

## Fondo para la Educación Previsional, FEP 2021, XVI Concurso Público de proyectos de Difusión del Sistema de Pensiones

### Informe Trimestre octubre- diciembre 2021 – Art.14.2 Ley de Presupuestos

#### I. Antecedentes

1. Tal como se señaló en informe anterior, en esta versión del Concurso, **se adjudicaron recursos a 17 proyectos**, los que fueron seleccionados de un total de 62 propuestas presentadas.
2. La ejecución de estas iniciativas se inició el 1 de junio del presente. **El monto total adjudicado a estos 17 proyectos fue de \$ 1.582.199.154** (mil quinientos ochenta y dos millones, ciento noventa y nueve mil, ciento cincuenta y cuatro pesos) y, en su formulación, las iniciativas comprometieron alcanzar más de 10 millones de beneficiarios indirectos. De estos proyectos, tres contemplan una ejecución de cuatro meses y los 14 restantes, de cinco meses.
3. En su ejecución estas iniciativas han realizado **acciones de difusión** dirigidas a beneficiarios indirectos **a través de los soportes radial, audiovisual, digital e impreso** (cápsulas radiales o televisivas, avisos en medios informativos impresos, sitios web, aplicaciones móviles y materiales o piezas digitales y online).
4. Actualmente, los proyectos de cuatro meses finalizaron su etapa de ejecución y se encuentran en proceso de término formal.
5. La **Modalidad de Pago fue Contra Rendición** para todos los proyectos.

#### II. Resultados de la ejecución de los proyectos:

1. La ejecución presupuestaria del XVI Concurso del Fondo para la Educación Previsional alcanzó un total de \$ 1.559.703.975, cifra correspondiente al 99% de los recursos asignados a las entidades ejecutoras (\$1.582.199.154).
2. Con los recursos asignados a los 17 ejecutores de proyectos se superó la cobertura de 10.302.647 beneficiarios indirectos formulados, a través de las estrategias de difusión radiales y televisivas, como cápsulas o programas en esos soportes; online, como sitios WEB, redes sociales o aplicaciones; material impreso, como diarios, revistas y folletería. Los certificados de cobertura respaldan la cobertura de beneficiarios alcanzada por las estrategias de difusión.

3. **Género:** en el marco de la importancia que reviste considerar el enfoque de género en las políticas públicas, se consideró también en este concurso asignar puntaje a aquellos proyectos que consideraran determinadas medidas y acciones para las mujeres, uno de los grupos con mayor vulnerabilidad previsional. Todos los proyectos comprometieron medidas de género en su formulación. De los 17 proyectos adjudicados, el 100% de estos incorporó al menos 1 de las medidas de género señaladas en el formulario de postulación, a las cuales se les dio seguimiento en el transcurso de su ejecución. En el cuadro siguiente se resume el número de proyectos que comprometieron estas medidas:

	<b>Medidas de Equidad de Género</b>	<b>N° de proyectos que comprometieron las medidas</b>	<b>% proyectos</b>
1	Mayor participación de mujeres dentro del proyecto	12	70,1
2	Presenta materiales y contenidos de equidad de género del sistema previsional.	17	100
3	Medidas de equidad de género señaladas en la Ley 20.255	12	70,1
4	Otras medidas específicas para abordar brechas	11	65

(Fuente: Plataforma Seguimiento y Supervisión FEP 2021)

Los 17 proyectos adjudicados (100%) seleccionaron en su formulación aquella medida de género relacionada con “Presenta materiales y contenidos de equidad de género del sistema previsional”; seguida, en igual porcentaje de selección aquellas medidas vinculadas a “una mayor participación de mujeres dentro del proyecto”, y aquella que considera incorporación de “medidas de equidad de género señaladas en la Ley 20.255”, las cuales fueron comprometidas por 12 proyectos. De las señaladas como “otras medidas específicas para abordar brechas”, seleccionadas por 11 proyectos (65%), se especifican las siguientes:

- Propuesta de contenidos de las piezas para radio y redes sociales consideró materiales específicos para la mujer.
- Desarrollo de piezas de difusión para videos, radios, redes sociales y página web, con acciones y contenidos dirigidos a las mujeres de las regiones consideradas en el proyecto, con el objetivo de acortar las brechas existentes en estas materias.

- El contenido, guion y ejecución del proyecto contempla y destaca distintas características de las mujeres en el mundo laboral y sus consecuencias, así como otros puntos relevantes para la mujer con respecto al sistema de seguridad social y previsional.
- Emisión de cápsulas radiales y de video en horarios en que la audiencia esté compuesta por público femenino, según estudios de audiencias de cada medio de difusión. Elaboración de material digital con información exclusiva sobre las medidas de equidad de género del sistema previsional.
- Se cuida la proporcionalidad en las imágenes que representen igualdad y diversidad entre hombre y mujeres. Se cuenta en el equipo con profesional experta en género que incorporará las medidas comprometidas.
- Capacitación a los expertos previsionales en utilización de lenguaje inclusivo, no sexista.

Los proyectos que comprometieron las medidas de equidad de género en su formulación cumplieron el 100% de sus compromisos en la ejecución de las iniciativas. Asimismo, aquellos proyectos mencionados que incluyeron “otras medidas”, las cumplieron igualmente al 100%.

La verificación del cumplimiento de estas medidas se realizó a través de las supervisiones que mensualmente se realizan a las acciones, estrategias, actividades y materiales de difusión que los proyectos desarrollan y dirigen a los beneficiarios de las iniciativas, a través de los instrumentos dispuestos para esto (fichas de supervisión, pautas cumplimiento).

4. **Inclusión:** Esta versión del Concurso, al igual que la anterior, tuvo también un componente inclusivo, transversal a los grupos objetivos anteriormente señalados, contemplando dirigir acciones de difusión del sistema de pensiones y beneficios de cotizar a personas pertenecientes a personas en situación de discapacidad, pueblos indígenas y personas en situación de migración.

De los 17 proyectos adjudicados, el 53% (9 proyectos) consideró en su formulación y ejecución **acciones dirigidas a personas de pueblos indígenas**, principalmente mapuche y aymara; y el 82% de las iniciativas adjudicadas (14 proyectos) consideró acciones para personas migrantes, entre éstas, materiales de difusión en lengua creolé.

Para este año, **las acciones de difusión dirigidas a personas pertenecientes a pueblos indígenas y personas en situación de migración** que incorporaron los proyectos fueron las siguientes:

- Participación de beneficiarios pertenecientes a algún pueblo indígena.
- Participación de profesionales del equipo de trabajo pertenecientes a algún pueblo indígena y que demuestran experiencia en proyectos multiculturales o el dominio de lenguas indígenas.
- Uso de lenguaje adecuado al grupo, reconociendo elementos culturales propios del respectivo pueblo.
- Mensajes y contenidos a utilizar en cualquiera de los soportes coherentes con las características propias de las poblaciones indígenas destinatarias de los proyectos (materiales con pertinencia).
- Acciones y/o metodologías para los beneficiarios que pertenecen a un pueblo indígena que consideran sus elementos culturales, religiosos y/o patrimoniales.
- El proyecto releva los Convenios Internacionales en Seguridad Social específicos para la población migratoria.
- Incorporación de materias relacionadas con la legislación sobre regularización de estadías.
- Materiales educativos atinentes al tema migratorio y con pertinencia.
- Miembros del equipo de trabajo cuentan con experiencia en proyectos con población migratoria.
- Acciones que promueven la inclusión y valorización de la diversidad de personas en situación migratoria.
- Valorización de la diversidad de personas en situación migratoria.

Del monto total finalmente adjudicado en el Concurso FEP 2021 (\$ 1.582.199.154), el 56% de estos recursos financió proyectos con foco en población migrante y un 36% se destinó a proyectos con foco en pueblos indígenas.

## **II. Supervisión de los proyectos:**

El seguimiento y supervisión de los proyectos, efectuadas por el equipo de supervisores del Fondo, compuesto por cinco funcionarios, se realizó a través de supervisión remota debido a las medidas sanitarias por COVID -19, a través de medios virtuales y la plataforma online implementada para este efecto, con acceso para ejecutores, supervisores de proyectos y otros profesionales de la Subsecretaría de Previsión Social vinculados al desarrollo del FEP. Dicha plataforma permitió llevar a cabo la gestión y los procedimientos administrativos y financieros en forma ordenada y transparente.

Entre los focos de control y supervisión estuvo el apego de los contenidos de los materiales desarrollados por los ejecutores a la normativa previsional vigente. Se corroboró, además, que la información fuera entregada a los beneficiarios en forma clara, completa, actualizada,



objetiva, acorde y pertinente a los públicos definidos, especialmente en lo que dice relación con requisitos, derechos y obligaciones de los beneficiarios en materias previsionales, con especial énfasis en el sistema de pensiones.

Entre los productos y materiales realizados se encuentran cápsulas radiales y televisivas; web series; sitcom; videos; páginas web; aplicaciones para smartphones, dípticos y materiales impresos como insertos en medios de comunicación. Hubo material además, como se indicó anteriormente, traducido al creolé y mapudungún, y específico para personas no videntes como material en braille.

Antes de producir, imprimir, distribuir, publicar o emitir los materiales realizados por cada ejecutor, estos fueron evaluados previamente por la Dirección de Educación Previsional de esta Subsecretaría. De igual modo, todas las piezas producidas en el marco de este concurso fueron visadas en términos gráficos, incluyendo la presencia del logo de la Subsecretaría de Previsión Social y la frase normativa (“Esta es una iniciativa financiada por el Fondo para la Educación Previsional, administrado por la Subsecretaría de Previsión Social”), de acuerdo con lo establecido por la Unidad de Comunicaciones del Servicio y las recomendaciones indicadas en el “Manual de Normas Gráficas Publicitarias” del Gobierno de Chile.

Al 31 de diciembre de 2021, los 17 proyectos se encuentran finalizados, **con una ejecución presupuestaria del 99%**, y con las respectivas Resoluciones de Término emitidas.