



Número Categoría	21.03
Nombre Categoría	Comunicación de Gestión de Gobierno Municipal
Capítulo	General
Nombre de la Empresa	Centro Carter
Departamento	-
Responsable	Nicolás Bascuñán Callis - Black Pista

Introducción (planteo y diagnóstico)

La campaña “Activa tu Red: concientizando sobre el rol del cuidado en Chile” constituye un buen ejercicio de comunicación de gestión de gobierno a nivel municipal, orientada a visibilizar y fortalecer un servicio público innovador, con potencial de ser replicado en todo el país como buena práctica de política pública. Esta iniciativa es la versión local de la campaña global “Informando Mujeres, Transformando Vidas”, impulsada por el Centro Carter, y fue implementada en la comuna de Santiago en alianza con la Municipalidad y el su centro comunitario Casa Igualdad. El planteamiento inicial se centró en una problemática estructural: la invisibilización y precarización del trabajo de cuidado no remunerado, históricamente asumido por mujeres y escasamente reconocido por la institucionalidad estatal.

El diagnóstico, sustentado en registros municipales y relatos de las propias cuidadoras, reveló que en Santiago existen aproximadamente 145.000 mujeres, principalmente entre 25 y 45 años, que ejercen el rol de cuidadoras de adultos mayores, personas con discapacidad, dependencia o menores de edad. Este trabajo, realizado en gran medida en aislamiento y sin acceso suficiente a redes de apoyo, deriva en un deterioro significativo de la salud mental, la autonomía económica y la calidad de vida de las mujeres y sus familias.

La falta de información sobre derechos y servicios disponibles, como los que ofrece Casa Igualdad, profundiza la vulnerabilidad de este grupo y perpetúa la desigualdad de género en el ámbito doméstico y social. El desafío para la gestión pública era doble: por un lado, aumentar el acceso efectivo a los servicios municipales centralizados en Casa Igualdad y, por otro, transformar la percepción social sobre el cuidado, instalando el tema como un asunto de política pública y corresponsabilidad colectiva, y no como una carga individual o doméstica.

Propuesta de campaña (estrategia)

La propuesta de campaña se diseñó desde una perspectiva de comunicación estratégica gubernamental, integrando creatividad, gestión de medios y planificación digital para incidir tanto en la experiencia de las mujeres cuidadoras como en la

agenda pública nacional.

La estrategia se articuló en dos grandes ejes. El primero, de carácter digital, contempló la creación de un sitio web (www.activatured.cl) y una gestión de contenidos en redes sociales, combinando publicaciones orgánicas y campañas pagadas en Meta, con segmentación sociodemográfica para llegar a las potenciales beneficiarias y sus familias. El segundo eje, de relaciones públicas, se enfocó en la gestión de prensa y en la articulación de una red de líderes de opinión y figuras públicas que amplificaran los mensajes clave y dotaran de legitimidad a la narrativa institucional. La campaña apostó por el testimonio directo de mujeres cuidadoras y profesionales de Casa Igualdad, buscando construir un relato empático y creíble, capaz de movilizar tanto a las potenciales beneficiarias como a la ciudadanía en general.

El objetivo central fue posicionar a Casa Igualdad como un servicio público de referencia, visibilizando su modelo de atención integral y su impacto en la vida de las cuidadoras, al tiempo que se promovía la inscripción y participación activa en sus actividades y programas gratuitos. La campaña también buscó instalar el valor social del cuidado como un pilar de sostenibilidad y equidad, mostrando la capacidad del gobierno local para innovar en la gestión de servicios sociales y responder a necesidades históricamente desatendidas.

Desarrollo/Ejecución del plan (tácticas y acciones)

El desarrollo y ejecución del plan se desplegó entre agosto y diciembre de 2024, consolidando un ecosistema comunicacional 360°. En el ámbito creativo, se produjo un video principal de 45 segundos, acompañado de versiones reducidas y una serie de 16 fotografías profesionales de estudio que retrataron tanto a las cuidadoras como a beneficiarios de Casa Igualdad. Estos materiales fueron utilizados en campañas de social media y en soportes de vía pública, reforzando la omnipresencia del mensaje y la identidad visual de la política pública. En el eje digital, se implementaron 10 reels y 11 carruseles en Instagram y Facebook, calendarizados estratégicamente para maximizar el alcance y la interacción. La pauta pagada se

orientó a la captación de leads calificados, mientras que los contenidos orgánicos profundizaron en testimonios, guías prácticas y datos duros sobre la realidad del cuidado en Chile. Paralelamente, la gestión de prensa logró insertar la temática en la agenda mediática nacional, con entrevistas en televisión, radio y prensa escrita, destacando el rol de la municipalidad y la innovación de Casa Igualdad como servicio público.

El trabajo con líderes de opinión fue decisivo: ocho figuras públicas, entre ellas actrices y activistas, compartieron testimonios y llamados a la acción en sus redes, logrando un retorno de inversión de 1:3,5 en engagement y amplificando el alcance de la campaña más allá de los canales institucionales. La campaña también integró la difusión del documental “Santiago, Comuna de Cuidados”, estrenado en el marco del Día Internacional de la Persona Cuidadora, como pieza clave para sensibilizar sobre la urgencia de políticas de corresponsabilidad y la valoración del cuidado como trabajo esencial. Además, la municipalidad aportó con soportes publicitarios de vía pública, lo que generó un aumento significativo de visitas al sitio web y consolidó la campaña como un ejercicio de comunicación institucional integral, por la versatilidad e integración de los soportes utilizados.

Resultados y evaluación

Los resultados de la campaña “Activa tu Red” fueron contundentes y superaron las metas iniciales. En términos cuantitativos, la campaña alcanzó a 2,38 millones de personas a través de prensa, generando un retorno en medios de \$38.200.000. El ecosistema digital logró 573.363 personas alcanzadas y 5.112 interacciones directas, mientras que las campañas de captación permitieron que 612 mujeres completaran su inscripción en Casa Igualdad, superando en un 58% la meta original. El tráfico al sitio web alcanzó los 18.000 nuevos usuarios, de los cuales 17.000 provinieron de campañas pagadas y 2.377 de redes sociales orgánicas, validando la efectividad de la estrategia multicanal. En el plano cualitativo, los testimonios recogidos evidencian un aumento significativo en la percepción de apoyo social y acceso a herramientas de autocuidado entre las beneficiarias. El relato mediático logró instalar el tema del cuidado en la agenda pública, promoviendo una visión de corresponsabilidad y

justicia social, y posicionando a Casa Igualdad como una política pública innovadora y replicable.

La campaña, además, evidenció la necesidad de fortalecer los procesos internos de respuesta y seguimiento en Casa Igualdad, ante la alta demanda generada, y de ampliar la cobertura a otras comunas, dada la cantidad de inscripciones provenientes de fuera de Santiago. Como lección aprendida, se identificó la oportunidad de potenciar aún más la narrativa con la participación de voceros del Centro Carter y la incorporación de formatos creativos innovadores, como experiencias inmersivas y contenidos interactivos. La municipalidad ha decidido integrar la campaña como parte de su estrategia anual y replicar el modelo en otras comunas, consolidando la sustentabilidad institucional del proyecto y mostrando el potencial de la gestión pública municipal para liderar transformaciones sociales de alto impacto.

En síntesis, “Activa tu Red” demostró que la adaptación local de una campaña global, articulando comunicación institucional, innovación en servicios públicos y alianzas estratégicas, es un modelo efectivo para avanzar en la modernización de la gestión de gobierno, la equidad social y la construcción de políticas públicas replicables a nivel nacional.