

CERTIFICADO INFORME MENSUAL

Catalina San Martin 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 **octubre 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° 67 de fecha 01 de noviembre 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 noviembre 2025.



Informe mensual de actividades

Octubre 2025



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

Introducción

Durante el mes de octubre, la Municipalidad de Las Condes desarrolló una amplia agenda de actividades comunicacionales, centradas en la difusión de campañas de prevención en salud, sustentabilidad ambiental y fortalecimiento de la seguridad pública. El Departamento de Relaciones Públicas desempeñó un rol clave en la coordinación de acciones con las distintas direcciones municipales, la relación con los medios de comunicación y la planificación de los eventos más relevantes del mes. La campaña 'Tu hora rosa' se convirtió en la iniciativa más significativa del periodo, consolidando la imagen institucional del municipio como promotor activo de la salud y el bienestar de los vecinos.



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

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

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



Principales acciones del mes

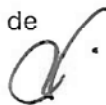
Entre las acciones más destacadas del mes se encuentra la ejecución de la campaña 'Tu hora rosa', diseñada para concientizar sobre la prevención del cáncer de mama. La estrategia contempló una pauta comunicacional integral con presencia en vía pública, medios digitales y pantallas municipales, acompañada de dos grandes eventos: el primero, realizado en el municipio, tuvo como protagonista a la actriz Paulina Urrutia; el segundo, en el Hotel Marriott, contó con la participación de la actriz Karla Melo, en el marco de una alianza entre el municipio y el establecimiento hotelero. Ambas instancias generaron una alta cobertura en televisión, prensa y redes sociales, cumpliendo con todos los objetivos propuestos en términos de visibilidad y sensibilización.

En paralelo, se dio inicio a la campaña del Plan Comunal de Acción frente al Cambio Climático (PACCC), cuyo despliegue incluyó acciones digitales, en terreno y en vía pública. El propósito fue incentivar la participación de los vecinos en la encuesta comunal e instalar la importancia del cambio climático como un eje prioritario dentro de la gestión municipal. Esta campaña permitió fortalecer el vínculo con la comunidad, mostrando una institución activa, comprometida y participativa frente a los desafíos medioambientales.

Finalmente, en la última parte del mes y tras conocerse el proyecto del gobierno para congelar el impuesto territorial a las personas mayores a cambio de un aumento en el porcentaje de aporte de Las Condes al Fondo Común Municipal, desplegamos en medios nuestro desacuerdo con la medida, en defensa de los intereses de los vecinos y el patrimonio de la comuna.

Estrategia de medios de comunicación

Durante octubre, la seguridad ciudadana y la prevención del delito fueron los principales temas abordados en la agenda mediática del municipio. Los medios de prensa cubrieron extensamente los operativos de fiscalización realizados en distintos puntos de la comuna, los controles de seguridad en el entorno del Estadio Claro Arena, y los procedimientos que resultaron en la detención de bandas delictuales. Estas acciones reforzaron la percepción de eficacia y liderazgo del municipio en materia de seguridad pública.



La defensa de los colegios municipales fue otro punto fuerte este mes. La propuesta planteada ante la comisión de la Cámara de Diputados, para mantener la administración de los establecimientos educacionales bajo el cumplimiento de una serie de condiciones, llamó la atención de los medios y significó la preparación de material periodístico para difundir nuestra iniciativa.

Paralelamente, se apoyó la difusión del caso de la profesora Angélica Zurita, del Colegio Simón Bolívar, preseleccionada como 'Profesora Bicentenario'. El equipo de Relaciones Públicas elaboró un plan de medios que permitió amplificar su historia, generando apariciones en televisión, radio y prensa escrita. Gracias a esta gestión, la docente obtuvo un notable apoyo ciudadano, alcanzando el segundo lugar en la votación final.

La lentitud del proceso de renovación de licencias de conducir también fue un tema relevante en octubre. Si bien el Departamento de Tránsito consiguió distintas mejoras y avances en sus procedimientos, las dificultades del Sistema operativo provisto por la autoridad ministerial, sigue siendo un obstáculo que ralentiza los procesos y que ha llamado la atención de los vecinos y los medios de comunicación. Por eso hemos debido comunicar de manera proactiva y reactiva nuestros puntos de vista en torno a este tema.

También este mes el estadio Claro Arena fue protagonista al realizarse los conciertos de Ricky Martin y Rod Stewart, además del primer clásico universitario y un partido de fútbol en un día laboral. Todos esos eventos requirieron de un despliegue especial de los equipos y concentraron alta atención de parte de los medios, lo que obligó a preparar planes de contingencia para hacer frente a ese escenario de alta exposición.

Preparación de entrevistas

Uno de los hitos periodísticos del mes fue la publicación de una extensa entrevista a la alcaldesa Catalina San Martín en el semanario The Clinic. El equipo de Relaciones Públicas gestionó directamente los contenidos, coordinó la sesión fotográfica y negoció los espacios editoriales, garantizando una cobertura de alto estándar periodístico. Lo mismo en entrevista de actualidad en Radio Infinita con Juan Manuel Astorga, donde la alcaldesa pudo explicar distintos temas relativos a la comuna y definir su posición en torno a asuntos como los SLEP, patentes y sistema de licencias de conducir.



Comunicaciones internas

En el marco del aniversario de la comuna y de la celebración de las alianzas municipales, el equipo de Relaciones Públicas tuvo una participación activa en la comunicación interna, diseñando piezas gráficas, registros audiovisuales y cobertura de actividades, con el objetivo de promover la identidad institucional y fortalecer la cohesión entre los equipos de trabajo. Las publicaciones en canales internos reflejaron el entusiasmo y compromiso de los funcionarios municipales, consolidando un clima laboral positivo y participativo.

Estrategia de plataformas digitales

La estrategia digital del mes se estructuró en torno a cuatro ejes principales: reciclaje orgánico, pavimentación, seguridad e innovación. A través de contenidos audiovisuales, cápsulas informativas y publicaciones en redes sociales, se logró mantener un flujo constante de información hacia los vecinos, resaltando los avances en infraestructura y sostenibilidad, así como las acciones concretas del municipio para mejorar la calidad de vida en la comuna. El trabajo coordinado entre las áreas de prensa y digital permitió proyectar una imagen moderna y cercana del municipio.

Reuniones con equipos de Relaciones Públicas, Marketing y Prensa

Durante octubre se realizaron reuniones periódicas de planificación con distintas direcciones municipales. Con el Departamento de Gestión de Personas se trabajó la coordinación de las alianzas municipales, mientras que con los equipos de Eventos de DECOM se avanzó en la planificación de las actividades de Navidad y Año Nuevo 2026. Asimismo, se concluyó el proceso de levantamiento y análisis de requerimientos presupuestarios 2026, consolidando la información necesaria para la exposición ante el Concejo Municipal. Este trabajo permitió anticipar la gestión de recursos y ordenar la planificación de campañas y proyectos para el año siguiente.

Finalmente, la coordinación con el equipo de Comunicaciones de Parques y Jardines, nos permitió realizar la cobertura de múltiples actividades organizadas por esa dirección, además de las mejoras de distintas plazas y parques de la comuna.



Reuniones de relacionamiento

En el ámbito internacional, continuaron los preparativos de la Feria de las Naciones, evento que a la fecha suma más de cincuenta países participantes. Durante el mes se definieron los números artísticos internacionales y se concretó una alianza con Teletón, que participará activamente en el evento, aportando su experiencia y visibilidad. Esta colaboración refuerza el carácter inclusivo y multicultural de la Feria, consolidando su posicionamiento como una de las actividades más importantes del calendario municipal.

Imagen corporativa

Durante octubre, el equipo de Relaciones Públicas desarrolló nuevas piezas gráficas y audiovisuales que reforzaron la identidad de la marca Las Condes, manteniendo coherencia con la línea comunicacional institucional lanzada a comienzos del año. El uso del color rosa, asociado a la campaña 'Tu hora rosa', permitió proyectar un mensaje de empatía, prevención y salud pública, integrando este lenguaje visual al resto de las plataformas municipales.

Campañas de marketing

Junto con la campaña 'Tu hora rosa', durante octubre se trabajó en la creación de las piezas y contenidos iniciales para la difusión del PACCC, así como en la planificación de las futuras campañas de Navidad, Feria de las Naciones y Año Nuevo 2026. El equipo de marketing también dio inicio a la etapa de evaluación y revisión de materiales gráficos utilizados durante el año, con el fin de estandarizar la línea visual institucional para el nuevo ejercicio.


7



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 **Roberto Valdés Fuentealba**, 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