



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

OF. ORD. N° 515/2025

ANT.: Ley 21.722 de Presupuestos
Sector Público año 2025, Partida
20 Capítulo 01 Programa 01,
Glosa 08

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 30 de Julio 2025

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°21.722 para el año 2025, se envía información correspondiente a:

LEY DE PRESUPUESTOS N°21.722, 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/PQO/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. Presidente 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.



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Secretaria de Comunicaciones

II TRIMESTRE AÑO 2025

GLORIA 43 / INFORME TRIMESTRAL DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Ministerio	Subsecretaría o servicio	Nombre de la campaña	N° de licitación	OC	Tipo de compra	Objetivo de la Campaña	Periodo de ejecución	Inversión bruta	Plataforma de Redes sociales	Observaciones
Ministerio de Agricultura	Agroseguros	Campaña de Comunicaciones Agroseguros 2025	1371-2-LES5	1371-20-SE25	Licitación privada	Dar a conocer el quehacer de Agroseguros, qué hacemos, subsidio otorgado, tipos de seguros con subsidio: individuales (Agrícola, Pecuario y Forestal) y colectivos (Seguros de Enfermedades Exóticas para Aves y Seguro Catastrófico para Mosca de la Fruta).	2° Trimestre	\$ 21.324.618	No	La campaña incluyó frases en radios e insertos en prensa escrita, más la elaboración de un folleto para RRSS.
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-17-FTD-25	720-36-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 1.071.000	META	
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-8-FTD25	720-27-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 1.428.000	META	
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-15-FTD25	720-34-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 1.071.000	META	
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-20-FTD25	720-40-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 1.190.000	META	
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	905-17-FTD25	905-96-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 4.057.900		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-120-TD25	720-120-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 714.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-45-FTD25	720-122-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 2.578.333	META	

Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-42-FTD25	720-121-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 714.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA ANEMIA	902-12-FTD25	902-180-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 238.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA ANEMIA	902-179-TD25	902-179-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 119.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA ANEMIA	902-9-FTD25	902-177-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 535.500		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA ANEMIA	1160-7-SE25	1160-111-SE25	Licitación pública	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA	2° Trimestre	\$ 4.597.870		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA ANEMIA	906-115-TD25	906-115-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 1.000.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA	720-43-FTD25	720-122-TD25	Trato directo	INFORMAR A LA CIUDADANIA SOBRE EMERGENCIA DE MOSCA DE LA FRUTA	2° Trimestre	\$ 364.933	META	
Ministerio de Agricultura	CONAF	Campaña Nacional de Prevención de Incendios Forestales	633-82-LR23	633-82-LR23	Licitación Pública	Concientizar a la ciudadanía sobre prácticas preventivas y mitigatorias ante incendios forestales	2° Trimestre	\$ 42.000.000	META Y YOUTUBE	Campaña finalizó en junio
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña de ingreso a la Institución de Tropa Profesional, Conductor Mantenición Automotriz, Infante de Marina Músico y Mecánico Maestranza.	3109-35-LE24	3109-1-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el concurso de admisión a la Institución de Tropa Profesional, Conductor Mantenición Automotriz, Infante de Marina Músico y Mecánico Maestranza.	2° Trimestre	\$ 8.243.197	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña del Concurso Único de Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	3109-16-LQ23	3109-5-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Único de Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	2° Trimestre	\$ 3.784.200	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña Publicitaria del Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	3109-22-LQ23	3109-6-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	2° Trimestre	\$ 8.976.064	Meta y Google	

Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña Publicitaria del Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	3109-22-LQ23	3109-6-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	2° Trimestre	\$	2.618.491	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña Publicitaria del Concurso Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	3109-16-LQ23	3109-5-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	2° Trimestre	\$	7.810.357	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña de ingreso a la Institución de Tropas Profesionales, Conductor Mantenimiento Automotriz, Infante de Marina y Mecánico	3109-35-LE24	3109-1-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el concurso de admisión a la Institución de Tropas Profesionales, Conductor Mantenimiento Automotriz, Infante de Marina y Mecánico	2° Trimestre	\$	11.333.678	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña de ingreso a la Institución de Tropas Profesionales, Conductor Mantenimiento Automotriz, Infante de Marina y Mecánico	3109-35-LE24	3109-1-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el concurso de admisión a la Institución de Tropas Profesionales, Conductor Mantenimiento Automotriz, Infante de Marina y Mecánico	2° Trimestre	\$	7.536.865	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña Publicitaria del Concurso Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	3109-16-LQ23	3109-5-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Admisión a la Escuela de Grumetes "A.N.C."	2° Trimestre	\$	17.814.741	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 05 "Armada de Chile"	Campaña Publicitaria del Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	3109-22-LQ23	3109-6-SE25	Licitación Pública	Efectuar la captación de postulantes, de acuerdo al grupo objetivo definido, para el Concurso Admisión a la Escuela Naval "A.P."	2° Trimestre	\$	16.107.212	Meta y Google	
Ministerio de Defensa Nacional	Dirección General del Territorio Marítimo y Marina Mercante	Difusión campaña prevención de accidentes en el mar, ríos y lagos navegables.		1/2025	Trato Directo	Identificar y difundir el número de emergencias marítimas 137 en el ejercicio de la salvaguarda de la vida humana en el mar, lagos y ríos navegables.	2° Trimestre	\$	300.000		
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 07 "Dirección General del Territorio Marítimo"	Difusión campaña prevención de accidentes en el mar, ríos y lagos navegables.		18/2025	Trato Directo	Identificar y difundir el número de emergencias marítimas 137 en el ejercicio de la salvaguarda de la vida humana en el mar, lagos y ríos navegables.	2° Trimestre	\$	259.740		
Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 07 "Dirección General del Territorio Marítimo"	Respetar el mar "Campaña educativa en colegios"		813685-76-AG25	Compra Agil	Realizar campaña difusión de medidas de prevención de accidentes en el mar, lagos y ríos navegables.	2° Trimestre	\$	6.640.200		

Ministerio de Defensa Nacional	Cap. 07 "Dirección General del Territorio Marítimo"	Campaña "Respeta el mar".	813685-8-LE25	813685-115-SE25	Licitación	Diffundir el número de emergencias marítimas 137 en el ejercicio de la salvaguarda de la vida humana en el mar, lagos y ríos navegables.	2º Trimestre	\$ 10.412.500		
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Temporada baja Arica y Parinacota	1330-5-L125	1330-28-SE25	Licitación	Diffusión del destino en temporada baja	2º Trimestre	\$ 2.010.582	Campaña digital en META, Youtube, en las comunas de Iquique, Santiago, Providencia	En ejecución
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.	Servicio Nacional de Turismo	Posicionamiento Marca Nuble y promoción destinos Región Nuble	1040538-44-LP24	1040538-52-SE25	Licitación	Dar a conocer la región de Nuble como un destino atractivo mediante acciones promocionales de alcance nacional, que permitan difundir las experiencias de la región.	2º Trimestre	\$ 691.721	Diffusión por Meta, Google y Tik Tok	En ejecución
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Programa Gira de Estudio	1591-17-LP24	1591-289-SE24	Licitación pública	Diffundir y apoyar la postulación de los establecimientos educacionales a la nueva temporada de viajes.	2º Trimestre	\$ 10.036.972	Diffusión por Meta y radio regional	En ejecución
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura	Mes del Mar	701-191-AG25	701-191-AG25	Compra Ágil	Charlas educativas para el cuidado del mar, sus recursos y fauna marina	2º Trimestre	\$ 1.087.660		Impresión de stickers
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Instituto Nacional de Estadísticas	Redes Sociales PARA PROYEC	14-10-LP25	14-245-SE25	Licitación Pública	Incentivar la participación de la ciudadanía en la Encuesta Web del Proyecto Diversidades	2º Trimestre	\$ 20.800.000	Diffusión Instagram y Facebook	Incluye la publicación periódica de piezas digitales (como post, historias, reels, etc.)
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	Comunicaciones en medios digitales	ID-875-9-LQ24	875-43-SE25	Por Agencia Cybercenter S.A.	Promover nuestros productos a segmentos muy específicos de potenciales inversionistas extranjeros, vía LinkedIn y Google	2º Trimestre	\$ 96.996.814		
Ministerio de Hacienda	Dirección de Compras y	Mercado Público el Match perfecto para tu negocio	869591-17-LP24	869591-47-SE24	Licitación Pública	Invitar a proveedores y Empresas de Menor Tamaño a participar en oportunidades de negocio en plataforma de compras públicas de ChileCompra	2º Trimestre	\$ 25.551.344	Diffusión por Facebook, Instagram, Youtube	Duración total de campaña del 17-12-2024 al 12-08-2025, por un monto total del contrato de 2.175 UF. La inversión en las Redes Sociales (Facebook, Instagram y Youtube) es de \$ 6.023.065. La campaña incluye también los siguientes medios: Adwords, Meta Ads, Masthead
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	Servicio de Reinserción Social Juvenil	La Reinserción Social Juvenil es más justicia y Seguridad	1301883-16-LE24		Licitación	Diffundir, educar, informar y sensibilizar respecto a la implementación del servicio, dando a conocer sus principales programas y servicios.	2º Trimestre	\$ 5.452.977	Diffusión por Meta y Google	
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Servicio Nacional del Adulto Mayor	Plan de Medios radial y digital para Voluntariado "Asesores Senior"	1078397-13-COT25	1078397-22-AG25	Compra ágil	Convocatoria a participar del programa Voluntariado País de Mayores, Asesores Senior, 2025.	2º Trimestre	\$ 4.843.300	Facebook, Instagram, Meta Ads	También se realizó Plan de Medios Radial, en radios locales, en las 16 regiones del país.

Ministerio de Desarrollo Social y Familia	SES	Ventanilla Unica	730566-2-LP25	730566-156-SE25	Licitación	Dar a conocer alcances de Ventanilla Unica	2° Trimestre	\$	134.501.636	Facebook, Instagram, Meta Ads	En proceso de ejecución.
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Subsecretaría de Servicios Sociales	Servicios de Creación, Producción y Difusión de una Campaña Comunicacional referida al Proceso de Consulta Previa 2024	ID711841-15LP24	7111841-365-SE24	Bienes y servicios	Creación, Producción y Difusión de una campaña comunicacional referido al proceso de Consulta Previa 2024	2° Trimestre	\$	98.879.229	Difusión en Google, radios, prensa, facebook.	Información de contratación de prestación de servicios extendido al 31 de marzo de 2025 y consideró el pago de la tercera cuota al presente ejercicio presupuestario de \$29.663.769 en el trimestre en proceso.
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Servicio Nacional de Protección a la Niñez y Adolescencia	Campaña Familias de Acogida	1177296-4-LP25	1177296-167-SE25	Licitación	Campaña de concientización sobre Familias de Acogida	2° Trimestre	\$	245.000.000	Anuncios en Youtube	Adjudicado. Considera plan de medios, producción y post producción de spot televisivo, hito de lanzamiento, difusión en redes, entre otros.
Ministerio de Obras Públicas	Dirección General de Aguas	Difusión radial por concepto de derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patente a fiscal por no utilización de	N/A	N/A	Trato Directo	Publicidad y Difusión	2° Trimestre	\$	64.224		Difusión radial por concepto de derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patente a beneficio fiscal por no utilización de aguas, proceso 2025
Ministerio de Salud	SEREMI DE SALUD ARICA Y PARINACOTA	CAMPAÑA DIFUSION EN DIARIOS ELECTRONICOS REGIONAL BANNER	5602-395-COT24	5602-594-AG24	COMPRA AGIL	REFORZAR LA COMUNICACIÓN DE RIESGO Y EL POSICIONAMIENTO COMUNICACIONAL DE LOS CONTENIDOS DEL AMBITO SANITARIO Y DE LA SALUD PUBLICA	2° Trimestre	\$	1.785.000		
Ministerio de Salud	SEREMI DE SALUD ARICA Y PARINACOTA	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN DIARIOS REGIONALES	5602-47-COT25	5602-90-AG25	COMPRA AGIL	DIFUNDIR CONTENIDOS SANITARIOS Y DE SALUD PUBLICA EN LA POBLACION DE ARICA Y NPARINACOTA A TRAVES DE UN ENLACE (URL) ANCLADO MEDIANE UN BANNER PUBLICITARIO Y CLICKEABLE POR PARTE DE USUARIOS/AS	2° Trimestre	\$	1.785.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ANTOFAGASTA	CLAVES DE LA INOCUIDAD DE MAREA ROJA		2122-84-AG25	compra ágil	prevención del consumo de mariscos	2° Trimestre	\$	147.798		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ANTOFAGASTA	POR UN CHILE MAS SANO			compra ágil	POR UN CHILE MAS SANO	2° Trimestre	\$	1.785.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ATACAMA	Campaña consumo seguro de pescados y mariscos	N/A	1671-91-AG25	COMPRA AGIL	Servicio de Difusión cápsula radial Programa FAN (Marea Roja) para la Comuna de Vallenar con el objeto de sensibilizar a la población del consumo seguro de pescados y mariscos	2° Trimestre	\$	290.884		

Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ATACAMA	Campaña consumo seguro de pescados y mariscos	1671-7-L125	1671-76-SE25	LICITACIÓN PÚBLICA	Servicio de difusión de capsula radial Programa Fan (Marea Roja) para la Comuna de Chañaral con el objeto de sensibilizar a la poblacion del consumo seguro de pescados y mariscos	2° Trimestre	\$	873.936		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ATACAMA	Campaña consumo seguro de pescados y mariscos	N/A	1671-88-AG25	COMPRA ÁGIL	Servicio de Difusión capsula radial Programa FAN (Marea Roja) para la Comuna del Huasco con el objeto de sensibilizar a la poblacion del consumo seguro de pescados y mariscos	2° Trimestre	\$	196.350		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Salud es para todos y todas	1657-30-LE24	1657-82-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la salud en programa migrantes	2° Trimestre	\$	869.355		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Salud para niños, niñas y adolescentes Migrantes	1657-30-LE24	1657-66-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la salud en programa migrantes	2° Trimestre	\$	297.500		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Construyendo ciudades y comunidades mas saludables	1657-30-LE24	1657-70-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la mejora de calidad de vida de las personas en las comunidades	2° Trimestre	\$	144.139		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Derecho de diversidades para migrantes	1657-30-LE24	1657-69-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la salud para las diversidades en migrantes	2° Trimestre	\$	56.525		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Hazte tu mamografía a tiempo	Compra Ágil	1657-55-AG25	Compra Ágil	Promocionar salud de la mujer en programa migrantes	2° Trimestre	\$	290.360		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Construyendo ciudades y comunidades mas saludables	1657-30-LE24	1657-46-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la mejora de calidad de vida de las personas en las comunidades	2° Trimestre	\$	236.810		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - COQUIMBO	Construyendo ciudades y comunidades mas saludables	1657-30-LE24	1657-47-SE25	Licitacion Publica	Promocionar la mejora de calidad de vida de las personas en las comunidades	2° Trimestre	\$	130.067		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ÑUBLE	"Procuramiento y transplante de organos, Region de ñuble"		1040758-297-AG24	Compra Ágil	Compra Ágil	2° Trimestre	\$	1.071.000	Difusión por Meta y Google	
Ministerio de Salud	SURSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - ÑUBLE	"Elige Vivir Sano"		1040758-157-AG24	Compra Ágil	Compra Ágil	2° Trimestre	\$	714.000	Difusión por Meta y Google	

Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - NUBLE	"Consumo seguro de mariscos en semana santa"		1040758-22-AG25	Compra Ágil	Compra Ágil	2° Trimestre	\$	473.025	Difusión por Meta y Google	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - NUBLE	"Elige Vivir Sano"		1040758-155-AG24	Compra Ágil	Compra Ágil	2° Trimestre	\$	949.620	Difusión por Meta y Google	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Temporada invierno 2025	n/a	2078-119-AG25	COMPRA ÁGIL	Disminuir riesgo de reintroducción y aumento de enfermedades transmisibles en vías de eliminación	2° Trimestre	\$	2.689.400	Difusión en espacio Bioiren	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Llame a salud responde	n/a	2078-132-AG25	COMPRA ÁGIL	Diffundir las prestaciones del Programa Salud Responde con pertinencia cultural.	2° Trimestre	\$	226.100		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Concientización TEA	n/a	2078-96-AG25	COMPRA ÁGIL	Entregar herramientas para el cuidado integral de niñas, niños y adolescentes en el espectro autista y promover la concientización, la educación y la inclusión en la comunidad escolar.	2° Trimestre	\$	761.600		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Mitos sobre la tuberculosis	n/a	2078-126-AG25	COMPRA ÁGIL	Pasquisar oportunamente la enfermedad tuberculosa.	2° Trimestre	\$	333.200		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Prevención del cancer	n/a	2078-130-AG25	COMPRA ÁGIL	Informar a la comunidad desde la prevención y promoción de Cáncer	2° Trimestre	\$	357.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Prevención enfermedades cardiovasculares	n/a	2078-140-AG25	COMPRA ÁGIL	Entregar conocimiento sobre prevención de enfermedades cardiovasculares.	2° Trimestre	\$	357.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - BIOBIO	Mirate bonito	n/a	2078-117-AG25	COMPRA ÁGIL	Sensibilizar a adolescentes y jóvenes en el día mundial de la juventud y día mundial de prevención del suicidio	2° Trimestre	\$	285.600		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS RIOS	Banner prevención consumo de tabaco	-	1497-31-AG25	COMPRA AGIL	Realizar acciones enmarcadas en el plan nacional de educación sobre el tabaco, sus daños para la salud y el medio ambiente	2° Trimestre	\$	200.000	RioenLinea - Portal de noticias web	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS RIOS	Campaña Prohibición de fumar o inhalar tabaco según Ley 19419	-	1497-20-AG25	COMPRA AGIL	Reforzar temáticas asociadas a última modificación de ley, la cual regula el uso de sistemas electrónicos.	2° Trimestre	\$	588.088		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS RIOS	Volantes comisión regional de protección de los derechos de las personas con enfermedades mentales	-	1497-35-AG25	COMPRA AGIL	Realizar acciones de difusión sobre la Comisión Regional de Protección de los Derechos de las Personas con Enfermedades Mentales (COREPM)	2° Trimestre	\$	172.669		

01 Julio hasta 31

Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS RIOS	Volantes Estigmación en Salud Mental y Volantes FONO *4141	-	1497-56-AG25	COMPRA AGIL	A nivel regional, el estudio representa una problemática sanitaria prioritaria. En la Región de Los Ríos, esta realidad adquiere una relevancia aún mayor al posicionarse como la	2° Trimestre	\$ 274.890		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS RIOS	Publicación en diario de circulación regional (región de Los Ríos), destinada a la búsqueda de oficinas administrativas para las dependencias de la	-	1497-79-AG25	COMPRA AGIL	Búsqueda de oficinas administrativas para las dependencias de la ciudad de Valdivia para la Seremi de Salud de la Región de Los Ríos	2° Trimestre	\$ 124.088		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS LAGOS	Campaña Consumo de Mariscos en Semana Santa	162-1-LE25	162-494-SE25	Licitación Pública	Prevenir compra de mariscos en lugares no habilitados	2° Trimestre	\$ 690.200	Difusión Radial	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE LOS LAGOS	Campaña Invierno 2025	162-1-LE25	162-495-SE25	Licitación Pública	Prevenir Enfermedades Respiratorias	2° Trimestre	\$ 2.915.500	Difusión Radial	
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO	CAMPAÑA DE MAREA ROJA		1746-50-AG25	Compra Ágil	Prevenir a la población ante intoxicación por Marea Roja	2° Trimestre	\$ 600.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO	PROGRAMA RADIAL DE LA AUTORIDAD SANITARIA		1746-65-AG25	Compra Ágil	Generar conciencia sobre salud laboral	2° Trimestre	\$ 116.000		
Ministerio de Salud	SUBSECRETARIA DE SALUD PUBLICA - DE AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO	CUIDATE DE LOS RAYOS UV		1746-90-AG25	Compra Ágil	Prevenir a la población sobre riesgos de los rayos UV	2° Trimestre	\$ 1.299.865		
Ministerio de Salud	COMUNICACIONES NIVEL CENTRAL	ENFERMEDADES DE PRIMAVERA VERANO 2025 "CONSUMO SEGURO DE PESCADOS Y MARISCOS"	157127LR24	757-1492--SE24	LICITACIÓN PÚBLICA	PREVENIR A LA POBLACIÓN SOBRE EL CONSUMO SEGURO DE PESCADOS Y MARISCOS	2° Trimestre	\$ 79.993.174		
Ministerio de Salud	CENABAST	Remedios más baratos 2025	2268-3-FTD25	2268-81-TD25	Trato Directo	Difundir las medidas sanitarias a través de medios de comunicación masivos y promover la disponibilidad de medicamentos para enfrentar la campaña de invierno, dando continuidad a la campaña comunicacional "Con Cenabast cuesta menos" realizada en 2024. Posicionar la Ley Cenabast en el contexto de la alerta sanitaria y resaltar los tratamientos de uso periódico, con el fin de reducir factores de riesgos asociados a la propagación de virus respiratorios en población objetivo	2° Trimestre	\$ 338.629.849	Difusión televisiva, redes sociales, otros.	Directo En virtud de la alerta sanitaria emitida por el Ministerio de Salud mediante el Decreto N°8 del año 2025, que decreta alerta sanitaria y otorga facultades extraordinarias que indica por aumento de virus respiratorios estacionales, otorgando facultades extraordinarias a determinados servicios públicos, por el aumento de los virus respiratorios estacionales, entre ellas la difusión de medidas sanitarias en medios de comunicación masivos

Ministerio de Salud	ISP	campana de posicionamiento por plan de medio anual en redes sociale	813-10-LE25	813-427-SE25	Licitacion Publica	Posicionamiento Institucional y cuidado salud publica	2° Trimestre	\$ 3.288.536	Diffusion por meta	
Ministerio de Salud	ISP	campana de posicionamiento por plan de medio anual en redes sociale	813-10-LE26	813-427-SE26	Licitacion Publica	Posicionamiento Institucional y cuidado salud publica	2° Trimestre	\$ 2.745.769	Diffusion por meta	
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Sence Ñuble	Informa Feria Laboral de Turismo del Sence Ñuble.	No aplica	1036866-13-AG25	Compra ágil	Invitar a la comunidad de Chillán, Pinto y Ñuble a visitar la Feria Laboral de Turismo del Sence Ñuble	2° Trimestre	\$ 452.200		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Nivel Central	Plan de medios feria laboral	No aplica	45-197-AG25	Compra ágil	Diffusión de feria nacional "hay vacantes"	2° Trimestre	\$ 2.856.000		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	SENCE	Programa Continuidad de Estudios 2025 de SENCE en la Región	No aplica	4714-18-AG25	Compra Ágil	Diffundir la "Firma de Convenio" entre SENCE O'Higgins y CFT Estatal de la Región de O'Higgins en sus tres Sedes (San Vicente, San Fernando y Pichilemu) en el marco del Plan de Continuidad de Estudios 2025	2° Trimestre	\$ 542.999		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	SENCE	Programa Continuidad de Estudios en el marco del Convenio 2025	No aplica	4714-22-AG25	Compra Ágil	Programa Continuidad de Estudios en el marco del Convenio 2025 entre el CFT Estatal de O'Higgins Sede Pichilemu y SENCE	2° Trimestre	\$ 600.000		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	SENCE	Programa Becas Laborales	No aplica	4714-27-AG25	Compra Ágil	Diffundir el "Cierre de 7 cursos del Programa Becas Laborales realizados en las Comunidades Rancagua, Rengo, Melipal, San Vicente, Mostazal de la Región de O'Higgins"	2° Trimestre	\$ 441.999		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo	Plan de difusión de actividades, programas y oferta de SENCE	ID: 4712-5-COT25	4712-3-AG25	Compra Ágil	Diffundir e informar sobre las actividades de SENCE, sus programas y oferta laborales y en cursos disponibles	2° Trimestre	\$ 1.500.000	META	
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	IPS	TRAMITES POR VIDEO LLAMADAS	548874-25-LE25	548874-30-SE25	LICITACIÓN	Diffundir la opción de realizar trámites a través de Video llamadas	2° Trimestre	\$ 1.428.000		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, ChileValora	De Expertos a Profesionales	568963-6-LE25	OC 568963-118-SE25	Licitación Pública	Diffundir la certificación de Competencias Laborales, posicionamiento de ChileValora y promoción de su uso en públicos objetivos.	2° Trimestre	\$ 9.000.000	Meta y LinkedIn	

Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Superintendencia de Pensiones	Publicación en Diario La Tercera - El pulso el día domingo 15 de junio de Licitación Pública para la contratación de una Consultoría para el Diseño de Fondos Generacionales, Carteras de Referencia, Medidas de Desempeño, Premios y Castigos	NO APLICA	2580-1040-TD25	TRATO DIRECTO	Diffusión de la Licitación Pública para la contratación de una Consultoría para el Diseño de Fondos Generacionales, Carteras de Referencia, Medidas de Desempeño, Premios y Castigos	2° Trimestre	\$ 499.800		
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Superintendencia de Pensiones	Publicación en Diario Financiero el día domingo 15 de junio de Licitación Pública para la contratación de una Consultoría para el Diseño de Fondos Generacionales, Carteras de Referencia, Medidas de Desempeño, Premios y Castigos	NO APLICA	2580-1030-TD25	TRATO DIRECTO	Diffusión de la Licitación Pública para la contratación de una Consultoría para el Diseño de Fondos Generacionales, Carteras de Referencia, Medidas de Desempeño, Premios y Castigos	2° Trimestre	\$ 428.400		
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	DTPM	Plan de Medios	926-19-LR24	926-266-SE24	Licitación Pública	Evasión y buenas prácticas	2° Trimestre	\$ 27.756.909	Digital, Vía Pública	
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	CONASET	Baja un Cambio	1751-3-LR23	1751-19-SE25	Agencia	Fomentar la buena convivencia vial	2° Trimestre	\$ 43.998.905	Difusión por Meta y Google	



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

División Organizaciones Sociales

II TRIMESTRE AÑO 2025



MEMORÁNDUM 4: N° 2025-124/

**MAT: SEGUNDO INFORME TRIMESTRAL DE
ACTIVIDADES DOS AÑO 2025**

DE : **NICOLÁS HURTADO ACUÑA** 22 de julio de 2025
DIRECTOR DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES (S)

A : **PATRICIO QUIROGA ORTEGA**
JEFE DEPARTAMENTO DE FINANZAS

A través del presente y de acuerdo con lo solicitado en Memorándum 3 N°2025/49, de fecha 13 de marzo de 2025, adjunto remito a usted el informe de actividades ejecutadas por la División de Organizaciones Sociales durante el segundo trimestre (meses de abril, mayo y junio), cumpliendo así con lo indicado en las Glosas 05 y 06 de la Ley N°21.722 de Presupuestos año 2025, en la partida 20 del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Cabe señalar que la División no contempla la ejecución de acciones en materia que señala la Glosa 08 del Presupuesto.

Lo anterior para su conocimiento e información.

Atentamente,



NICOLÁS HURTADO ACUÑA
DIRECTOR (S) DE LA DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOI
SGG - DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES
(DOS)
22/07/2025 15:32



MARCELA CABRERA
JEFATURA UNIDAD DE
CONTROL DE CUMPLIMIENTO
DE LA GESTIÓN
(DOS)
21/07/2025 16:23:56



EVELIN STURIONE
JEFATURA DEPARTAMENTO DE
COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA Y
CONTROL DE GESTIÓN
DOS
21/07/2025 16:45:08



VICENTE MARTÍNEZ
JEFATURA DE GABINETE
DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES
SOCIALES (DOS)
22/07/2025 10:30:15

Distribución.:
- Archivo Dirección DOS
- Archivo Unidad de Control del Cumplimiento de la Gestión

DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES
www.organizacionessociales.gob.cl



Documento firmado mediante Firma Electrónica Avanzada el 22 de julio de 2025 de acuerdo con la ley N° 19.799.
Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al Sitio Web: <https://gestordocumental.msgg.gob.cl/assets/validate.html>
Código de verificación: UB0q2mx4ORvBkD(MaS)AZx(SI)ZOw==



MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

II TRIMESTRE AÑO 2025



MEMORÁNDUM 2.5: Nº 2025-294/
Rte 2do Informe Trimestral UFC (glosa 8)

21 de julio de 2025

A : PATRICIO QUIROGA ORTEGA
JEFE DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

DE : ANA MARÍA CÁCERES MENA
JEFA UNIDAD DE FONDOS CONCURSABLES

Junto con saludar se informa respecto de lo solicitado en la 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”.

En este sentido es necesario señalar que tanto para el Fondo de Medios de Comunicación Social Regionales, provinciales y comunales (FFMCS), así como para el Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público (FFOIP), se realiza un proceso de difusión una vez que se publican las bases de ambos concursos. Es por lo anterior que la estrategia de comunicaciones contempla para el desarrollo de difusión de los Fondos y de los procesos de elección de consejeros y consejeras del FFOIP, de acuerdo a:

1. Implementar un **plan de comunicación digital**, a través de los canales institucionales, con miras a promover las postulaciones tanto al FFOIP, como al FFMCS. Publicación activa en las distintas en los diversos canales institucionales, tales como las páginas web, redes sociales y mailing. Consideración material gráfico como infografías y/o videos que contengan información sobre plazos, requisitos, formulación de proyectos, etc. Esto constaría de la difusión mediante canales digitales institucionales (páginas web y redes sociales).
2. 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.
3. 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, por medio de la contratación del servicio a través de licitación pública. El desarrollo de la estrategia de comunicación será elaborado con miras a 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. Se requiere por tanto la contratación del servicio de planificación y ejecución de plan de medios para promover y difundir la apertura programas FFOIP y FFMCS 2025, promoviendo las postulaciones a estos fondos.

Nombre campaña
Difusión Concurso 2025- Fondo de Medios (FFMCS)
Difusión Concurso 2025- Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)

La agencia deberá desarrollar dos planes de medios, correspondientes al lanzamiento de los concursos relativos a los fondos concursables administrados por el Ministerio Secretaría General de Gobierno, a saber: Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales, Fondo de Fortalecimiento a las Organizaciones de Interés Público.





- **Descripción del servicio**

El Ministerio Secretaría General de Gobierno administra el Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunes (FFMCS) y el Fondo de Fortalecimiento a las Organizaciones de Interés Público (FFOIP). Ambos fondos llevan a cabo concursos anuales que son lanzados durante el primer trimestre del año, con postulaciones que duran alrededor de un mes. Por su parte, los proyectos adjudicados son ejecutados durante el segundo semestre del año.

El FFMCS tiene por objetivo financiar, en forma complementaria, proyectos relativos a la realización, edición y difusión de programas o suplementos de carácter regional o local que refuercen el rol de la comunicación en el desarrollo social y cultural de nuestro país, rescatando la identidad propia de cada región, informando sobre su acontecer económico, social y cultural, fortaleciendo los procesos y estrategias educacionales de cada zona. Estos pueden tener soporte impreso, digital, televisivo o radial.

Los concursos a este Fondo son anuales, con postulaciones que comienzan durante el primer trimestre. La web del FFMCS es www.fondodemedios.gob.cl, donde se encuentran sus bases; y las postulaciones son mediante el Portal de Fondos www.fondos.gob.cl. Los concursos públicos deberán difundirse, con al menos quince días hábiles de antelación a la fecha de cierre de las postulaciones, a través de uno o más medios de comunicación social regionales.

Por su parte, el FFOIP tiene por objetivo fortalecer a las organizaciones de interés público, que tengan por finalidad la promoción del interés general en materia de derechos de la ciudadanía, asistencia social, educación, salud, medio ambiente, o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurren al voluntariado. Pueden postular organizaciones sociales sin fines de lucro, entre las cuales cuentan juntas de vecinos, uniones comunales, clubes de adultos/as mayores, ONG, fundaciones, o cualquier otra organización, que se encuentre debidamente inscrita en el Catastro de Organizaciones de Interés Público (OIP) <https://catastro-oip.msgg.gob.cl/index.php#>. La web del FFOIP es www.fondodef fortalecimiento.gob.cl; y las postulaciones son mediante el Portal de Fondos www.fondos.gob.cl

- **Públicos objetivos:**

Concurso FFMCS:

Medios de comunicación, -reconocidos o no, por su respectivo organismo competente-, de alcance local, regional y comunal. Soporte impreso, radio, TV o web. Se consideran tanto medios comunitarios, como públicos y comerciales. Los medios deberán estar inscritos en el Catastro de Medios Regionales: <https://catastromediosregionales.msgg.gob.cl/>

Concurso FFOIP:

Organizaciones de Interés Público, cuya finalidad es la promoción del interés general en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurren al voluntariado, y que estén inscritas en el Catastro de Organizaciones de Interés Público. Son parte del Catastro de Organizaciones de Interés Público, por el sólo ministerio de la ley, las siguientes:

1. Según dispone la ley N°19.418, sobre juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias, las organizaciones territoriales y funcionales;
2. Según dispone la ley N°19.253, sobre protección, fomento y desarrollo de los indígenas, y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, las asociaciones y comunidades indígenas;
3. Según dispone la ley N°19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, las asociaciones de consumidores.



Documento firmado mediante Firma Electrónica Avanzada el 21 de julio de 2025 de acuerdo con la ley N° 19.799.

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al Sitio Web: <https://gestordocumental.msgg.gob.cl/assets/validate.html>

Código de verificación: ggXQc8shkAsTqgXA6g3brA==



Para organizaciones distintas a las señaladas (corporaciones, fundaciones, ONG, etc.), es el Consejo Nacional del Fondo el responsable de reconocer la calidad de interés público, realizar las inscripciones y eliminaciones correspondientes en el catastro y, además, de reconocer la calidad de organización de voluntariado para quienes así lo solicite, todo lo cual puede ser consultado en el Catastro de Organizaciones de Interés Público – Catastro OIP, disponible en <https://catastro-oip.msgg.gob.cl/index.php#>

- **Objetivos**

Para efectos de esta licitación, se tendrá en cuenta objetivos generales y específicos diferenciados, dada las especificidades de cada campaña:

Campaña 1: Difusión Concurso 2025- Fondo de Medios (FFMCS)

- Fomentar las postulaciones al concurso FFMCS 2025, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFMCS 2025, derivando tráfico al sitio www.fondodemedios.gob.cl para información sobre Bases del concurso.
- Releva, la importancia del FFMCS respecto de los medios de comunicación social locales, regionales mediante publicación de material audiovisual, promoviendo su alcance en redes sociales y sitios web ministeriales.
- Informar a los medios regionales, provinciales y comunales no formalizados acerca de los requisitos de postulación, con miras a que estos formalicen sus actividades y puedan postular en futuros concursos, incentivando el tráfico al sitio www.fondodemedios.gob.cl donde se alojan las bases del concurso.

Campaña 2: Difusión Concurso 2025- Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)

- Fomentar las postulaciones al concurso FFOIP 2025, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFOIP 2025, derivando tráfico al sitio www.fondodef fortalecimiento.gob.cl para conocimiento sobre las Bases del concurso.
- Releva, la importancia del FFOIP para las organizaciones sociales y respecto de la participación ciudadana, mediante publicación de material audiovisual, promoviendo su alcance en redes sociales y sitios web ministeriales.
- Informar a las organizaciones sociales no inscritas en el Catastro OIP acerca de los requisitos de postulación, con miras a que estos formalicen sus actividades y puedan postular en futuros concursos incentivando el tráfico al sitio www.fondodef fortalecimiento.gob.cl donde se alojan las Bases del concurso.

Publicaciones por campaña:

Campaña	Periodo Campaña	Presupuesto máximo por hito	Tipo campaña
Difusión Concurso 2025- Fondo de Medios (FFMCS)	Hito 1: 03 de marzo al 21 de marzo. Información relativa a apertura concurso y requisitos.	\$8.000.000.-	Impresa (nacional) Radial Digital De acuerdo con lo propuesto en su Plan de Medios por el oferente.
	Hito 2: 22 de marzo a 29	\$13.000.000.-	





	de abril. Información relativa a requisitos y cierre del concurso.		
Difusión Concurso 2025-Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)	Hito 1: 03 de marzo al 21 de marzo. Información relativa a apertura concurso y requisitos.	\$8.000.000.-	Impresa (nacional) Radial Digital De acuerdo con lo propuesto en su Plan de Medios por el oferente.
	Hito 2: 22 de marzo a 25 de abril. Información relativa a requisitos y cierre del concurso.	\$13.000.000.-	

- Resultados esperados y evaluación:

La agencia entregó un **informe** detallado del alcance de las publicaciones realizadas (aparición en prensa, radio, métricas redes sociales), que permite obtener indicadores para la evaluación de los objetivos de la campaña, además de futuros procesos de difusión. Para el caso de los concursos FFMCS y FFOIP, se logró una cobertura nacional, mediante una publicación en prensa y radio.

Para el caso de redes sociales, la agencia también entregó un **informe** de las publicaciones, que además incluya las métricas en cada una de ellas, dando cuenta de alcance, impresiones, tasa de amplificación, reproducciones, u otros relevantes). Por su parte, respecto de la publicación en medios digitales, estas redirigieron a las páginas web relativas a cada fondo y/o a portal de postulación/elecciones.

Se adjunta a este memorándum el informe de verificación de la campaña del plan de medios contratado a la agencia TOM, mediante Orden de compra N°876-56-SE25



ANA MARÍA CACERES MENA
JEFATURA UNIDAD DE FONDOS CONCURSABLES
SGG - GABINETE
21/07/2025 20:05

