



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

ORD.: N° 1700/120

ANT.: Ley 21.516 de Presupuestos
Sector Público año 2023, Partida
20 Capítulo 01 Programa 01,
Glosa 08

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 26/07/2023

DE : DIRECTORA DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

A : SEGÚN DISTRIBUCIÓN

Junto con saludar y conforme a lo dispuesto en la Ley de Presupuestos N°21.516 para el año 2023, se envía información correspondiente a :

LEY DE PRESUPUESTOS N° 21.516, PARTIDA MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO.

Glosa 08

“La Secretaría General de Gobierno informará trimestralmente a la Comisión especial Mixta de Presupuestos de todas las campañas comunicacionales llevadas a cabo por cualquier organismo público financiado con cargo a la presente ley, sus características, objetivos y montos de recursos comprometidos, Igualmente deberá indicar el trabajo que realiza a través de redes sociales para la difusión de las mismas”.

Lo saluda cordialmente,


NATALIE VIDAL DUARTE
DIRECTORA
DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



PUY/POO/poa

Distribución:

1. Sr. Presidente Comisión Especial Mixta de Presupuestos.
2. Sra. Secretaria Comisión Especial Mixta de Presupuestos.
3. Sr. Presidente. Comisión Hacienda Cámara del Senado.
4. Sra. Secretaria Comisión Hacienda Cámara del Senado.
5. Sra. Presidenta Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
6. Sra. Abogada Secretaria Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
7. Biblioteca del Congreso Nacional
8. Sra. Subsecretaria General de Gobierno MSGG.
9. Dirección DAF
10. Departamento de Administración y Finanzas MSGG.
11. Central de Documentación.

Reg 5244



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Secretaria de Comunicaciones

II TRIMESTRE AÑO 2023

Glosa 8 Segundo Trimestre 2023

Ministerio	Subsecretaría o servicio	Nombre de la campaña Campaña	OC	Objetivo de la Campaña	Periodo de ejecución	Monto	Trabajo en redes sociales	Observaciones
Ministerio de Agricultura	Servicio Agrícola y Ganadero	Influenza aviar: No toques, reporta	612-436-SE23	Fomentar las denuncias ante presencia de aves enfermas o muertas para evitar riesgo de diseminación del virus de la influenza aviar, con foco en los tenedores/as de aves de traspatio.	Segundo trimestre 2023	\$ 96.999.999	Difusión Facebook e Instagram	Plan de medios en radios nacionales y regionales, prensa, digital y televisión.
Ministerio de Defensa Nacional	Armada de Chile	Campaña del Concurso Único de Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C." 2024.	3109-324-SE23	Incrementar la cantidad de postulantes a la Escuela de Grumetes "A.N.C." 2024	Segundo trimestre 2023	\$ 9.563.247	Facebook, Google, Push ads, Futbol sites y Tiktok	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	"SERVICIO Y PRODUCCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ON Y OFF LINE, SOPORTE VÍA PÚBLICA Y AEROPUERTO"		Plan de medios on line y off line orientado a la reactivación del destino Región de Coquimbo, el que permita difundir y promocionar por diversos canales los destinos y experiencias de la Región de Coquimbo.	Segundo trimestre 2023	\$ 2.500.000	Difusión por Facebook e Instagram	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	"SERVICIO Y PRODUCCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ON Y OFF LINE, SOPORTE VÍA PÚBLICA Y AEROPUERTO"		Plan de medios on line y off line orientado a la reactivación del destino Región de Coquimbo, el que permita difundir y promocionar por diversos canales los destinos y experiencias de la Región de Coquimbo.	Segundo trimestre 2023	\$ 2.100.000	Difusión por Facebook e Instagram	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	"SERVICIO Y PRODUCCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ON Y OFF LINE, SOPORTE VÍA PÚBLICA Y AEROPUERTO"		Plan de medios on line y off line orientado a la reactivación del destino Región de Coquimbo, el que permita difundir y promocionar por diversos canales los destinos y experiencias de la Región de Coquimbo.	Segundo trimestre 2023	\$ 1.500.000	Google Search	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	"SERVICIO Y PRODUCCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ON Y OFF LINE, SOPORTE VÍA PÚBLICA Y AEROPUERTO"		Plan de medios on line y off line orientado a la reactivación del destino Región de Coquimbo, el que permita difundir y promocionar por diversos canales los destinos y experiencias de la Región de Coquimbo.	Segundo trimestre 2023	\$ 1.500.000	Difusión por Youtube	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	CREACIÓN DE MARCA REGIONAL Y CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA REGIÓN DE ÑUBLE		Convocatoria a construir una marca para la región de Ñuble de manera participativa.	Segundo trimestre 2023	\$ 215.000	Difusión por Meta	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Campaña comunicacional programa Gira de Estudio 2022-2023		Convocatoria a construir una marca para la región de Ñuble de manera participativa.	Segundo trimestre 2023	\$ 2.304.000	Difusión por Spotify	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	Promover productos a segmentos muy específicos de potenciales inversionistas extranjeros	875-6-SE23	Compra y planificación de pautas de medios para campañas digitales y servicios de asesoría y soporte de la agencia.	Segundo trimestre 2023	\$ 15.149.847	Difusión por LinkedIn y Google	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	Promover productos a segmentos muy específicos de potenciales inversionistas extranjeros	1233512-1-SE23	Compra y planificación de pautas de medios para campañas digitales y servicios de asesoría y soporte de la agencia.	Segundo trimestre 2023	\$ 36.000.000	Difusión por LinkedIn y Google	Sin Observaciones
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	Promover productos a segmentos muy específicos de potenciales inversionistas extranjeros	875-36-SE23	Compra y planificación de pautas de medios para campañas digitales y servicios de asesoría y soporte de la agencia.	Segundo trimestre 2023	\$ 50.411.000	Difusión por LinkedIn y Google	Sin Observaciones
Ministerio de Justicia	Gendarmería	Admisión Escuela Institucional		Admisión Escuela Institucional	Segundo trimestre 2023	\$ 12.649.700	Difusión redes sociales	Campaña digital / masiva
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Servicio de protección especializada a la niñez y adolescencia	Familias de Acogida #ElPoderCuidar		Hacer un llamado a la población a inscribirse en el programa de hogares de acogida.	Segundo trimestre 2023	\$ 51.958.908	Difusión en Facebook, Instagram y Youtube	Sin Observaciones
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	FOSIS	Proceso de postulaciones		Postulaciones a fondos y beneficios	Segundo trimestre 2023	\$ 15.858.553	Difusión en redes sociales	Sin Observaciones
Ministerio de Educación	Subsecretaría de Educación	Plan Nacional de Tutorías 2023		Reclutar 20 mil tutores para fortalecer el aprendizaje de niños en edad escolar.	Segundo trimestre 2023	\$ 220.489.367	Difusión en Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, LinkedIn	Sin Observaciones
Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género	Secretaría de la Mujer y la Equidad de Género	Creación e implementación de una estrategia de plan de medios que permita difundir el contenido de la ley N°21.484, de Responsabilidad Parental y Pago Efectivo de Deudas de Alimentos	918434-128-SE23	Difundir el contenido de la ley N°21.484, de Responsabilidad Parental y Pago Efectivo de Deudas de Alimentos	Segundo trimestre 2023	\$ 60.000.000	Difusión por Meta y Google	Este plan de medios buscó dar difusión a la nueva ley para el pago efectivo de pensiones de alimentos y entregar esta información a la mayor cantidad de mujeres a nivel nacional

Ministerio Secretaría General de Gobierno	Secretaría General de Gobierno	Elecciones 2023		Difundir el proceso de elecciones de constituyentes	Segundo trimestre 2023	\$ 4.500.000	Facebook e Instagram	La campaña conto con difusión en televisión abierta a través de CNTV
Ministerio Secretaría General de Gobierno	Secretaría General de Gobierno	Fondo de medios y Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público (FOIP)		Difundir el periodo de postulación de los fondos	Segundo trimestre 2023	\$ 20.525.986	Facebook e Instagram	Sin Observaciones
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	IPS	Campaña Aporte Familiar Prermanente		Difusión postulación y plazos de entrega del beneficio	Segundo trimestre 2023	\$ 25.308.578	Facebook, Instagram, Youtube	
Ministerio de Salud	Subsecretaría de Salud	Invierno 2023		Campaña Prevención	Segundo trimestre 2023	\$ 600.000.000	Google, Meta	
Ministerio de Salud	Subsecretaría de Salud	Plan Vacunación Influenza		Campaña Prevención y Vacunación	Segundo trimestre 2023	\$ 600.000.000	Google, Meta	
Ministerio de Salud	Subsecretaría de Salud	Tuberculosis		Campaña Prevención	Segundo trimestre 2023	\$ 12.764.242		
Ministerio de Salud	Subsecretaría de Salud	Vacunación Influenza refuerzo		Campaña Prevención y Vacunación	Segundo trimestre 2023	\$ 238.140.000	Google, Meta	
Ministerio de Transporte	DTPM	Encuesta participación ciudadana		Llamado a completar encuesta de servicio	Segundo trimestre 2023	\$ 11.900.000	Google, Meta	
Ministerio de Transporte	DTPM	Evasión: Yo pago en RED		Llamado a no evadir el pago del transporte	Segundo trimestre 2023	\$ 12.000.000	Google, Meta	
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	IPS	Pensión Garantizada Universal		Difusión postulación y plazos de entrega del beneficio	Segundo trimestre 2023	\$ 98.543.032	Facebook, Instagram, Youtube	



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

II TRIMESTRE AÑO 2023



MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO

Respecto a la difusión se establecieron las siguientes acciones:

Difusión Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público (FFOIP):

- Pauta de radios nacional, que contemple frases de 30 segundos en pauta libre o auspicios.
- Estrategia digital con objetivo de tráfico, que contemple redes sociales con segmentaciones que permitan impactar al público objetivo y portales de noticias de interés público.
- Prensa, se solicita al menos una publicación en un medio de circulación nacional

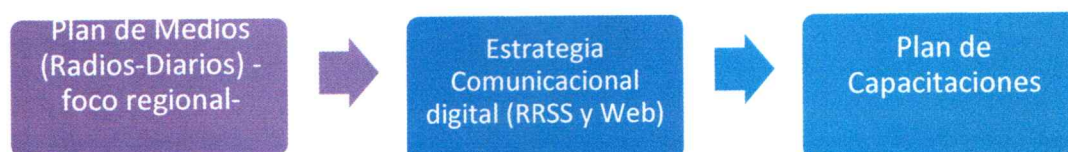
Difusión Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social (FFMCS):

- Pauta de radios nacional y regional, que contemple frases de 30 segundos en pauta libre o auspicios.
- Estrategia digital con objetivo de tráfico, que contemple redes sociales con segmentaciones que permitan impactar al público objetivo y portales de noticias de no interés público.
- Prensa, se solicita al menos una publicación en un medio de circulación nacional

Características:

Una vez aprobadas las Bases concursales de ambos fondos comienza la etapa de difusión de los mismos. En función de lo anterior, se presentó una propuesta de estrategia de comunicaciones para ambos fondos. En función de lo anterior, la Unidad de Fondos se propuso los siguientes objetivos comunicacionales:

1. Llevar a cabo un plan de medios que considere la publicación en diversos tipos de medios de comunicación, para dar a conocer el lanzamiento de ambos concursos.
2. Implementar un plan de comunicación digital, a través de los canales institucionales, con miras a promover las postulaciones tanto al FFOIP, como al FFMCS.
3. Desarrollar un plan de capacitaciones fortalecido, mediante la presencia en los diversos territorios, el uso de herramientas tecnológicas y la articulación con diversos actores estatales relevantes.



El desarrollo de una estrategia de comunicación para los procesos concursales de la UFC responde a una necesidad de acercarse a las posibles personas beneficiarias y a la ciudadanía en general, con información relevante para efectos de las postulaciones. Esto, de cara a lo manifestado en el proceso participativo de levantamiento de información para la modificación de Bases 2023; además de las diversas falencias comunicacionales que pueden ser identificadas en los procesos de difusión y capacitación que se han llevado con motivo de concursos anteriores, enfocándose en los siguientes objetivos:

Generales:

- Fortalecer la difusión y capacitación realizada con motivo de los concursos, promoviendo uso de las herramientas comunicacionales disponibles y la generación de alianzas estratégicas con diversos entes estatales que permitan llegar a distintos territorios.

Específicos

- Diversificar las publicaciones en medios de comunicación, considerando la aparición en medios tradicionales, además de medios de comunicación de carácter local y comunitario, con miras a llegar a un público que hasta ahora no había sido contemplado, aportando en el fortalecimiento de los medios de menor tamaño.
- Fortalecer el uso de las herramientas comunicativas digitales propias de la Unidad de Fondos, tales como las páginas web (de cada fondo) y los correos institucionales (potenciando el mailing desde los correos de Fondos, FFOIP y FFMCS respectivamente).

MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

- Promover la publicación mediante las herramientas comunicativas propias del Ministerio y la Subsecretaría (páginas web y redes sociales), con miras a lograr un mayor alcance con la información relevante de ambos fondos.
- Realizar capacitaciones mediante un despliegue territorial por parte de la Unidad de Fondos, permitiendo acercar la llegada de información incluso en lugares más alejados y de difícil acceso.
- Desarrollar capacitaciones de manera virtual, haciendo uso de las herramientas tecnológicas disponibles, permitiendo que puedan participar personas a lo largo de todo el país.
- Articular alianzas con diversos organismos públicos relevantes para el FFMCS y el FFOIP, con miras a capacitar a más gente mediante dichos organismos.

Medios de Verificadores Instagram:



Medios de Verificadores Facebook:

