



CERTIFICADO INFORME MENSUAL

[Handwritten signature]

Najel Klein Moya, alcaldesa(s) de la Municipalidad de Las Condes, certifica y acredita fehacientemente que la **Sra. María Belén Pau Villarino** RUT: [REDACTED] dio cabal cumplimiento durante el mes de **septiembre de 2025**, al cometido a honorarios para el cual fue contratado, de acuerdo con lo dispuesto en el contrato a honorarios de fecha **26 de marzo 2025**, ratificado mediante Decreto Alcaldicio N° **999/P2025** de fecha 01 de Abril de 2025, siendo procedente el pago de la Boleta Electrónica N° **90 de fecha 01 de Octubre de 2025**.

Asimismo, se aprueba, certifica, visa y adjunta informe mensual elaborado, firmado y presentado por el **Sra. María Belén Pau Villarino**, 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 **Sra. María 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, 06 de octubre 2025.

[Handwritten signature]

MUNICIPALIDAD DE LAS CONDES
ADMINISTRACION MUNICIPAL
DPTO. DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAS
NIK/M/KZH/MM



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 septiembre 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.

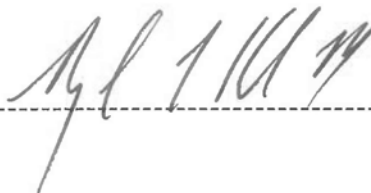
LAS CONDES, 29 de septiembre de 2025

INFORME MENSUAL SEPTIEMBRE 2025

María Belén Pau Villarino



Najel Klein Moya, alcaldesa (s)



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 **campana 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 **guion 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==



Bay

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.



Boh

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 **posavazos 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, posavazos 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==



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:

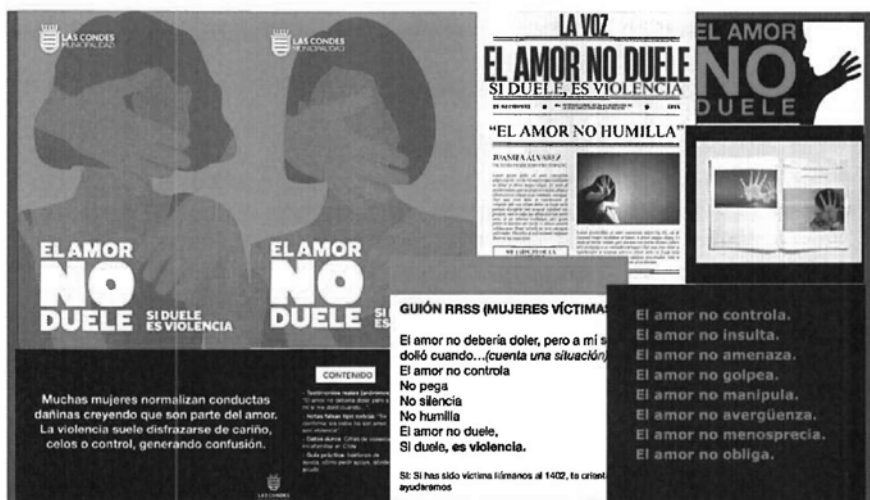
1. "La violencia comienza con Red Flags"

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. "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**.



BoA

3. BRANDING MUNICIPAL:

a) 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.

Bou

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

Boa