

CERTIFICADO INFORME MENSUAL

CATALINA SAN MARTIN CAVADA alcaldesa de la Municipalidad de Las Condes, certifica y acredita fehacientemente que la Sra. **Maria Belén Pau Villarino** RUT N° [REDACTED] dio cabal cumplimiento durante el mes de **OCTUBRE** de **2025**, al cometido a honorarios para el cual fue contratada, de acuerdo con lo dispuesto en el contrato a honorarios de fecha **26 de marzo de 2025**, ratificado mediante Decreto Alcaldicio N°999/P2025, de fecha 01 de abril de 2025, siendo procedente el pago de la Boleta Electrónica N°91 de fecha **01** de noviembre de 2025.

Asimismo, se aprueba, certifica, visa y adjunta informe mensual elaborado, firmado y presentado por la Sra. **Maria Belén Pau Villarino** dando cuenta y acreditando el estado, avance y/o cumplimiento parcial satisfactorio del cometido para el cual fue contratada, el que fue revisado y examinado en forma exhaustiva por el suscrito, acreditando este supervisor 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 de la Sra. **Maria Belén Pau Villarino**.

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 noviembre 2025.





MUNICIPALIDAD DE LAS CONDES
ADMINISTRACION MUNICIPAL
DPTO. DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAS
NIKMI/KZH/MIM

CERTIFICADO



KARINA ZARO HAAG, Jefa del Departamento de Gestión y Desarrollo de Personas de la Municipalidad de Las Condes, certifica que **María Belén Pau Villarino**, Rut: N° [REDACTED] dio cumplimiento durante el mes de **octubre** de 2025, a la función a honorarios suma alzada para el cual fue contratado, de acuerdo con lo establecido en el respectivo contrato a honorarios suma alzada.

De acuerdo con la Ley N°21.389 y los dictámenes de la Contraloría General de la República, se revisó el Registro Nacional de Deudores de Pensiones de Alimentos, no encontrándose registros vigentes a nombre del prestador.

Se extiende el presente certificado para ser presentado en el Departamento de Finanzas, para efecto de pago de los honorarios suma alzada correspondiente.

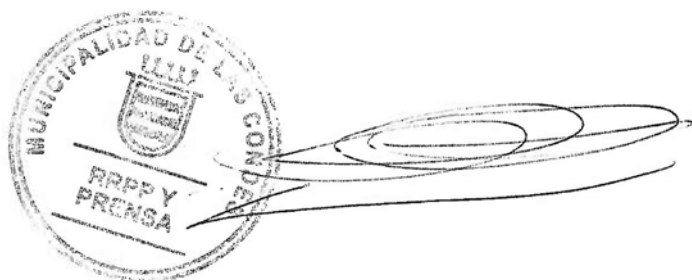
LAS CONDES, 30 de octubre de 2025

INFORME MENSUAL OCTUBRE 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.



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/>

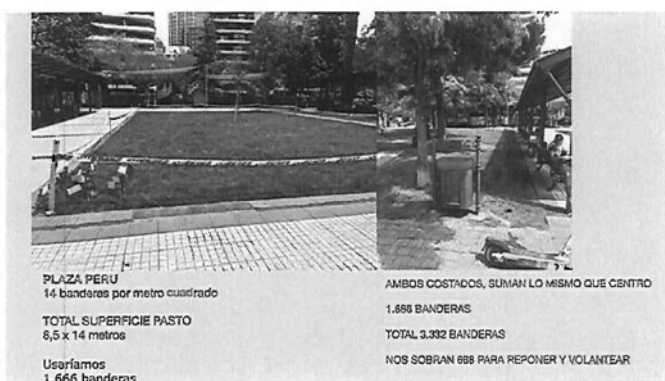


b) CAMPAÑA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

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.



Handwritten signature

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.



BAU

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.



Paul

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:

a) 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) 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: **lienros 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.



By



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.



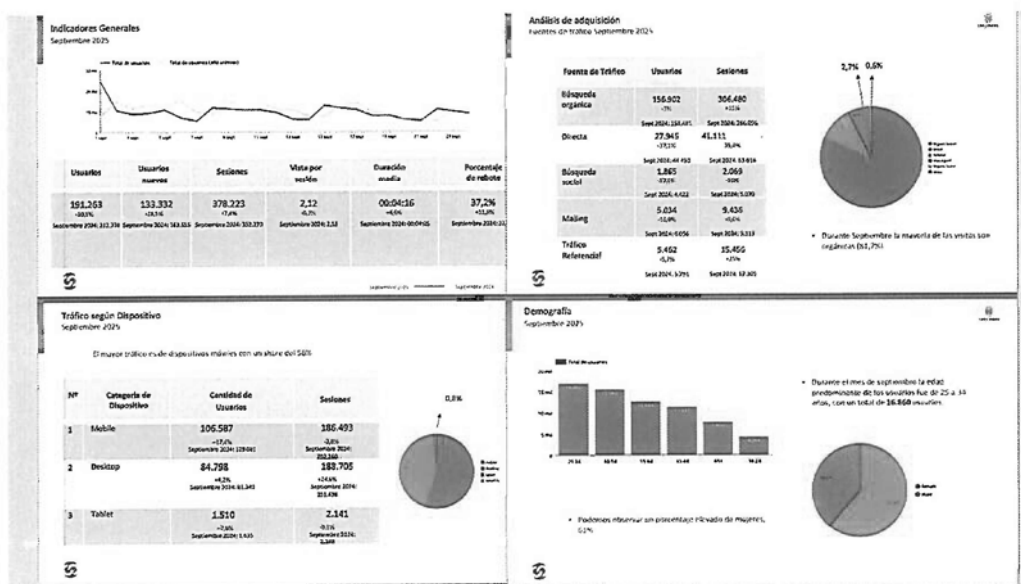
Bas

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.



Fall