



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

ORD.: N° 1700/170 _____/

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

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 25 de Octubre 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, Iguualmente 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/RMA/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. Sr. Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
6. Sra. 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.

5943-2



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

III TRIMESTRE AÑO 2023



MINISTERIO SECRETARIA 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

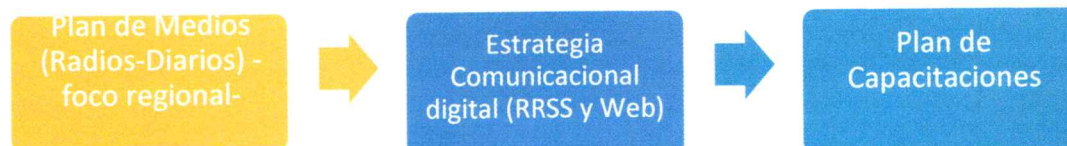
Difusión Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social (FFMCS):

- 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.

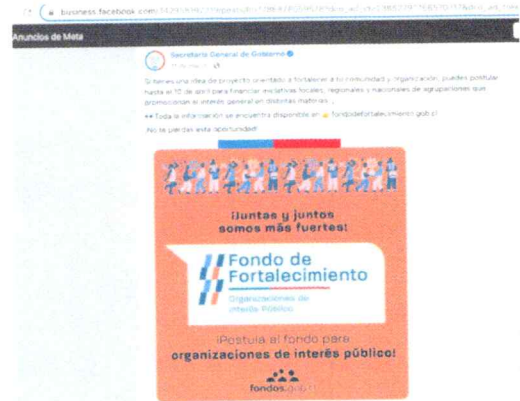
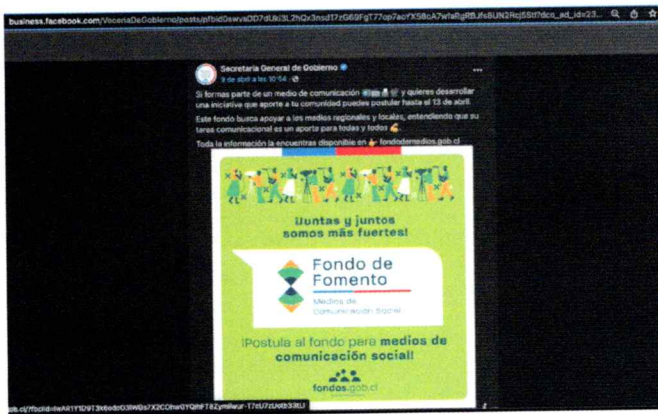
MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

- 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).
- 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:





MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Secretaria de Comunicaciones

III TRIMESTRE AÑO 2023

Subsecretaría o servicio	Nombre de la Campaña	OC	Objetivo de la Campaña	Periodo de ejecución	Monto	Trabajo en redes sociales	Observaciones
CONAF	Temporada de Incendios		Difundir y educar sobre la prevención de incendios forestales.	Tercer Trimestre	\$ 28.887.467	Meta	N/I
SAG	Influenza aviar Septiembre		Informar sobre la prevención de la influenza aviar.	Tercer Trimestre	\$ 100.000.000	Meta	N/I
SAG	Campaña contra incendios		Campaña contra incendios regional	Tercer Trimestre	\$ 4.079.420		N/I
Cultura	Concurso de Relatos Digitales Biblioteca Pública Digital		Promover relatos digitales de la biblioteca pública digital	Tercer Trimestre	\$ 41.650		N/I
Cultura	Conmemoración 50 años del Golpe de Estado		Información relativa a actividades en torno a la conmemoración de los 50 años del golpe de estado	Tercer Trimestre	\$ 423.694.845	Meta	N/I
Cultura	Rockodromo		Promoción de escuelas de rock en jóvenes y adolescentes	Tercer Trimestre	\$ 29.750.000		N/I
SEREMI Coquimbo	Conmemoración 50 años Golpe Estado (Seremi Coquimbo)		Información relativa a actividades en torno a la conmemoración de los 50 años del golpe de estado	Tercer Trimestre	\$ 871.420		N/I
Servicio Nacional del Patrimonio	Fortalecimiento de clubes de lecturas de bibliotecas públicas		Fortalecimiento de clubes de lecturas de bibliotecas públicas	Tercer Trimestre	\$ 476.000	Meta	N/I
DGMN	Servicio Militar		Llamado a la inscripción voluntaria al servicio militar.	Tercer Trimestre	\$ 703.486.000	Meta	N/I
Ministerio de Desarrollo Social y	Código Azul . Plan calle		Plan de invierno para promover el reporte de personas en situación calle durante época invernal.	Tercer Trimestre	\$ 40.459.703		N/I
INDESPA	Plan de medios INDESPA	1091793-122SE23	Difundir oferta programática y quehacer del instituto	Tercer Trimestre	\$ 8.500.000	Meta	N/I
Sernatur	AON RRSSE		Promoción de redes sociales, con contenido de campañas nacionales	Tercer Trimestre	\$ 5.031.916	Meta	N/I
Sernatur	Atacama Fiestas Patrias		Promoción destino Atacama	Tercer Trimestre	\$ 20.620.647	Meta	N/I
Sernatur	Chile Travel		Promoción internacional turística	Tercer Trimestre	\$ 31.349.637	Meta	N/I
Sernatur	Chileestuyo		Promoción destino Chile	Tercer Trimestre	\$ 3.221.175	Meta	N/I
Sernatur	Chiletravel 2		Promoción internacional turística	Tercer Trimestre	\$ 37.188.797		N/I
Sernatur	Escapadas de Invierno		Promoción vacaciones invierno	Tercer Trimestre	\$ 6.790.000	LinkedIn, Meta	N/I
Sernatur	Expertos en feriados Septiembre		Promoción vacaciones fiestas patrias	Tercer Trimestre	\$ 16.091.800	Meta, TikTok	N/I
Sernatur	Gira de Estudios		Promoción programas gira de estudios para cuartos medios	Tercer Trimestre	\$ 29.484.538	Meta, TikTok	N/I
Sernatur	Marca regional Ñuble		Promoción destino Ñuble	Tercer Trimestre	\$ 96.764.429	Meta	N/I
Sernatur	Rios de Chile		Promoción destino Los Ríos	Tercer Trimestre	\$ 26.573.025	Meta	N/I
Sernatur	Turismo Familiar		Promoción destinos familiares	Tercer Trimestre	\$ 1.999.951	Meta	N/I
Sernatur	Un Mar de Oportunidades		Promoción destinos y oportunidades turísticas	Tercer Trimestre	\$ 4.972.542	Meta	N/I
Subsecretaría de Educación	Elige ser TP		Invitación a escoger campañas técnico profesionales, dentro de las opciones de continuidad de estudios.	Tercer Trimestre	\$ 50.000.000	Meta	N/I
Subsecretaría de Educación	SAE 2024		Campaña de admisión escolar 2024	Tercer Trimestre	\$ 34.635.366	Meta	N/I
Subsecretaría de Educación	Convivencia Escolar		Campaña para fomentar la convivencia entre alumnos, apoderados y profesores.	Tercer Trimestre	\$ 223.061.078	Meta, TikTok	N/I
Minería	Políticas públicas mineras		Promoción e políticas públicas Mineras	Tercer Trimestre	\$ 51.428.100	Meta	N/I

Minería	PAMMA Innova		Promoción de la pequeña minería sustentable	Tercer Trimestre	Meta	N/I
División para la Comunidad de Chilenos en el Exterior- DICOEX	Cambio de domicilio electoral	1076403-23-SE23	Promoción del cambio del domicilio electoral en Chilenos que viven en el exterior	\$ 3.367.456		N/I
Subsecretaría de Salud	Donación de órganos		Campaña para la concientización de la donación de órganos.	\$ 84.940.952	Meta	N/I
Subsecretaría de Salud	Invierno 2023 - Enfermedades respiratorias		Campaña de prevención y cuidado de enfermedades respiratorias.	\$ 557.274.718	Meta	N/I
Subsecretaría de Salud	Lactancia Materna		Campaña que concientiza sobre los beneficios de la lactancia materna.	\$ 4.964.442	Meta	N/I
Subsecretaría de Salud	Vacunación Influenza refuerzo		Campaña para promover la vacunación en la población de riesgo	\$ 34.903.295	Meta	N/I
CONASET	No más muertes en el tránsito (campaña 18 sept)	1751-55-SE23	Campaña que promueve la concientización de la toma de alcohol en fiestas patrias.	\$ 150.000.000	Meta, TikTok	N/I
DTPM	Día sin auto		Campaña que promueve dejar el auto y utilizar otros medios de transporte.	\$ 11.900.000		N/I
DTPM	Paga tu pasaje con QR		Campaña que promueve la utilización del QR como medio de pago en el transporte público.	\$ 44.785.959	Meta, TikTok	N/I
Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones	Acoso en el transporte público	1751-48-SE23	Campaña que hace un llamado a reportar en caso de ver situaciones de acoso en el transporte público.	\$ 29.155.000	Meta, TikTok	N/I
Minvu	La calidad de vida mejora		Campaña que promueve los beneficios asociados a Minvu	\$ 800.000.000	Meta, TikTok	N/I
Interior	Empadrónate		Campaña para difundir sobre el proceso de empadronamiento de extranjeros en Chile	\$ 25.823.000	Meta	N/I
ISL	Seguro laboral		Campaña que promueve los seguros laborales de los trabajadores independientes.	\$ 61.285.000	LinkedIn, Meta	N/I
Trabajo	Ley de Honorarios		Campaña que informa sobre lo que ampara y protege a trabajadores independientes	\$ 34.745.478	Meta	N/I
Trabajo	Subsidio a la contratación		Subsidio a la Contratación en Zonas Afectadas por los incendios 2023	\$ 1.796.813		N/I