



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

ORD.: N° 1700/18 /

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

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 29 de enero de 2024

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

A : SEGÚN DISTRIBUCIÓN

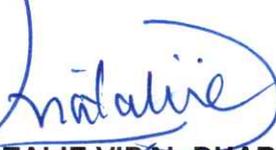
Junto con saludar y conforme a lo dispuesto en la Ley de Presupuestos N°21.516 para el año 2023, se envía información correspondiente a :

**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



PCO/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.

6638-2



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

IV 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

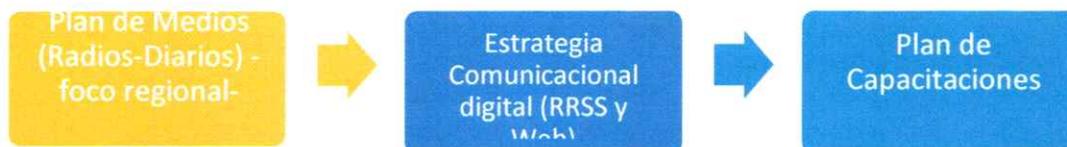
Difusión Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social (FFMCS):

- 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

IV TRIMESTRE AÑO 2023

Ministerio	Subsecretaría o servicio	Nombre de la campaña Campaña	OC	Objetivo de la Campaña	Periodo de ejecución	Monto	Trabajo en redes sociales
Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación	Subsecretaría de CTCI	Mujeres en la ciencia	1098710-490-SE23	Establecer difusión respecto a la importancia de las mujeres en la ciencia y su importancia en el desarrollo del país.	4° Trimestre	\$ 9.866.585	Difusión por Meta y Google
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Subsecretaría de las Culturas y las Artes	Acuérdate del futuro. Democracia, siempre (Conmemoración 50 años)	1725-867-SE23	Promover el valor de la democracia en la ciudadanía en torno a la conmemoración y reflexión de este hito histórico, y así entender que juntos debemos avanzar en más democracia, protección y promoción de los derechos humanos.	4° Trimestre	\$ 281.304.158	
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Subsecretaría de las Culturas y las Artes	Acuérdate del futuro. Democracia, siempre (Conmemoración 50 años)	1725-972-SE23 1725-1192-SE23	Alcance: comunicar de manera transversal en todo el territorio nacional y en el exterior, a través de un mix de medios que permita conectar con el grupo objetivo de forma cercana y directa.	4° Trimestre	\$ 423.695.842	Meta YouTube
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Subsecretaría de las Culturas y las Artes	Mes de la música 2023	1725-1131-SE23	Difundir las actividades proyectadas para la realización de la celebración del Mes de la Música en el territorio nacional	4° Trimestre	\$ 25.996.140	Meta y google
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Subsecretaría de las Culturas y las Artes	Rockódromo FM - Temporada 2023	1725-904-SE23	Difundir la música popular chilena independiente, así como la divulgación hacia la ciudadanía de las acciones, convocatorias, programación y contenidos de Escuelas de Rock y Música Popular, mediante un programa radial de alta audiencia en las 16 capitales regionales de Chile.	4° Trimestre	\$ 25.000.000	
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Subsecretaría de las Culturas y las Artes	Derechos de autor	1725-871-SE23	Informar acerca de la institucionalidad en material de Propiedad Intelectual. Asociar los Derechos de Autor al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio Informar sobre la posibilidad de denuncia de infracciones a los Derechos de Autor. Dar a conocer las actividades y sitio web de la Unidad de Derechos de Autor.	4° Trimestre	\$ 46.808.126	Meta X
MINISTERIO DE DEFENSA	DIRECCION GENERAL DE MOVILIZACION NACIONAL	Control de Armas	1867-154-se23	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE LA LEY 17.798, SOBRE CONTROL DE ARMAS Y ELEMENTOS CONTROLADOS, LLAMANDO A LA ENTREGA VOLUNTARIA Y REGULARIZACIÓN DE ARMAS	4° Trimestre	\$ 100.000.000	Meta YouTube
Ministerio del Deporte	Subsecretaría del Deporte	Juegos Pana y Para Panamericanos Stgo 2023	<a href="#">799595-348-SE23</a>	Campaña comunicacional legado de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023.	4° Trimestre	\$ 595.999.999	Meta, google
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Sernatur Central	Campaña Chile es Tuyo - Lanzamiento	31.91.396 SE23	Invitar a los usuarios a visitar las distintas plataformas que posee Chile es Tuyo y posicionarse como un punto de partida en la planificación de los viajes de los habitantes del país.	4° Trimestre	\$ 170.000.000	Meta, google
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Programa Vacaciones Tercera Edad de Sernatur (campaña comunicacional)		Promoción del Programa VTE y propender la comercialización de paquetes de viajes.	4° Trimestre	\$ 300.000.000	Meta, google
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Sernatur	<small>CAMPANA COMUNICACIONAL PARA LA FORMALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y POSICIONAMIENTO DEL REGISTRO NACIONAL SERNATUR</small>	1591-248-SE23	Desarrollar una Campaña Comunicacional enfocada en la Formalización de Prestadores de Servicios Turísticos en Chile, con el propósito de consolidar el reconocimiento del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR como la plataforma oficial que garantiza la formalidad de la oferta de servicios turísticos en el país. Esta campaña estará dirigida a dos audiencias objetivo: empresarios turísticos y turistas.	4° Trimestre	\$ 2.300.000	Meta
Ministerio de Economía Fomento y Turismo	Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño	Campaña Comunicacional Semana de la Pyme	756-674-SE23	Campaña comunicacional desarrollo de una estrategia creativa y de difusión para dar a conocer a la ciudadanía la semana de la PYME.	4° Trimestre	\$ 31.417.486	Meta, google
Ministerio de Educación	Cpeip	Desarrollo Docente en línea	592-78-SE23	Dar a conocer la convocatoria de acciones formativas que dispone el CPEIP y promover la postulación entre las y los destinatarios.	4° Trimestre	\$ 8.400.000	Meta y Google

Ministerio de Educación	Cpeip	Atracción a la pedagogía	592-78-SE23	Convocar a mujeres y hombres de 17 a 19 años que rindieron la PAES a postular a carreras de pedagogía	4° Trimestre	\$ 222.664.259	Meta y Google
Ministerio de Educación	Cpeip	Estandares Profesión Docente	592-78-SE23	Visibilizar el aporte de los Estándares de la Profesión Docente para impulsar que la formación inicial y el desarrollo profesional.	4° Trimestre	\$ 29.012.371	Meta y Google
Ministerio de Educación	UCE	Educación Ambiental	592-77-SE23	Concientizar, informar y educar a las comunidades educativas.	4° Trimestre	\$ 24.843.006	Meta y Google
Ministerio de Educación	Unidad de Género	Brechas de Género en Aprendizaje	592-75-SE23	Concientizar e informar a personas adultas sobre las brechas de género que tienen al interactuar con niñas.	4° Trimestre	\$ 39.999.751	Meta y Google
Ministerio de Educación	URAE	Sistema de Admisión Escolar 2024	592-75-SE23	Dar a conocer a las comunidades educativas de todo el país el Sistema de Admisión Escolar en establecimientos que reciben financiamiento del Estado.	4° Trimestre	\$ 99.057.057	Meta y Google
Ministerio del Interior y Seguridad Pública	SUBDERE	Tenencia responsable de mascotas		Concientizar la tenencia responsable de mascotas	4° Trimestre	\$ 135.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Red de Protección social		Informar a la ciudadanía sobre los diferentes beneficios que entrega el Estado para familias	4° Trimestre	\$ 60.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Derechos fundamentales de NNA		Dar a conocer los derechos fundamentales que tienen los NNA en nuestro país y como pueden aportar en la sociedad	4° Trimestre	\$ 200.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Derechos personas con discapacidad		Informar de los derechos que tienen las personas que tienen alguna discapacidad	4° Trimestre	\$ 25.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Cuidados (personas cuidadoras)		Concientizar sobre la salud mental y física de las personas que tienen un rol fundamental en el cuidado de personas.	4° Trimestre	\$ 120.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Protección niñez y adolescencia		posicionamiento del servicio	4° Trimestre	\$ 132.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Registro social de hogares		Informar sobre la inscripción y etapas del RSH	4° Trimestre	\$ 120.000.000	Meta
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	MDS	Elige vivir sano		Informar sobre el programa Elige vivir sano para fomentar la buena alimentación	4° Trimestre	\$ 150.000.000	Meta
Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género	Secretaría de la Mujer y la Equidad de Género	Campaña Nacional de Prevención de la Violencia contra la Mujer	918434-396-SE23	Prevenir la violencia contra las mujeres, que contemple plan de medios y un hito de lanzamiento.	4° Trimestre	\$ 410.000.000	Meta, google

Ministerio de Salud	Minsal	Atención Primaria de Salud	757-2262-SE23	757-2262-SE23	Posicionar la Atención Primaria de Salud como una política pública con valor social que, a través de sus prestaciones preventivas y prioritarias, brinda asistencia sanitaria esencial en todo el ciclo vital de las personas y en todo el territorio nacional.	4° Trimestre	\$ 196.350.000	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Prevención VIH e ITS	757-2173-SE23	757-2173-SE23	Educar e informar sobre los métodos de prevención de VIH e ITS	4° Trimestre	\$ 119.972.500	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Plan de Medios Concientización sobre el VIH	757-2174-SE23	757-2174-SE23	Plan de medios para la difusión de piezas para concientizar sobre la estigma y discriminación sobre el VIH y las ITS	4° Trimestre	\$ 315.000.000	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Concientización sobre el VIH	757-2318-SE23	757-2318-SE23	Concientizar sobre la estigma y discriminación sobre el VIH y las ITS	4° Trimestre	\$ 84.999.998	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Plan de Medios Prevención VIH e ITS	757-2175-SE23	757-2175-SE23	Plan de Medios para difusión de la campaña de Prevención de VIH e ITS	4° Trimestre	\$ 280.000.000	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Control de Salud Integral Adolescente	757-1289-SE23	757-1289-SE23	Informar sobre la existencia del Control de Salud Integral Adolescente e invitar a asistir	4° Trimestre	\$ 60.813.165	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Prevención enfermedades de Primavera Verano	757-1821-SE23	757-1821-SE23	Informar sobre las medidas de prevención de Hanta y al consumir alimentos.	4° Trimestre	\$ 460.000.000	Tik Tok, Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Donación de Órganos y Tejidos	757-1806-SE23	757-1806-SE23	Concientizar sobre la donación de órganos y tejidos	4° Trimestre	\$ 295.608.284	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Plan de Medios Prevención consumo de Tabaco	757-1471-SE23	757-1471-SE23	Plan de Medios para difundir campaña de Tabaco y dar a conocer los riesgos del tabaco en adolescentes para retrasar su consumo	4° Trimestre	\$ 49.995.431	Twitch, Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Prevención consumo de Tabaco	757-1073-SE23	757-1073-SE23	Dar a conocer los riesgos del tabaco en adolescentes para retrasar su consumo	4° Trimestre	\$ 34.999.998	Twitch, Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Plan de Medios Donación de Órganos y Tejidos Re exhibición Gracias a la Vida	757-1529-SE23	757-1529-SE23	Plan de Medios para difundir piezas de campaña para concientizar sobre la donación de órganos y tejidos y dar a conocer la donación en vida	4° Trimestre	\$ 84.941.010	Google y Meta
Ministerio de Salud	Minsal	Donación de Órganos y Tejidos Re exhibición Gracias a la Vida	757-901-SE23	757-901-SE23	Concientizar sobre la donación de órganos y tejidos y dar a conocer la donación en vida	4° Trimestre	\$ 15.000.000	Google y Meta
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Conaset, Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito	No más muertes en el tránsito	1751-55-SE23	1751-55-SE23	Generar conciencia durante las fiestas de fin de año sobre las tres causas más comunes de siniestros viales: velocidad, distracción y consumo de alcohol y drogas.	4° Trimestre	\$ 150.000.000	Tik Tok, Google y Meta
Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Minvu	Beneficios Minvu			Informar los beneficios que tiene Minvu a la ciudadanía	4° Trimestre	\$ 800.000.000	Meta y google