

CERTIFICADO INFORME MENSUAL

Catalina San Martín Cavada, Alcaldesa de la Municipalidad de Las Condes, certifica y acredita fehacientemente que el Sr. **Roberto Valdes Fuentealba** RUT: [REDACTED] dio cabal cumplimiento durante el mes de **agosto de 2025**, al cometido a honorarios para el cual fue contratado, de acuerdo con lo dispuesto en el contrato a honorarios de fecha **23 de diciembre de 2024**, ratificado mediante Decreto Alcaldicio N° **4326/P2024**, de fecha **31 de diciembre de 2024**, modificado el 31 de enero 2025 y ratificado por Decreto Alcaldicio N° 116/p2025 y modificado el 01 de mayo 2025 y ratificado por Decreto N°1815/P del 14 de mayo 2025, siendo procedente el pago de la Boleta Electrónica N° 65 de fecha 01 de septiembre de 2025.

Asimismo, se aprueba, certifica, visa y adjunta informe mensual elaborado, firmado y presentado por el Sr. **Roberto Valdes Fuentealba**, dando cuenta y acreditando el cometido para el cual fue contratado, el que fue revisado y examinado en forma exhaustiva por la suscrita, acreditando esta supervisora el cumplimiento íntegro de las obligaciones emanadas de él.

Igualmente, declaro que para los efectos de la Ley N°18.883, Estatuto Administrativo para Funcionarios Municipales, toda la responsabilidad-con carácter de excluyente-, es de este supervisor, ya sea que esta se origine en la ejecución del cometido conforme al contrato; en la fidelidad del contenido del informe; de todos los antecedentes que se acompañan por el servidor a honorarios; así como en la correcta verificación de que el contenido de dicho informe es de completa autoría del Sr. **Roberto Valdes Fuentealba**.

Se extiende el presente certificado para ser presentado en el Departamento de Finanzas y se proceda a gestionar el pago de los honorarios correspondientes.

LAS CONDES, 01 de septiembre 2025.



Informe mensual de actividades

Agosto 2025



Roberto Valdés Fuentealba
Departamento de Relaciones Públicas
Ilustre Municipalidad de Las Condes

Introducción

En agosto, la comunicación de la Municipalidad de Las Condes tuvo importantes focos de exposición, por un lado toda la comunicación relativa a la agenda del mes aniversario de la comuna, donde múltiples actividades buscaron llevar el festejo a la comunidad, hasta el intercambio de opiniones con el Ministerio de Hacienda, luego de que éste planteara una nueva fórmula para el financiamiento del Fondo Común Municipal, ampliando significativamente -y sin mayores argumentos- el aporte que realiza la comuna a ese ítem.

Junto a lo anterior, tuvimos una alta exposición mediática ligada a las últimas etapas previas a la entrega de los permisos del estadio Claro Arena y su posterior puesta en marcha e inauguración. Las etapas finales de ese proceso y las primeras actividades que se han realizado en el estadio requirieron trabajo comunicacional vinculado fuertemente contrabajo territorial y de seguridad, considerando a los principales públicos impactados por el funcionamiento del recinto.

También vinculado a la Seguridad, en el mes de agosto presentamos a los más de treinta nuevos inspectores que se sumaron a las fuerzas de la comuna. Una nueva oportunidad para mostrar los atributos que forman parte de la identidad de los patrulleros de Las Condes. Con ellos pudimos generar nuevas piezas digitales y notas de prensa que los muestran en acción y que dan cuenta de su efectividad.

El mes aniversario de Las Condes, requirió de parte del departamento de Relaciones Públicas el trabajo creativo para diseñar una agenda capaz de involucrar a los más diversos públicos en los sectores más diversos de la comuna para celebrar -de manera amplia e inclusiva- los 124 años de la comuna con vecinos de todas las edades y segmentos socioeconómicos.

Producto del éxito mediático del programa "Colegios sin celular", donde quedaron evidencia las ventajas y logros de esta política pública, el equipo de prensa indagó nuevos productos y estudios que los escolares de la comuna están desarrollando. Así se está generando un programa para ayudarlos a posicionarse y dar a conocer sus beneficios.

En el mes de agosto, el equipo estuvo también a cargo de la creación de varios de los hitos de la Semana de la Chilenidad, que se celebrará en el mes de la patria. Para la organización del evento, se trabaja codo a codo con los equipos municipales de La Reina y Vitacura el primero hito de esa programación alcanzó a ejecutarse en el mes de agosto. Se trató de la tradicional celebración de Los Tijerales.

También en paralelo, durante agosto sesionó la comisión creada por la Corporación Cultural de Las Condes para avanzar en la licitación de la edición 2026 del Festival de Las Condes. Revisadas las propuestas y definidos los ganadores, en este mes se realizó también un plan de medios para dar a conocer mediáticamente ese resultado.

También en asociación con la Corporación Cultural, en agosto logramos reunir a representantes de 50 embajadas en la primera reunión presencial para avanzar en la organización de la denominada Fiesta de las Naciones, que se llevará a cabo en el mes de noviembre en el Parque Araucano.



Decreto N.º 4326 del 31-12-2024, modificado por Decretos N.º 116/P2025 y 1815/P2025.

Cometido: “Gestionar y coordinar asuntos de las áreas de comunicación (prensa, redes sociales y otras), con el objeto de posicionar a la Municipalidad de Las Condes con una eficaz y adecuada entrega de información a los vecinos y opinión pública sobre el quehacer municipal”

Objetivo: Establecer estrategias de posicionamiento y una eficaz entrega de información a los vecinos y opinión pública de los programas municipales y de la gestión realizada, destacando, a su vez, los beneficios que la autoridad comunal y la municipalidad requieren difundir a todos sus vecinos.



Principales acciones del mes

Coordinación con direcciones: Como cada mes, en agosto el Departamento de Relaciones Públicas organiza reuniones periódicas con las direcciones que lideran proyectos o programas con impacto en los vecinos, buscando orientar la forma en que esos proyectos son presentados y comunicados a la ciudadanía,

Así, en agosto el equipo que lidero trabajó en las estrategias para el posicionamiento de iniciativas como las siguientes:

- El aniversario de la comuna, donde más de una decena de actividades, en distintos puntos geográficos de la comuna, llevaron a celebración a los públicos más diversos. Así, desde un concierto de jazz en la Rotonda René Schneider, a la orquesta de cámara del Teatro Municipal en el aula magna de la Escuela Militar, pasando por espectáculos infantiles, de magia y un concierto sinfónico en una iglesia, se concretó una agenda de actividades variadas que dieron vida a una celebración participativa y entusiasta. En este capítulo, fue fundamental que RRPP se coordinara con las direcciones de Seguridad, Aseo y Decom, además de la Corporación Cultural.
- El lanzamiento del estadio Claro Arena Mesa San Carlos de Apoquindo: Después de varios meses de un intercambio permanente a través de los medios de comunicación, finalmente en agosto Cruzados cumplió con las últimas observaciones planteadas por la DOM y avanzó hacia la recepción final del Estadio Claro Arena, lo que implicó poner el práctica el plan operacional y debutar con los primeros espectáculos ofrecidos en el recinto. Todo bajo la atenta mirada de los medios de comunicación. El resultado de este primer mes ha sido destacado tanto por el club, como por los vecinos del estadio. Todo este plan requirió las coordinaciones de RRPP con las direcciones Jurídica, Seguridad y Decom.
- La campaña para mostrar los primeros resultados del programa comunal de Reciclaje de Residuos Orgánicos. En agosto comenzó la visibilización de los resultados de los primeros seis meses del programa, periodo en el que se logró llegar con éxito a más de 22 mil hogares. Los medios especializados han realizado una positiva evaluación, tanto de la adhesión, como del cambio cultural que ha significado la nueva política pública. Para Mostrar estos resultados, fue clave la coordinación con la Dirección de Aseo.
- Tal como en los meses anteriores, participamos activamente en las iniciativas de SECPLAN respecto del denominado Banco de Proyectos.
- La organización de la Fiesta de las Naciones avanzó también en agosto, para eso fue necesaria la coordinación permanente, tanto con la Corporación Cultural, como con las direcciones de Parques y Jardines, DECOM, Seguridad y Operaciones.
- En agosto se produjo también la licitación de las siguientes tres versiones del Festival de Las Condes. Para esa adjudicación, liderada por la Corporación y en la que participó también la Decom, fue necesario sesionar formalmente.



Estrategia de medios de comunicación: A lo largo del mes de agosto, diferentes iniciativas del municipio llegaron a los medios de comunicación para acceder a públicos masivos e impactar en la opinión pública.

Lanzamiento cámaras con sensores para la aplicación de Ley CATI. En conjunto con el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, se dio a conocer a los medios de prensa nacionales, el programa piloto habilitado en Las Condes para probar los nuevos sistemas del Centro Automatizado de Tratamiento de Infracciones (CATI). Por tratarse de equipos municipales adaptados para el piloto, la vocería de esta pauta correspondió a la alcaldesa Catalina San Martín, junto al ministro Juan Carlos Muñoz.

Cartas al director por caso financiamiento del Fondo Común Municipal. A través de la sección de opinión de El Mercurio, la alcaldesa Catalina San Martín y el concejo Municipal cuestionaron la medida anunciada por el Ministerio de Hacienda, consiguiendo instalar exitosamente el debate en la opinión pública, a partir del interés de otros medios. El intercambio de cartas duró varios días y dio lugar a entrevistas radiales posteriores.

Denuncia mayores costos y plazos para renovación de licencias de conducir, por implementación de licencia digital. La temática, que sigue plenamente vigente, afecta directamente a los vecinos que han visto reducidas a la cuarta parte, las horas disponibles para renovación de licencias.

Lanzamiento Festival de Las Condes. Tras el cierre del proceso de licitación de las próximas tres ediciones del Festival de Las Condes, se realizaron las primeras acciones de difusión del acuerdo, lo que permitió ocupar espacios de televisión y medios escritos y digitales para presentar a la comunidad las ventajas del proceso licitatorio recién concluido.

Lanzamiento Semana de la Chilenidad, Tijerales. La primera acción vinculada con la difusión de la Semana de la Chilenidad se desarrolló el último fin de semana de agosto. Se trata de los tradicionales Tijerales, donde los municipios organizadores agasajan a quienes trabajaron en la construcción de la infraestructura que albergará las fiestas. La actividad, se transformó en una pauta de prensa ampliamente cubierta por los medios.

Preparación de entrevistas: En todos los temas desarrollados en los puntos anteriores y que se transformaron en los pilares de contenido municipal, los principales hitos con cobertura de prensa, las vocerías estuvieron concentradas principalmente en la alcaldesa Catalina San Martín.

Comunicaciones internas: En agosto hubo especial énfasis en fortalecer y reafirmar la identidad de los funcionarios municipales, a través de los seminarios internos organizados por el Departamento de Recursos Humanos y cubiertos por el equipo de comunicaciones internas.

Adicionalmente, en el mes aniversario de la comuna, hubo especial interés comenzamos a realizar la grilla de actividades que darán forma a la semana de celebración, además de las actividades previas, donde se definirán las alianzas internas y las pruebas que las mismas deberán superar para coronarse como ganadores de las competencias internas en 2025.

Estrategia de plataformas digitales: En el mes de agosto las actividades conmemorativas del aniversario 124 de la comuna fueron las protagonistas en la grilla de contenido digital.

El aniversario número 15 del Teatro Municipal de Las Condes fue otro de los temas que se sumó a esa pauta conmemorativa municipal.

Por otro lado, la seguridad y el combate del comercio ilegal y los estacionadores irregulares, formaron parte de la grilla de este mes. Así como las medidas adoptadas para la inauguración y operación del estadio Claro Arena.

Reuniones con equipos de Relaciones Públicas, Marketing y Prensa: Como cada mes, en agosto se desarrollaron reuniones semanales con el equipo para coordinar las acciones más relevantes del mes. Además de las actividades descritas en los puntos anteriores, y al igual que en el mes anterior, durante agosto las reuniones con los equipos estuvieron fuertemente focalizadas en el aniversario de la comuna, en la preparación de la semana de la Chilenidad, en la campaña preventiva de consumo de alcohol en Fiestas Patrias y la campaña del mes del cáncer, además de continuar con la preparación del presupuesto 2026 y en la revisión de los contratos vigentes.

Reuniones de relacionamiento: En agosto, conseguimos convocar a más de 50 embajadas y personal diplomático de distintas representaciones en la Corporación Cultural para avanzar en la iniciativa "Feria de Las Naciones". Esta gran convocatoria, nos sirvió para establecer contactos y poder comenzar a difundir los preparativos del evento programado para el mes de noviembre.

Imagen corporativa: En el mes de agosto hemos desarrollado nuevos productos que refuerzan la imagen de la marca Las Condes y la adecuan al contexto. Así, hemos preparado las gráficas del mes de aniversario de la comuna, que dan un nuevo aire a la imagen corporativa lanzada en marzo y celebran los 124 años de Las Condes.

Campañas de marketing: Además de diseñar las piezas comunicacionales para cada uno de los más de 10 eventos del mes aniversario, el equipo de marketing trabajó en agosto en las campañas de Semana de la Chilenidad, campaña de prevención del consumo de alcohol en Fiestas Patrias, mes del cáncer de mama y Fiesta de las Naciones, entre otras iniciativas municipales.

