

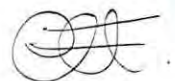
INFORME MENSUAL ABRIL 2026

Francesca Bersano Medina

-----

Alcaldesa Catalina San Martín

-----



## 1. INTRODUCCIÓN

El presente informe da cuenta de la gestión realizada durante el mes de abril, centrada en la articulación estratégica del área de marketing y comunicaciones, con foco en el conocimiento de las personas que componen el equipo, ordenamiento de procesos y flujos de trabajo, levantamiento de necesidades de las distintas direcciones municipales y la planificación integral de los hitos relevantes del año.

**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.

Durante este período, el trabajo se orientó no solo a la ejecución de requerimientos en curso, sino principalmente a la construcción de un modelo de gestión más eficiente, coordinado y proyectado en el tiempo, buscando fortalecer el rol del área como eje estratégico dentro del municipio.

Asimismo, el conocimiento de los equipos, sus dinámicas de trabajo y el funcionamiento general de las distintas direcciones, ha permitido comprender de manera más profunda sus necesidades, mejorar la coordinación interna para proyectar una gestión comunicacional más pertinente y alineada con la realidad operativa del municipio.

Abril se consolidó como un mes clave en cinco ejes:

1. Conocimiento inicial, ordenamiento y modelo de trabajo
2. Planificación anual de hitos relevantes y cronograma inicial
3. Vinculación con algunos departamentos (Decom, eventos, gestión de personas)
4. Ejecución de Cuenta Pública en la experiencia
5. Liderazgo en la elaboración de la estrategia comunicacional y creativa para los hitos relevantes más próximos del año: Invierno Mágico y Aniversario 125 Años.
- 6.- Continuidad de coordinación de entregables por deptos.



## 2. DESARROLLO POR EJES

### 1. ORDENAMIENTO Y MODELO DE TRABAJO

Se implementó una forma de trabajo integrada con un modelo estructurado de gestión de solicitudes, permitiendo centralizar requerimientos, clasificar estados de avance, visibilizar las cargas de trabajo del equipo de diseño y establecer prioridades en línea. Esto permitirá optimizar tiempos, reducir reprocesos y profesionalizar la gestión del área, buscando la agilidad y eficiencia en la gestión diaria.

Link: [Backlog Marketing MC.xlsx](#)

### 2. PLANIFICACIÓN ANUAL Y CRONOGRAMA

Se avanzó en la construcción del cronograma macro del año, levantando los hitos principales y necesidades comunicacionales del año:

#### Campañas a vecinos 2026

Cuenta Pública  
Invierno seguro  
Invierno Mágico  
Aniversario 125 años  
Adulto mayor  
Fiestas Patrias  
Cáncer  
No violencia mujer  
Navidad  
Saludo Fin de año

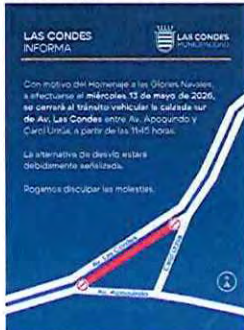
#### Campañas 2027

Obras de verano  
Verano seguro (vacaciones de verano)  
Festival de Las Condes  
Permisos de Circulación



En este contexto, se desarrolló el plan comunicacional del evento más próximo, definiendo enfoque estratégico, líneas gráficas y medio de difusión, con el objetivo de relevar la conmemoración desde una perspectiva institucional, cercana y de alto valor simbólico.

Aviso de prensa El Mercurio  
13 de mayo



Invitación protocolar



### 3. CONOCIMIENTO DE EQUIPOS Y DIRECCIONES

Durante el período se sostuvieron reuniones clave de presentación y revisión de planes 2026 con distintos depts. municipales, destacando:

- Reunión con equipo de Decom y Eventos: Presentación de la planificación de eventos 2026 y coordinación inicial de solicitudes prioritarias. Ej. Celebración de Mamás, Feria del Libro, Feria Perchero, entre los destacados del mes.
- Reunión con equipo de RRHH: levantamiento de necesidades internas de comunicación, comprensión de dinámicas organizacionales y oportunidades de mejora en comunicación interna.

Estas instancias las seguiré impulsando buscando fortalecer la articulación interáreas y mejorar la planificación de acciones futuras. Permitiendo fortalecer relaciones y posicionar el área como socio estratégico.

### 4. CUENTA PÚBLICA

Durante el mes de abril, uno de los focos principales fue la coordinación, desarrollo y ejecución de piezas asociadas a la Cuenta Pública, trabajando de manera transversal con distintas áreas de la Municipalidad

Se gestionó el desarrollo de la invitación digital, producción de elementos protocolares, coordinación con áreas internas y seguimiento de timings críticos.

Se destaca la articulación entre equipos y el orden de flujos en un hito de alta visibilidad institucional.



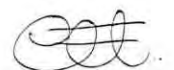
Invitación digital



Backing Prensa



Pines

### Medalla

Referencia física entregada a las empresas que ayudaron en el pasado aluvión de enero 2026.



5. Liderazgo en la elaboración de la estrategia comunicacional y creativa para los hitos relevantes más próximos del año: Invierno Mágico y Aniversario 125 Años.

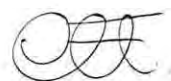
Se iniciaron las conversaciones, reuniones de coordinación, visitas a terreno y relacionamiento con las empresas que desarrollarán las diferentes producciones para establecer la propuesta de valor y diseño general de la experiencia. Con seguridad en el próximo informe se detallará el plan de comunicación 360° para cada hito.

6. Resumen de Entregables destacados durante el mes:

- Implementación backlog (referencia Link Enlace Documento en línea)
- Planificación anual (Idem anterior)
- Plan Glorias Navales
- Desarrollo veterinaria móvil
- Priorización estratégica
- Cuenta Pública

SALUD / VETERINARIA MÓVIL:

- Desarrollo de layout para veterinaria móvil
- Definición de distribución gráfica y aplicación de identidad institucional en el vehículo con licitación vigente.
- Coordinación de lineamientos visuales para correcta implementación en terreno.



MONTAJE



## 7. CIERRE Y PROYECCIÓN

Abril marca una transición hacia un modelo estratégico.

Próximos focos:

- Planificación anual con presupuestos definidos por actividad
- Relación con direcciones
- Optimización de procesos
- Mejora del estándar comunicacional e impulsar la consistencia del nuevo branding en todos los puntos de contacto con los vecinos

