



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

OF. ORD. N° 242/2026

ANT.: Ley 21.796 de Presupuestos
Sector Público año 2026, Partida
20 Capítulo 01 Programa 01,
Glosa 08

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 29/04/2026

DE : DIRECTOR DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS (S)
MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

A : SEGÚN DISTRIBUCIÓN

Junto con saludar y conforme a lo dispuesto en la Ley de Presupuestos N°21.796 para el año 2026, se envía información correspondiente a:

LEY DE PRESUPUESTOS N°21.796, 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,



RAFAEL MARTÍNEZ MENANTEAU
DIRECTOR (S)
DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

WVV/LCG/EFA/RMA/poa

Distribución:

1. Comisión Especial Mixta de Presupuestos.
2. Comisión Hacienda Cámara del Senado.
3. Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
4. Biblioteca del Congreso Nacional
5. Sr. Subsecretario General de Gobierno MSGG.
6. Dirección DAF
7. Departamento de Finanzas MSGG.
8. Central de Documentación.



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

I TRIMESTRE AÑO 2026

21 de abril de 2026

A : RAFAEL MARTÍNEZ MENANTEAU
JEFE DEPARTAMENTO DE 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 2026, promoviendo las postulaciones a estos fondos. Además, este año se debe contemplar de acuerdo a lo dictaminado en la ley, la difusión del proceso de elección de consejeros (as) del FFOIP.

Nombre campaña
Difusión Concurso 2026 - Fondo de Medios (FFMCS)
Difusión Concurso 2026 - Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)
Difusión Elección de Consejeros/as FFOIP período 2026-2027

Mediante Resolución Exenta N°175/2026, de fecha 05 de marzo de 2026, se adjudicó dicha licitación al proveedor Agencia TOM SpA, RUT N°77.631.764-0, por un monto total de hasta \$51.036.321.- impuestos incluidos, quien obtuvo una ponderación del 94.5% en los criterios de evaluación.



Documento firmado mediante Firma Electrónica Avanzada el 21 de abril de 2026 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: **d960c1d7-8e1f-4ba9-a5d0-eb7d9cc520de**

Gobierno de Chile

Página 1 de 4



- **Descripción del servicio**

El Ministerio Secretaría General de Gobierno administra el Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales (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.

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

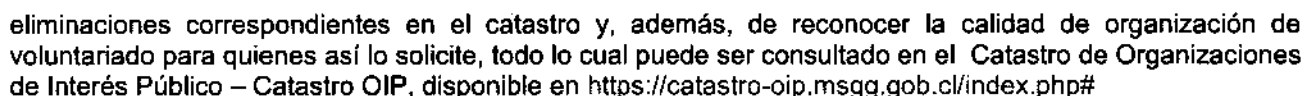


Documento firmado mediante Firma Electrónica Avanzada el 21 de abril de 2026 de acuerdo con la ley N° 19.799.

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

GOBIERNO DE CHILE

Página 2 de 4



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

- Fomentar las postulaciones al concurso FFMCS 2026, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFMCS 2026, 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.

- Fomentar las postulaciones al concurso FFOIP 2026, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFOIP 2026, derivando tráfico al sitio www.fondodefortalecimiento.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.fondodefortalecimiento.gob.cl donde se alojan las Bases del concurso.

Objetivo: difundir el llamado a inscripción de candidaturas para consejeros/as nacionales y regionales del FFOIP, y promover la participación en la votación electrónica de las organizaciones habilitadas.

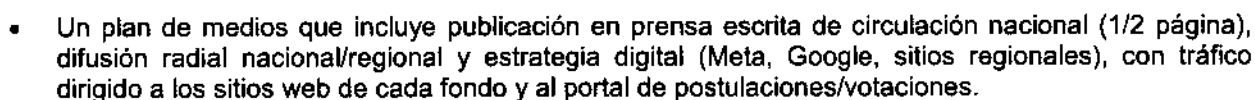
- Un plan de comunicación digital, a través de los canales institucionales (páginas web, redes sociales y mailing), con material gráfico como infografías y/o videos que contengan información sobre plazos, requisitos y formulación de proyectos.
- Un plan de capacitaciones fortalecido, mediante la presencia en los diversos territorios, el uso de herramientas tecnológicas y la articulación con diversos actores estatales relevantes.



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

Código de verificación: **60879** - **GOBIERNO DE CHILE**

Página 3 de 4



Campaña	Periodo Campaña	Presupuesto máximo por hito	Tipo campaña
Difusión Concurso 2026 - Fondo de Medios (FFMCS)	Hito 1: 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: Información relativa a requisitos y cierre del concurso.	\$13.000.000.-	
Difusión Concurso 2026 - Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)	Hito 1: 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: Información relativa a requisitos y cierre del concurso.	\$13.000.000.-	
Difusión Elección Consejeros/as FFOIP 2026-2027	Por determinar una vez definido cronograma del proceso electoral.	\$9.036.321.-	Impresa (nacional), Digital.

La agencia adjudicada deberá proporcionar un informe detallado del alcance de las publicaciones realizadas (aparición en prensa, radio y métricas de redes sociales), que permitirán obtener indicadores para la evaluación de los objetivos de cada campaña, además de servir como insumo para futuros procesos de difusión. Para el caso de los concursos FFMCS y FFOIP, se espera lograr una cobertura nacional mediante publicaciones en prensa y radio.

Para el caso de redes sociales, la agencia deberá proporcionar 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 indicadores relevantes. Por su parte, respecto de la publicación en medios digitales, estas deberán redirigir a las páginas web relativas a cada fondo v/o al portal de postulación/elecciones.

Al cierre del presente trimestre (marzo 2026), las campañas de difusión de los concursos FFMCS y FFOIP se encuentran en pleno proceso de implementación.



ANA MARÍA CACERES MENA
JEFATURA UNIDAD DE FONDOS CONCURSABLES
SGG - GABINETE
21/04/2026 19:28



Código de verificación: <https://gestordocumental.msgg.gob.cl/assets/validate.html?codigo=809670>



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

División Organizaciones Sociales

I TRIMESTRE AÑO 2026



MEMORÁNDUM 4: N° 2026-61/

MAT.: GLOSA 08 DE LA PARTIDA 20 DE LA LEY
DE PRESUPUESTO N° 21.796 AÑO 2026

21 de abril de 2026

DE : KATERINE MONTEALEGRE NAVARRO
DIRECTORA DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES

A : FRANCESCA GORZIGLIA CHEVIAKOFF
DIRECTORA DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Por medio del presente y en relación al Primer Informe Trimestral de la ejecución programática de la División de Organizaciones Sociales año 2026, informo a Ud. que nuestra División no contempla la ejecución de acciones en la materia que señala la glosa 08 de la Ley de Presupuesto 2026, por lo que toda información remitida en el informe señalado por la DOS, se enmarca dentro de lo requerido por las Glosas 05 y 06 de la Ley N°21.796.

Lo anterior para su conocimiento e información.

Le saluda atentamente,



KATERINE MONTEALEGRE NAVARRO
DIRECTORA DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES
SGG - DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES
(DOS)
21/04/2026 18:10



MARCELA CABRERA
JEFATURA UNIDAD DE
CONTROL DE CUMPLIMIENTO
DE LA GESTIÓN
(DOS)
21/04/2026 17:22:20



EVELIN STURIONE
JEFATURA DEPARTAMENTO DE
COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA Y
CONTROL DE GESTIÓN
DOS
21/04/2026 17:23:00

Central de Documentación
- Archivo Dirección DOS
- Unidad Control del Cumplimiento de la Gestión

DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES



Documento firmado mediante Firma Electrónica Avanzada el 21 de abril de 2026, 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: XpMyAP5L3x95LO9QREFluQ==



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Secretaria de Comunicaciones

I TRIMESTRE AÑO 2026

GLOSARIO DE INFORME TRIMESTRAL DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Ministerio	Subsecretaría o servicio	Nombre de la campaña	Nº de licitación	OC	Tipo de compra	Objetivo de la Campaña	Inversión bruta	Plataforma de Redes sociales	Observaciones
Ministerio de Agricultura	INDAP	Ayuda temprana	LP 609-17-LQ25	609-627-SE25 / 609-625-SE25	Licitación. Extensión de contrato.	Informar sobre los programas e instrumentos de INDAP.	\$ 20.391.341	Difusión por Meta	
Ministerio de Agricultura	Corporación Nacional Forestal	Campaña de Prevención de Incendios Forestales 2025-2026	ID 633-78-LR25	633-995-SE25	Licitación Pública	Concientizar y orientar a la población a la responsabilidad en el uso del fuego y fuentes de calor, preparación ante temporada de incendios y como actuar ante la emergencia	\$ 212.085.738	Difusión por Meta y Google y TikTok	La campaña sigue en ejecución hasta finalizar el primer semestre
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA		720-1150-TD25	TRATO DIRECTO	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA	\$ 1.071.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA		720-1153-TD25	TRATO DIRECTO	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA	\$ 1.249.500		
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA		720-1151-TD25	TRATO DIRECTO	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA	\$ 1.071.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA		720-1155-TD25	TRATO DIRECTO	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA	\$ 1.428.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA		720-1149-TD25	TRATO DIRECTO	CAMPAÑA MOSCA DE LA FRUTA	\$ 1.071.000		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE ENERO		1160-1-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE ENERO	\$ 3.659.179		

Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 100 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO		1160-3-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 100 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO	\$ 451.843		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO		1160-4-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO	\$ 319.172		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO		1160-5-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE ENERO	\$ 168.753		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA DE LA FRUTA MALLOA		905-5-AG26	COMPRA ÁGIL	EMERGENCIA MOSCA DE LA FRUTA MALLOA	\$ 499.800		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMERGENCIA MOSCA DE LA FRUTA MALLOA		905-7-SE26	CONVENIO MARCO	EMERGENCIA MOSCA DE LA FRUTA MALLOA	\$ 194.319		

Ministerio de Agricultura	SAG	160 EMISIONES DE 30 SEGUNDOS C/U. EN LA REGION DE VALPARAISO POR EMERGENCIA ANEMIA INFECCIOSA EQUINA		760-26-TD26	TRATO DIRECTO	160 EMISIONES DE 30 SEGUNDOS C/U. EN LA REGION DE VALPARAISO POR EMERGENCIA ANEMIA INFECCIOSA EQUINA	\$ 2.764.608		
Ministerio de Agricultura	SAG	CAMPAÑA DIFUSIÓN RADIAL PARA EMERGENCIA INFECCIOSA EQUINA		905-13-AG26	COMPRA ÁGIL	CAMPAÑA DIFUSIÓN RADIAL PARA EMERGENCIA INFECCIOSA EQUINA	\$ 1.457.750		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE FEBRERO		1160-1-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE FEBRERO	\$ 3.355.800		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 120 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE FEBRERO		1160-1-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 120 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO DURANTE EL MES DE FEBRERO	\$ 419.545		

Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 100 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO		1160-3-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 100 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO	\$ 415.696		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO		1160-4-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO	\$ 300.570		
Ministerio de Agricultura	SAG	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO		1160-5-SE26	CONVENIO MARCO	EMISION 78 FRASES RADIALES DE 30" CADA UNA, SOBRE EMERGENCIA ANEMIA INFECCIONADA EQUINA, DISTRIBUIDAS DE LUNES A VIERNES EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y LOS ANGELES, CON COBERTURA EN LA REGIÓN DEL BIOBIO DURANTE EL MES DE FEBRERO	\$ 150.174		

Ministerio de Agricultura	SAG	DIFUSIÓN RADIAL. CAMPAÑA POR EMERGENCIA ANEMIA INFECCIOSA EQUINA. PRESENTE EN TERRITORIO NACIONAL - COMUNIC A SAG ARAUCANÍA	906-23-TD26	TRATO DIRECTO		\$ 2.000.000			Dentro de la emergencia ocurrida en enero de 2026, la campaña debió ser pausada durante dos semanas. En este contexto, el plan de medios no pudo ejecutarse en su totalidad, limitándose únicamente a la promoción de algunas publicaciones en redes sociales, por un total de \$1.214.607 A esto se sumaron los siguientes gastos: - Producción Audiovisual: cobertura y piezas día del evento; gestión de contenidos, 7 equipos desplegados. \$10.829.000. - Producción Multimedia Campaña: gestión de contenidos, CM, equipo humano; cobertura, gráficas y videos difusión, \$6.570.000. - Pago TVN: cobro proporcional
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	Servicio Nacional del Patrimonio Cultural	Día de los Patrimonios 2026 (Verano, Mayo y NNA)	1436381-12-I-Q25	Licitación pública		\$ 24.706.892	DPC verano: difusión por Meta		
Ministerio de Defensa	Armada de Chile	Campaña de ingreso a la Institución de Tropas Profesionales, Conductor Automotriz, Infante de Marina Músico y Mecánico Maestranza.	3109-35-LE24	Licitación Pública		\$ 3.598.561	Meta, Google Ads, Tik Tok		

Ministerio de Defensa	Armada de Chile	Campaña Publicitaria del Concurso Público de Oficiales Prácticos de los Servicios Marítimos.	No Aplica	150NOV2025	Directa (Trato Directo)	Servicios de publicación de aviso en prensa escrita, llamado a concurso de admisión de Oficiales Ejecutivos en retiro de la Armada de Chile o Capitanes de la Marina Mercante Nacional que ingresarán a la planta de la Institución como Oficiales de los Servicios.	\$	72.977	No Aplica	
Ministerio Desarrollo Social y Familia	Elige Vivir Sano	Lo que te mueve	711841-33-LP25	711841-847-SF25	Licitación	Fomentar la práctica de actividad física de manera sistemática y desde temprana edad en niños, niñas y adolescentes, además de incentivar la adopción de una dieta balanceada diaria para lograr un bienestar físico y emocional.	\$	33.600.091	Difusión digital en Meta, Google, TikTok, KidsCorp, Mega Media, Medios Regionales de Chile, Más Medios, Soy Chile, Mow, Ilumin y Turno en vivo.	
Ministerio Desarrollo Social y Familia	SENAMA	Concurso Literario Autobiográfico de Personas Mayores	Compra ágil 1300-31-COT26	1300-85-AG26	Compra ágil	Difundir el Concurso Literario Autobiográfico de Personas Mayores	\$	2.502.808	2502808	Plan de medios radiales y digitales para la difusión de la 12° Edición del Concurso Literario PM 2026
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura	Semana Santa	701-134-AG26	701-134-AG26	Compra Ágil	Promover pesca legal y consumo seguro de pescados y mariscos	\$	413.781	Difusión instagram y facebook	
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Campaña comunicacional Destino Región de Coquimbo	1869-14-LP25	1869-34-SE25	Agencia	Visualizar el destino región de Coquimbo y difundir sus experiencias	\$	91.180.396	Difusión por Meta y tiktok	se incluye prensa regional y metropolitana, soportes en aeropuertos, radios regional y nacional.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Difusión del destino para Temporada Alta (Agencia de Medios para la Promoción Turística Nacional, Internacional y Mice 2025 -2026, Región de Antio y Páramos)	1330-12-LQ25	1330-56-SE25	Licitación Pública	Difusión del destino para Temporada Alta entre los mercados prioritarios	\$ 24.288.574	Campaña digital en Facebook, Instagram, Youtube, Display y Sem, con cobertura nacional.	En ejecución. Monto indicado corresponde a lo ejecutado de enero a marzo.
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Carretera Austral	1332-11-LQ25	1332-79-SE25	Licitación	Contribuir al posicionamiento del destino Aysén Patagonia y la Carretera Austral como opción destacada para vacaciones y escapadas, promoviendo sus principales atractivos, atributos y experiencias en los cuatro subdestinos: Aysén Patagonia Queulat, Aysén Patagonia Chelénko, Aysén Patagonia Glaciares y Coyhaique-Puerto Aysén. Como parte de la estrategia, se buscará aumentar el tráfico hacia el sitio web oficial www.aysenpatagonia.cl , incentivando la exploración del contenido y la planificación de visitas a la región	\$ 23.919.764	Difusión por Meta y Youtube	La campaña digital se centró en generar tráfico a la web (CPC) y aumentar el alcance, mediante Meta y Youtube con formatos audiovisuales dirigidos a hombres y mujeres de 25 a 65 años. La inversión en redes sociales se enfocó en el mercado nacional, con prioridad en Santiago, Antofagasta, Concepción y Puerto Montt. La estrategia prioriza derivar visitas a aysenpatagonia.cl , complementando con interacciones.
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Servicio Nacional de Turismo	Chita Qué Lindo	1591-7-LR25		Licitación pública	Promoción y venta de paquetes de viajes VTE	\$ 4.395.860	NA	Radio nacional (cooperativa e imaginaria)
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Corporación de Fomento de la Producción	CAMPANA DE DIFUSION EN REDES SOCIALES	1368-30-SE25	1368-30-SE25		Difusión de instrumentos Corfo	\$ 626.988	Meta	

Ministerio de Educación	Subsecretaría de Educación	Volvamos a clases.El aprendizaje se construye en comunidad día a día.		592-79-LQ25	Licitación pública	Promover la asistencia regular y sostenida de los estudiantes al sistema educativo, sensibilizando a las familias sobre su importancia para el aprendizaje y desarrollo integral, y fomentando el compromiso con la continuidad de las trayectorias educativas.	\$ 57.500.000	Difusión por Meta y Google	
Ministerio de Hacienda	Defensoría del Contribuyente	Operación Renta 2026	1219102-3-LE25	1219102-79-SE25	Licitación	Difundir los derechos de los contribuyentes durante la Operación Renta	\$ 4.200.000	Redes sociales institucionales (Instagram, LinkedIn y Facebook), Meta y Google Ads	Desarrollo de campañas comunicacionales en formato digital, para promover los servicios que ofrece la Defensoría del Contribuyente a las personas.
Ministerio de Obras Públicas	Dirección General de Aguas	Publicidad radial de listado derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patentes	N/A	N/A	Trato Directo	Publicidad y Difusión	\$ -		Publicidad radial de listado derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patentes
Ministerio de Obras Públicas	Dirección General de Aguas	Publicidad radial de listado derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patentes	N/A	N/A	Trato Directo	Publicidad y Difusión	\$ -		Publicidad radial de listado derechos de aprovechamiento de aguas afectos al pago de patentes
Ministerio de Relaciones Exteriores	Subsecretaría de Relaciones Exteriores	Campaña Visa Waiver "Chile te espera de vuelta"	1076403-16-LE25	1076403-40-SE25	Licitación pública	Promover el turismo responsable de ciudadanos chilenos que viajan a EU, enfatizando el cumplimiento del programa de exención de visa y las obligaciones mientras visitan dicho país.	\$ 3.623.550	Banners en plataforma Google, Video para Youtube, Iluminic Programatic	Campaña ejecutada por agencia Dual Media

Ministerio Relaciones Exteriores	ProChile	Campaña Aula Virtual 1° semestre	Resolución Exenta N° 01400/2025	1082957-76-SE26	Convenio ProChile	Promoción los contenidos para la campaña de los cursos y diplomado del programa Aula Virtual	\$ 2.000.000	Difusión por Instagram y LinkedIn	
Ministerio Relaciones Exteriores	ProChile	Enexpro Soluciones Globales	Resolución Exenta N° 01400/2025	1082957-58-SE26	Convenio ProChile	Promocionar los contenidos para el Encuentro de Exportaciones, Enexpro Soluciones Globales 2026	\$ 1.000.000	Difusión por LinkedIn	
Ministerio Relaciones Exteriores	ProChile	8M	Resolución Exenta N° 01400/2025	1082957-54-SE26	Convenio ProChile	Promoción de la mujeres premiadas por el programa Mujer exportadora de ProChile e el marco del 8M	\$ 500.000	Difusión Meta	
Ministerio de Salud	FONASA	Elige tu salud	591-34-LE25	591-7703-SE25	Licitación pública	Convocar a la población interesada en tópicos relacionados a salud	\$ 30.653.333	YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Display y video, Search ads google, medios regionales	Sin observaciones
Ministerio de Salud	Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	SERV. GESTION CAMPANAS COMUNICACIONALES PROGRAMA MAREA ROJA	2099-7-LE26	2099-83-SE26	LICITACION	Difundir campaña comunicacional de la Seremi de Salud Magallanes con clara identificación local a través de los medios de comunicación, entregando información programas de la autoridad sanitaria para resguardar a la población	\$ 8.856.575	NO APLICABLE	N/A

Ministerio de Salud	Nivel Central	Campaña Comunicacional SNIRE (Receta electrónica)	sin numero	757-185-SE25	Regularización de trato directo	Diseño y elaboración de piezas gráficas para la difusión de la receta electrónica (utilizadas en la página de receta electrónica y en el sitio web del MINSAL).	\$ 6.000.000	sin difusión en redes sociales	Orden de compra por un monto total de \$19.754.000 (año 2025), de los cuales, durante el primer trimestre, se efectuó el pago de \$6.000.000 correspondiente a los productos entregados (diseño y gráfica para SNIRE). Los antecedentes de pago se encuentran disponibles en el expediente Cero Papel N° 019967/2026
Ministerio del Trabajo	Subsecretaría de Previsión Social	DIFUSIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA LEY N°21.735 "PAGO DE SEGURO SOCIAL", EN LA RED METRO DE SANTIAGO	N/A	1592-5-TD26	Trato Directo	DIFUSIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA LEY N°21.735 "PAGO DE SEGURO SOCIAL", EN LA RED METRO DE SANTIAGO	\$ 32.279.673	VÍA PÚBLICA	
Ministerio del Trabajo	Subsecretaría de Previsión Social	SERVICIO DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL: "PAGOS DEL SEGURO SOCIAL"	1592-10-1-E26	1592-6-SE26	Licitación Pública	SERVICIO DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL: "PAGOS DEL SEGURO SOCIAL"	\$ 55.000.000	TV, RADIO y DIGITAL	
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Conaset	Mateo, un buen tipo	1751-1-LR25	1751-15-SE26	Licitación Pública	Fomentar las conductas correctas en el tránsito, evitando el consumo de alcohol y otras drogas, las distracciones al volante y la velocidad imprudente.	\$ 128.662.800	Meta, Google, Spotify	El monto bruto declarado considera producción de piezas
Ministerio Secretaría General de Gobierno	Unidad de Fondos concursables	Fondos concursables y consejeros regionales	876-8-LF26		Licitación Pública	Informar sobre el proceso de postulación para los fondos concursables y consejeros regionales.	\$ 51.036.021	Difusión Meta y google Ads	
Vivienda y Urbanismo	Vivienda y Urbanismo	Habitacionales y barriales	587-14-LR25	587-370-SE25	Licitación Pública	e ciudad del Minvu, a los	\$ 402.000.000	Difusión por Meta	Segunda cuota contrato