

MUNICIPALIDAD DE LAS CONDES  
ADMINISTRACION MUNICIPAL  
DPTO. DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAS  
NIKM/DCS

**CERTIFICADO**



**CAROLINA LÓPEZ GALDAMES**, Jefa (s) 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 **enero** de 2026, 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, 02 de febrero de 2026**

## CERTIFICADO INFORME MENSUAL

**Catalina San Martín Cavada**, Alcaldesa 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 enero del 2026**, al cometido a honorarios para el cual fue contratada, de acuerdo con lo dispuesto en el contrato a honorarios de fecha **26 de diciembre 2025**, ratificado mediante **Decreto Alcaldicio N° 894/P2026**, de fecha **21 de enero 2026**, siendo procedente el pago de la Boleta Electrónica N° 94 de fecha **01 de febrero 2026**.

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 contratada, 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, 01 de febrero 2026.



INFORME MENSUAL ENERO 2026

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.

WAF

B  
2

## 1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante el mes de enero formé parte activa de diversas instancias de coordinación estratégica, enfocadas en fortalecer y proyectar la comunicación institucional de la Municipalidad de Las Condes. Estos espacios de trabajo permitieron articular miradas entre distintas áreas, ordenar prioridades comunicacionales y definir líneas de acción claras para campañas y actividades relevantes del período.

Mi rol estuvo orientado a aportar una visión estratégica de marketing y comunicación, velando por la coherencia de los mensajes, la calidad creativa de las piezas y el correcto despliegue de los contenidos en los distintos canales, siempre con foco en una comunicación cercana, clara y significativa para las vecinas y vecinos de la comuna.

### Hitos destacados del mes

- **Festival de Las Condes**  
Participé en la planificación estratégica comunicacional del festival, coordinando acciones con diversas unidades municipales y proveedores externos. El trabajo se centró en definir y ejecutar distintos puntos y soportes comunicacionales, con el objetivo de maximizar el alcance de la información y asegurar que la comunidad se enterara de manera oportuna y atractiva.
- **Verano 2026**  
Participé en múltiples reuniones de coordinación junto al equipo de RRPP y otras unidades municipales, abordando integralmente la programación de actividades de verano. Se trabajó en la definición de fechas, lugares, estrategia de difusión y lineamientos gráficos, con el propósito de construir una propuesta coherente y atractiva que posicionara a Las Condes como un espacio activo y dinámico durante la temporada estival.



## 2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

### A) OBRAS DE VERANO

Trabajé en el diseño, desarrollo e implementación de la campaña comunicacional "Obras de Verano", cuyo objetivo es informar de manera clara, oportuna y efectiva a los vecinos sobre el plan de intervenciones urbanas realizadas en la comuna durante el período estival.

El proceso comenzó con un benchmark estratégico de campañas comunicacionales desarrolladas por otras municipalidades y organismos públicos, analizando enfoques visuales, tono comunicacional, formatos y soportes utilizados. A partir de este análisis, se definió una línea gráfica y conceptual propia, alineada con la identidad institucional y enfocada en la cercanía con la comunidad.

Una vez aprobado el diseño de la campaña, estuve a cargo de la adaptación y producción de piezas gráficas en múltiples formatos, entre ellos:

- Palomas informativas
- Gráfica para trovices y estacas informativas en terreno

Estas adaptaciones consideraron criterios técnicos de legibilidad, jerarquía de información y adecuación al contexto urbano y digital.

Link piezas: [Obras de Verano](#)



## **B) PERMISO DE CIRCULACIÓN**

Continué trabajando en el diseño y desarrollo de nuevos conceptos creativos y propuestas gráficas para la campaña de Permiso de Circulación 2026, abordando el proceso desde una mirada estratégica de branding, comunicación pública y experiencia del vecino.

A partir de este trabajo, se avanzó en la definición, iteración y ajuste de distintos conceptos y líneas gráficas, hasta la aprobación de una línea creativa final, alineada con la identidad institucional y orientada a una comunicación clara, cercana y efectiva. Esta etapa permitió establecer criterios visuales y discursivos comunes para el desarrollo integral de la campaña.

La campaña contempla su inicio de difusión a partir del mes de febrero, con una fase de despliegue intensivo durante marzo, período clave del proceso de Permiso de Circulación. En este contexto, una vez definida la línea aprobada, se gestionó y coordinó la producción y ejecución de todas las piezas comunicacionales, desarrollando adaptaciones en una amplia variedad de formatos y soportes, entre ellos:

- Pendones
- Lienzos
- Afiches y posteras
- Pantallas de vía pública
- Gráfica para mobiliario urbano y containers
- Piezas para redes sociales
- Otros formatos de difusión institucional

Este enfoque permitirá asegurar una implementación coherente, consistente y escalonada en el tiempo, fortaleciendo la visibilidad de la campaña desde su etapa inicial y consolidando su presencia comunicacional durante el período de mayor demanda, facilitando así el acceso oportuno a la información por parte de los vecinos.

Link piezas: [PCI 2026](#)



WAF

### **C) CAMPAÑA 8M**

Durante el mes de enero trabajé en seis líneas creativas distintas, desarrolladas desde una mirada estratégica, con foco en concepto, insight y activaciones urbanas de alto impacto para la conmemoración del 8M. Cada propuesta buscaba generar participación ciudadana, visibilidad del mensaje y un legado comunicacional, más allá de una acción puntual.

Tras el proceso de ideación, conceptualización y diseño, se presentó el set completo de ideas, siendo finalmente aprobada una de ellas para su desarrollo e implementación.

Las propuestas presentadas fueron las siguientes:

1. **Plaza de la Mujer**  
Renombrar simbólicamente una plaza, interviniendo sus bancas junto a 8 artistas mujeres, generando un homenaje permanente al aporte femenino en la sociedad y dejando una huella urbana duradera.
2. **Mujeres que Avanzan**  
Festival de merchandising y activación en espacio público, donde el color morado toma protagonismo el 8M.  
Entrega de gorros, pulseras, llaveros y otros elementos con mensajes de empoderamiento femenino, buscando apropiación del mensaje y amplificación orgánica en redes sociales.
3. **Señales que Inspiran**  
Intervención de la señalética de baños públicos, reemplazando los símbolos tradicionales por figuras femeninas que representan sueños y proyecciones: científicas, artistas, astronautas, deportistas, entre otras.
4. **Infinitas Maneras de Avanzar** (*Idea seleccionada*)  
Campaña que invita a visibilizar que avanzar hacia la igualdad es un acuerdo colectivo.  
La activación contempla la entrega de lápices con frases que nos representan como comunidad, reforzando la idea de unidad y compromiso.  
El lanzamiento se realiza a través de una exposición fotográfica en el Centro Cívico, integrando relato, imagen y participación ciudadana.
5. **Discos Pares**  
Intervención de señaléticas de tránsito, invitando a las personas a detener conductas normalizadas que no promueven la igualdad, generando reflexión desde lo cotidiano.
6. **El Color de la Igualdad**  
Exposición de distintos tonos de morado asociados a situaciones donde aún existen brechas de género, evidenciando que la igualdad no es un concepto único, sino un proceso en construcción.

---

Finalmente, la idea seleccionada fue "Infinitas Maneras de Avanzar", la cual actualmente se encuentra en fase de producción, contemplando:

- Desarrollo de frases
- Diseño y armado de sitio web
- Diseño de folletería y piezas gráficas
- Producción de lápices
- Organización del evento de lanzamiento
- Producción y montaje de la exposición fotográfica



6

Todo el proceso se aborda desde una estrategia creativa integral, con foco en experiencia, coherencia visual, mensaje transversal y ampliación en territorio y plataformas digitales.



MAE

7

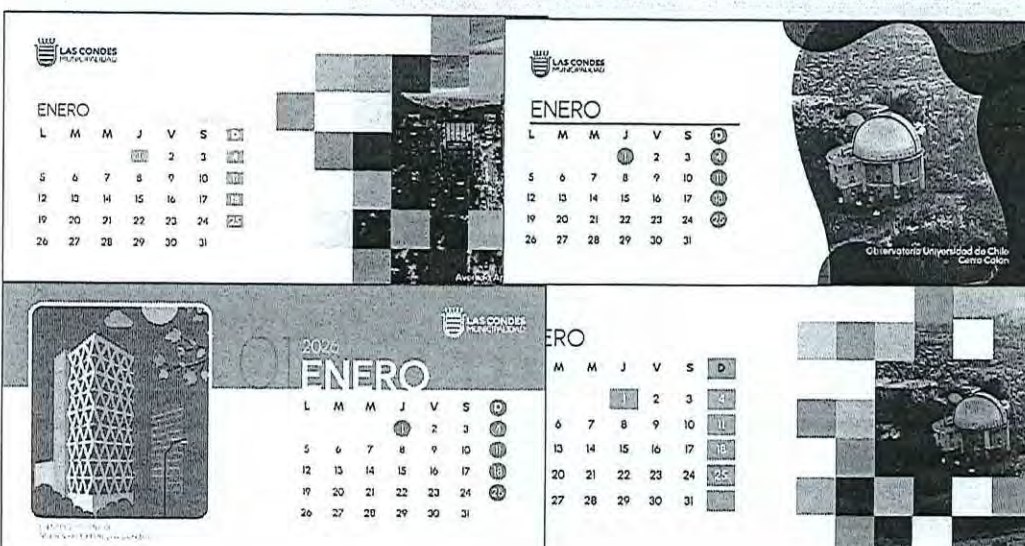
**D) CALENDARIO MUNICIPAL**

Participé en el diseño y desarrollo de un nuevo calendario institucional destinado a los funcionarios municipales, enmarcado en la conmemoración de los 125 años de la Municipalidad.

El trabajo comenzó con el diseño del logotipo conmemorativo de los 125 años, el cual estableció la base conceptual y visual del proyecto. A partir de este hito, desarrollé el diseño integral del calendario, definiendo líneas gráficas, estilo visual y criterios de composición acordes a la identidad institucional y al carácter conmemorativo de la pieza.

Posteriormente, realicé la curaduría y validación de material fotográfico para cada mes del calendario, asegurando coherencia estética, calidad visual y pertinencia con el relato histórico y simbólico de la municipalidad.

Dado que el calendario fue pensado como un regalo institucional para los funcionarios, también estoy planificando la entrega y en la coordinación con el proveedor, revisando y validando distintas muestras de color y pruebas de impresión (VB) para garantizar un resultado final de alta calidad.



*Handwritten signature*

*Handwritten signature*  
8

## **E) FESTIVAL DE LAS CONDES**

Desarrollé un rol estratégico de marketing y comunicación en el marco del Festival de Las Condes, participando activamente en la construcción de la identidad visual, conceptual y comunicacional del evento.

Uno de los hitos principales fue el diseño del nuevo logotipo del festival, donde se decidió mantener la base gráfica utilizada el año anterior, incorporando una nueva propuesta visual de skyline que representa la modernidad, vanguardia y proyección urbana de la comuna. Esta actualización permitió reforzar el posicionamiento del festival y su vínculo con la identidad de Las Condes.

A partir de esta línea gráfica, trabajé en el desarrollo y adaptación de múltiples piezas y formatos, entre ellos:

- Diseño de entradas
- Adaptaciones gráficas para soportes interiores y exteriores del festival
- Creación de carteles y pancartas participativas para que los vecinos dejaran mensajes
- Piezas gráficas para activaciones y señalética

Asimismo, participé en la creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, incluyendo:

- Videos institucionales para exhibición en pantallas durante el festival y en la transmisión en vivo
- Piezas audiovisuales de apoyo para el desarrollo del evento

De manera complementaria, formé parte de la planificación comunicacional de acciones en terreno, como la estrategia de entrega de abanicos a los asistentes, una activación funcional y de marca para mejorar la experiencia del público.

Adicionalmente, desarrollé un video institucional de la comuna, incluyendo la elaboración del guión, enfocado en reforzar los conceptos de vanguardia, identidad urbana y el relato "Las Condes, comuna viva", pieza que actualmente se encuentra en difusión al aire a través de Chilevisión (CHV), ampliando el alcance del mensaje a nivel masivo.

LINK VIDEOS

### 0128 LOOPS PANTALLAS FESTIVAL



### **E) VERANO EN LAS CONDES**

Participé en el diseño y desarrollo del concepto comunicacional de la programación "Verano en Las Condes", orientado a difundir entre los vecinos las distintas actividades culturales y recreativas realizadas durante la temporada estival en la comuna.

Este trabajo incluyó la definición de la línea conceptual y gráfica de las actividades, tales como *Teatro en tu Plaza*, *Música en tu Barrio*, entre otras iniciativas, con el objetivo de comunicar de manera atractiva, cercana y accesible la oferta programática municipal.

Asimismo, estuve a cargo de la adaptación y producción de las piezas gráficas en diversos formatos, considerando soportes como palomas informativas, afiches, volantes y otros materiales de difusión, asegurando coherencia visual y claridad informativa en todos los puntos de contacto.

De forma complementaria, coordiné la distribución y entrega de los materiales, garantizando una correcta implementación territorial que permitiera maximizar el alcance de la comunicación y facilitar la participación de la comunidad en las actividades de verano.



### 3. BRANDING MUNICIPAL:

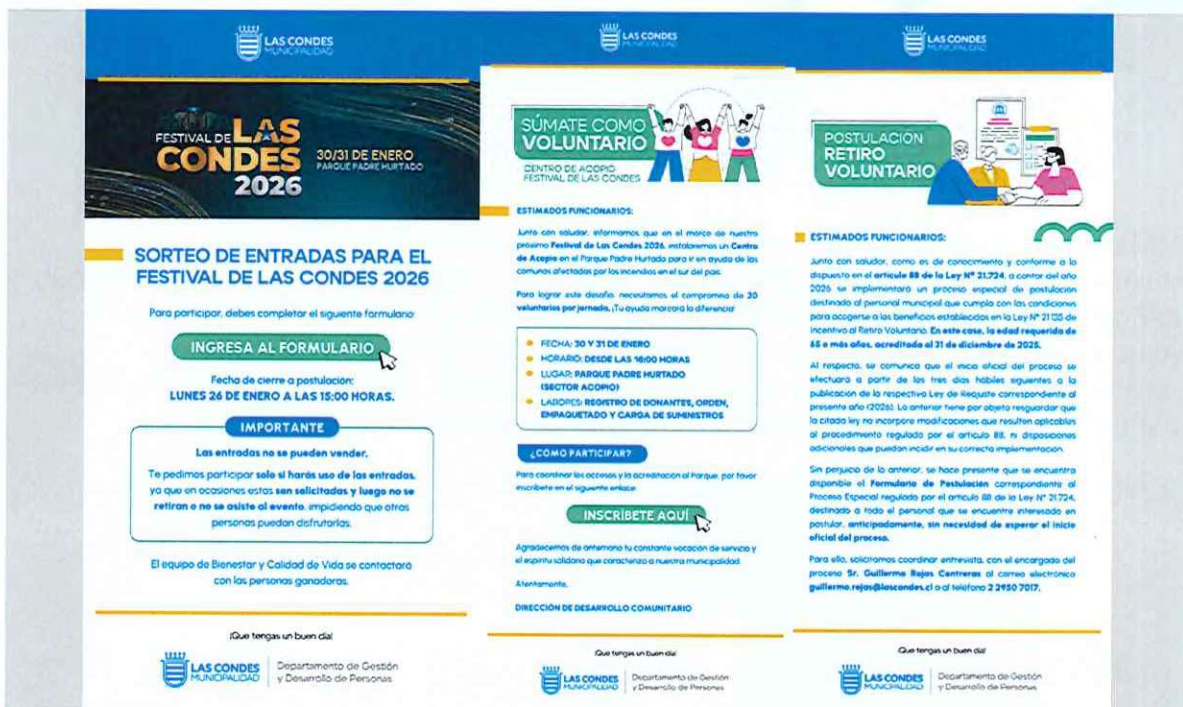
#### a) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante el período, mi trabajo se enfocó en la revisión, control de calidad y supervisión gráfica de las comunicaciones internas dirigidas a los funcionarios municipales, con especial énfasis en los mailings institucionales.

A partir de los contenidos elaborados por las áreas de Bienestar y Recursos Humanos, realicé un análisis y validación de las piezas gráficas, verificando que cada envío cumpliera con los lineamientos visuales establecidos, mantuviera coherencia con la identidad institucional y asegurara una correcta jerarquización de la información.

Mi labor incluyó la detección de ajustes necesarios en diseño, formato y estructura, proponiendo mejoras orientadas a optimizar la claridad del mensaje, la legibilidad y la consistencia visual antes de su envío a los equipos municipales.

Durante el mes se gestionaron distintos tipos de comunicaciones internas, tales como informativos de beneficios, mensajes conmemorativos, convocatorias, recordatorios y comunicaciones especiales, todas ellas revisadas desde una mirada estratégica de diseño aplicado a la comunicación organizacional.





**b) BRANDING GENERAL**

Durante el período, estuve a cargo de articular, acompañar y supervisar el desarrollo gráfico de las distintas solicitudes provenientes de unidades municipales, asegurando una aplicación consistente y correcta de la identidad visual comunal en cada pieza. El trabajo se inició a partir del análisis y ordenamiento de los requerimientos, interpretando los objetivos de cada área y traduciendo esas necesidades en soluciones gráficas claras, funcionales y alineadas a los lineamientos institucionales. Este proceso implicó orientar creativamente cada encargo, definir formatos, soportes y enfoques comunicacionales adecuados. Cada proyecto fue gestionado mediante un proceso colaborativo y dinámico, que incluyó ajustes, validaciones y retroalimentación constante con los equipos solicitantes, permitiendo llegar a piezas finales precisas y efectivas, tanto en contenido como en diseño. Dentro de los proyectos desarrollados se incluyen, entre otros:

- Afiches informativos para presentación de equipos territoriales de la DECOM
- Señalética para estacionamientos municipales
- Desarrollo de identidad gráfica y logotipo para *Alerta VIF*
- Diseño de volantes y pendones institucionales
- Creación de marcadores de libro para la Red Mujer
- Afiches de horarios para centros deportivos
- Volante informativo sobre botiquín para mascotas
- Piezas gráficas sobre cuidado y protección de abejas
- Diseño del manual barrial de jardines sustentables
- Calendario institucional para centros deportivos
- Señalética de emergencia para restricción de acceso a cerros
- Imagen gráfica del *Festival Sin Barreras* del Departamento de Discapacidad

Mi labor contempló la evaluación y propuesta de distintas alternativas de diseño, seleccionando aquellas más coherentes con la línea gráfica municipal, y asegurando claridad, consistencia visual y correcta lectura del mensaje. Asimismo, brindé asesoría comunicacional a las distintas unidades, potenciando la forma en que presentan y difunden sus iniciativas, fortaleciendo así el impacto y la presencia institucional de cada proyecto.



### **c) BRANDING SEGURIDAD**

Desarrollé el diseño, actualización y revisión integral del branding de Seguridad, con un enfoque estratégico orientado a ordenar, profesionalizar y estandarizar la identidad visual municipal, asegurando alta visibilidad y reconocimiento inmediato en el espacio público.

Uno de los ejes centrales del trabajo fue el nuevo branding de los vehículos municipales, el cual implicó un proceso completo de diseño y análisis, que incluyó:

- Desarrollo de múltiples propuestas gráficas para vehículos municipales, considerando distintos tipos de autos y usos operativos
- Estudio detallado de lectura a distancia, contraste cromático y jerarquía visual, priorizando la identificación rápida en contexto urbano
- Definición de zonas de aplicación del branding según morfología del vehículo (puertas, capó, portón trasero, laterales)
- Desarrollo de planimetrías técnicas para cada diseño, especificando medidas, proporciones, ubicación de logos, textos y elementos gráficos
- Análisis de adaptabilidad del diseño a distintos modelos de vehículos, manteniendo coherencia visual en toda la flota
- Revisión de materiales y acabados gráficos para asegurar durabilidad, legibilidad y correcta implementación en terreno

Este proceso permitió establecer un sistema de branding vehicular claro, replicable y escalable, facilitando su correcta aplicación futura y fortaleciendo la imagen institucional en circulación constante.

Además, el trabajo contempló el diseño y revisión de múltiples soportes gráficos y de merchandising, entre ellos:

- Branding de vehículos de seguridad
- Aplicaciones gráficas en chalecos antibalas y parches identificatorios
- Diseño y revisión de volantes informativos
- Desarrollo de merchandising institucional
- Diseño de pendones tipo roller
- Folletería impresa
- Aplicaciones gráficas en toldos y manteles para activaciones en terreno

Todo el desarrollo se realizó bajo una lógica de marca unificada, cuidando cada detalle del diseño para asegurar consistencia visual, alto impacto y correcta implementación en espacios públicos, operativos y comunicacionales.



**¡ATENCIÓN PEATÓN!**

Tu seguridad es lo primero. Al caminar por la comuna, mantente siempre alerta y sigue estos consejos básicos para evitar riesgos.

**PROTECCIÓN DE OÍDOS:** Evita usar el celular en la vía pública. Si necesitas contestar, hazlo en un lugar cerrado o utiliza manos libres sin sacar el teléfono de tu bolsillo.

**PERSONAL Y MATERIALES:** Sigue estos consejos para mantener tu propiedad segura y tener el control total de lo que sucede en tu domicilio mientras renuevas tus espacios.

PROGRAMA  
**ALERTA VIF**  
LAS CONDES

APOYO Y PROTECCIÓN A VÍCTIMAS DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

**TU SEGURIDAD ES NUESTRA PRIORIDAD**

Mantente alerta y protege tu trayecto. Un conductor informado y atento es la mejor prevención contra las encrucijadas.

Conoce aquí cómo actuar antes y durante un accidente por la comuna.

**PROGRAMA ALERTA VIF LAS CONDES**

APOYO Y PROTECCIÓN A VÍCTIMAS DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

PLAN CUADRANTE DE SEGURIDAD COMUNAL LAS CONDES

**PROGRAMA ALERTA VIF LAS CONDES**

APOYO Y PROTECCIÓN A VÍCTIMAS DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

**LAS CONDES MUNICIPALIDAD**

**1402**

**SEGURIDAD LAS CONDES**

FICHA TÉCNICA



CLIENTE: SERVICIO MUNICIPAL DE LAS CONDES  
ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN: MUNICIPALIDAD, LOGO 1402, LOGO SEGURIDAD LAS CONDES

**LAS CONDES MUNICIPALIDAD**

**1402**

**SEGURIDAD LAS CONDES**

**TEMA: BRANDING VEHICULOS FORD RANGER**

DISEÑO: NCT  
FECHA ENTREGA:  
SOLICITANTE:

**LAS CONDES MUNICIPALIDAD**

**OS FORD RANGER**

**LAS CONDES MUNICIPALIDAD**

**1402**

**SEGURIDAD LAS CONDES**

**ADHESIVOS TRASERA**

PRODUCTO: Adhesivo con diseño  
CANTIDAD: 16 unidades en total (1 x auto)  
FORMATO: 140 x 60 cms  
MATERIAL: Adhesivo vehicular de alta resistencia reflectante grado diamante.  
IMPRESIÓN: Color blanco  
ESPECIFICACIONES: Troquelado con plotter de corte  
OBSERVACIONES: Ubicar elementos según figura  
DESPECHO BODEGA:  
EL PROVEEDOR DEBE PRESENTAR PRUEBA DE COLOR



Logo (Logo 1402)  
al (1 x auto)

r de alta resistencia

do con plotter de corte  
mentos según figura

**TEMA: BRANDING VEHICULOS FORD RANGER**

DISEÑO: NCT  
FECHA ENTREGA:  
SOLICITANTE:

**ADHESIVOS LATERALES**

PRODUCTO: Adhesivo vehicular de alta resistencia reflectante  
CANTIDAD: 32 unidades en total (2 x auto, 16 de cada lado)  
FORMATO: 224 x 30 cms según especificaciones  
MATERIAL: Adhesivo vehicular de alta resistencia reflectante grado diamante  
ESPECIFICACIONES: Labrar elemento según figura  
OBSERVACIONES: Ubicar elementos según figura  
DESPECHO BODEGA:  
EL PROVEEDOR DEBE PRESENTAR PRUEBA DE COLOR





1/15

B

#### 4. DISEÑOS LICITACIONES:

Durante el período estuve a cargo del desarrollo gráfico completo de las piezas adjudicadas a través de la licitación de merchandising y papelería institucional, trabajando de manera intensiva una vez aprobado el proceso, con foco en consistencia de marca, calidad visual y correcta aplicación en cada soporte.

El trabajo implicó la creación de múltiples diseños para distintas unidades municipales, abordando cada pieza de forma particular y detallada, considerando su funcionalidad, formato, materialidad y contexto de uso. Cada diseño fue desarrollado bajo una visión integral de marca, cuidando proporciones, legibilidad, jerarquía gráfica y correcta adaptación a producción.

Entre las piezas desarrolladas se encuentran:

- Papelería institucional
- Lápices corporativos
- Pendones
- Llaveros
- Pelotas
- Gorros
- Pulseras
- Imanes informativos para reciclaje
- Diseño del corpóreo institucional
- Diversos productos promocionales adicionales

Cada pieza fue trabajada detalle a detalle, realizando ajustes específicos según el soporte, con revisión constante para asegurar que el resultado final mantuviera una imagen coherente, reconocible y alineada a la identidad visual municipal, tanto en piezas pequeñas como en formatos de alto impacto.

Este proceso permitió consolidar una grilla de diseños versátil y consistente, capaz de responder a múltiples necesidades comunicacionales sin perder unidad de marca.



MA

B