

INFORME FINAL AÑO 2025

María Belén Pau Villarino



Alcaldesa Catalina San Martín



El presente informe da cuenta de la labor realizada para comunicar a los vecinos de la comuna de Las Condes, acerca de los servicios, programas, eventos e información de utilidad pública relevante, a través del desarrollo y ejecución de estrategias de marketing integral del Departamento de Relaciones Públicas de la Municipalidad de Las Condes.

COMETIDO

"Desarrollar y ejecutar estrategias para promocionar eventos, anuncios, campañas de utilidad pública, servicios y programas municipales a través de conceptos creativos, soportes gráficos, elementos en la vía pública y otros, con el objeto de contar con mayor alcance para los vecinos."

OBJETIVO

Desarrollar y ejecutar un conjunto de estrategias, técnicas y procesos creativos para la implementación y ejecución del plan de marketing y comunicaciones, a través de la entrega oportuna y eficiente de información, promoción, beneficios y servicios para los vecinos de la comuna, considerando los soportes gráficos necesarios para dicha difusión.

RESUMEN AÑO 2025

1. CAMBIO DE IMAGEN/ NUEVO LOGO

Durante el año lideré un proceso estratégico de modernización de la identidad visual de la comuna, entendiendo el cambio de logo no solo como una actualización gráfica, sino como una decisión comunicacional clave para fortalecer el posicionamiento institucional, la coherencia del mensaje municipal y la relación con la comunidad.

El trabajo comenzó con una etapa de exploración y evaluación de múltiples propuestas de diseño, analizadas desde una mirada estratégica, considerando criterios de identidad, proyección, legibilidad y adaptabilidad a distintos soportes. Junto al equipo de diseño, revisamos y ajustamos las alternativas hasta aprobar el logo que mejor representaba los valores, el carácter y la visión de la comuna, asegurando una imagen moderna, sólida y perdurable en el tiempo.

Definida la nueva identidad, se desarrolló el Manual de Marca Municipal, una herramienta estratégica de gestión. Este documento establece lineamientos claros y unificados para el uso del logo y la aplicación gráfica en los principales soportes institucionales (banderas, piezas de mailing, folletería, pantallas digitales y otros formatos) permitiendo ordenar, estandarizar y profesionalizar la comunicación visual en todas las áreas del municipio. Este manual incluye también una plantilla institucional de PowerPoint, de uso transversal para los funcionarios, facilitando la correcta aplicación de la identidad visual en presentaciones y documentos oficiales, y reforzando la coherencia del branding municipal en el trabajo cotidiano.

Paralelamente, diseñé y ejecuté la estrategia comunicacional de lanzamiento de la nueva identidad visual, desarrollando una línea gráfica creativa y consistente que permitió instalar el cambio de manera progresiva y clara en la comunidad. Esta estrategia se implementó de forma coordinada en redes sociales, pantallas de vía pública, mailings y otros canales, logrando visibilizar el nuevo logo, reforzar su reconocimiento y generar familiaridad con la nueva imagen institucional.

Durante todo el año, he tenido un rol activo en la supervisión estratégica de la identidad visual, asegurando la correcta implementación del nuevo logo en múltiples productos, piezas gráficas y soportes comunicacionales. Este trabajo sostenido ha permitido mantener una línea visual coherente, alineada y reconocible, consolidando una imagen municipal sólida, ordenada y consistente, y fortaleciendo el posicionamiento institucional de la comuna a largo plazo.

2. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante el año 2025 desempeñé un rol clave en la participación de reuniones de trabajo con el equipo de Relaciones Públicas y otras áreas municipales y direcciones. Estas instancias de coordinación fueron fundamentales para alinear criterios, definir prioridades y planificar de manera integrada la comunicación de eventos, programas, campañas e iniciativas municipales dirigidas a los vecinos.

Mi principal responsabilidad fue articular una planificación comunicacional estratégica, asegurando que cada acción contara con una bajada clara, coherente y oportuna, y que la oferta municipal se comunicara de forma ordenada, consistente y efectiva. Este trabajo se tradujo en una ejecución integral de la difusión municipal, que incluyó:

- **Planificación y coordinación estratégica:** Definición de cronogramas de lanzamiento y calendarios comunicacionales para campañas y eventos, garantizando la correcta sincronización entre las áreas involucradas y optimizando los tiempos de implementación.
- **Supervisión de contenidos y materiales de comunicación:** Coordinación y supervisión de la producción de piezas gráficas y soportes comunicacionales, tales como papelería, folletería, pendones, conceptos gráficos, merchandising y otros materiales necesarios para cada iniciativa.
- **Estrategia integral de difusión territorial:** Diseño e implementación de estrategias de difusión mediante la gestión y compra de soportes publicitarios, asegurando una presencia estratégica y visible en distintos puntos de la comuna, como plazas, vías públicas, pantallas digitales y espacios comunitarios.

Este trabajo sostenido de coordinación permitió comunicar de manera efectiva las distintas acciones municipales, campañas y eventos, fortaleciendo la relación con los vecinos y consolidando una comunicación institucional ordenada, cercana y alineada con los objetivos estratégicos de la municipalidad.

3.LICITACIONES

Durante el año 2025 participé activamente en la gestión y desarrollo de diversas licitaciones, fundamentales para dotar al Departamento de Relaciones Públicas de los recursos necesarios para la correcta ejecución de eventos, campañas comunicacionales y acciones de difusión dirigidas a los vecinos.

Este trabajo permitió asegurar la provisión de materiales y soportes esenciales para la comunicación municipal, tales como PVC, afiches, palomas, lienzos, pendones, merchandising institucional y regalos corporativos, utilizados en distintas instancias comunales como Fiestas Patrias, Navidad y otras actividades relevantes. Asimismo, se contempló la adquisición de papelería y material informativo, incluyendo volantes, banderas, dípticos y otros formatos necesarios para una comunicación clara, útil y oportuna con la comunidad.

Actualmente, nos encontramos trabajando en el diseño y consolidación de una licitación integral para el año 2026, que agrupa en un solo proceso la totalidad de estos requerimientos. Este trabajo ha implicado varios meses de planificación, levantamiento de necesidades y coordinación interna, con el objetivo de optimizar recursos, mejorar la eficiencia operativa y asegurar continuidad en la ejecución de las acciones comunicacionales del próximo año.

4.CAMPAÑAS

Durante el año 2025 desarrollé una gestión comunicacional integral orientada a dar visibilidad, coherencia y alcance a las principales acciones impulsadas por la Municipalidad. Este trabajo contempló la conducción de campañas institucionales de alto impacto, asociadas a hitos comunales, fechas relevantes y políticas públicas prioritarias, abordando de manera planificada y estratégica temáticas de servicio, prevención, educación y comunidad.

Desde una mirada estratégica, trabajé en la definición de los enfoques comunicacionales de cada campaña, estableciendo conceptos creativos diferenciadores y adaptados a los distintos públicos de la comuna. Este proceso permitió transformar información municipal en mensajes claros, atractivos y pertinentes, facilitando su comprensión y reforzando el vínculo entre la institución y los vecinos.

Asimismo, coordiné y supervisé el desarrollo de las piezas gráficas y materiales de difusión necesarios para cada iniciativa, asegurando consistencia visual, correcta bajada de mensaje y alineación con la identidad institucional. La implementación se realizó de manera multicanal, integrando soportes digitales, impresos, redes sociales y espacios de vía pública, con el objetivo de maximizar cobertura y recordación.

Entre las campañas más destacadas del período se encuentran: campaña día internacional de la mujer 8M "Mujeres con Cuento"; la campaña de concientización sobre el cáncer de mama "El cáncer de mama es real"; las iniciativas de conducción responsable durante Fiestas Patrias; "Alerta de spoiler dieciochero" y la campaña Red Flags, enfocada en la prevención de la violencia contra la mujer, las cuales lograron alta visibilidad, recordación y conexión con la comunidad.

5. BRANDING MUNICIPAL

Durante el año 2025 realicé la implementación estratégica del branding corporativo de la Municipalidad, con el objetivo de fortalecer la visibilidad de la gestión municipal y consolidar una identidad institucional clara, coherente y reconocible para la comunidad. Este trabajo se orientó a comunicar de manera sistemática y ordenada las acciones, proyectos y avances desarrollados a lo largo del año, posicionando a la municipalidad como una institución activa, presente y cercana a los vecinos.

Desde una mirada estratégica, lideré el desarrollo de líneas gráficas, conceptos visuales y criterios de comunicación alineados con la identidad corporativa municipal, asegurando consistencia en todos los soportes y una correcta bajada de mensaje en cada iniciativa comunicada.

Asimismo, coordiné la implementación del branding en proyectos e intervenciones urbanas relevantes para la comuna, visibilizando obras y mejoras como la puesta en valor de espacios públicos y espacios comunes verdes.

En paralelo, lideré el branding integral de iniciativas municipales, desempeñándome como coordinadora de marketing y diseño en la creación de estrategias comunicacionales e identidades visuales diferenciadas para una amplia diversidad de proyectos. Este trabajo abarcó desde ferias inclusivas y eventos culturales, como ferias vintage, intercambio de plantas, feria el perchero, ferias de las pulgas, Expo Talleres y el, hasta campañas informativas de recursos humanos, celebraciones de Pascua, Fiestas Patrias y Navidad, año nuevo, entre otros.

Gracias a la generación de estos materiales y lineamientos, las distintas unidades municipales pudieron promocionar sus iniciativas de manera efectiva, coherente y alineada con el branding institucional, facilitando el alcance a los públicos objetivos y fortaleciendo la presencia de la municipalidad en el territorio.

Mi rol incluyó además la supervisión permanente del uso de la identidad visual en el espacio público, velando por la correcta aplicación de los formatos comunicacionales en pantallas digitales, pendones, palomas y otros soportes. Complementariamente, coordiné una estrategia de difusión multicanal, articulando la entrega de piezas gráficas y contenidos para su correcta implementación en mailing, sitio web municipal y redes sociales.

Esta gestión permitió aumentar la visibilidad de las acciones municipales, reforzar la percepción positiva de la gestión comunal y consolidar el branding corporativo como una herramienta estratégica al servicio de la comunicación pública y del vínculo con los vecinos.



INFORMES MENSUALES 2025

ENERO 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

En enero, participé en reuniones de coordinación general de comunicaciones lideradas por el área de Relaciones Públicas. Esto para lograr una mayor efectividad en la planificación de actividades y el uso correcto de diferentes medios para informar a los vecinos.

Mi trabajo, principalmente se centró en la coordinación y preparación del "Festival de Las Condes", la implementación de la campaña "Plan Obras de Verano," y la producción de materiales promocionales para el "Permiso de Circulación", además de gestionar el branding general de la comuna.

Colaboré estrechamente en la supervisión y desarrollo de conceptos, diseños y materiales comunicacionales destinados a los vecinos y vecinas. Entre estos destacan: diseños específicos para eventos, mailings, contenido visual para pantallas de vía pública, volantes, afiches, piezas gráficas para redes sociales y otros formatos. Todo esto con el objetivo de garantizar una difusión eficaz de las iniciativas municipales.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

a) PERMISO DE CIRCULACIÓN 2025

Lideré la creación de la campaña de Permiso de Circulación 2025, trabajando estrechamente con el equipo de diseño para desarrollar conceptos y supervisar todas las etapas del diseño. Realizamos varias propuestas gráficas y diferentes conceptos hasta alcanzar una solución efectiva que destacara los beneficios de pagar la patente en la comuna.

Mi labor incluyó:

- **Reuniones con la unidad de tránsito:** Coordiné sesiones para la entrega del brief y revisiones periódicas del progreso de la campaña.
- **Gestión de formatos y materiales:** Supervisé la solicitud y compra de formatos publicitarios, asegurando su correcta implementación en puntos de venta, redes sociales, pantallas de vía pública y branding.
- **Estrategia de difusión:** Planifiqué y supervisé la creación de mailings y otros elementos para garantizar una comunicación eficaz con los vecinos.



b) PEQUE FEST

Lideré la estrategia comunicacional y diseño para la campaña de difusión del Peque Fest, trabajando en conjunto con la Dirección de Comunicaciones (DECOM). Mi labor estratégica incluyó:

- **Reuniones de coordinación:** Colaboré con la unidad organizadora para recibir el brief, identificar objetivos y proponer una estrategia de comunicación efectiva en múltiples formatos.
- **Supervisión de diseño:** Estuve a cargo de la supervisión y evaluación de diversas propuestas gráficas. Una vez seleccionado el diseño final, gestioné la producción de materiales en distintos soportes.
- **Implementación de difusión:** Diseñé y supervisé piezas clave para redes sociales, mailing, lienzos, y otros formatos, asegurando la correcta comunicación de los detalles del evento y maximizando la convocatoria familiar.

Gracias a esta estrategia integral, logramos una comunicación clara y atractiva que conectó con la comunidad y fomentó la participación en este evento familiar.



c) CAMPAÑA 8M

Desarrollé y presenté una propuesta integral para la campaña del Día Internacional de la Mujer en marzo. Creé tres enfoques conceptuales distintos, cada uno con mensajes únicos y estrategias específicas. La línea 1: mensajes memorables, línea 2: obras maestras, línea 3: mujeres con cuento.

Mi labor incluyó:

- **Creación de conceptos:** Diseñé ideas originales y alineadas con los objetivos de la campaña.
- **Diseño de identidad:** Elaboré logotipos y elementos visuales para cada línea presentada.
- **Desarrollo estratégico:** Diseñé una estrategia de comunicación adecuada para cada propuesta, asegurando su coherencia y efectividad.

El resultado fue una presentación sólida y creativa que ofreció múltiples opciones para abordar este importante evento. Estas alternativas aún se encuentran en etapa de producción.



d) BRANDING RECICLAJE

Llevamos a cabo visitas en terreno junto al equipo de diseño para evaluar la mejor estrategia de comunicación dirigida a los vecinos de los sectores de San Carlos de Apoquindo y Quinchamalí.

Como resultado, desarrollamos diversos diseños para informar sobre las nuevas indicaciones respecto a cuándo y dónde reciclar, con el objetivo de evitar la acumulación de basura y promover el cuidado de la comuna.

Mi labor incluyó:

- **Diseño de materiales informativos:** Creamos palomas, troviceles y bastidores con mensajes claros y atractivos.

- **Instalación en terreno:** Coordinamos y supervisamos la instalación de los materiales en puntos estratégicos, asegurando que todos los vecinos estuvieran informados sobre las medidas para cuidar el medio ambiente en la comuna.

Este trabajo contribuyó a fomentar el reciclaje responsable y a mantener la limpieza en estos sectores.



e) PLAN OBRAS DE VERANO 2025

Lideré el diseño y ejecución de la campaña **Obras de Verano**, destacando las iniciativas de la municipalidad y sus beneficios para los vecinos.

Mi labor incluyó:

- **Materiales físicos:** Creación de palomas y trovices informativos para comunicar las obras en los alrededores.
- **Campaña digital:** Diseñé una estrategia que incluyó tres videos donde vecinos compartían los beneficios de cada obra. Estos videos fueron integrados en una landing page específica que supervisé, asegurando un contenido claro y comprensible para los visitantes.
- **Coordinación de difusión:** Supervisé la creación de banner en la web para el lanzamiento, pantallas vía pública, además de organizar el envío de un mailing masivo para garantizar una comunicación efectiva.
- **Reuniones estratégicas:** Participé activamente en reuniones con la unidad de obras para realizar un seguimiento detallado y presentar una propuesta estratégica de comunicación.

Este trabajo permitió visibilizar las obras de verano de manera efectiva, conectando con los vecinos y destacando los avances en la comuna.

Link web y videos:

<https://arcgismlc.lascondes.cl/portal/apps/storymaps/stories/bae6c392ad9740e88bcb24f2bd09c550>



f) TRUEQUE VERDE

Trabajé en la línea gráfica del evento de Intercambio de Plantas, desarrollando propuestas creativas hasta definir el nombre y diseño que mejor cumpliera con los objetivos comunicacionales del evento.

Mis aportes incluyeron:

- **Desarrollo de identidad:** Creación de nombres y conceptos gráficos que destacaran la esencia del evento.
- **Materiales de difusión:** Realicé adaptaciones para redes sociales, diseño de lienzos, cenefas para los stands y fichas impresas para facilitar el intercambio de plantas.
- **Insumos adicionales:** Coordiné la creación de materiales complementarios como insumos para mailing, asegurando una comunicación efectiva y atractiva.

Este trabajo aseguró una difusión clara y visualmente atractiva, logrando captar el interés de los vecinos e impulsando la participación en el evento



g) PANTALLAS VÍA PÚBLICA

En mi rol como encargada de marketing, también lidero la producción de videos para pantallas digitales en vía pública, una herramienta clave para amplificar la comunicación y acercar a los vecinos la oferta municipal en diversos formatos.

Entre mis responsabilidades destaca:

- **Estrategia comunicacional:** Diseño la estrategia para cada campaña, asegurando que los mensajes sean claros y efectivos.
- **Producción e implementación:** Este mes, llevé a cabo la producción y puesta en marcha de videos para campañas como *Obras de Verano*, *Tarjeta Vecino*, *1402 Seguridad* y el *Festival de Las Condes*.

El uso de pantallas digitales ha sido fundamental para reforzar la difusión de las iniciativas municipales y aumentar su alcance entre los vecinos.





h) FESTIVAL DE LAS CONDES

En mi rol como estrategia comunicacional y encargada de marketing, supervisé el desarrollo completo de las piezas creativas y comunicacionales para el **Festival de Las Condes**. Mi labor incluyó la coordinación con los equipos responsables, como la corporación y el canal de televisión asociado, para garantizar la correcta implementación de cada etapa del proyecto.

Lideré el cambio de logo, incluyendo su aprobación, entrega de brief y adaptaciones necesarias. Además, desarrollé el guión de un comercial para la tanda publicitaria en CHV, conceptualicé el mensaje y supervisé la selección de imágenes, asegurando un resultado impactante y alineado con los objetivos del festival.

También estuve a cargo de la creación y supervisión de piezas gráficas, como banners, señalización para los buses eléctricos (informando horarios y rutas a los vecinos), y la producción de videos y música para enriquecer la experiencia del festival. Mi enfoque estratégico garantizó una comunicación efectiva y cohesiva en todos los formatos, promoviendo el evento con éxito.




i) LOGO MUNICIPAL

Lideré el proceso de cambio de logo, donde el enfoque creativo fue fundamental para desarrollar propuestas que no solo fueran visualmente atractivas, sino también coherentes con los valores que la comuna busca reflejar: inclusión, tradición, modernidad y sostenibilidad. Cada propuesta incorporó elementos gráficos diseñados para representar estos principios de manera clara y directa. Trabajamos con diversas gamas cromáticas, seleccionando cuidadosamente aquellos colores que mejor se ajustaran a la identidad de la comuna. La paleta elegida debía no solo ser armoniosa y agradable a la vista, sino también comunicar los valores de la comunidad de forma efectiva.

Además, me encargué de diseñar una estrategia integral para la implementación del nuevo logo, ya que el cambio de identidad visual va más allá del diseño: es un desafío estratégico que requiere una integración consistente en todos los puntos de contacto de la comuna, desde el sitio web y las redes sociales hasta la señalética en espacios públicos. Desarrollé un plan detallado para asegurar una transición fluida, minimizando posibles confusiones y facilitando la adopción del nuevo logo por parte de los ciudadanos.



3. **BRANDING MUNICIPAL**

Soy la responsable de supervisar el branding y darle vida a la marca de la municipalidad a través del diseño. Durante enero, trabajé en la creación de nuevas piezas gráficas hasta la actualización de las existentes, donde mi objetivo siempre es fortalecer nuestra identidad visual y generar una imagen coherente y memorable. Este trabajo implica una combinación de creatividad y estrategia para garantizar que cada diseño contribuya a nuestros objetivos de comunicación.

Durante enero, lideré y supervisé diversos proyectos clave, como una nueva propuesta de power point para presentaciones internas, el branding de eventos de la decom, nuevos avatares para redes sociales, creación diseño de diplomas, credenciales, renovación de carteles en aguas danzantes, revisión piezas depto de discapacidad, entre otros.

B



FEBRERO 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

En febrero, formé parte de las reuniones de coordinación de comunicaciones organizadas por el equipo de Relaciones Públicas, con el objetivo de optimizar la planificación de actividades y mejorar el uso de los distintos medios para mantener informados a los vecinos.

Mi rol se enfocó principalmente en la coordinación y preparación del "8M", la creación y distribución de materiales promocionales para el "Permiso de Circulación" y en la gestión del branding de la comuna.

Trabajé de cerca en la supervisión y desarrollo de conceptos, diseños y materiales comunicacionales, tanto para los vecinos como para las vecinas. Entre las piezas producidas se incluyen diseños específicos para eventos, mailings, contenido visual para pantallas en la vía pública, volantes, afiches, gráficos para redes sociales y otros formatos, siempre con el fin de asegurar una difusión efectiva de las iniciativas municipales.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

1) VUELTA A CLASES

Desarrollé una intervención clave para la campaña de **Vuelta a Clases**, enfocada en promover el **buen trato y la no violencia** en los colegios municipales. Para ello, diseñamos **señaléticas llamativas** dentro de los establecimientos, asegurando su **máxima visibilidad** y un impacto positivo en la comunidad escolar.

Lideré el desarrollo del **concepto creativo**, la **línea gráfica** y la **estrategia de comunicación** garantizando coherencia y efectividad en el mensaje. Además, coordiné una **difusión estratégica** a través de **mailing y redes sociales**, ampliando el alcance de la campaña y reforzando su mensaje en distintos canales.

Esta iniciativa no solo visibiliza la importancia del buen trato, sino que también consolida el compromiso de la institución con un entorno escolar más seguro y respetuoso.



2) CAMPAÑA 8M

Lideré el desarrollo, implementación y ejecución de la campaña del 8M, asegurando un impacto significativo y una difusión efectiva.

Me enfoqué en la búsqueda de historias de mujeres inspiradoras, coordinando su grabación, sesiones fotográficas y redacción para la creación de 8 libros conmemorativos. Junto con la diseñadora, supervisé la producción e instalación de estos libros gigantes, revisando detalles de imprenta y tamaños para garantizar una entrega óptima.

Paralelamente, desarrollé una landing page donde los vecinos y vecinas podían conocer estas historias y compartir las de otras mujeres destacadas en sus comunidades. Además, diseñé la estrategia digital, gestionando la difusión en redes sociales, mailing y pantallas de vía pública para amplificar el alcance de la campaña.

Para Recursos Humanos, trabajé en la creación de materiales conmemorativos, como un marcador de libros y palomas para regalar a los funcionarios.

Coordiné el hito de lanzamiento el 7 de marzo, organizando una ceremonia junto a la alcaldesa, donde las mujeres invitadas serán las protagonistas. Este evento marcará el inicio de la campaña, resaltando el valor y legado de cada una de ellas.

También participé en la organización y difusión de las actividades del mes de marzo. Me reuní con varias unidades para coordinar la entrega de información y, junto con el equipo de diseño, desarrollamos las gráficas para distintos medios.



3) SEGURIDAD

Estuve a cargo de liderar diversas iniciativas para fortalecer el branding de seguridad en la comuna, asegurando que cada acción transmitiera confianza y cercanía a los vecinos. Entre mis principales responsabilidades, trabajé en la identidad visual y comunicacional del Centro de Monitoreo Urbano, supervisando el diseño y la implementación del branding en el recinto, además de coordinar visitas a terreno para evaluar su impacto y optimización. Asimismo, fui responsable del diseño y gestión de las chaquetas del nuevo Plan Cuadrante y del uniforme oficial del equipo de seguridad, asegurando coherencia con la imagen institucional de la comuna y reforzando su presencia en el territorio.

Estas acciones permiten consolidar una identidad visual clara y reconocible para la seguridad municipal, fortaleciendo la percepción de protección y orden en la comunidad.

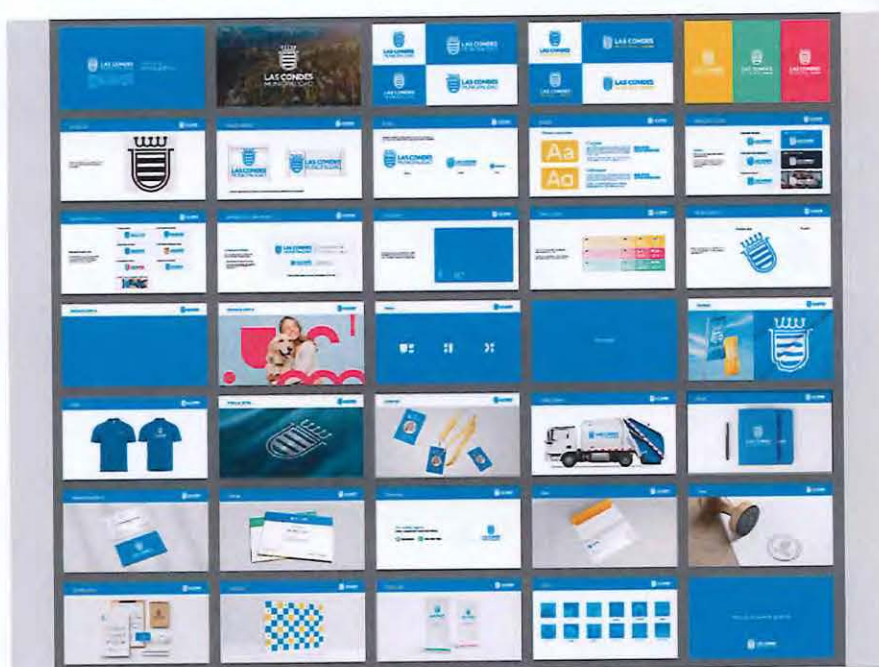
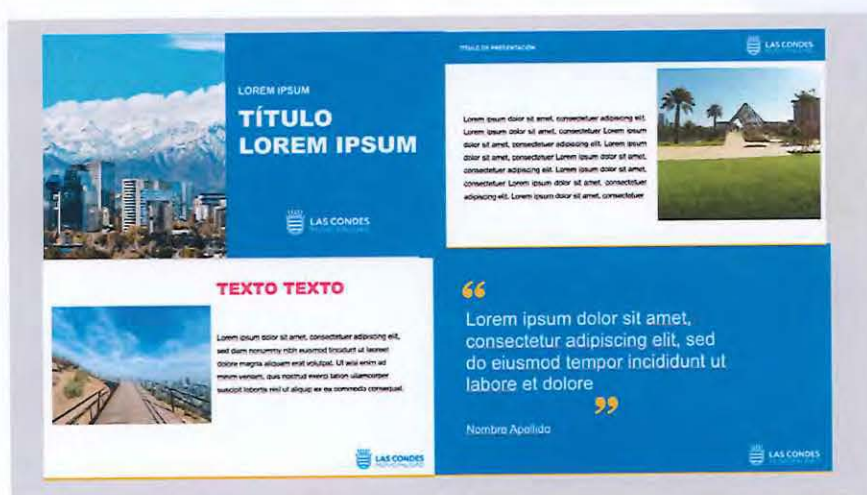


B

4) LOGO MUNICIPAL

Como parte del proceso de modernización de la identidad visual de la comuna, continuamos con el trabajo de actualización del logo, asegurando una implementación clara y coherente en todos los soportes. Junto al equipo de diseño, desarrollamos un nuevo manual de marca, una herramienta clave para alinear a todos los funcionarios con las nuevas directrices gráficas. Este manual incluye los formatos más utilizados, como banderas, mailing, folletería y pantallas, garantizando una aplicación uniforme en toda la comunicación institucional. Además, creamos una planilla de PowerPoint accesible para todos los funcionarios, facilitando el uso correcto del logo en presentaciones y documentos oficiales.

Para comunicar este cambio a la comunidad, diseñé la estrategia comunicacional del lanzamiento de la nueva identidad visual, desarrollando una línea gráfica creativa que reforzara el uso del logo en diferentes plataformas como redes sociales, pantallas de vía pública, mailing y otros canales, logrando que todos los vecinos estén informados y familiarizados con la nueva imagen de la comuna.



3. BRANDING MUNICIPAL

Soy la encargada de gestionar y potenciar la identidad visual de la municipalidad, asegurando que cada elemento gráfico refuerce y dé vida a nuestra marca. Mi labor abarca desde la creación de nuevas piezas hasta la actualización de materiales existentes, siempre con el objetivo de construir una imagen sólida, coherente y memorable.

En febrero, lideré y supervisé diversos proyectos clave, integrando estrategia y creatividad en cada diseño. Algunos de estos proyectos incluyen la gráfica para el programa de reciclaje orgánico, el mailing de subsidios de salud, el diseño de chapitas con el nuevo escudo, la identidad visual de la tarjeta vecino, el calendario de relaciones públicas, feria el perchero, elementos de la decom para el mes de la mujer y los uniformes de tránsito, entre otros. Cada una de estas iniciativas contribuye a fortalecer la presencia de la municipalidad, asegurando que su imagen sea reconocible y alineada con nuestros valores y objetivos de comunicación.



MARZO 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

En marzo, participé activamente en las reuniones de coordinación de comunicaciones lideradas por el equipo de Relaciones Públicas. Estas instancias tuvieron como propósito mejorar la planificación de actividades y optimizar el uso de los distintos canales de información para mantener a la comunidad bien informada.

Mi labor estuvo centrada en fortalecer el branding de la comuna y en la difusión de eventos organizados por la Decom, Corporaciones municipales y otras actividades comunitarias.

Además, supervisé y colaboré en el desarrollo de conceptos, diseños y materiales comunicacionales dirigidos tanto a vecinos como vecinas. Entre las piezas elaboradas se encuentran diseños específicos para eventos, mailings, contenido visual para pantallas vía pública, volantes, afiches, gráficas para redes sociales y otros formatos, garantizando así una difusión clara y efectiva de las iniciativas municipales.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

1) CAMPAÑA 8M

Lideré el desarrollo, implementación y ejecución de la campaña del 8M, asegurando un impacto significativo y una difusión efectiva. La campaña fue lanzada el 7 de marzo en el Centro Cívico, donde coordiné el evento junto con el Departamento de Eventos.

El evento contó con la participación de aproximadamente 60 personas, incluyendo a las mujeres seleccionadas en la iniciativa "Mujeres con Cuento". Cada una de ellas leyó su propia historia, generando un espacio de reflexión y reconocimiento. Luego, realizamos una sesión de fotografías y videos para fortalecer el lanzamiento de la campaña. A cada uno de los presentes se les entregó un marcador de libros con la historia de una de las mujeres como recuerdo de la conmemoración.

La actividad tuvo un tono conmemorativo y emotivo, con la presencia de amigos, familiares y autoridades municipales. Este evento fue el punto de partida para una campaña digital en redes sociales y mailing, donde invitamos a los vecinos a compartir sus propias historias.



Handwritten signature

2) SEGURIDAD

Lideré diversas iniciativas para fortalecer el branding de seguridad en la comuna, asegurando que cada acción comunicacional transmitiera confianza y cercanía a los vecinos. Mi enfoque estuvo en difundir de manera efectiva las campañas y mensajes clave para promover una comunidad más segura e informada.

Entre mis principales responsabilidades, trabajé en campañas como:

- **Ruidos molestos:** desarrollé un concepto y un video para redes sociales con el objetivo de concientizar a los vecinos sobre la importancia de reducir el ruido y respetar la convivencia.
- **Cuidado de pertenencias:** diseñé una campaña visual en paraderos de transporte público para recordar a los vecinos la importancia de resguardar sus objetos personales.
- **Plan Cuadrante:** participé en diversas reuniones estratégicas, donde propuse nombres, conceptos y una estrategia comunicacional integrada para el lanzamiento del proyecto, en coordinación con el equipo de seguridad.

Además, realicé múltiples adaptaciones con la nueva identidad visual, incluyendo uniformes, programas, merchandising y otros materiales gráficos, asegurando coherencia en la comunicación y fortaleciendo la percepción de seguridad en la comuna.



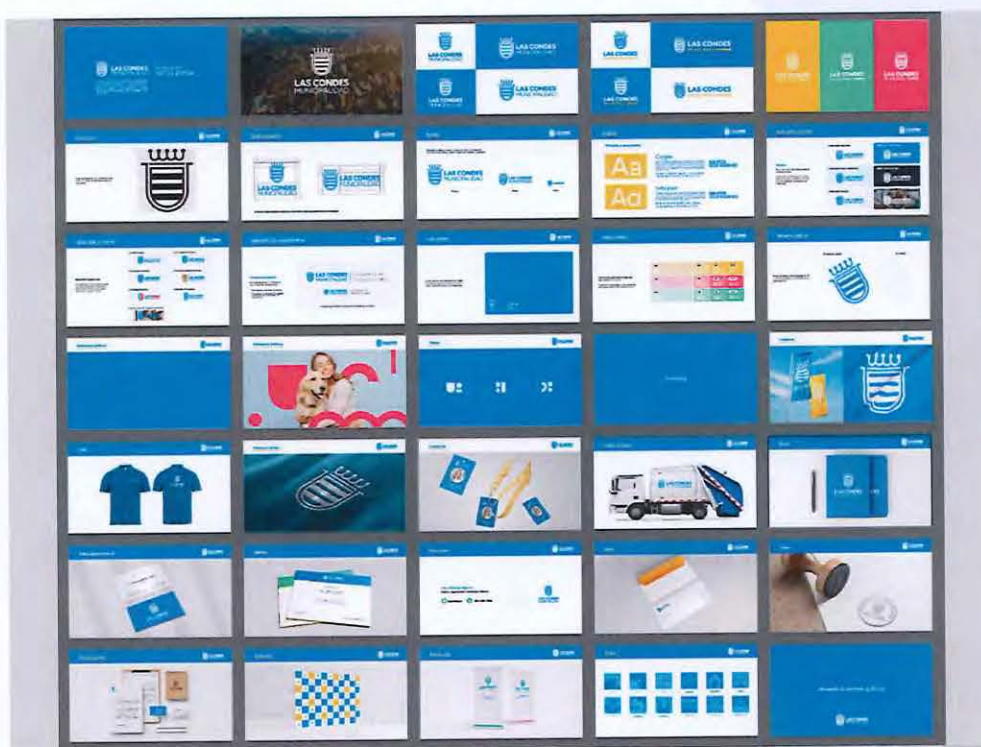
3) LOGO MUNICIPAL

El lunes 17 de marzo se lanzó el nuevo logo de la municipalidad, marcando un paso importante en la actualización de la identidad visual comunal.

Para comunicar este cambio, enviamos un mailing dirigido a los funcionarios, donde incluimos un enlace de descarga con todos los recursos necesarios, como la plantilla de PowerPoint, el branding general y otros elementos gráficos esenciales.

Además, desarrollé un video para redes sociales, con el objetivo de informar a los vecinos sobre la renovación de la imagen institucional y su significado.

En paralelo, he estado liderando la adaptación y actualización de todas las piezas digitales que contenían el logo anterior, garantizando una comunicación más ordenada y coherente en la comuna. Este proceso incluye la actualización de uniformes, firmas de correo, tarjetas de vecino digitales, volantes y otros materiales gráficos. Dado que se trata de un trabajo de largo aliento, estamos avanzando en conjunto con el equipo para implementar estos cambios de manera efectiva y progresiva.



4) CUENTA PÚBLICA

Durante marzo, trabajé en la Cuenta Pública 2025, participando en diversas reuniones de coordinación con distintas unidades para asegurar una planificación efectiva y alineada con los objetivos municipales.

Mi rol incluyó la gestión del diseño gráfico y branding, donde desarrollé el logo, propuesta de conceptos y slogan para darle una identidad propia al evento. Además, supervisé el diseño de la elaboración del PowerPoint oficial, la supervisión del diseño del documento que se publicará en la página web y la puesta en escena de la cuenta pública, el diseño y producción de pines para regalar a los invitados, proponiendo ideas creativas, intervenciones y elementos visuales que aportaran valor y coherencia al mensaje de la alcaldesa. También realicé el diseño de un logo volumétrico y la supervisión de la compra para el día del evento.

Para garantizar una difusión efectiva, también estoy a cargo de desarrollar la invitación oficial, la supervisión de los diseños para redes sociales, panel araña, pendones y otros elementos gráficos. Todo esto con el objetivo de transformar la Cuenta Pública en un hito con marca propia, alineado con el tono y estilo de la gestión.



5) **PIIMEP**

Participé activamente en diversas reuniones para el proyecto **PIIMEP**, liderando la estrategia comunicacional del lanzamiento. Mi rol incluyó la creación de la identidad visual y los lineamientos gráficos, asegurando coherencia y atractivo en todos los puntos de contacto con la comunidad.

Desarrollé la página web del proyecto, facilitando la participación y votación de los vecinos en esta iniciativa. Además, coordiné la producción de pantallas digitales para la vía pública, el diseño de mailings, banners y otros materiales gráficos, garantizando una difusión efectiva y alineada con la estrategia comunicacional del municipio



Link del avance de la página:

<https://tlas-condes-sitio-web-wordpress.cc.cl/landing/piimep/>

3. BRANDING MUNICIPAL

Soy responsable de la gestión y fortalecimiento de la identidad visual de la municipalidad, garantizando que cada pieza gráfica transmita y refuerce la esencia de nuestra marca. Mi trabajo abarca desde la creación de nuevos diseños hasta la actualización de materiales existentes, asegurando una imagen institucional coherente, sólida y memorable.

En marzo, lideré y supervisé múltiples proyectos estratégicos, combinando creatividad y planificación en cada diseño. Entre ellos destacan la gráfica para el programa de reciclaje orgánico, materiales para Red Mujer y programas de violencia contra la mujer, así como la identidad visual de eventos como la Feria del Perchero, Feria Vintage y Feria de las Pulgas. También desarrollé piezas para el Día del Deporte, plantillas para Recursos Humanos, Vive Las Condes y la Tarjeta Vecino, entre otros.

Cada una de estas iniciativas contribuye a consolidar la imagen de la municipalidad, asegurando que su identidad sea reconocible, alineada con sus valores y efectiva difusión en la comunicación con la comunidad.



B

ABRIL 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante abril, participé activamente en las instancias de coordinación del área de comunicaciones, encabezadas por el equipo de Relaciones Públicas. Estas reuniones tuvieron como objetivo afinar la planificación de actividades y potenciar el uso estratégico de los distintos medios de difusión para asegurar una comunicación clara y oportuna con la comunidad.

Mi trabajo se enfocó en reforzar la identidad visual y comunicacional de la comuna, especialmente en la promoción de eventos relevantes como los organizados por la DECOM y la Corporación Cultural, y de manera destacada, la planificación y coordinación de la Cuenta Pública.

Asimismo, estuve a cargo de la supervisión y colaboración en la creación de conceptos, piezas gráficas y materiales destinados a los vecinos. Entre los formatos desarrollados se incluyeron diseños para eventos, mailings informativos, contenidos para pantallas de vía pública, afiches, volantes, piezas digitales para redes sociales y otros soportes gráficos, asegurando una comunicación visual coherente y efectiva para cada iniciativa municipal.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

1) DÍA MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA "PANTALLAS OFF, PLANETA ON"

Con motivo del Día del Medio Ambiente en junio, desarrollé una propuesta innovadora para generar conciencia ambiental en toda la comuna. Me reuní en varias ocasiones con las unidades responsables para ver la factibilidad y avanzar con la idea. La acción principal será una intervención en las pantallas de la vía pública bajo el concepto: "Pantallas OFF, Planeta ON". La idea es apagar todas las pantallas de los kioscos digitales durante un minuto, reemplazándolas por un video en negro. Esta acción contará con el apoyo de cinco marcas que se sumarán a esta iniciativa municipal. No solo se trata del ahorro energético que implica apagar las pantallas durante ese minuto, sino de algo mucho más profundo:

Que toda la comuna se detenga, reflexione, observe... y se pregunte: *"¿Qué estamos haciendo por el medio ambiente?"* **Extensión de la campaña:**

Para potenciar el impacto, esta intervención se acompañará de una campaña multicanal que incluirá:

- **Redes sociales:** contenidos previos, en vivo y post-evento.
- **Mailings masivos** dirigidos a vecinos
- **Notas de prensa** para medios locales y nacionales.
- **Intervenciones digitales** en la web municipal



2) HORA SILENCIOSA

CAMPAÑA "HORA DEL SILENCIO" – INICIATIVA DE INCLUSIÓN SENSORIAL

Desde el área de marketing, trabajé en el desarrollo de una campaña orientada a nuestros vecinos con autismo o sensibilidad sensorial, basada en una práctica reconocida internacionalmente como la **"Hora del Silencio"**.

Esta iniciativa ha sido implementada exitosamente por diversas marcas y consiste en crear ambientes menos abrumadores, reduciendo iluminación y ruidos en horarios y días específicos.

Propuesta para la Municipalidad:

La idea es replicar esta experiencia inclusiva en nuestros centros deportivos municipales, ofreciendo momentos especialmente diseñados para quienes necesitan espacios más tranquilos y adaptados a sus necesidades sensoriales.

Implementación:

- Realizar la "Hora del Silencio" de manera permanente durante todo el año, con horarios y días definidos.
- Complementarlo con una campaña de difusión en múltiples canales, incluyendo:
 - **Redes sociales:** piezas informativas, testimoniales y recordatorios semanales.
 - **Mailings** dirigidos a vecinos y usuarios de los centros deportivos.
 - **Comunicación en vía pública:** afiches, pantallas informativas y cartelera en los propios centros.

Coordinación:

Me reuní con los encargados de Deportes y Comunicaciones para planificar la mejor forma de ejecutar esta iniciativa, asegurando un trabajo colaborativo que maximice su impacto en beneficio de nuestros vecinos.

Objetivo:

Promover una comuna más inclusiva y empática, donde todos tengan acceso a espacios que respeten sus necesidades sensoriales, fortaleciendo así nuestro compromiso con la diversidad y la integración.



B

3) CAMPAÑA INVIERNO

CAMPAÑA DE INVIERNO "CUIDARSE ES UNA BUENA SEÑAL"

Desarrollé una campaña para el inicio de la temporada de invierno, dirigida a niños, jóvenes y adultos, con el objetivo de recordar la importancia de cuidarse durante esta época del año.

Concepto creativo:

"Cuidarse es una buena señal".

Acción principal:

Diseñamos gráficas tipo intervención urbana, basadas en las tradicionales señaléticas de peatones, pero adaptándolas creativamente: abrigamos a los personajes de las señales para transmitir, de manera visual y cercana, el mensaje de autocuidado.

Estas intervenciones estarán instaladas en diferentes puntos estratégicos de la comuna, sorprendiendo e invitando a los vecinos a reflexionar sobre el cuidado personal en invierno.

Extensión digital:

La campaña invitará a los vecinos a visitar una página web especial, donde encontrarán consejos útiles para protegerse del frío, prevenir enfermedades y mantenerse saludables. Esta página la estamos desarrollando en conjunto con la agencia y el equipo de diseño de la municipalidad.

Difusión multicanal:

Para maximizar su alcance, la campaña será difundida a través de:

- **Redes sociales**
- **Mailings masivos** a los vecinos.
- **Banners y pantallas** de vía pública.
- **Web municipal**

Coordinación interna:

Me reuní en varias ocasiones con las distintas unidades encargadas para coordinar una estrategia de difusión sólida y asegurar que la campaña se comunique de manera efectiva en todos los canales disponibles.

Objetivo:

Concientizar de manera innovadora, cercana y masiva sobre la importancia de protegerse en invierno, reforzando nuestro compromiso con la salud y el bienestar de la comunidad.



4) SEGURIDAD

Desde el área de marketing, trabajé en el desarrollo integral del branding de seguridad municipal, abarcando distintas acciones clave para fortalecer la comunicación con los vecinos.

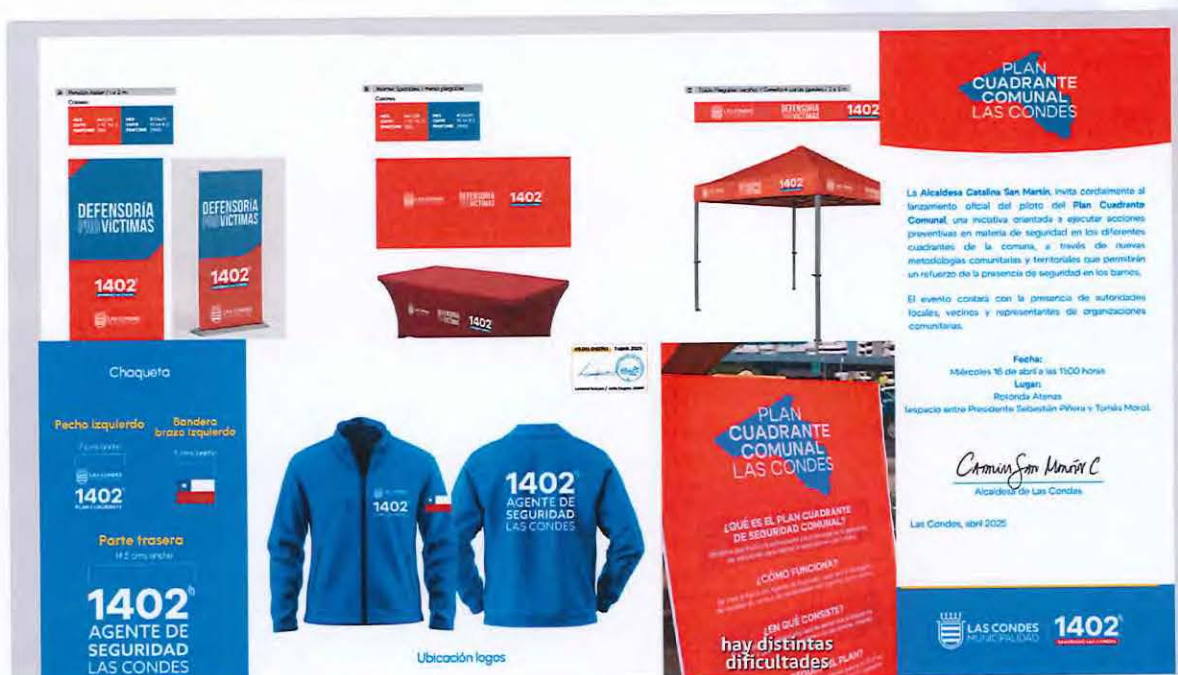
Entre las principales acciones realizadas destacan:

- Diseño y producción de **dispositivos gráficos** para seguridad ciudadana.
- Desarrollo del **branding de las nuevas motos de los inspectores municipales**, incluyendo aplicación de identidad visual.
- Diseño de **uniformes** y **materiales complementarios** como pendones, manteles, señaléticas y piezas gráficas para la **Defensoría Pro Víctimas**.
- Supervisión y coordinación del **envío de mailings informativos** a los vecinos, enfocados en temas de seguridad municipal y prevención.

Lanzamiento del "Plan Cuadrante":

- Colaboré en la puesta en escena y estrategia de comunicación del nuevo Plan Cuadrante de Seguridad.
- Diseñamos y distribuimos volantes informativos para acercar el plan a la comunidad.
- Imprimimos gráficas en Fomex para su instalación en trípodes y soportes urbanos, buscando alta visibilidad en espacios públicos.

Objetivo general: Transmitir de manera clara, cercana y efectiva todas las iniciativas de seguridad a nuestros vecinos, fortaleciendo la confianza y la participación ciudadana.



5) CUENTA PÚBLICA

Durante abril, continué trabajando activamente en el desarrollo integral de la Cuenta Pública 2025, participando en múltiples reuniones de coordinación junto a diversas unidades municipales para asegurar una ejecución estratégica y coherente con los lineamientos institucionales.

Mi labor estuvo enfocada en la creación y dirección de la identidad visual del evento, lo que incluyó el diseño del logotipo, la definición de conceptos creativos y la elaboración del slogan, con el objetivo de dotar a la Cuenta Pública de una imagen distintiva y representativa.

También estuve a cargo del diseño del documento final que fue publicado en la web municipal, entrega de panel araña, podio con logo, logo volumétrico, entre otros.



3. BRANDING MUNICIPAL

Mi rol está enfocado en dar vida a la identidad visual de la municipalidad, asegurando que cada diseño sea una extensión auténtica de su esencia. Desde nuevos desarrollos gráficos hasta la actualización de materiales, trabajo para que la imagen institucional sea siempre coherente, moderna y reconocible.

Durante marzo, lideré y coordiné una serie de proyectos estratégicos que combinaron creatividad y gestión eficiente. Algunos de los hitos fueron:

- Diseño completo para la feria "El Perchero", adaptando la gráfica a múltiples formatos: redes sociales, cenefas, palomas, mailing, entre otros.
- Actualización de la Tarjeta Vecino, creando nuevas aplicaciones digitales para la web y avatares de usuario.
- Desarrollo de materiales para "Vive Las Condes", incluyendo volantes, redes sociales, mailings y señalética urbana.
- Creación de la campaña gráfica para "Invierno Mágico" en el Parque Araucano, destinada a las vacaciones de invierno.

- Producción de nuevos elementos institucionales con la imagen renovada, como pendones, archivadores y otros soportes.

Cada proyecto no solo refuerza la presencia visual de la municipalidad, sino que también impulsa una comunicación más cercana, efectiva y memorable con nuestros vecinos.



MAYO 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante mayo, participé en las reuniones semanales de coordinación del área de comunicaciones, lideradas por el equipo de Relaciones Públicas. Estas instancias tuvieron como propósito alinear estrategias y definir acciones para optimizar la difusión de eventos y actividades municipales, garantizando una comunicación clara, eficiente y cercana con la comunidad.

Mi rol se centró en fortalecer la identidad visual y el relato comunicacional de la comuna, con especial énfasis en la promoción de iniciativas impulsadas por la DECOM y la Corporación Cultural. Entre los hitos más relevantes en los que colaboré destacan la planificación integral de la inauguración de la pista de hielo, la conmemoración del Día de los Patrimonios y el lanzamiento de la Gran Rueda en el Parque Araucano.

Además, trabajé en la realización de conceptos, diseño de piezas gráficas y elaboración de materiales dirigidos a los vecinos para diferentes actividades. Desarrollamos una variedad de formatos, incluyendo afiches, volantes, contenidos digitales para redes sociales, pantallas vía pública, mailings informativos y otros soportes, asegurando una estética coherente y un mensaje unificado para cada iniciativa municipal.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

1) PREVENCIÓN CONSUMO DE ALCOHOL AL VOLANTE

Trabajé en el desarrollo de una propuesta para una campaña de concientización sobre el consumo irresponsable de alcohol durante las Fiestas Patrias. La idea central fue crear un concepto creativo e innovador que permitiera establecer una alianza público-privada con bares y restaurantes de la comuna.

La campaña se basa en un mensaje directo y disruptivo: **"Si vas a manejar, no tomes en este bar"**, buscando generar impacto precisamente en los lugares donde se concentra el consumo de alcohol. El objetivo es llevar un mensaje claro y preventivo a los vecinos, fomentando una celebración responsable y ayudando a evitar accidentes y muertes en el tránsito.

Actualmente, estamos en la etapa de cotizaciones y búsqueda de restaurantes que deseen sumarse como partners de esta iniciativa. Además del cartel luminoso, hemos diseñado materiales complementarios como posavasos e individuales para que otros bares también puedan adherirse a la campaña, multiplicando así el alcance del mensaje y fortaleciendo su visibilidad en puntos clave de la comuna.

	COSTO 238.000 CON IVA / SIN INSTALACIÓN INSTALACIÓN 80.000+IVA	
LA PRIMERA CAMPAÑA QUE INVITA A NO TOMAR DONDE TODO EL MUNDO TOMA 	INVITAREMOS A LA MAYOR CANTIDAD DE BARES A SUMARSE A ESTA CAMPAÑA, ENTREGÁNDOLES POSAVASOS E INDIVIDUALES DE MANERA GRATUITA PARA QUE PUEDAN SER PARTE ACTIVA DE ESTA INICIATIVA DE PREVENCIÓN	

2) CAMPAÑA OBRAS

Trabajé en el desarrollo de la campaña comunicacional para informar sobre las obras que comenzarán a ejecutarse, tales como pavimentación, reparación de baches, recambio de veredas, entre otras intervenciones urbanas.

Propuse conceptos creativos paraguas que permitieran unificar y dar coherencia al mensaje de toda la campaña. A partir de estos conceptos, elaboré diferentes líneas de comunicación para los carteles de obra, tanto desde la mirada del contratista como desde la perspectiva institucional de la municipalidad.

Además, diseñé una planificación estratégica para entregar los mensajes en distintas etapas: antes, durante y después de la ejecución de los trabajos. Esta estrategia incluyó acciones informativas dirigidas a los vecinos mediante mailing, redes sociales, pantallas en vía pública, sitio web y otros canales, con el objetivo de lograr un mayor alcance y mantener una comunicación clara y efectiva.

B



3) DÍA DE LOS PATRIMONIOS

Trabajé en el desarrollo del diseño gráfico para la campaña del Día de los Patrimonios, liderando la creación de una propuesta visual atractiva y coherente. A partir de esta gráfica, diseñé y gestioné la producción de postales que los vecinos podían ir completando con timbres al visitar los distintos espacios patrimoniales de la comuna, generando una experiencia lúdica e interactiva. Además, desarrollé una landing page con toda la información relevante del evento: un resumen de cada lugar que se podía visitar, material que complementaba el relato, programación general y detalles sobre el sistema de transporte comunal con buses eléctricos. Coordiné múltiples reuniones con las distintas unidades involucradas, como la DECOM, Tránsito, Corporación Cultural, entre otras, para asegurar una ejecución integral y coherente.

Paralelamente, propuse y supervisé una estrategia de comunicación 360°, orientada a alcanzar a los vecinos de forma clara y efectiva. Esta incluyó el envío de mailings con información detallada del evento, la producción de volantes informativos para anunciar desvíos por buses eléctricos, volantes generales sobre el evento y la elaboración de pancartas y pantallas digitales para señalizar en la vía pública.



4) CAMPAÑA CUIDARTE ES UNA BUENA SEÑAL

Trabajé junto al equipo audiovisual en el desarrollo del video principal para el lanzamiento de la campaña "**Señales de Invierno**". Participé en diversas reuniones de coordinación para revisar el guión, seleccionar a los personajes y definir el vestuario adecuado, asegurando que todos los elementos comunicaran de forma coherente el concepto de la intervención.

Además, me encargué del diseño de gráficas complementarias para redes sociales, historias de Instagram, pantallas de vía pública y el envío de mailings informativos a los vecinos, con el objetivo de amplificar el alcance y el impacto de la campaña.



5) SEGURIDAD

Estuve a cargo de la supervisión y actualización del nuevo logo institucional, adaptándolo a distintos formatos y soportes como tazones, libretas, volantes y otras piezas gráficas, asegurando su correcta implementación en cada aplicación. También lideré el branding de los nuevos centros de seguridad ubicados en El Golf y en Isabel La Católica. Para ello, coordinamos diversas reuniones con los equipos responsables, evaluando medidas, fechas clave e implementación visual en los espacios. Además, participé activamente en reuniones de coordinación para el lanzamiento de las nuevas motos eléctricas de seguridad, desarrollando el diseño del nuevo branding y la estrategia comunicacional para la pauta de lanzamiento, incluyendo materiales gráficos y planificación de difusión en distintos canales.



6) INVIERNO MÁGICO

Trabajé en la creación del concepto final de "Invierno Mágico" en el Parque Araucano, un evento que reúne dos grandes atracciones: la pista de hielo y la gran rueda. Desde el área de marketing y creatividad, me encargué de dar vida a la identidad visual y narrativa del evento, logrando conectar emocionalmente con los vecinos y generar un alto impacto en la experiencia de marca.

Adapté el concepto a múltiples formatos para asegurar una comunicación coherente y efectiva: Volantes impresos, Mailings masivos, Lienzos y prismas instalados dentro del parque, Banner web, Piezas para redes sociales

Además, participé en reuniones de coordinación para la inauguración de la pista de hielo y, posteriormente de la gran rueda, colaborando en la planificación de los hitos comunicacionales y estratégicos que marcaron el lanzamiento del evento.

Mi rol se centró en asegurar que cada punto de contacto con el público transmitiera la esencia de una temporada invernal inolvidable, reforzando el vínculo entre la comunidad y el municipio a través de una experiencia mágica y bien comunicada.



3. BRANDING MUNICIPAL

Mi rol en el área de marketing se centra en el branding municipal. Esto implica no solo la constante actualización del logo institucional, sino también la creación de diseños para los diversos contenidos que requieren las distintas unidades: mailings, volantes,

Durante mayo trabajé en iniciativas como la Feria del Vinilo, Las Condes Camp, campañas de bienestar ciudadano, inscripciones a terapias inclusivas como la equinoterapia, diseño de regalos institucionales, señaléticas para parques y jardines, y piezas clave para la DECOM.

En términos generales, supervisé, revisé y producí todas las solicitudes provenientes de las diferentes unidades desde la perspectiva del diseño y marketing. Para luego en diferentes reuniones evaluar la estrategia comunicacional de cada pedido para amplificar el mensaje de la municipalidad y fortalecer el vínculo con la comunidad.





JUNIO 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante el mes de junio, fui parte activa en la organización y ejecución de las acciones comunicacionales de la comuna. Participé en reuniones estratégicas junto al equipo de Relaciones Públicas, donde trabajamos de manera colaborativa para asegurar que cada actividad y evento municipal llegara a los vecinos con un relato claro, cercano y alineado con la identidad de Las Condes.

Mi gestión estuvo enfocada en potenciar la marca de la comuna a través de mensajes coherentes y piezas gráficas que conectaran con la ciudadanía. Este mes, colaboré especialmente en la difusión de tres grandes hitos:

- **La inauguración de la Gran Rueda en el Parque Araucano**
- **La Feria de las Naciones organizada por la Corporación Cultural**
- **Mes de Aniversario de Las Condes**

Además, llevé adelante la creación de conceptos creativos, desarrollo visual y diseño de materiales para diversas actividades comunales. El trabajo incluyó desde afiches y volantes hasta contenidos digitales, piezas para pantallas en la vía pública y mailings, siempre asegurando consistencia gráfica y mensajes efectivos para la comunidad.

Cada acción buscó acercar las iniciativas municipales a las personas, fortaleciendo el vínculo con los vecinos y posicionando a Las Condes como una comuna activa y conectada con su gente.

B

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

a) CUIDARTE ES UNA BUENA SEÑAL

Durante junio, lideré la instalación y el lanzamiento integral de la campaña "Cuidarte es una buena señal" en la comuna. La campaña ya está en marcha y visible para los vecinos en puntos estratégicos como el barrio El Golf y el sector Los Dominicos, donde instalamos carteles y señaléticas especialmente diseñadas para reforzar los mensajes preventivos. Junto al equipo audiovisual, desarrollamos el video principal de la campaña, el cual fue difundido en redes sociales para amplificar el alcance y generar mayor conexión con la comunidad. Además, creé una página web exclusiva de la campaña, junto con banners, pantallas de vía pública e historias de Instagram para lograr una cobertura 360°.

Cada uno de estos soportes fue pensado para entregar un mensaje claro, atractivo y coherente, logrando instalar "cuidarte es una buena señal" como una iniciativa visible, cercana y útil para los vecinos de Las Condes.



b) HORA SILENCIOSA

Impulsé la iniciativa de "**Hora Silenciosa**" en colaboración con Mallplaza Los Dominicos, logrando una alianza público-privada que promueve la inclusión real y el bienestar de las personas dentro del espectro autista en la comuna de Las Condes. Este proyecto busca adaptar espacios del centro comercial con condiciones sensoriales amigables, reduciendo ruidos, luces y estímulos ambientales para que las personas autistas y sus familias puedan disfrutar de una experiencia cómoda, segura y respetuosa. Mi rol fue clave en la gestión y desarrollo de la campaña, trabajando en conjunto con el mall en la creación de piezas gráficas, diseño de los materiales de difusión y la organización del punto de prensa para su lanzamiento. Esta acción refleja un compromiso concreto por construir espacios más accesibles, inclusivos y conscientes en nuestra comuna.



c) CÁNCER DE MAMA

Trabajé en la planificación integral de la campaña de cáncer de mama de este año, desarrollando ideas y conceptos creativos que permitieran visibilizar el tema y reforzar la importancia de que todas las vecinas se realicen una mamografía anual. Diseñé una estrategia de comunicaciones completa y bien estructurada, con foco en generar alto alcance y recordación.

Coordiné reuniones con distintos equipos para alinear los esfuerzos y avanzar de manera conjunta hacia el lanzamiento en octubre, contemplando difusión en prensa, redes sociales, mailing, afiches, intervenciones urbanas y otros soportes, con el objetivo de lograr una difusión masiva y efectiva de la campaña.



d) ANIVERSARIO COMUNA

Trabajé en la campaña y coordinación de los eventos que realizaremos para el aniversario de la comuna en el mes de agosto. Participé activamente en diversas reuniones con el equipo de eventos, la Dirección de Comunicaciones, equipos territoriales y la Corporación Cultural, donde definimos la línea editorial de las actividades, revisamos propuestas y analizamos presupuestos para desarrollar un mes completo de eventos gratuitos pensados para que los vecinos pudieran disfrutar y celebrar juntos este aniversario. Además, estuve a cargo de la creación de la identidad visual de la campaña: diseñé los logos, piezas gráficas y lideré la estrategia de comunicaciones, asegurando que todos los vecinos estuvieran informados de los panoramas disponibles. Esto incluye la elaboración de una landing page, volantes, pantallas vp, publicaciones en redes sociales, lienzos en plazas, entre otros soportes, los cuales lanzaremos en el mes de julio.



e)DÍA DEL PAPÁ

Fui responsable del desarrollo creativo del concepto y diseño para la campaña del Día del Papá, buscando transmitir cercanía, reconocimiento y cariño hacia los padres de la comuna. A partir de este concepto base, se realizaron distintas adaptaciones gráficas para centros comunitarios, redes sociales, comunicaciones internas (como Recursos Humanos) y actividades de celebración para funcionarios municipales.

La campaña incluyó el diseño de afiches, piezas para mailing y contenidos digitales, todos alineados visualmente para mantener coherencia y potenciar el mensaje. Esta propuesta permitió **unificar la celebración en distintos espacios y plataformas**, generando una experiencia significativa y transversal para los vecinos y vecinas de Las Condes.



e)FIESTAS PATRIAS

Estuve a cargo del desarrollo del concepto creativo y el diseño integral de la campaña de Fiestas Patrias, con el objetivo de informar y convocar a los vecinos a participar en las actividades organizadas por la municipalidad.

Comenzamos la planificación estratégica para evaluar qué formatos necesitamos para asegurar una difusión efectiva, incluyendo piezas para vía pública (posterar, lienzos, buses, volantes), contenidos para redes sociales, mailing masivo, y materiales gráficos para las distintas actividades en plazas, las cuales también se **brandearán con la identidad visual de la campaña**.

Toda esta planificación responde a una **estrategia de comunicación coordinada**, que busca garantizar que la comunidad esté informada de dónde, cómo y cuándo celebrar, promoviendo espacios de encuentro y disfrute familiar en el marco de las Fiestas Patrias.

B



3. BRANDING MUNICIPAL

IDENTIDAD VISUAL Y COMUNICACIONAL DE LA MUNICIPALIDAD

Durante junio, lideré la gestión de identidad visual de la municipalidad, velando por una imagen coherente, actualizada y cercana a la comunidad. Este trabajo abarcó desde el diseño y desarrollo de piezas gráficas para múltiples plataformas, como mailings, afiches, pendones, volantes, toldos y material promocional, hasta la coordinación estratégica con las distintas áreas internas.

Estuve a cargo de campañas como encuestas ciudadanas, Piimep, comunicaciones internas de Recursos Humanos, promoción de clases de cueca, rediseño de formatos para "Vive Las Condes" y la difusión de la Expo Talleres, entre otras.

Más allá del diseño, participé activamente en reuniones estratégicas con los equipos solicitantes para definir enfoques comunicacionales que reforzaran los mensajes institucionales y generaran mayor conexión emocional con los vecinos. Cada pieza fue pensada como una oportunidad para fortalecer el relato visual de la comuna.



B



4. MERCHANDISING MUNICIPAL

Lideré una búsqueda exhaustiva para definir qué tipo de merchandising debía entregarse a los vecinos, incorporando el nuevo diseño del logo institucional. Diseñamos cuidadosamente cada producto y revisamos las cantidades necesarias, con el objetivo de entregar un material útil, representativo y de calidad. Posteriormente, trabajamos en conjunto con el área administrativa para avanzar con la licitación correspondiente. También trabajé en la planificación estratégica de cómo y dónde distribuir el merchandising, buscando maximizar su impacto. Diseñamos una estrategia de entrega en terreno, que contempla:

- Ferias y operativos municipales
- Activaciones en eventos comunales
- Entregas dirigidas en plazas y espacios comunitarios
- Efemérides

El objetivo es que este merchandising no sea solo un regalo, sino una forma tangible de conexión entre el municipio y la comunidad, acompañando a los vecinos en su día a día y reforzando el vínculo con la comuna.



1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante julio estuve involucrada en la planificación y despliegue de distintas acciones comunicacionales clave para la comuna. Junto al equipo de Relaciones Públicas, participé en reuniones estratégicas donde definimos cómo transmitir, de forma clara y coherente, cada una de las iniciativas municipales a la comunidad, manteniendo siempre el sello cercano y moderno de Las Condes.

Mi trabajo se centró en fortalecer la presencia de la marca comuna a través de mensajes potentes y un diseño visual atractivo, asegurando que cada actividad tuviera una comunicación efectiva con los vecinos.

Este mes, estuve involucrada en la difusión de tres campañas prioritarias:

- **Mes de Aniversario de Las Condes**, con una programación diversa de eventos para toda la comunidad.
- Campaña de **Fiestas Patrias con enfoque en consumo responsable** y la celebración de la Fiesta de la Chilenidad.
- **Encuesta de Seguridad**, una participación ciudadana fundamental para la administración.

Además, me encargué de desarrollar conceptos creativos, líneas gráficas y materiales de difusión para distintas actividades, incluyendo afiches, volantes, contenidos digitales, piezas para pantallas digitales y mailings. Todo el proceso fue realizado con atención al detalle y foco en mantener una narrativa visual y comunicacional coherente.

Cada acción tuvo como objetivo principal acercar la gestión municipal a las personas, reforzando el vínculo con los vecinos y consolidando a Las Condes como una comuna comprometida, activa y conectada con su comunidad.

También participé activamente en diversas reuniones de coordinación presupuestaria para 2026 y procesos de licitación, trabajando junto al equipo de diseño en la proyección de todos los materiales que necesitaremos para el próximo año.

Revisamos en detalle medidas, formatos, soportes y campañas calendarizadas, con el objetivo de construir una planificación estratégica sólida que permita definir con precisión el presupuesto destinado a las acciones de difusión para la comunidad.



2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

a) CONSULTA SEGURIDAD

Trabajé y participé activamente en la campaña de difusión de la Consulta de Seguridad, coordinando múltiples reuniones con la DECOM y el equipo de Participación Ciudadana para definir la planificación general de la campaña.

Estuve a cargo de diseñar y liderar la estrategia comunicacional completa, desde el desarrollo del concepto creativo hasta la definición de los canales y formatos más efectivos para llegar a los vecinos, como volantes, palomas, pendón roller y afiches. También me encargué del diseño de los materiales gráficos y gestioné su producción.

Posteriormente, coordiné la distribución del material, asegurando que llegara oportunamente a los equipos territoriales y de seguridad, quienes fueron los encargados de difundirlo de manera directa, vecino a vecino.



b) CÁNCER DE MAMA

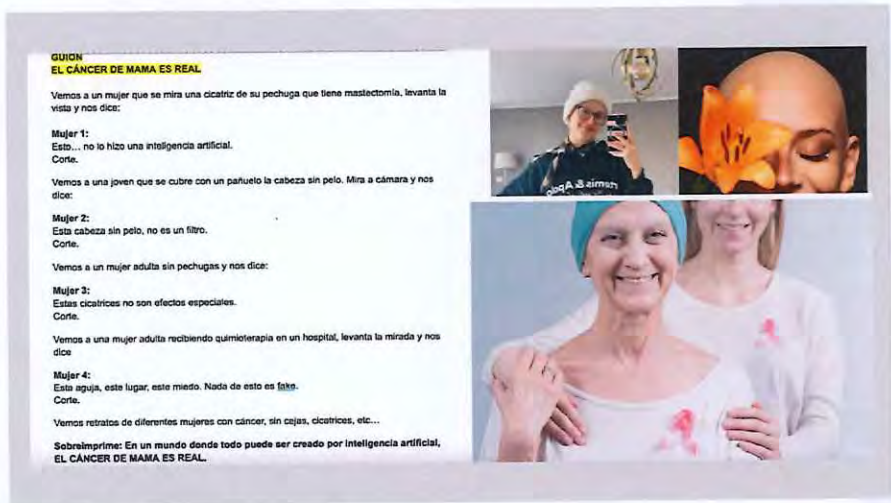
Continué trabajando en la campaña de concientización sobre el cáncer de mama, coordinando con distintas unidades municipales la viabilidad de diversas propuestas, como la corrida familiar, intervenciones, la iluminación de edificios y otras acciones simbólicas.

Además, estuve a cargo del desarrollo de la campaña visual de este año, donde mantuvimos el concepto central, pero renovamos completamente la identidad gráfica, adaptándola a nuevos soportes y objetivos de impacto.

Paralelamente, trabajé en la campaña digital para redes sociales, donde propuse y desarrollé ideas creativas y conmovedoras, pensadas especialmente para impactar a las mujeres de la comuna y motivarlas a realizarse su mamografía anual.

B

Mi foco principal ha estado en la creación y gestión de los materiales de difusión, asegurando coherencia visual, efectividad comunicacional y un fuerte vínculo emocional con el mensaje.



c) ANIVERSARIO COMUNA

Durante julio estuve dedicada a la planificación y ejecución de la campaña de celebración del aniversario comunal, que se llevará a cabo en agosto. Formé parte de reuniones clave con los equipos de Eventos, Comunicaciones, Participación Territorial y la Corporación Cultural, donde definimos la programación, el enfoque editorial y los recursos necesarios para dar vida a un calendario de actividades gratuitas pensado especialmente para nuestros vecinos.

Mi rol principal fue liderar la estrategia comunicacional y el desarrollo visual de la campaña. Me enfoqué en cada detalle de los distintos formatos de difusión, diseñando y coordinando la producción de palomas, volantes, lienzos, pantallas VP, redes sociales y piezas digitales. Además, trabajé en la creación de una landing page que reúne toda la información sobre los eventos, asegurando una experiencia clara, atractiva y coherente en todos los puntos de contacto con la comunidad.

Este trabajo no solo contempló el diseño, sino también la gestión completa de los materiales, garantizando su calidad, pertinencia territorial y correcto despliegue, para que todos los vecinos puedan informarse y participar activamente en esta gran celebración.

Link: <https://www2.lascondes.cl/landing/aniversario-las-condes/>





d) FIESTAS PATRIAS

Luego de trabajar en el concepto y la línea gráfica de la campaña del 18 de septiembre, continué colaborando con el equipo de diseño para definir y ajustar cada formato según sus características específicas. Actualmente, el proceso sigue en etapa de producción, y en paralelo estoy desarrollando la planificación estratégica de difusión, con el objetivo de comunicar de manera clara y oportuna a los vecinos todas las actividades que se llevarán a cabo durante Fiestas Patrias.

Por otro lado, he participado en varias reuniones con la Federación encargada de la Semana de la Chilenidad en el Parque, donde propuse la estrategia comunicacional para esa semana en particular. También he estado revisando piezas gráficas, coordinando la distribución próxima de entradas y apoyando en diversas gestiones vinculadas a la comunicación y logística del evento.



e) CAMPAÑA CONSUMO RESPONSABLE 18 SEPTIEMBRE

Durante julio trabajé en la campaña de consumo responsable dirigida a los vecinos de la comuna con motivo de las Fiestas Patrias. Desarrollé dos propuestas creativas de alto impacto, que actualmente se encuentran en evaluación para definir cuál será implementada durante septiembre.

Ambas propuestas consideran un enfoque integral que incluye:

- **Diseño de piezas gráficas** (afiches, gráficas digitales, posa vasos)
- **Alianzas estratégicas con bares y locales** de la comuna
- **Campaña en redes sociales**



– Y un **concepto creativo potente**, pensado para generar reflexión y conectar emocionalmente con los vecinos.

Una vez que se defina la propuesta final, estaré a cargo de diseñar e implementar la estrategia comunicacional completa, con el objetivo de amplificar el mensaje, generar conciencia y contribuir a evitar la conducción bajo los efectos del alcohol durante estas celebraciones.



Handwritten signature

3. BRANDING MUNICIPAL

Durante julio, trabajé en variados brief que me solicitaron las diferentes unidades internas de la municipalidad, coordinando sus requerimientos visuales y comunicacionales para luego transformarlos en campañas coherentes, estratégicas y efectivas. Mi labor comenzó con la recepción y priorización de solicitudes, y continuó con la planificación, diseño y ejecución de piezas gráficas adaptadas a diversos formatos y plataformas.

Desde afiches, volantes y pendones, hasta mailing, entre otros, cada entrega fue diseñada con criterios de unidad visual y enfoque ciudadano. Además, lideré campañas clave como el Día del Niño, diplomas, invitaciones de protocolo, operativos de participación ciudadana, cierres de calles, intervenciones urbanas como el arreglo del parque Araucano, concursos literarios y celebraciones inclusivas como la Fiesta de la Discapacidad, entre otros. También participé en mesas de trabajo estratégicas, donde definimos junto a cada equipo el enfoque narrativo y visual más adecuado para potenciar sus mensajes.



3

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante agosto participé activamente en la coordinación y ejecución de diversas iniciativas comunicacionales para la comuna. En conjunto con el equipo de Relaciones Públicas, trabajamos en la definición de lineamientos estratégicos que nos permitieran transmitir los mensajes municipales de manera clara, coherente y con una identidad cercana, innovadora y alineada al espíritu de Las Condes.

Mi labor estuvo orientada a potenciar la imagen de la comuna a través de propuestas creativas y un diseño visual atractivo, que aseguraran una comunicación directa y efectiva con la comunidad.

- **Mes de Aniversario de Las Condes**, con una cartelera diversa de actividades culturales y recreativas.
- **Fiestas Patrias con foco en consumo responsable**, planificando el lanzamiento de la campaña
- **Semana Chilenedad**, diseñando los diferentes soportes para comunicar la programación comunal y en el Parque Padre Hurtado.

Desarrollé conceptos creativos, identidades gráficas y materiales de difusión para las distintas actividades. Entre ellos: diseño de afiches, volantes, piezas digitales, contenidos para pantallas y envíos de mailing.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

a) CÁNCER DE MAMA

Durante este mes continué desarrollando la campaña de concientización sobre el cáncer de mama, fortaleciendo la coordinación con distintas unidades municipales para su implementación. Dentro de este trabajo, participé activamente en la propuesta creativa de la intervención en el Centro Cívico "**Lazos Valientes**", colaborando en la conceptualización, diseño, desarrollo de la propuesta y en el proceso de licitación, que permitirá que la instalación esté presente durante todo octubre. Además, continué con la producción y ajustes de piezas visuales para difundir la campaña, la actualización de contenidos en la página web y la preparación de material para redes sociales, donde estuve produciendo y grabando el video con diferentes mujeres son su testimonio real.

Mi foco principal ha estado en la creación y gestión integral de los materiales de difusión, velando por mantener coherencia visual, claridad comunicacional y un fuerte componente emocional en cada pieza, con el fin de generar un mayor impacto en la comunidad.



B

b) ANIVERSARIO COMUNA

Durante agosto lideré la estrategia comunicacional para el aniversario de la comuna, coordinando tanto la creación como la implementación de los distintos soportes gráficos y materiales de difusión. Diseñé las invitaciones de cada evento, con el objetivo de motivar, convocar y generar alta asistencia ciudadana.

Además, asumí la gestión integral de los materiales de comunicación, desde su diseño y pertinencia territorial hasta la supervisión de la impresión, calidad y despliegue en plazas y puntos estratégicos. Gracias a esta planificación, los lienzos y volantes llegaron de manera oportuna y efectiva a los vecinos, garantizando que la comunidad estuviera informada y participara activamente en esta gran celebración.



d) FIESTAS PATRIAS

Luego de trabajar en el concepto y la línea gráfica de la campaña del 18 de septiembre, continué colaborando con el equipo de diseño para definir y ajustar cada formato según sus características específicas. Actualmente, el proceso sigue en etapa de producción, y en paralelo estoy desarrollando la planificación estratégica de difusión, con el objetivo de comunicar de manera clara y oportuna a los vecinos todas las actividades que se llevarán a cabo durante Fiestas Patrias.

Por otro lado, he participado en varias reuniones con la Federación encargada de la Semana de la Chilenidad en el Parque, donde propuse la estrategia comunicacional para esa semana en particular. También he estado revisando piezas gráficas, coordinando la distribución próxima de entradas y apoyando en diversas gestiones vinculadas a la comunicación y logística del evento.



B

e) CAMPAÑA CONSUMO RESPONSABLE 18 SEPTIEMBRE

Durante agosto lideré la planificación estratégica y el despliegue integral de la campaña de Consumo Responsable "ALERTA DE SPOILER DIECIOCHERO", dirigida a los vecinos de la comuna en el marco de las Fiestas Patrias. Definí el concepto creativo central y desarrollé las piezas comunicacionales para una estrategia 360°, asegurando presencia en distintos medios y formatos con el fin de maximizar alcance, impacto y recordación.

Me encargué de la producción y licitación de materiales gráficos, incluyendo posavasos y afiches, gestionando todo el proceso para garantizar calidad, pertinencia y oportunidad en la entrega. Estos insumos serán distribuidos en bares locales (posavasos con mensajes preventivos) y en botillerías de la comuna (afiches instalados en sus fachadas), lo que permitirá una amplificación territorial efectiva.

De manera innovadora, también concreté una alianza con **Cinépolis**, donde gestioné la exhibición de un spot de 10 segundos en las salas de cine. Esta acción, permitirá alcanzar a nuevas audiencias, generando un alto impacto comunicacional y posicionando la campaña como un referente disruptivo dentro de las celebraciones de Fiestas Patrias.



f) CAMPAÑA COMUNA VIVA

Desarrollé una campaña gráfica para reforzar el concepto de *Comuna Viva*, lanzado anteriormente durante el mes aniversario. El objetivo es potenciar la idea de una comuna activa, con múltiples lugares por descubrir y actividades por disfrutar, invitando a los vecinos a vivir plenamente su entorno. Una vez aprobados los diseños, se realizarán las adaptaciones necesarias a distintos formatos, para que la campaña llegue de manera masiva a la comunidad a través de mailings, redes sociales y pantallas de vía pública.



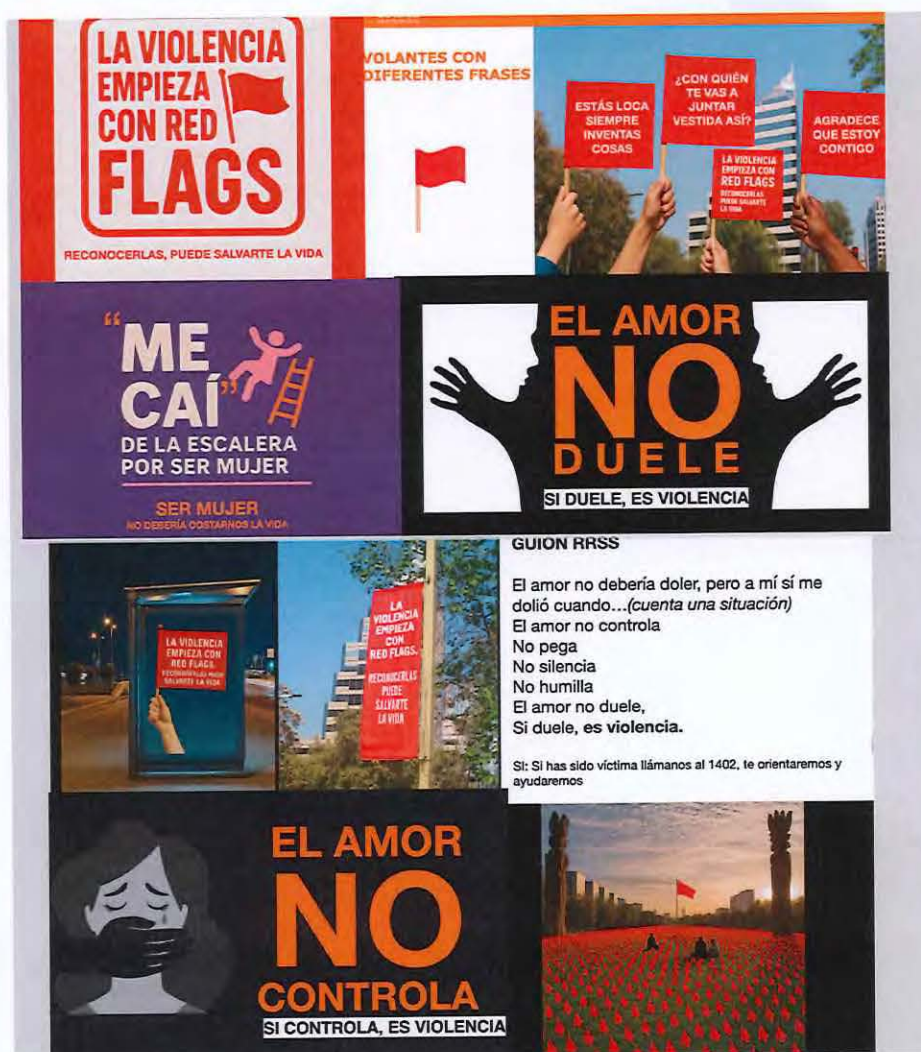
B

g) CAMPAÑA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Trabajé en los primeros briefs de la campaña de eliminación de la violencia contra la mujer, que se llevará a cabo en noviembre. Esta campaña es de gran importancia y relevancia para nuestras vecinas, por lo que trabajé en tres enfoques distintos, desarrollando conceptos creativos, racionales y ejecuciones de alto impacto con el objetivo de generar conciencia en la comuna y en la sociedad sobre la necesidad de erradicar la violencia de género.

Los tres caminos creativos se centran en ayudar a las mujeres a reconocer situaciones de violencia en sus relaciones e invitarlas a comunicarse al 1402 ante cualquier emergencia. Además, estoy desarrollando una landing page que, independientemente de cuál de los tres enfoques sea seleccionado como finalista, permita incluir material de apoyo para las mujeres.

Asimismo, me encargué de cotizar los distintos formatos de la campaña; volantes, banderas, globos con forma de corazón y anuncios en diario para posteriormente producir la campaña final y gestionar la adquisición de los materiales.



3. BRANDING MUNICIPAL:

a) COMUNICACIÓN INTERNA

En el marco de mi responsabilidad sobre el diseño y branding de la comuna, estuve a cargo de la supervisión de los mailings de Recursos Humanos y Bienestar, revisando textos, proponiendo alternativas de redacción y validando cada diseño antes de su envío. Estos mailings (alrededor de cuatro por semana) fueron gestionados con foco en la claridad comunicacional y la coherencia visual con la identidad municipal.

Asimismo, desarrollé y supervisé diseños y contenidos para campañas internas, como los mailings de difusión de charlas sobre ciberseguridad, asegurando que el mensaje fuera atractivo, claro y pertinente para los funcionarios.

Por otra parte, supervisé la propuesta de Alianzas Municipales, asistiendo a reuniones con el Departamento de RR.HH., donde presenté ideas y conceptos orientados a fomentar la participación activa de los funcionarios. Actualmente, también estoy supervisando la revisión de las piezas gráficas para esta campaña, que contempla un Key Visual, mailings y otros materiales de apoyo.



Handwritten signature

b)BRANDING AUTOMÓVILES MUNICIPALES

Desarrollé el **diseño de branding para la flota de automóviles municipales**, incluyendo vehículos de tránsito, emergencia, institucionales y de seguridad. Elaboramos diversas propuestas (actualmente en revisión) con el objetivo de que los autos tengan mayor visibilidad en la vía pública, facilitando que los vecinos los reconozcan de manera rápida y efectiva.

Todo este trabajo se realizó bajo la nueva identidad de marca municipal, utilizando el color azul como eje transversal, garantizando coherencia visual, modernidad y un fuerte sentido de pertenencia comunitaria.



B

c)BRANDING MUNICIPAL

En agosto trabajé en la gestión integral de requerimientos comunicacionales provenientes de distintas áreas internas de la municipalidad. A partir de cada solicitud, organicé y prioricé necesidades para luego transformarlas en propuestas visuales y campañas alineadas a los objetivos estratégicos. Este proceso abarcó desde la planificación inicial hasta el diseño y la producción de piezas gráficas en múltiples formatos y plataformas, asegurando coherencia y efectividad en cada entrega.

Estos briefs fueron variados y abarcaron desde el diseño de diplomas para la Corporación de Salud y la DECOM, hasta la creación de invitaciones oficiales de la alcaldesa para distintos eventos. También desarrollé medallas para el Departamento de Deportes, atendí múltiples solicitudes del Departamento de Seguridad, y realicé adaptaciones de volantes, gráficas para redes sociales, credenciales para actividades de chilenidad, además de piezas en formatos de afiches, mailings e invitaciones impresas, entre otros. Paralelamente, participé en el diseño de material gráfico para diferentes actividades de los centros comunitarios, como celebraciones del Día del Niño y Fiestas Patrias, contribuyendo con piezas creativas que dieron identidad y realce a sus eventos.



3

4. LICITACIONES:

a) LICITACIONES AÑO 2025-2026

Durante este mes, y en los anteriores, he trabajado junto al equipo en la **planificación estratégica de campañas para 2025 y 2026**. Este proceso ha contemplado la revisión detallada de materiales de imprenta y folletería, papelería, PVC, volantes, merchandising y todos los formatos necesarios para las campañas programadas **mes a mes**.

Además, me encargué de realizar diversas cotizaciones y presupuestos, con el fin de definir las cantidades óptimas de cada insumo y asegurar una correcta evaluación de las compras.

SEPTIEMBRE 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante septiembre participé activamente en reuniones de coordinación estratégicas, instancia clave para alinear criterios, definir lineamientos y proyectar las campañas comunicacionales de la comuna. Estas reuniones fueron fundamentales para articular el trabajo con Relaciones Públicas y otras unidades, garantizando una comunicación clara, coherente y con una identidad cercana e innovadora, en sintonía con el espíritu de Las Condes.

Mi rol se enfocó en aportar visión estratégica de marketing y comunicación, potenciando la imagen de la comuna mediante propuestas creativas y un diseño visual atractivo que aseguraran un vínculo directo y efectivo con la comunidad.

Principales hitos:

- **Fiestas Patrias:** desarrollo y lanzamiento de la campaña de consumo responsable, incluyendo la definición de estrategia comunicacional.
- **Semana de la Chilenidad:** diseño de soportes gráficos para la difusión de la programación comunal, además de apoyo y coordinación en terreno en el Parque Padre Hurtado.
- **Campaña de cáncer de mama:** diseño y coordinación de la estrategia mensual, articulando acciones con las unidades responsables.

Producción y creatividad:

Generé conceptos creativos, identidades visuales y piezas de difusión en distintos formatos: afiches, volantes, mailing, pantallas digitales y contenido para redes sociales, asegurando coherencia, innovación y alto impacto visual.



2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

a) CÁNCER DE MAMA

Durante septiembre lideré la **definición y desarrollo de la estrategia integral de la campaña de concientización sobre el cáncer de mama**, proyectada para su lanzamiento el 1 de octubre, en el marco del mes de sensibilización. El objetivo fue generar **impacto real en la comunidad femenina de Las Condes**, promoviendo la importancia de la mamografía anual como medida preventiva.

La estrategia contempló diversos hitos comunicacionales:

1. **Campaña en redes sociales:** creación de un **video testimonial** con la participación de mujeres de la comuna, la Fundación "Cojin con Corazón" y la actriz Karla Melo. Desarrollé el guión y propuesta creativa, además de acompañar al equipo audiovisual en las grabaciones. El concepto central fue "El cáncer de mama es real, una mamografía al año puede salvarte la vida", con el fin de emocionar, sensibilizar y motivar a las mujeres a realizarse este examen.
2. **Diseño y visualidad:** actualización de la identidad gráfica digital, incluyendo el cambio de avatar en redes sociales y la creación de gráficas en tonos rosados. El diseño se enfocó en captar atención, transmitir cercanía e invitar a la acción preventiva.
3. **Encuentro sobre el cáncer de mama:** participé en la planificación y coordinación del evento que se realizará el 6 de octubre en el Hotel Marriott, en alianza con la fundación de Karla Melo. La actividad reunirá a más de 300 mujeres. Coordiné reuniones previas, programación, convocatoria vía redes sociales e inscripciones online.
4. **Mamografías gratuitas:** gestioné junto a Estée Lauder la entrega de 100 mamografías gratuitas, coordinando con la Corporación de Educación y Salud para asegurar que fueran destinadas a mujeres de menores recursos. Este beneficio se integró como parte del lanzamiento oficial de la campaña.

Esta campaña no solo busca visibilizar el cáncer de mama, sino también movilizar a la comunidad a la acción preventiva, combinando testimonios reales, diseño creativo, actividades masivas y beneficios concretos en salud.

Link campaña:

https://www.instagram.com/reel/DPTe3ZmDSIB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



b) FIESTAS PATRIAS

Durante septiembre dediqué gran parte de mi trabajo a la planificación, diseño y ejecución comunicacional de todas las actividades y panoramas de Fiestas Patrias en la comuna, asegurando una estrategia integral que conectara de manera efectiva con los vecinos.

Mi labor contempló una amplia gama de acciones estratégicas y operativas:

- **Diseño gráfico y digital:** creación de piezas visuales para redes sociales, banners y material digital para difundir los distintos eventos, incluyendo las entradas gratuitas al Parque Padre Hurtado.
- **Difusión segmentada:** supervisión del envío de mailings dirigidos, asegurando que la información llegara al público correcto de acuerdo con cada actividad.
- **Coordinación logística:** gestión con la Dirección de Tránsito para verificar horarios y recorridos de los buses de acercamiento, garantizando accesibilidad para la comunidad.
- **Producción y distribución de material:** recepción y control del material gráfico producido (banderitas, remolinos chilenos, chapitas, pendones, posters y lienzos), además de la coordinación para que fueran instalados en plazas y calles, generando presencia visual en toda la comuna.
- **Territorial y difusión en terreno:** coordinación con los equipos de la DECOM para la entrega efectiva de volantes, reforzando el alcance en los distintos barrios.
- **Convocatorias protocolares:** diseño y coordinación de invitaciones oficiales, desde el desfile militar hasta eventos relevantes con concejales, asegurando identidad visual consistente y supervisando todo el proceso hasta su envío.



c) CAMPAÑA CONSUMO RESPONSABLE 18 SEPTIEMBRE

Durante septiembre lideré la planificación estratégica y ejecución integral de la campaña de consumo responsable "Alerta de Spoiler Dieciochero", diseñada especialmente para generar conciencia en el marco de las Fiestas Patrias. La campaña se lanzó y logró un alto nivel de alcance e interacción en redes sociales, consolidándose como un referente innovador dentro de la comuna. Mi rol contempló la definición del concepto creativo central, la dirección de las piezas comunicacionales y el desarrollo de una estrategia 360° que aseguró presencia en distintos medios, formatos y espacios comunitarios.

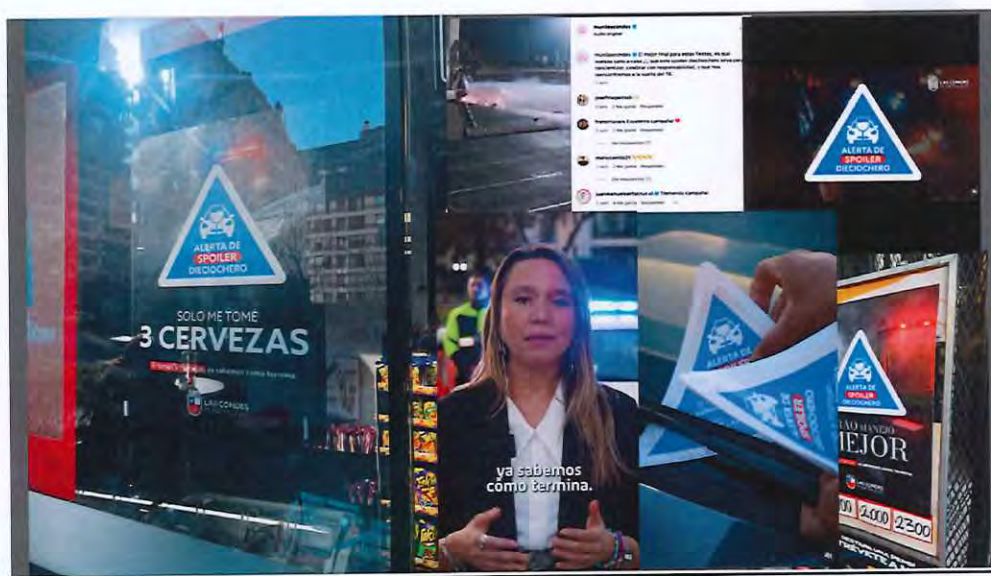
Entre las acciones más destacadas estuvo la participación activa de la alcaldesa, quien se sumó a la difusión repartiendo personalmente posavasos con mensajes preventivos y volantes en bares de la comuna, reforzando el mensaje desde la cercanía y el contacto directo con los vecinos.

Asimismo, coordiné la producción y licitación de materiales gráficos (afiches, posavasos y soportes de difusión) asegurando calidad y oportunidad en su distribución. Estos se instalaron en bares y botillerías, ampliando el impacto territorial.

De manera innovadora, gestioné además una alianza con Cinépolis, logrando que un spot de 10 segundos fuera exhibido en salas de cine, alcanzando a nuevas audiencias y posicionando la campaña como disruptiva y memorable. En conjunto, estas acciones convirtieron la campaña en un éxito comunicacional, logrando gran visibilidad, impacto social y un fuerte compromiso comunitario con el consumo responsable. **Link campaña:**

https://www.instagram.com/reel/DOF-5GKESjE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

https://www.instagram.com/reel/DOZVLRZkUIv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



B

d) CAMPAÑA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Durante septiembre continué con el trabajo de planificación estratégica y desarrollo creativo de la campaña de prevención de la violencia contra la mujer, cuyo lanzamiento está programado para noviembre. Mi labor estuvo enfocada en diseñar y estructurar tres rutas creativas innovadoras y potentes, que buscan impactar no solo a las mujeres, sino también a los hombres y a la sociedad en general, tanto en nuestra comuna como en otras.

Propuestas creativas desarrolladas:

1. "La violencia comienza con Red Flags"

Una campaña educativa y de prevención que enseña a reconocer las señales de alerta en una relación. El concepto incluye un volanteo disruptivo con banderas rojas impresas con frases violentas, una intervención urbana con cientos de banderas en el parque, lienzos y soportes visuales en la comuna, además de una fuerte estrategia en redes sociales con videos y contenidos de alto impacto.



2. "El amor no duele, si duele es violencia"

Una propuesta reflexiva y educativa que busca visibilizar qué significa realmente una relación sana. El mensaje central: el amor no humilla, no golpea y no maltrata; si duele, es violencia. Esta línea comunicacional invita tanto a mujeres como a hombres a cuestionarse y reconocer comportamientos dañinos, reforzando el rol de la municipalidad como apoyo y orientación en estos casos.



3

3. “Ser mujer no debería costarnos la vida”

Una ruta creativa que busca denunciar y visibilizar la violencia extrema y los femicidios, con un tono directo y contundente. Los mensajes apelan a frases como “me empujó por ser mujer” o “me acuchilló por ser mujer”, instalados en distintos soportes gráficos y digitales. El objetivo es transmitir un mensaje profundo y una postura municipal clara de rechazo absoluto a la violencia de género.



3. BRANDING MUNICIPAL:

b) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante este mes, supervisé el diseño y branding de la comunicación interna, asegurando que cada pieza enviada a funcionarios mantuviera la coherencia con la identidad visual de la comuna y un tono comunicacional claro y cercano.

Me ocupé de la revisión de mailings de Recursos Humanos y Bienestar, proponiendo mejoras en redacción, ajustando mensajes y validando los diseños antes de su distribución, con el objetivo de optimizar la experiencia de lectura y garantizar consistencia institucional.

Además, trabajé en la conceptualización y supervisión de campañas internas, que incluyeron la difusión de charlas, la estrategia visual de las alianzas comunales y el diseño de invitaciones oficiales para la fiesta de funcionarios, cuidando siempre la alineación con la identidad gráfica municipal y la efectividad del mensaje.



b)BRANDING MUNICIPAL

Durante el mes estuve a cargo de coordinar y dar respuesta a solicitudes provenientes de múltiples unidades municipales, que van desde la aprobación y correcta aplicación del logo e identidad visual institucional en sus actividades y eventos, hasta la creación de piezas gráficas específicas a partir de briefs entregados por cada área.

Mi labor consistió en ordenar, priorizar y transformar cada requerimiento en propuestas comunicacionales claras y efectivas, asegurando siempre que el resultado final mantuviera la consistencia con la marca municipal y aportara valor estratégico a la difusión de sus iniciativas.

Este trabajo incluyó tanto la planificación y diseño como la supervisión de la producción de materiales en diversos formatos y plataformas, consolidando una comunicación unificada y de alto impacto en toda la comuna.



Dentro del branding municipal, también se contempla la realización de las pantallas en la vía pública para los vecinos, las cuales gestiono junto al Departamento de SECPLAN. Primero defino la estrategia comunicacional, luego realizo el diseño de los mensajes y, finalmente, coordino el lanzamiento, estableciendo fechas y días de difusión.

Además, se incluyen las pantallas municipales donde se promueven otros mensajes, presentes en centros de salud, CESFAM, colegios, dependencias municipales y buses eléctricos. Para estas plataformas, trabajo con el equipo de diseño y audiovisual, desarrollando diferentes formatos de pantallas para mantener a la ciudadanía informada de manera constante

P

OCTUBRE 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

En el mes de octubre, participé y coordiné diversas sesiones de planificación estratégica, clave para unificar criterios y diseñar las futuras campañas comunicacionales. Este esfuerzo reforzó la colaboración con otras unidades y departamentos garantizando una comunicación municipal más coherente, innovadora y alineada con la identidad de Las Condes. Mi contribución se centró en aplicar una visión estratégica de marketing y comunicación, elevando la imagen institucional mediante propuestas creativas y un diseño visual de alto impacto, que conecta directamente con los vecinos.

Principales hitos del mes:

- **Fiesta de las Naciones:** desarrollo del **concepto y estrategia comunicacional**, además del **diseño gráfico** de la campaña.
- **Campaña violencia contra la mujer:** coordinación y producción junto al equipo de prensa, definiendo su **estrategia de difusión y alcance mediático**.
- **Campaña de cáncer de mama:** diseño, implementación y supervisión de la **ejecución visual y comunicacional** durante todo el mes.

Producción y creatividad:

Desarrollé conceptos creativos, identidades visuales y piezas gráficas en diversos formatos, afiches, volantes, mailing, pantallas digitales y redes sociales, garantizando branding, innovación y alto impacto visual en cada acción comunicacional.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

A) CÁNCER DE MAMA

1. Desarrollo Creativo y Lanzamiento:

Durante el mes de octubre, participé activamente en la producción del concepto creativo de la campaña de concientización sobre el Cáncer de Mama: "El cáncer de mama es real. Tu Hora Rosa: una mamografía al año puede salvarte la vida."

La campaña se inauguró con un evento central en el Centro Cívico, encabezado por la Alcaldesa. Para este lanzamiento, coordinamos la participación de mujeres de la Fundación Cojín con Corazón, con quienes grabamos el video clave para redes sociales que se estrenó ese día. Este material audiovisual logró métricas muy positivas y una alta visibilidad entre las mujeres, tanto de esta comuna como de otras.



2. Evento de Concientización en el Hotel Marriott:

También fui parte de la producción del evento realizado en el Hotel Marriott. En colaboración con el equipo de marketing del hotel y la actriz Karla Melo, organizamos una jornada gratuita que reunió a más de 200 mujeres para dialogar sobre la prevención del cáncer de mama. Este evento fue un éxito rotundo, generando un impacto positivo para todas las partes involucradas.

Link:

https://www.instagram.com/reel/DPg5ZuSEUon/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

3. Actividad de Cierre: El "Lazo Rosa"

Coordiné y participé en la producción del tradicional "Lazo Rosa", una iniciativa que realizamos por tercer año consecutivo. Cientos de mujeres se sumaron a la "Zumba Rosa" en el Parque Juan Pablo II con el objetivo de generar conciencia sobre esta enfermedad. La actividad finalizó con una emotiva reunión de todas las participantes, quienes formaron un gran lazo rosa humano, marcando el cierre de nuestra campaña de octubre.

Link:

https://www.instagram.com/reel/DP_ZxpGADPN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

4. Landing página web

Coordiné la creación de la *landing page* de la campaña de Cáncer de Mama. Mi rol incluyó el diseño de la plataforma y la recopilación de información clave, en colaboración con la Corporación de Salud. El objetivo fue entregar contenido relevante a las vecinas para la prevención, como detalles sobre mamografías gratuitas, reconocimiento de síntomas y la realización correcta del autoexamen

Link:

<https://www.lascondes.cl/landing/prevencion-cancer-mamas/>



b) CAMPAÑA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Durante octubre inicié la producción de la campaña comunicacional "La violencia empieza con Red Flags. Verlas a tiempo puede salvarte la vida."

A lo largo del mes desarrollé diversas piezas creativas y soportes gráficos, además de sostener reuniones de coordinación con el equipo de la DECOM y Relaciones Públicas para definir el lanzamiento, la estrategia comunicacional y el plan de difusión.

Principales acciones realizadas:

1. **Desarrollo creativo:** creación de 20 frases originales para la campaña y supervisión del diseño de cada una. Además, lideré la compra ágil para la producción de 4.000 banderas utilizadas en la intervención principal.
2. **Intervención en Plaza Perú:** definimos este espacio como el lugar ideal para la instalación de las 4.000 banderas. Previamente, realizamos visitas técnicas a distintos puntos, Parque Los Dominicos, Juan Pablo II y Santa Rosa, evaluando su visibilidad y potencial de impacto. Finalmente, tras una prueba de maqueta en la Plaza Perú, se confirmó como el sitio más adecuado para el lanzamiento.
3. **Producción general de la campaña:** gestión y contacto con mujeres reconocidas para invitarlas a participar y así amplificar el alcance y la visibilidad de la iniciativa.
4. **Diseño y difusión de soportes:** elaboración de material gráfico y digital (mailing, pantallas vía pública, kits de prensa y materiales para rostros), entregando contenido y lineamientos para que el equipo de prensa pueda difundir la campaña en distintos medios.



c) CAMPAÑA PLADECO

Durante octubre trabajé en la planificación estratégica y comunicacional de **PLADECO**, el Plan de Desarrollo Comunal.

En esta etapa sostuvimos diversas reuniones con SECPLAN y con la organización encargada de desarrollar e implementar el plan, con el objetivo de definir la hoja de ruta comunicacional y los lineamientos estratégicos de su lanzamiento.

Desde mi supervisión estratégica en comunicación, lideré la definición de cómo posicionar el PLADECO ante la comunidad, asegurando que la campaña sea visible, coherente y atractiva en distintos formatos y plataformas, desde piezas digitales y audiovisuales hasta activaciones presenciales.

Además, realicé un benchmark de otras comunas que han desarrollado su PLADECO, con el fin de analizar sus estrategias visuales, uso de identidad gráfica y construcción de marca, especialmente en lo referente a logos y sistemas visuales. Este análisis permitió definir criterios que aseguran que la identidad del PLADECO de Las Condes mantenga coherencia con la imagen institucional, pero a la vez posea un sello propio, moderno y participativo.

Las reuniones se centraron en alinear el mensaje y el propósito del proyecto, definir hacia dónde debíamos apuntar comunicacionalmente, y revisar propuestas de guión, tono y línea gráfica. Esta última fue cuidadosamente ajustada para cumplir con todos los criterios del manual gráfico de la Municipalidad, garantizando una identidad clara y consistente en cada punto de contacto con los vecinos.



d) CAMPAÑA CORRIDA PERRUNA

Trabajé en la propuesta de diseño y desarrollo comunicacional de la *Corrida Perruna*, realizada el 26 de octubre.

Junto al equipo de diseño revisamos diversas alternativas visuales para seleccionar aquella que mejor respondiera a las necesidades planteadas por la unidad técnica en el brief recibido.

A partir de la propuesta seleccionada, desarrollamos el key visual principal, que luego adaptamos a distintos formatos y plataformas, incluyendo redes sociales, mailing y soportes gráficos para el evento.

Participé en las reuniones de coordinación y planificación del envío de mailing a los vecinos, asegurando una correcta difusión de la actividad.

Entre las piezas diseñadas y producidas se incluyeron lienzos, publicaciones para redes sociales, mailing informativo, poleras, bandanas y el kit de entrega oficial de la corrida, garantizando una identidad visual coherente y atractiva en todos los puntos de contacto del evento.



e) CAMPAÑA NAVIDAD

Junto al equipo de diseño iniciamos el desarrollo de la propuesta gráfica y conceptual de la Navidad 2025, trabajando en distintas ideas creativas y mensajes diferenciadores que dieran forma a una campaña con identidad propia y un relato emocional coherente.

Desde el branding, diseñamos la propuesta del logo principal, inspirado en un guiño visual a un regalo de Navidad, donde el escudo comunal se transforma simbólicamente en un obsequio. Esta idea busca transmitir magia, cercanía y sentido, reforzando el espíritu de unión y celebración que caracteriza a Las Condes durante esta fecha.

En paralelo, hemos estado trabajando en la planificación estratégica de la campaña, en coordinación con el equipo de eventos, definiendo las actividades, piezas gráficas y soportes comunicacionales que acompañarán la celebración. El objetivo es garantizar una difusión oportuna y efectiva, informando a los vecinos sobre las distintas experiencias navideñas y reforzando cómo Las Condes celebra la Navidad con identidad, emoción y comunidad.



e) FERIA DE MASCOTAS

Trabajé en la propuesta de diseño y producción de diferentes piezas para la Feria de Mascotas. Me reuní con la unidad solicitante para evaluar distintas alternativas de diseño y mensajes, con el objetivo de asegurar una comunicación visual coherente y atractiva.

Posteriormente, desarrollé la planificación estratégica comunicacional, definiendo cómo vamos a difundir la actividad a través de múltiples canales y formatos. Esto incluyó la programación de contenidos en redes sociales, envío de mailing segmentado, elaboración de pendones, afiches y otros soportes gráficos, con el fin de maximizar el alcance y la convocatoria del evento



3. BRANDING MUNICIPAL:

c) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante el mes estuve a cargo de supervisar y cuidar la identidad visual y comunicacional de las piezas internas dirigidas a los funcionarios municipales. Mi labor consistió en asegurar que cada envío reflejara el estilo, tono y personalidad institucional de la comuna, manteniendo una comunicación clara, cercana y coherente.

Asimismo, realicé la revisión integral de los mailings elaborados por las áreas de Recursos Humanos y Bienestar, aportando mejoras en redacción y estructura, afinando los mensajes y validando los diseños previos a su difusión.

El objetivo fue potenciar la efectividad comunicacional de cada pieza, facilitando una lectura más fluida y asegurando una experiencia interna consistente y alineada con la marca municipal.

B

b) BRANDING MUNICIPAL

Durante este mes estuve trabajando en la gestión y supervisión del branding municipal, recibiendo múltiples solicitudes de diseño provenientes de distintas unidades y departamentos. Cada requerimiento comienza con la recepción y análisis del brief, para luego coordinar el desarrollo de los diseños según las especificaciones de cada área y sus respectivas adaptaciones a distintos formatos. Las solicitudes abarcaron una amplia gama de materiales: lienzos para ferias, invitaciones a talleres, afiches para actividades en centros comunitarios, volantes y pendones para reciclaje orgánico, señaléticas para los buses eléctricos y el diseño general de la Expo Arte, entre otros. Mi labor consistió en revisar cada brief, proponer y evaluar distintas opciones gráficas, seleccionar la alternativa más adecuada a la línea visual institucional y realizar los ajustes necesarios antes de su aprobación final. Además, asesoré a las unidades en su estrategia comunicacional, definiendo la mejor forma de difundir cada evento, charla o actividad, asegurando siempre una comunicación coherente, atractiva y alineada con la identidad visual de la comuna.



3

c) **BRANDING SEGURIDAD**

Durante este mes, el Departamento de Seguridad me envió diversas solicitudes y briefs en los que hemos estado trabajando de manera conjunta. Entre ellos destacan el rediseño gráfico de las barreras de Barrio Protegido, la creación de un nuevo branding para las casetas de seguridad de la comuna y el diseño de la recepción de las oficinas de Patagonia, entre otros proyectos. Mi labor ha consistido en trabajar las propuestas de diseño, asegurando coherencia visual con la identidad institucional, y luego coordinar con la unidad la estrategia comunicacional de cada iniciativa. En estas reuniones analizamos cómo comunicar cada proyecto, definiendo el enfoque, tono y los formatos más adecuados para amplificar el mensaje en distintas plataformas.



4. **PÁGINA WEB/ MAILINGS:**

Durante este mes coordiné reuniones con la agencia Cybercenter para analizar en profundidad las métricas de la página web municipal y los envíos de mailings. Estas instancias, que organizo de manera periódica, son fundamentales para fortalecer la planificación estratégica digital y optimizar la comunicación con los vecinos. En cada reunión revisamos los resultados de campañas anteriores, identificamos oportunidades de mejora y definimos nuevas acciones de envío y segmentación, asegurando que las bases de datos estén actualizadas y correctamente estructuradas. Además, evaluamos el desempeño de las distintas secciones del sitio web para potenciar aquellas con mejor rendimiento e interés ciudadano.

Desde mi rol, también participo en la revisión de los diseños y contenidos de los mailings, proponiendo mejoras visuales y comunicacionales, y coordinando el desarrollo de nuevas propuestas gráficas que mantengan el contenido fresco, atractivo y alineado con la identidad institucional.




NOVIEMBRE 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante noviembre participé en la coordinación y el desarrollo de múltiples instancias estratégicas orientadas a fortalecer la comunicación institucional de la Municipalidad de Las Condes. Estas sesiones permitieron ordenar lineamientos, alinear mensajes y proyectar campañas con una identidad clara, coherente y enfocada en las necesidades de nuestras vecinas y vecinos.

Mi participación se centró en impulsar una mirada integral de marketing y comunicación, potenciando la creatividad, la calidad visual y la efectividad de las piezas difundidas.

Hitos destacados del mes

● Fiesta de las Naciones

Planificación comunicacional del evento, coordinando la estrategia de difusión en vía pública, el diseño de volantes, contenidos digitales y las pantallas municipales. Este despliegue aseguró una presencia potente y unificada, incrementando el alcance y la visibilidad de la actividad.

● Campaña de violencia contra la mujer – 25 de noviembre

Lideré esta campaña, trabajando en la coordinación y desarrollo de la intervención realizada para el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, gestionando mensajes, identidad visual y la estrategia de difusión en plataformas digitales y soportes municipales.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

A) CAMPAÑA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Durante noviembre lideré la implementación completa de la campaña “La violencia empieza con Red Flags. Verlas a tiempo puede salvarte la vida”, coordinando todas las etapas necesarias para su lanzamiento oficial el 25 de noviembre. Mi rol abarcó producción creativa, gestión operativa, desarrollo digital, coordinación interdepartamental y planificación comunicacional para asegurar un despliegue potente, coherente y de alto impacto.

1. Producción creativa y materiales de intervención

- Finalicé la producción de 4.000 banderas, cada una con una de las 20 frases originales creadas para la campaña.
- Supervisé su fabricación, retiro y logística de entrega.
- Organicé y clasifiqué las banderas por grupos para facilitar su instalación en terreno.
- Gestioné la creación de una bandera gigante, instalada en el punto central de Plaza Perú con el apoyo del equipo de Eventos.



2. Intervención en Plaza Perú – Instalación y montaje

- Encabecé la coordinación operativa con Parques y Jardines, DECOM y Eventos, definiendo distribución, zonas de mayor visibilidad y criterios estéticos para la instalación de las 4.000 banderas el 24 de noviembre.
 - Supervisé en terreno el montaje para asegurar orden, consistencia gráfica y un alto nivel de impacto visual.
-

3. Activación del lanzamiento – 25 de noviembre

- Diseñé palomas informativas para entregar durante la intervención.
 - Coordiné la presencia de monitoras de Red Mujer para acompañar la inauguración junto a la alcaldesa.
 - Organicé la participación de equipos territoriales para reforzar el volanteo, explicar la campaña y acercar el mensaje a vecinas y vecinos.
-

4. Producción del video oficial para RRSS

- Escribí el guión del video principal de la campaña y gestioné el contacto de las mujeres que participaron.
 - Coordiné las jornadas de grabación en Plaza Perú, trabajando con más de 5 rostros reconocidos.
 - Supervisé la edición, montaje y narrativa final, asegurando un contenido emocionalmente potente y alineado con el concepto "Red Flags".
-

5. Desarrollo de la página web y landing oficial

- Dirigí la creación de la landing de la campaña, desde la definición del contenido hasta la supervisión de la gráfica visual y la arquitectura de la información.
 - Incorporé un cuestionario interactivo para que las mujeres pudieran identificar si habían vivido o escuchado una red flag, insumo que podrá servir para el diseño de futuras políticas públicas comunales.
 - La web incluyó además:
 - Descripción clara de los tipos de violencia.
 - Canales de emergencia y rutas de apoyo.
 - Información educativa y preventiva para fortalecer la autonomía y la detección temprana.
 - Supervisé todo el proceso de diseño, realización, revisión de textos y puesta en línea.
-

6. Coordinación con Prensa y estrategia de difusión

- Realicé múltiples reuniones con el equipo de Prensa para definir la estrategia comunicacional externa, priorizando medios, cobertura televisiva y contenido editorial.
 - Entregué lineamientos y soportes gráficos para garantizar una difusión clara, cohesionada y de alto alcance en medios tradicionales y digitales.
-



7. Soportes gráficos y materiales de campaña

- Diseñé y supervisé piezas para mailing, pantallas de vía pública, kits de prensa y contenido para rostros colaboradores, asegurando coherencia, estética y recordación en cada soporte.

Link campaña redes sociales:

<https://www.instagram.com/reel/DRegS9xERVL/?igsh=eG91bHV2ZGtubHk1>

link landing: <https://www2.lascondes.cl/landing/prevencion-violencia/>

link reporte envío mailing: https://drive.google.com/file/d/1zbVBJZA7z-vihOkn1yafpRIAXaRL_zoe/view



B) CAMPAÑA PLADECO

Durante noviembre continué supervisando el desarrollo comunicacional del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO), centrando mi labor en la supervisión estratégica de los materiales digitales y gráficos necesarios para su futura presentación pública.

1. Supervisión y desarrollo de la página web

Me encargué de coordinar y revisar el avance de la landing del PLADECO, asegurando que su estructura, redacción y narrativa estuvieran alineadas con los lineamientos institucionales.

- Supervisé el contenido informativo, verificando claridad, tono y pertinencia.
- Coordiné plazos de entrega, correcciones y ajustes con el equipo responsable del desarrollo web, garantizando coherencia entre forma y fondo.
- Revisé la propuesta visual, manteniendo consistencia con el manual de marca municipal y asegurando una experiencia clara y amigable para los vecinos.

2. Revisión y aseguramiento de calidad del kit gráfico

Realicé una revisión completa del kit de piezas gráficas del PLADECO, validando que cada una respetara la identidad visual institucional y reforzara el carácter participativo y moderno del plan.

Supervisé materiales como:

- Pendones
- Lienzos
- Palomas
- Contenidos para redes sociales
- Elementos complementarios de difusión

Mi rol se centró en asegurar que la línea editorial, tipografías, paleta cromática y estilo visual se mantuvieran coherentes con el manual gráfico de Las Condes.

3. Coordinación estratégica y alineamiento comunicacional

A lo largo del mes sostuve reuniones de coordinación para afinar mensajes, revisar textos y validar decisiones gráficas, manteniendo la misma línea discursiva en todos los soportes.



C) CAMPAÑA NAVIDAD

Durante noviembre estuve a cargo de la producción integral de todas las piezas gráficas y materiales comunicacionales correspondientes a la campaña de Navidad 2025, consolidando su identidad visual y preparando los soportes necesarios para su despliegue durante diciembre.

1. Producción completa de piezas gráficas y materiales impresos

Lideré la creación, supervisión y entrega de un volumen amplio de piezas gráficas, asegurando coherencia visual con la identidad propuesta para la campaña. Entre los principales materiales desarrollados se encuentran:

- **Palomas informativas y temáticas** (incluyendo diseños especiales para pesebres).
- **Lienzos y gigantografías** para recintos municipales y espacios de circulación masiva.
- **Pendones de vía pública**, definidos según calles estratégicas para maximizar visibilidad.
- **Afiches en distintos formatos** para uso comunitario, cultural y municipal.
- **Tarjetones e invitaciones** para actividades navideñas oficiales.
- **Piezas para pantallas digitales y vía pública**

Cada pieza fue revisada en detalle para resguardar la estética, jerarquía visual y el mensaje emocional asociado a la campaña.

2. Coordinación con el equipo de Eventos

A lo largo del mes sostuve reuniones constantes con el equipo de Eventos para afinar:

- Requerimientos específicos de cada pieza.
- Medidas, formatos y tiempos de montaje.
- Necesidades de producción para instalaciones que se desplegarán en diciembre.



B

D) KERMESSE ADULTOS MAYORES

Durante noviembre estuve a cargo de la producción completa de la identidad visual y todos los materiales gráficos de la Kermesse del Adulto Mayor, asegurando una experiencia coherente, alegre y bien señalizada para los asistentes.

Mi trabajo incluyó el desarrollo, diseño y coordinación de múltiples piezas, tanto impresas como digitales, necesarias para el funcionamiento operativo del evento y su correcta difusión.

Piezas diseñadas y producidas

- Invitación oficial para vecinos
- Envío de mailing y piezas digitales de difusión
- Lienzos y gigantografías para las distintas zonas del evento
- Palomas y pendones
- Pasacalle principal
- Volantes informativos
- Afiches temáticos para las áreas de juegos, bingo y actividades
- Vales para almuerzo y tickets de consumo
- Sticker para Box Lunch
- Pulsera de ingreso
- Logo para bolsas del evento
- Señaléticas de acceso, circulación e información general
- Carteles temáticos "Fiesta Americana", coherentes con el concepto del evento.

Aporte estratégico

Me encargué de garantizar que toda la identidad visual mantuviera un estilo claro, cohesivo y acorde al público adulto mayor, reflejando cercanía, alegría y la dedicación de la Municipalidad de Las Condes hacia esta comunidad. Coordiné directamente con el equipo organizador para validar medidas, necesidades operativas y tiempos de producción.



E) EXPO TALLERES

Trabajé en el desarrollo integral de la identidad visual de la Expo Talleres e Inclusión, realizando el diseño y la supervisión de la producción de todas las piezas gráficas asociadas al evento. Para ello, tuve diversas reuniones con la unidad encargada, la cual solicitó la creación de la imagen visual completa de la actividad.

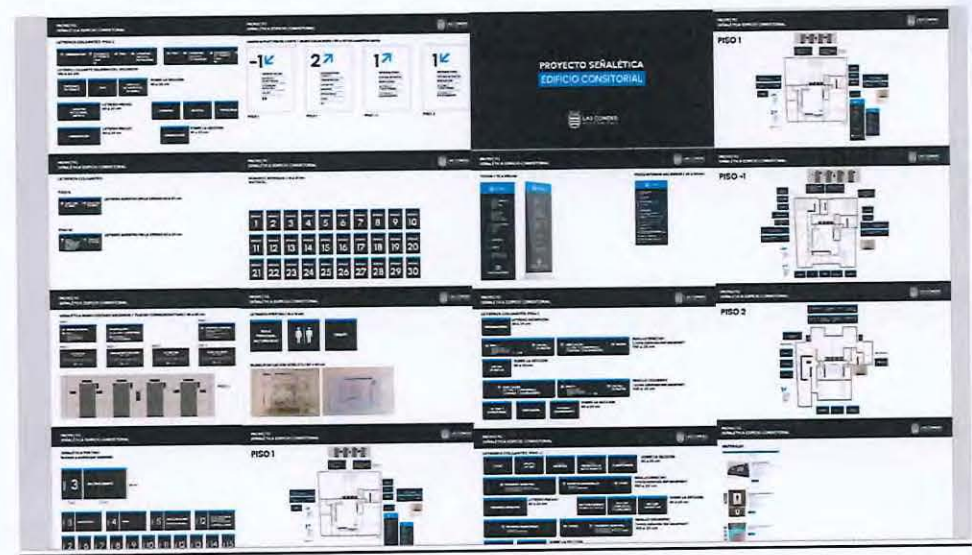
Esta propuesta incluyó el diseño de pórticos de acceso para dar mayor visibilidad al evento, pendones, afiches, lienzos y otros soportes físicos. Posteriormente, se desarrollaron también las piezas adaptadas para redes sociales con el fin de difundir la actividad y alcanzar a un mayor número de vecinos.



F) SEÑALÉTICA EDIFICIO MUNICIPAL

Supervisé el desarrollo de la nueva señalética del edificio municipal, velando porque cada pieza gráfica estuviera alineada con la nueva línea visual establecida en el manual de marca. Revisé que cada soporte comunicara correctamente la información correspondiente y que las señales fueran claras y comprensibles, con el fin de orientar adecuadamente a los vecinos que acuden al edificio a realizar trámites.

Se realizaron diversas reuniones de revisión y ajustes junto al equipo encargado.



3. BRANDING MUNICIPAL:

a) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante este mes me dediqué a reforzar la comunicación dirigida a los funcionarios municipales, asegurando que cada pieza interna mantuviera la identidad visual y el estilo institucional definidos de la marca. Mi labor consistió en supervisar el desarrollo gráfico de los envíos, resguardando coherencia, claridad y consistencia en cada soporte.

El área de Bienestar y Recursos Humanos es la encargada de generar los contenidos; a partir de eso, trabajé en la revisión y supervisión de las propuestas gráficas para que cumplieran con los lineamientos de marca, realizando los ajustes necesarios en diseño y estructura antes de su difusión.

Durante el período se gestionaron diversos envíos internos, como saludos conmemorativos, informativos sobre beneficios, convocatorias, recordatorios, comunicaciones especiales dirigidas a los equipos municipales, entre otros.



b) BRANDING MUNICIPAL

A lo largo del mes estuve a cargo de coordinar y supervisar el desarrollo de piezas gráficas solicitadas por diferentes unidades municipales, resguardando que cada diseño respetara la identidad visual de la comuna. Mi trabajo comenzó con la recepción de los briefs enviados por los equipos internos, los cuales revisé detalladamente para orientar el desarrollo creativo y definir los formatos requeridos.

Cada solicitud fue abordada mediante un proceso de revisión continua, que incluyó reuniones, intercambio de propuestas y validaciones por correo, con el fin de obtener diseños precisos y alineados a las necesidades de cada área.

Entre los proyectos gestionados este mes se encuentran: piezas para el Bazar Botánico, pórticos de acceso, volantes, lienzos y pendones; gráficos para cierres de accesos en el Parque Araucano; timbres corporativos para Secretaría Municipal; identidad visual para Zumba Night (incluyendo fondos de escenario y contenido para redes sociales); material para el evento Viva Las Condes; invitaciones para Red Mujer;

además de la producción de 30 carteles destinados a puntos de hidratación para mascotas durante las elecciones presidenciales. Estos se imprimieron y distribuyeron según los requerimientos operativos.

Mi labor incluyó evaluar y proponer alternativas de diseño, seleccionar las más adecuadas a la línea institucional y asegurar que cada pieza fuese clara, coherente y consistente con el estilo visual municipal. Asimismo, asesoré a las distintas unidades en cómo presentar y difundir sus actividades de manera más efectiva, fortaleciendo la presencia comunicacional de cada proyecto.



3

4. PÁGINA WEB/ MAILINGS:

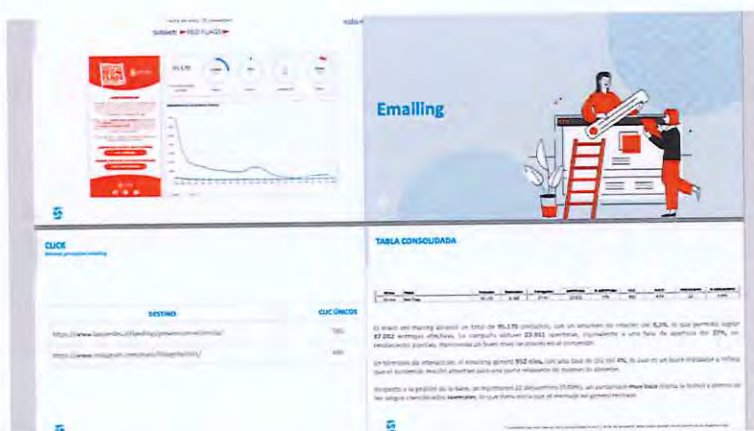
Este mes estuve a cargo de impulsar el trabajo digital junto a la agencia Cybercenter, coordinando reuniones de seguimiento para revisar el desempeño de la página web municipal y de los envíos de mailings. Estas sesiones permiten analizar cómo se están comportando nuestras comunicaciones digitales, detectar patrones de uso y ajustar la estrategia para mejorar la experiencia de los vecinos.

En cada instancia revisamos métricas clave, evaluamos campañas pasadas y definimos nuevas acciones de segmentación y envíos, poniendo especial atención en la correcta actualización y organización de las bases de datos. También analizamos el rendimiento de las distintas secciones del sitio web para reforzar los contenidos que tienen mayor interés y afinar aquellos que requieren mejoras.

Desde mi rol, superviso los aspectos gráficos de los mailings —diseños, estructura visual y coherencia con la identidad institucional— proponiendo ajustes y nuevas ideas cuando es necesario. Además, coordino el desarrollo de propuestas renovadas para mantener los envíos visualmente atractivos, claros y en línea con los estándares de la marca municipal.

Link informes:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZXziZuDuslFejFmwG-cuP8fMXz5tXUAv>



DICIEMBRE 2025

1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante el mes de diciembre participé activamente en diversas reuniones de coordinación estratégica orientadas a planificar, ordenar y fortalecer la comunicación de la programación navideña de la Municipalidad de Las Condes. Estas instancias fueron clave para definir lineamientos comunes, alinear mensajes y estructurar una estrategia comunicacional integral que permitiera dar visibilidad a todas las actividades navideñas de la comuna de manera clara, atractiva y coherente.

Desde una mirada estratégica de marketing y comunicación, trabajé en la segmentación de públicos y territorios, definiendo mensajes y piezas diferenciadas según el tipo de actividad, con especial foco en la difusión de eventos en plazas, presentaciones de villancicos, encuentros familiares y panoramas comunitarios. Esta planificación permitió adaptar los contenidos y soportes a cada contexto, facilitando

que la información llegara de manera oportuna y efectiva a vecinos de distintos sectores de la comuna.

Mi rol incluyó la coordinación de las líneas gráficas y conceptos visuales asociados a la Navidad, asegurando una identidad unificada en todas las piezas comunicacionales. Asimismo, supervisé la calidad visual y la correcta implementación de los materiales en diversos soportes, tanto digitales como presenciales, reforzando el carácter cercano, familiar y comunitario de la programación navideña.

Este trabajo de coordinación y planificación estratégica permitió ordenar la oferta de actividades navideñas, maximizar su alcance y fortalecer la experiencia de los vecinos, posicionando la Navidad comunal como un espacio de encuentro, participación y celebración para toda la comunidad.

2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

A) CAMPAÑA PREVENCIÓN INCENDIOS

Trabajé en el desarrollo de la campaña de prevención de incendios forestales, orientada a generar conciencia en la comunidad y promover conductas responsables para evitar este tipo de emergencias en la comuna. El objetivo principal de la campaña fue sensibilizar a los vecinos sobre las graves consecuencias que provocan los incendios, tanto en las personas como en el entorno natural. Para ello, desarrollé tres líneas creativas y gráficas diferenciadas, que fueron presentadas para evaluación y, una vez aprobadas, trabajaré en conjunto con el equipo de Comunicaciones para su desarrollo e implementación.

La primera línea, titulada "*Enciende tu amor por la naturaleza*", apela al vínculo emocional con el medio ambiente, poniendo énfasis en el cuidado de la flora, la fauna y los animales que habitan la comuna, reforzando la idea de protección desde el afecto y la responsabilidad.

La segunda línea, "*No es chistoso prender una chispa*", busca generar impacto y reflexión, destacando que provocar un incendio no es una broma ni una acción sin consecuencias, ya que puede poner en riesgo la vida de las personas y destruir irreversiblemente nuestra fauna y entorno natural. La tercera línea se enfoca en visibilizar la dependencia vital que tenemos de la naturaleza, transmitiendo que sin ella no es posible la vida, no existen historias con finales felices y los animales pierden su hogar, reforzando el mensaje desde una mirada más cruda y reflexiva.



B) CAMPAÑA NAVIDAD

Durante el mes de diciembre estuve a cargo de la ejecución y despliegue comunicacional integral de la Campaña de Navidad 2025, liderando la producción, implementación y difusión de los distintos soportes gráficos y comunicacionales destinados a informar y convocar a los vecinos a las actividades navideñas de la comuna. Este proceso lo ejecuté luego de que las licitaciones estuvieran adjudicadas por parte del equipo administrativo y compras.

Como parte de este proceso, coordiné y gestioné la producción de los distintos productos y soportes comunicacionales, correcta implementación de palomas informativas, lienzos, pendones de vía pública, gigantografías y merchandising institucional, entre otros materiales, asegurando una presencia visible y coherente de la campaña en el territorio comunal.

Asimismo, supervisé el desarrollo y aplicación de las piezas gráficas en múltiples formatos, resguardando la correcta bajada del concepto navideño, la coherencia visual con la identidad de la campaña y un mensaje emocional alineado con el espíritu comunitario y familiar de la Navidad. Estos materiales fueron desplegados estratégicamente en calles principales, plazas, recintos municipales y espacios de alta circulación.

Paralelamente, ejecuté el envío de mailings masivos y segmentados a la comunidad, definiendo públicos objetivos y contenidos diferenciados según tipo de actividad y territorio, con el objetivo de informar de manera clara y oportuna la programación navideña, tales como actividades en plazas, presentaciones de villancicos y encuentros comunitarios. Esta estrategia permitió optimizar el alcance del mensaje y mejorar la efectividad de la difusión. Durante todo el mes mantuve una coordinación permanente con el equipo de Eventos, realizando reuniones de trabajo para ajustar requerimientos específicos, definir medidas, formatos y tiempos de montaje, y asegurar que los materiales comunicacionales respondieran adecuadamente a las necesidades de cada actividad programada en diciembre.

Además, coordiné la comunicación y producción de materiales para las actividades navideñas realizadas en los centros comunitarios, incluyendo la entrega de regalos a vecinos, celebraciones barriales y la difusión de iniciativas como Mercado Las Condes, entre otras acciones. Este trabajo permitió visibilizar de manera clara y coherente la programación navideña en distintos sectores de la comuna, reforzando su carácter cercano y comunitario.



B

C) CAMPAÑA PERMISO DE CIRCULACIÓN

Trabajé en el diseño y desarrollo de la nueva campaña de Permiso de Circulación 2026, abordando este proceso desde una mirada estratégica de branding y comunicación. Como primera etapa, realicé un análisis de referentes y benchmarking, revisando cómo otras municipalidades comunican este proceso, con el fin de identificar buenas prácticas, oportunidades de diferenciación y enfoques efectivos.

A partir de esta investigación, avanzamos en la definición y afinamiento de conceptos creativos y ajustes de diseño, orientados a construir una campaña clara, cercana y alineada con la identidad municipal. Este trabajo permitió sentar las bases para el posterior desarrollo de las distintas piezas comunicacionales.

En una segunda etapa, se realizará la elaboración de los materiales de difusión, incluyendo piezas de mailing, afiches, lienzos, pendones, palomas informativas, pantallas de vía pública, entre otros soportes, asegurando una implementación coherente y consistente en todos los canales de comunicación.



3. BRANDING MUNICIPAL:

a) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante el período desarrollé un rol de apoyo de diseño en la comunicación interna, enfocado en fortalecer la forma en que la municipalidad se comunica con sus equipos. En coordinación con las áreas de Bienestar y Recursos Humanos, acompañé el proceso de salida de los mailings internos, revisando y ajustando sus propuestas gráficas para asegurar una correcta aplicación de la identidad institucional. A partir de los contenidos definidos por dichas áreas, mi labor se centró en optimizar el diseño, la jerarquía de la información y la claridad del mensaje previo a su envío. Durante este período se apoyó la difusión de distintos tipos de comunicaciones internas, tales como información sobre beneficios, convocatorias, eventos navideños, saludos institucionales y mensajes dirigidos a los equipos municipales, contribuyendo a una comunicación interna más ordenada, reconocible y alineada con la imagen corporativa de la Municipalidad.




b) BRANDING MUNICIPAL

Durante el mes trabajé en la gestión y supervisión del desarrollo gráfico de diversas piezas solicitadas por distintas unidades municipales, con el objetivo de asegurar una correcta aplicación de la identidad visual de la comuna en todas las comunicaciones.

El trabajo se inició con el análisis de los requerimientos enviados por los equipos internos, a partir de los cuales orienté el enfoque creativo, definí formatos y establecí criterios gráficos acordes a los lineamientos institucionales. Este proceso se desarrolló de manera colaborativa, a través de instancias de coordinación, revisión y validación, permitiendo ajustar cada pieza a las necesidades específicas de las áreas solicitantes.

A lo largo del mes se gestionaron múltiples proyectos, entre los que destacan piezas para Playa Anakena y Talleres Recreativos 2026, Las Condes Camp, diplomas para premiaciones del concurso literario, volantes informativos de Seguridad Pública, entre otras iniciativas. Este trabajo permitió mantener una comunicación visual ordenada, coherente y alineada con el branding municipal en todas las áreas involucradas.

En el marco del branding municipal, me encuentro trabajando en el desarrollo del calendario institucional para funcionarios 2026, abordándolo como una pieza estratégica de marca. Actualmente estoy elaborando distintas propuestas y líneas de diseño, con el objetivo de generar un material con valor agregado, que refuerce la identidad municipal y entregue una propuesta diferenciadora para el próximo año.



Handwritten signature or mark.