



# FONDO DE FOMENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL REGIONALES, PROVINCIALES Y COMUNALES

## FORMULARIO DE POSTULACIÓN CONCURSO 2021 (100% Ítem Honorarios)

Ministerio Secretaría General de Gobierno  
Unidad de Fondos Concursables



## I. ANTECEDENTES PROYECTO

ANTECEDENTES DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN			
Los datos aportados deben corresponder exclusivamente al medio de comunicación postulante.			
Razón Social o nombre de la persona natural dueña del medio de comunicación			
RUT del medio de comunicación / RUN de persona natural			
Nombre fantasía del medio de comunicación			
Tipo de proyecto Radio Comunitaria	<input type="radio"/> Medio de Comunicación Radial Comunitario Ley N°19.418		
Tipo de medio de comunicación	<input type="radio"/> Radial <input type="radio"/> Impreso <input type="radio"/> Televisión <input type="radio"/> Digital		
Señal distintiva (sólo para radios)	(Ej. XQC-087)		
Dirección del medio de comunicación	(La dirección del medio debe ser dentro de la región donde se llevará a cabo el proyecto).		
Región		Provincia	
Comuna			
Tipo de cuenta asociada a razón social	(Cta.Cte., Vista, RUT, otras)	Banco	
N° de cuenta bancaria	(completa)		
Correo electrónico del medio de comunicación	(sin espacios)		
Teléfono contacto del medio de comunicación	(Código de la región + número o celular)		

REPRESENTANTE LEGAL			
Datos de contacto aportados, deben corresponder exclusivamente al representante legal del medio postulante.			
Nombre completo			
RUN		Sexo	<input type="radio"/> M <input type="radio"/> F <input type="radio"/> O
Fecha de nacimiento	dd/mm/aaaa		
Ocupación, profesión u oficio			
Domicilio particular del Representante Legal			
Región		Comuna	
Teléfono fijo	(Código de la región + número)	Teléfono móvil	
Correo electrónico	(sin espacios)		

CAMPO EXCLUSIVO PARA RADIOS QUE ARRIENDAN SEÑAL	Marque con una X si la radio que postula a este concurso arrienda la señal.	SÍ		NO	
<p><b>ANTECEDENTES DEL MEDIO ARRENDADOR EN CASO DE QUE SE HAYA MARCADO “SÍ”. (SI ES “NO” CONTINUE CON EL RECUADRO DE DATOS DEL PROYECTO).</b> Los datos aportados deben corresponder exclusivamente a la persona natural y/o jurídica <u>dueña</u> del medio de comunicación.</p>					
Nombre fantasía del medio arrendador					
RUT del medio de comunicación / RUN de la persona natural					
Razón Social o nombre de la persona natural dueña del medio de comunicación					
Dirección					
Región		Comuna			
Correo electrónico					
Señal distintiva (sólo para radios)	(Ej. XQC-087)				
Teléfono de contacto					

PROYECTO	
Nombre del proyecto que se va a ejecutar	
<p><b>Nombre del proyecto</b> (100 caracteres aprox.)</p>	<p>“...”</p>

AREA TEMÁTICA DEL PROYECTO	
Área temática a la que postula (Puede marcar con una X más de una alternativa, en el caso que su proyecto las incluya). Revisar ejemplos de líneas temáticas de financiamiento en las Bases de su región.	
	ARTE Y CULTURA REGIONALES
	EDUCACIÓN
	EDUCACIÓN CÍVICA Y PÚBLICA
	HISTORIA REGIONAL

	INICIATIVAS DE IDENTIDAD CULTURALES
	ECONOMÍA Y DESARROLLO REGIONALES
	INFORMACIÓN REGIONAL, PROVINCIAL Y COMUNAL
	ENFOQUE DE GÉNERO
	INCLUSIÓN SOCIAL
	EDUCACIÓN EN TEMAS DE SALUD
	MEDIO AMBIENTE

#### IDENTIFICACIÓN DEL COORDINADOR DEL PROYECTO

Datos de contacto aportados, deben corresponder exclusivamente al coordinador de proyecto del medio postulante. Si el representante legal del medio, será el encargado del proyecto, favor no completar.

<b>Nombre completo</b>			
<b>RUN</b>			
<b>Teléfono fijo</b>	(Código de la región + número)	<b>Teléfono móvil</b>	
<b>Correo electrónico</b>	(Sin espacios)		

#### REGIÓN Y COMUNAS DE EJECUCIÓN E IMPACTO

<b>Región</b>		<b>Comuna(s)</b>	
---------------	--	------------------	--

#### ENFOQUE DE GÉNERO

Se entiende la incorporación del enfoque de género, como una herramienta para comprender las demandas diferenciadas de hombres, mujeres, lesbianas, gays, bisexuales, transgéneras/os e intersexuales, entre otros, con el propósito de dar respuestas focalizadas, participativas y equitativas.

¿En el proyecto se identifican inequidades, brechas y/o barreras de género? Explique brevemente cuáles son las inequidades, brechas y/o barreras. Extensión máxima: 1000 caracteres	
---	--

#### RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué se quiere realizar? Extensión máxima: 500 caracteres	
¿Por qué se quiere realizar el proyecto? Extensión	

máxima: 500 caracteres.	
<p><b>¿Qué resultados se esperan alcanzar con la ejecución del proyecto?</b> Extensión máxima: 500 caracteres.</p>	

#### DIAGNÓSTICO

Describa la situación y/o problema que aborda el proyecto, es decir, situación actual y antecedentes claves para comprender el problema, sus causas y consecuencias.

Procurar incluir fuentes de información oficial o comprobable, tales como estudios, informes, análisis, estadísticas, entre otros.

**Extensión máxima: 1.000 caracteres aprox.**

#### OBJETIVOS

**Objetivo general** ¿Cuál es el fin último que persigue el proyecto para abordar la situación descrita en el Diagnóstico?  
**Extensión máxima: 300 caracteres aprox.**

**Objetivos específicos** Describa las etapas y acciones que desarrollará para alcanzar el objetivo general. **Extensión máxima: 700 caracteres aprox.**

## II. ACTIVIDADES

- **TIPOS DE ACTIVIDADES**

### **PLANIFICACIÓN**

Las actividades de planificación son las que se realizan internamente por el equipo de trabajo para organizar y coordinar la(s) actividad(es) principal(es). Sólo es necesario identificar de forma general las acciones de planificación que contempla el proyecto. Las actividades de planificación podrán eventualmente prescindir de beneficiarios directos.

### **DIFUSIÓN**

Las actividades de difusión se efectúan para dar a conocer el proyecto a la comunidad. Indique la cantidad de beneficiarios directos.

### **INAUGURACIÓN**

La(s) actividad(es) de inauguración es en la que se realiza el lanzamiento del proyecto y se realiza antes de la ejecución. Puede contemplar la invitación de autoridades. Indique la cantidad de beneficiarios directos.

### **IMPLEMENTACIÓN**

La(s) actividad(es) de ejecución son la parte central del proyecto. Se pueden incluir, por ejemplo, grabación del programa radial o de televisión, entrevistas, redacción del texto a publicar, etc. Indique la cantidad de beneficiarios directos.

### **CIERRE**

En esta actividad se finaliza el proyecto. Puede contemplar la invitación de autoridades. Indique la cantidad de beneficiarios directos.

- **BENEFICIARIOS DIRECTOS**

Los beneficiarios directos son quienes recibirán y se beneficiarán directamente de las acciones del proyecto. Ellos están en contacto con el equipo a cargo del proyecto y en ellos se esperan ver reflejado los cambios enunciados en los objetivos específicos de la intervención propuesta.

Los beneficiarios indirectos corresponden a todos los sujetos que tienen relación con los beneficiarios directos. En este tipo de beneficiarios es posible, posteriormente observar y medir el o los impactos de los proyectos.

**RECUERDE: DEBE INCLUIR TANTAS FICHAS COMO ACTIVIDADES TENGA EL PROYECTO.**

**FICHA ACTIVIDAD: DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD (Planificación, Difusión, Inauguración, Implementación o Cierre).**

Detalle de forma general en qué consiste la(s) actividad(es) de su proyecto, indicando la(s) fecha(s) en que realizará(n) la(s) actividad(es) según el tipo de actividad seleccionada.

<b>SELECCIONAR EL TIPO DE ACTIVIDAD</b>	<input type="checkbox"/> Planificación <input type="checkbox"/> Difusión <input type="checkbox"/> Inauguración <input type="checkbox"/> Implementación <input type="checkbox"/> Cierre					
<b>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</b>						
Lugar de Ejecución						
Dirección						
Región				Comuna		
Fecha de Ejecución	Fecha Inicio			Fecha Término		
Beneficiarios directos <sup>1</sup>	Mujeres	Nº	Hombres	Nº	Total	Nº
<b>Descripción y temática:</b> Detalle en qué consiste la actividad y qué se pretende lograr con ella. <b>Extensión máxima: 500 caracteres.</b>						

<sup>1</sup> Beneficiarios directos son quienes recibirán y beneficiarán directamente de las acciones del proyecto. En estas personas se esperan ver reflejado los cambios enunciados en los objetivos específicos de la intervención propuesta. En los beneficiarios es posible, posteriormente, observar y medir el o los impactos del proyecto.

### III. ÍTEM DE PRESUPUESTO

#### PRESUPUESTO ASOCIADO AL PROYECTO

El proyecto tiene un costo asociado, el que se divide en 3 ítems:

- **Producción y Difusión** (Sin tope).
- **Honorarios** (Sin tope).
- **Inversión y/o Equipamiento** (80% del presupuesto).

\* Los montos se calcularán dependiendo del porcentaje de gastos por ítem. El porcentaje será el monto máximo.

#### SE LES RECUERDA:

PRSUPUESTO MEDIOS COMERCIALES	MONTO MÁXIMO
RADIO DIFUSIÓN SONORA	\$3.800.000
PRENSA ESCRITA	\$3.500.000
TELEVISIÓN: SEÑAL ABIERTA O POR CABLE	\$3.500.000
SOPORTES DIGITALES (PÁG. WEB)	\$2.500.000
PRSUPUESTO MEDIOS REGIDOS POR LEY N°19.418	MONTO MÁXIMO
RADIO DIFUSIÓN SONORA COMUNAL CIUDADANAS LEY N° 19.418	\$4.000.000



### CATEGORÍA DE GASTO: PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN

La categoría de Producción y Difusión **no tiene un tope porcentaje del gasto total.**

En esta categoría se incluyen gastos como por ejemplo: arriendos, alimentación, impresiones, materiales de oficina tales como resmas, CD, DVD, lápices, carpetas, folletería, afiches, volantes, diseños, publicidad, pendones, transporte para entrevistas, movilización, entre otros.

- **NO SE ACEPTAN** gastos fijos del medio como pagos de servicios de agua, luz, y teléfono, pagos de arriendo de sede del mismo medio y aquellos que no tengan relación con los objetivos del proyecto; sólo los incrementos generados en dichos gastos asociados.

DETALLE DE GASTOS PARA LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO	JUSTIFICACIÓN DEL GASTO, SERVICIO O BIEN A ADQUIRIR	MONTO A SOLICITAR AL MSGG
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
<b>TOTAL</b>		\$

(Agregue tantas filas como gastos de producción y difusión contenga el proyecto).

### CATEGORÍA DE GASTO: HONORARIOS

Se puede destinar **hasta el 100% del total del presupuesto** para la categoría de Honorarios.

En esta categoría se incluyen gastos como por ejemplo: pagos a profesionales por investigaciones periodísticas, pago de honorarios a locutores, camarógrafos, corresponsales, reporteros, fotógrafos, animadores, web masters, técnicos audiovisuales, radio-controladores, sonidistas, diseñadores gráficos, editores, entre otros. Es necesario listar separadamente las personas que emitan boletas de honorarios de las que tengan liquidaciones de sueldo.

#### CATEGORÍA DE GASTO: HONORARIOS

#### HONORARIOS CON BOLETA DE HONORARIO Y/O LIQUIDACIONES DE SUELDO

(Agregue tantas filas como honorarios contenga el proyecto).

NOMBRE DEL PROFESIONAL	RUT PROFESIONAL	PROFESIÓN U OFICIO	ANTECEDENTES ACADÉMICOS Y LABORALES	DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL SERVICIO (Extensión máxima: 200 caracteres)	HORAS DEDICADAS AL PROYECTO	MONTO A SOLICITAR AL MSGG
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
						\$
<b>TOTAL</b>						\$

(Agregue tantas filas como gastos de producción y difusión contenga el proyecto).



### CATEGORÍA DE GASTO: INVERSIÓN Y/O EQUIPAMIENTO

Todo proyecto puede considerar hasta un tope máximo del 80% del total del presupuesto para gastos de inversión y/o equipamiento.

En esta categoría se incluyen gastos relacionados con la compra de activos fijos que resulten indispensables para la adecuada ejecución del proyecto por parte del medio de comunicación (bienes corporales muebles). Por ejemplo: cámaras fotográficas, cables, mesas de sonidos, mezcladoras, audífonos, micrófonos, cámaras de video, amplificadores de audio, atriles, tarjetas de sonido, grabadoras, interfaces, mixers, ecualizadores, pendrives, monitores audio y video, zoom cámaras, lentes de cámara, entre otros.

**NO ES GASTO INVERSIÓN Y/O EQUIPAMIENTO: REPARACIONES DE INFRAESTRUCTURA.**

**En la columna "Descripción del bien a adquirir" indique con detalle el bien que se desea comprar (marca modelo, etc.)**

(Agregue tantas filas como gastos en inversión y/o equipamiento contenga el proyecto).

BIEN A ADQUIRIR	DESCRIPCIÓN DEL BIEN A ADQUIRIR	¿POR QUÉ ES NECESARIA LA COMPRA?	MONTO A SOLICITAR AL MSGG
			\$
			\$
			\$
			\$
<b>TOTAL</b>			\$

(Agregue tantas filas como gastos de producción y difusión contenga el proyecto).

RESUMEN DE GASTOS		
CATEGORÍA DE GASTO	MONTO SOLICITADO AL MSGG	
PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN	\$ x.xxx.xxx.-	No hay tope de porcentaje del total.
HONORARIOS	\$ x.xxx.xxx.-	No hay tope de porcentaje del total.
INVERSIÓN Y/O EQUIPAMIENTO	\$ x.xxx.xxx.-	El gasto no puede exceder el 80% del total solicitado.
<b>TOTAL</b>	\$ x.xxx.xxx.-	Suma de todas las categorías de gastos.

### MEDICIÓN DE LOGROS

1. ¿Cómo va a medir los logros del proyecto?
2. ¿Cuáles serán sus medios de verificación del proyecto?
3. ¿Cómo va a medir el cumplimiento de los objetivos del proyecto?
4. ¿Qué metas se propone el proyecto?

*Ejemplo 1: Nos comprometemos a elaborar una prueba a nuestro equipo de trabajo que se capacitó en fundamentos para una comunicación efectiva en equipos de trabajo. De esto el 90% debe tener una nota superior a 6.*

*Ejemplo 2: Entregaremos a 20 escuelas básicas de nuestra comuna, provincia o región, el material que se trabajó en la realización del proyecto, con fines educativos y de material de apoyo para el alumnado.*

(Agregue tantos cuadros como logros contenga el proyecto).

Liste los resultados esperados del proyecto (los resultados deben ser medibles y cuantificables)	Cuantifique el resultado esperado del proyecto (ejemplo, número de ejemplares impresos, visitas en página web, etc.)	Medios de verificación (1 ejemplar de la publicación, CDs de audio, fotografías, piezas gráficas, etc.)
<p><b>IMPACTO SOCIAL</b> Explique brevemente el impacto social que tendrá el proyecto en la comunidad que intervendrá. <b>Extensión máxima: 500 caracteres.</b></p>		