spots publicitarios en t.v., gacetillas de prensa, folletos, entre otras.

Programas de capacitación; para comerciantes, profesionales y empresarios del distrito para el fortalecimiento de la marca Brown en los distintos centros comerciales y fortalecer sus productos y/o servicios: (diseño de vidrieras, marketing, diseño de marcas, entre otras). Además de las presenciales, generamos en el portal un Aula virtual, para desarrollar capacitaciones.

Programa de Eventos: el objetivo es fortalecer los distintos rubros con determinados eventos en que participan todos los vecinos. Se realizaron los siguientes:

Semana de la Gastronomía: (17 al 21 de septiembre) los vecinos pudieron disfrutar de la gastronomía con descuentos especiales y shows en vivo.

Semana de la estética y relax: (19 al 25 de octubre) además de descuentos en peluquerías y centros de estética, los vecinos disfrutaron de dos jornadas de meditación y respiración.

Semana de la Moda: Además de descuentos en todos los comercios de indumentaria y zapaterías, se realizó un desfile junto con la Escuela Latinoamericana de Modelos Adrogué, en donde disfrutó del evento más de 450 vecinos.

Semana de la Gastronomía: (17 al 21 de diciembre) los vecinos pudieron disfrutar de la gastronomía con descuentos especiales y shows en vivo, en este caso con un eje temático: Jorge Luis Borges.

-Diseño de una página web: con dos objetivos bien definidos: el primero de ellos es que todos los vecinos del distrito de Almirante Brown, a través de la guía digital www.brownplus.org conozcan todas las opciones de compras, servicios y entretenimientos que tienen en su localidad, y por ende privilegien las mismas por sobre otras opciones, generando un círculo virtuoso a través del cual los comerciantes, industriales y profesionales de Brown mejoran sus ingresos, generan más trabajo, mientras los vecinos compran cerca de su casa, ahorrándose tiempo y dinero. El segundo de los objetivos es que los vecinos además de informarse sobre todos los emprendimientos que se desarrollan en su localidad, puedan obtener significativos descuentos en cientos de comercios adheridos en el distrito.

Beneficiarios: A través de este programa, son beneficiarios directos aquellos vecinos, comerciantes, industriales, profesionales, que se encuentran comprometidos con su comunidad, que pagan sus tasas y permiten continuar con la mejora en las obras y servicios emprendidos.

Etapas de implementación y grado de avance:

En tanto la experiencia incluyó una gran cantidad de procesos, se incluye un cuadro en el que se detalla sintéticamente la enunciación del proceso principal, secundarios y la fecha del completamiento de los mismos mismo:

Recursos humanos involucrados: características y cantidad de personal; máximo nivel educativo promedio de los integrantes del equipo:

Este programa se llevó a cabo por un equipo de trabajo multidisciplinario que permitió encontrar diferentes posibilidades de solución a cada uno de los problemas planteados. Esto fomentó la confianza y el compromiso asumido para llevar adelante este programa. Lo innovador de este equipo es que además de personal municipal se incorporó personal de una cooperativa de trabajo, que participaban de las reuniones, y capacitaciones para poder llevar adelante el mismo. El nivel educativo es universitario finalizado o en desarrollo.

Personal:

Secretaría de Modernización del Estado y Fortalecimiento Institucional:

Esc. Jorge Herero Pons, Secretario del área

Dra. Verónica Julián, Directora de Gestión Pública y Coordinadora del Programa

Lic. Sandra Golan: Coordinadora de Convenios y Acuerdos

Facundo Pagliero: Diseñador gráfico

Jorge Vago: Analista de Sistema y programación

Agencia de Contribuciones Inmobiliarias:

Cra. Josefina Lugones

Coordinación de Informática:

Mirta Luciardi

Centro de Gestión Municipal:

Verónica De Carlucci

Aymara Rodriguez

Cooperativa de Trabajo: Cooperativa de Trabajo Ferisol Limitada

Valeria Garcia, Hernan Bobbiesi, Veronica Bolsetti, Luciana Di Negro, Flavia Zadiz, Andrea Tounsinsky, Martin Bacunoff, Laura Marcela Lilachaade, Patricio Omar Lezcano, Edgardo Tomas, Omar Antonio Luciano

Julieta Ona

Financiamiento: Fuentes de financiamiento público y/o privado; costo total de la experiencia; recursos propios o compartidos:

La mayor parte de los procesos emprendidos fueron realizados por recursos propios :

Además del personal en relación de dependencia, durante 2008/09/10 y 11 se contó con dos contratados (Centro de Gestión Municipal)

La comunicación en medios locales y nacionales estaba dentro de la partida total del municipio para la comunicación, contando en algunas revistas y diarios de la zona convenios, como el Centro de Martilleros, Centro de Panaderos, ambos de Almirante Brown, sin ningún costo. Y en algunos casos también participaron en los avisos y folletería los empresarios y las distintas cámaras de comercio.

El costo de la experiencia fue de :\$112.000 costo de tarjetas.

Proceso de negociación y conflictos que hayan surgido durante el diseño o implementación del programa:

Los conflictos de comunicación tanto del equipo de trabajo como de los aliados estratégicos: se resolvieron con una intensa actividad de capacitación y motivación.

-Conflicto con el propio contribuyente: que no tenía confianza que con la tarjeta podría recibir descuentos directos sobre sus compras diarias, reticencia en el uso de la misma. Esto se fue resolviendo con el programa de eventos en los distintos rubros, presentando a los comercios que tenían los descuentos y promociones.

-Comerciante: Tomando como base que el comerciante otorga el descuento y o/ promoción, teniendo como contrapartida de esto, la publicidad constante del programa por parte del Municipio , de los comercios adheridos y de sus productos y/o servicios, a través de folletos que acompañan las tasas, medios gráficos locales y en puntos estratégicos, en las actividades , tenían dudas sobre la entrega en los domicilios de las tarjetas a los buenos cumplidores y el interés de esos a utilizarla, esto fue modificándose, y teniendo confianza en la medida que se veía que los vecinos recibían la tarjeta y se publicitaba en medios gráficos sus productos.

Los Procesos de Negociación con las distintas Cámaras y Centros de Profesionales, se llevaron a cabo con la participación de los mismos en las distintas actividades.

Evaluación del impacto de la experiencia:

Si bien la experiencia no está terminada sino, todo lo contrario, se sigue fortaleciendo, los impactos son importantes teniendo en relación a los objetivos propuestos.

-Satisfacción de vecino en la prestación de servicios eficientes y mejores condiciones de infraestructura a través de la que se monitorea a través de la encuesta permanente en el portal municipal.

-Recaudación y ventas:

Comercios adheridos al programa: + de 900 comercios, entre las cuales se encuentran marcas nacionales e internacionales que están en el distrito.

Mayor tasa de Contribuyentes que se adhirieron al pago anual

Mayor tasa de Contribuyentes que se adhirieron a planes de pago

Comercios que se adhieran a planes de pago para poder participar

Mayor tasa de crecimiento de las ventas (47%)

Mayor consumo local

Regularización de los registros de datos de los contribuyentes (50%)

Todo esto comprobable por medio las oficinas respectivas.

Cantidad de Partidas que se adhirieron al pago anual

Pagos Anuales 2006	23.000
Pagos Anuales 2007	27.000
Pagos Anuales 2008	29.900
Pagos Anuales 2009	33.000
Pagos Anuales 2010	40.000
Pagos Anuales 2011	43.000

Total de partidas al día: 85.467 (pago anual y mensual) con una base de 140.00 partidas

Todos estos impactos son evaluados por los mecanismos que se desarrollan posteriormente en el próximo punto

Mecanismos de seguimiento y evaluación implementados:

Se planifica e implementan las acciones y actividades de seguimiento, medición y análisis y mejora, para demostrar la conformidad de las actividades desarrolladas y la eficacia del mismo, a través de análisis de datos, de indicadores, acciones correctivas y oportunidades de mejora tanto del equipo de trabajo como de los aliados estratégicamente.

Satisfacción del vecino: por medio del procedimiento de encuesta permanente que se encuentra en el portal web municipal

Seguimiento y Medición de Procesos: Tablero de Comando (facilitado por Jefatura de Gabinete de Ministros) monitoreo de actividades que se realiza a través de los indicadores y metas para alcanzar los resultados planificados, a través de esta herramienta, esto implica que hay un permanente monitoreo.

Proceso : Set Plus

-Depuración de Archivos de Datos

A partir de la información existente, se realizará en primer lugar, un cruce de información entre los archivos del MAB (en adelante Municipio de Almirante Brown) y los registros de CA, (Credencial Argentina) proveedora de los plásticos objeto del Programa.

-Rutinas periódicas de Control

Diario:

Los contribuyentes podrán solicitar el plástico con su estado de deuda al día y personal del MAB valida si la solicitud se corresponde con los registros de estado de deuda del Municipio.

Validados estos datos, el personal del MAB verificará que no exista tarjeta impresa para esa partida. De esta validación surgen las siguientes opciones de acuerdo al resultado obtenido:

Si existe la tarjeta, se le entrega al contribuyente la misma, quién firmará el recibido en el documento afectado a tal fin y registrará en el Sistema de Control de Tarjetas(SCT) la entrega respectiva

Si no existe la tarjeta, la solicitará a CA y registrará la solicitud convenientemente hasta la recepción del plástico. o una vez recibido el plástico, se le comunicará al contribuyente, se le entregará y se registrará en el SCT.

Quincenal:

El personal del MAB realizará el seguimiento de tarjetas solicitadas a CA y la impresión y remisión al MAB de las mismas para su entrega definitiva a los contribuyentes solicitantes.

Mensual:

El CIC (Centro de informática y C deberá proveer un archivo (texto Plano) en el que consten las partidas con deuda a la fecha de emisión del listado. Esta información se validará contra el histórico Contribuyentes Tenedores de Tarjetas Entregadas. El resultado obtenido será considerado sólo con fines estadísticos.

Denominación del Contribuyente \longrightarrow Código de Partida

Portal web Brownplus: (www.brownplus.org) en el mismo están los comercios adheridos, en la misma se explica el descuento, o promoción, tipo de producto y día de la semana que se lleva adelante el descuento.

A través de la misma , se realiza el seguimiento concreto de la cantidad de comercios, los distintos rubros, estadística de datos que visitan la página, y además el visitante puede encontrar otros datos de informaciones útiles para el vecino del distrito (teléfonos, servicios a la comunidad, mapas interactivos)

La adhesión que realiza el equipo de adhesión a través de formularios que firma el comerciantes, también vía portal, lo puede hacer el mismo comerciante (link; como adherirse) esto le da mayor seguridad que los datos sean fidedignos. (Ver gráfico)

¿Qué aprendizaje institucional significó el desarrollo de la experiencia? (en términos de gestión, estrategias políticas, identificación de déficit de capacidad institucional, etc.?) ¿Este aprendizaje, ha dado lugar a iniciativas específicas?

El principal aprendizaje en términos de gestión y estrategias fueron:

Desarrollo de procesos informáticos para la evaluación del programa

Rediseño de los procesos de cruzamientos de las distintas tablas de contribuyentes

Incorporación de TIC's en la comunicación vecino - municipio

Capacitación para la conciencia tributaria y responsabilidad hacia la comunidad

Monitoreo permanente de los procesos

Interacción activa de los comerciantes a través del aula virtual y de los vecinos a través del portal web de BrownPlus, para la selección y preferencias de comercios y productos y/ o servicios

