

CERTIFICADO INFORME MENSUAL

Catalina San Martín Cavada, Alcaldesa de la Municipalidad de Las Condes, certifica y acredita fehacientemente que el Sr. **Roberto Valdes Fuentealba** RUT: [REDACTED] dio cabal cumplimiento durante el mes de **julio de 2025**, al cometido a honorarios para el cual fue contratado, de acuerdo con lo dispuesto en el contrato a honorarios de fecha **23 de diciembre de 2024**, ratificado mediante Decreto Alcaldicio N° **4326/P2024**, de fecha **31 de diciembre de 2024**, modificado el 31 de enero 2025 y ratificado por Decreto Alcaldicio N° 116/p2025 y modificado el 01 de mayo 2025 y ratificado por Decreto N°1815/P del 14 de mayo 2025, siendo procedente el pago de la Boleta Electrónica N° 64 de fecha 01 de agosto de 2025.

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

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

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

LAS CONDES, 01 de agosto 2025.



Informe mensual de actividades

Julio 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberto Valdés Fuentealba', located above the printed name.

Roberto Valdés Fuentealba

Departamento de Relaciones Públicas

Ilustre Municipalidad de Las Condes

Introducción

En el mes de julio, la comunicación de la Municipalidad de Las Condes se desplegó en múltiples focos, transitando temas de Seguridad y Educación, hasta materias vinculadas con la Infraestructura. ✓

Además de lo anterior, fue relevante este mes -a nivel mediático- lo relativo a los avances presentados por el estadio Claro Arena y el convenio suscrito entre el municipio y Cruzados S.A. para la mitigación en caso de eventos, en base al plan operacional. ✓

También este mes fue altamente destacada por los medios, la entrega de las primeras conclusiones al cumplirse un año desde el inicio del programa "Colegios sin celular", donde quedaron evidencia las virtudes de la aplicación de esta política pública, a partir de su impacto positivo en las rutinas de los estudiantes y sus familias. ✓

En temas no mediáticos, el departamento de Relaciones Públicas avanzó durante el mes de julio en la preparación de la serie de eventos asociados al aniversario número 124 de la comuna. La iniciativa busca desplegar una cartelera cultural y de entretenimiento familiar a lo largo y ancho de los distintos barrios de Las Condes, como una forma de festejar transversalmente con todos los vecinos, un nuevo año de existencia del municipio en el mes de agosto. ✓

En la misma línea, el departamento se encuentra trabajando en los detalles de la programación de la Semana de la Chilenidad, evento organizado junto a las municipalidades de La Reina y Vitacura y que busca rescatar y realzar los valores y la tradición de la cultura nacional, durante la celebración de fiestas patrias. Aunque es denominada "Semana de la Chilenidad" la serie de eventos que la componen se inicia al menos un mes antes, por lo que es necesario coordinar con anticipación a los tres municipios participantes. ✓

En términos de organización interna del área, este mes hemos comenzado a trabajar en el presupuesto 2026 del área, buscando los mejores mecanismos para optimizar el gasto y eficientar los recursos. ✓

Las actividades aquí mencionadas y las que se explican con mayor detalle a lo largo de este informe, son solo algunas de las tareas que lleva adelante el área que me corresponde liderar. ✓



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

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

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


3

Principales acciones del mes

Coordinación con direcciones: Como ha ocurrido desde el comienzo de esta gestión, el Departamento de Relaciones Públicas organiza periódicamente reuniones con las direcciones que lideran proyectos o programas con impacto en los vecinos de la comuna, buscando orientar la forma en que esos proyectos son presentados y comunicados a la ciudadanía, ✓

Así, durante el mes de julio el equipo que lidero, trabajó en distintas estrategias de posicionamiento para iniciativas como las siguientes: ✓

- La encuesta de seguridad municipal, en cuyo diseño y metodología fuimos considerados, buscando las mejores formas de llegar al público buscando respuestas acotadas pero con contenido. La difusión, el diseño y la campaña de esa consulta también elaboradas por RR.PP. ✓
- El lanzamiento del nuevo sistema de parquímetros virtuales "Simple Park" en la comuna. Lo que requirió la preparación de una campaña informativa a los vecinos, a través de un mix de medios que combinó desde correos segmentados, hasta piezas de redes sociales y prensa. ✓
- La campaña para educar sobre la manera adecuada de desechar pilas y baterías de litio. Lo anterior a partir del caso de un incendio al interior de la zona de carga de un camión de la basura. Las acciones de digital y de prensa dieron forma a un ciclo de contenidos sobre la temática. ✓
- Tal como en los meses anteriores, participamos activamente en las iniciativas de SECPLAN respecto del denominado Banco de Proyectos ✓
- La Fiesta de las Naciones es otra de las iniciativas que requiere coordinación permanente, tanto con la Corporación Cultural, como con las direcciones de Parques y Jardines, DECOM, Seguridad y operaciones. Conforme avanzan las semanas y se aproxima la fecha del evento, cada dirección organiza a sus equipos y aportes para esta iniciativa. ✓

- El Mes Aniversario de Las Condes contempla una serie de actividades en las que necesariamente confluyen varias direcciones operativas a las que corresponderá aportar al desarrollo de los eventos programados.

Estrategia de medios de comunicación: A lo largo del mes de julio, diferentes iniciativas del municipio llegaron a los medios de comunicación para acceder a públicos masivos e impactar en la opinión pública. Con esto buscamos no sólo posicionar a Las Condes como referente en desarrollo, vanguardia e innovación, sino también difundir políticas públicas exitosas que pueden ser replicadas por otros gobiernos locales en Chile y el mundo. tanto en material de seguridad, social y entretenimiento. Este mes la estrategia de medios tuvo como ejes principales:

- Los primeros resultados del programa "Colegios sin celulares, al cumplirse doce meses desde su puesta en marcha. El aumento de la interacción entre escolares, el buen uso del tiempo libre y el descenso de conductas catalogadas como faltas graves y muy graves, son algunos resultados que permiten calificar a la experiencia como exitosa. Bajo esos pilares de contenido, desarrollamos una estrategia de medios que apuntó a un amplio mix que consideró principalmente los formatos audiovisual y digital, logrando una alta exposición de la noticia, durante varios días en medios de alcance nacional.
- Los avances del estadio Claro Arena y las tratativas entre el municipio y Cruzados S.A., generaron a lo largo de todo el mes, un alto interés por parte de medios radiales, televisivos y escritos. En puntos de prensa desarrollados tanto en la sede municipal, como en el propio estadio, la alcaldesa se presentó ante los medios la defensa de los intereses del municipio, en orden a hacer cumplir la normativa vigente y a proteger a los vecinos de los barrios colindantes.
- En tercer lugar, la existencia de hoyos de gran volumen y tamaño en la avenida Américo Vespucio fue noticia en varias ocasiones a lo largo del mes. La imposibilidad del municipio de trabajar en el sector y las crecientes quejas de los usuarios de esa vía, hicieron necesario que la autoridad edilicia aclarara ante los medios sus nulas posibilidades de resolver el problema sin la ayuda del Ministerio de Obras Públicas, cartera que a pesar de múltiples intentos municipales, no se había pronunciado al respecto. En ese sentido,

las entrevistas en medios sirvieron tanto para aclarar a los vecinos los límites de la acción comunal, como para allanar el camino hacia una reunión bilateral con el ministerio.

- En cuarto lugar, la acción de operadores de carritos de alimentos, que funcionaban mayoritariamente fuera de norma en los parques Araucano y Juan Pablo II, hicieron necesaria la comparecencia de la autoridad municipal ante los medios de comunicación para esclarecer los alcances de la normativa vigente y proponer alternativas de solución a los operadores.

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

Comunicaciones internas: En julio se inició el trabajo tendiente a fortalecer y reafirmar la identidad de los funcionarios municipales, a partir de una serie de actividades conmemorativas del aniversario de la comuna, que se celebra en el mes de octubre.

Junto al equipo de Recursos Humanos, comenzamos a realizar la grilla de actividades que darán forma a la semana de celebración, además de las actividades previas, donde se definirán las alianzas internas y las pruebas que las mismas deberán superar para coronarse como ganadores de las competencias internas en 2025.

Estrategia de plataformas digitales : En el mes de julio y continuando con la estrategia de visibilizar programas municipales que son poco conocidos por los vecinos, visibilizamos las alternativas de panoramas para distintos públicos, desde Las Condes Camp, hasta las caminatas cordilleranas para adultos mayores. A través de piezas audiovisuales pudimos dar cuenta de esas y otras alternativas que ofrece la comuna en temporada de vacaciones de invierno.

En otro pilar de contenido digital permanente, el trabajo de seguridad y combate del comercio ilegal y otras incivildades, la grilla de este mes consideró importantes piezas que dan cuenta de los equipos municipales dedicados al tema.

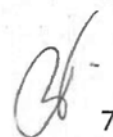
El despliegue en terreno, las visitas de autoridades a las juntas de vecinos y barrios, componen en julio otro pilar de contenido digital.

Reuniones con equipos de Relaciones Públicas, Marketing y Prensa: Como cada mes, en julio se desarrollaron reuniones semanales con el equipo para coordinar las acciones más relevantes del mes. Además de las actividades descritas en los puntos anteriores, durante el presente mes las reuniones con los equipos estuvieron fuertemente focalizadas en la preparación del presupuesto 2026 y en la revisión de los contratos vigentes.

Reuniones de relacionamiento: A lo largo de julio, hemos seguido desarrollando el trabajo de relacionamiento con embajadas y personal diplomático para avanzar en la iniciativa "Feria de Las Naciones". Este mes, los eventos diplomáticos convocados nos sirvieron para establecer contactos y poder comenzar a difundir los preparativos del evento programado para el mes de noviembre.

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

Campañas de marketing: En paralelo a la imagen del mes aniversario, hemos avanzado con el equipo de marketing en las campañas de Semana de la Chilenidad y en iniciativas como una campaña preventiva para fiestas patrias (que se lanzará a comienzos de septiembre) y la campaña sobre mes del cáncer de mama para octubre.

 7