

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

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: YN# [REDACTED] cumplió durante el mes de **febrero** 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, 27 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 febrero 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° 95 de fecha **01 de marzo 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 marzo 2026.



INFORME MENSUAL FEBRERO 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.



1. REUNIONES DE COORDINACIÓN:

Durante febrero participé activamente en distintas instancias de planificación y coordinación estratégica, orientadas a consolidar y potenciar la comunicación institucional de la Municipalidad de Las Condes. Estas mesas de trabajo facilitaron la integración entre áreas, permitieron establecer prioridades claras y definir enfoques comunicacionales alineados con los principales hitos del período.

Desde mi rol, contribuí con una mirada estratégica en marketing y comunicación, asegurando consistencia en los relatos, solidez conceptual en las campañas y una ejecución creativa en todos los canales municipales. El objetivo fue mantener una comunicación clara, cercana y relevante para la comunidad.

Principales hitos del mes

● **Campaña 8M**

Estuve a cargo de la campaña comunicacional del 8M, articulando el trabajo conjunto con distintas unidades municipales para su correcta implementación. Participé en reuniones de coordinación para el evento central de lanzamiento, gestioné la articulación con el área de eventos para el soporte operativo, trabajé colaborativamente con la Corporación Cultural en la invitación de mujeres destacadas y coordiné acciones con Red Mujer para fortalecer la convocatoria y participación.

● **Verano 2026**

Integré diversas instancias de coordinación junto al equipo de RRPP y otras áreas municipales para estructurar la programación estival. Se abordó la planificación integral del calendario de actividades, definición de locaciones, estrategia de difusión y lineamientos visuales, con el propósito de construir una propuesta atractiva, coherente y alineada con el posicionamiento de Las Condes como una comuna activa y dinámica durante el verano.



2. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN:

A) OBRAS DE VERANO

Lideré la implementación operativa de la campaña, con especial foco en la producción y correcta instalación de las piezas gráficas en vía pública. Coordiné directamente con el proveedor adjudicado el proceso de fabricación de más de 30 palomas, asegurando cumplimiento de plazos, especificaciones técnicas y estándares de calidad definidos para la campaña.

Paralelamente, gestioné la articulación con las distintas unidades municipales involucradas para garantizar una correcta distribución e instalación en terreno. Con el equipo de Parques y Jardines coordinamos la fabricación de estacas y soportes necesarios para su montaje, mientras que con el área de Obras supervisamos la logística de entrega y la correcta implementación de las palomas en los puntos definidos.

Este trabajo permitió asegurar una ejecución ordenada, oportuna y alineada con los objetivos comunicacionales de la campaña en espacio público.

Link piezas: [Obras de Verano](#)

B) PERMISO DE CIRCULACIÓN

Durante el mes de febrero asumí la coordinación integral de la etapa de producción de la campaña Permiso de Circulación 2026, asegurando la correcta materialización de la línea creativa previamente aprobada en cada uno de los soportes definidos.

Trabajé directamente con el proveedor en la revisión técnica de todas las piezas, supervisando especificaciones de color, formatos, dimensiones y materialidades, con el objetivo de resguardar la calidad, coherencia visual y correcta adaptación a cada soporte físico y digital. Este proceso implicó múltiples instancias de validación, ajustes y control previo a impresión y fabricación.

En paralelo, articulé la planificación de entregas junto al equipo de RRPP, definiendo cronogramas y prioridades para asegurar una distribución oportuna y alineada con el calendario de difusión de la campaña. Asimismo, coordiné con el área de Tránsito la logística de entrega e implementación en los puntos de atención, velando por una instalación ordenada y estratégica en terreno.

Supervisé y otorgué visto bueno final a la totalidad de las piezas producidas, entre ellas posteras, pendones, adhesivos para módulos de atención, trovices, gráfica para puntos de pago y otros soportes



asociados a la campaña, garantizando consistencia en su ejecución y correcta presencia en espacio físico.

Este trabajo permitió asegurar una implementación rigurosa, coherente y eficiente en una etapa clave del proceso, fortaleciendo la visibilidad y correcta experiencia del vecino durante el período de mayor demanda.

Link piezas: [PCI 2026](#)



C) CAMPAÑA 8M

“Infinitas maneras de avanzar”

Durante el mes de febrero trabajé en la planificación, coordinación y producción integral de la campaña institucional 8M 2026, cuyo concepto creativo “Infinitas maneras de avanzar” fue previamente aprobado.

La propuesta busca resignificar la conmemoración del 8M desde una mirada transversal, cotidiana y cercana, alejándola de prejuicios y enfatizando su sentido esencial: la igualdad de derechos entre mujeres y hombres como un acuerdo social amplio y compartido.

Concepto Estratégico

La campaña se construye sobre la idea de que avanzar en igualdad no responde a posturas extremas, sino a convicciones presentes en la vida diaria de las personas. A través de preguntas simples y universales, se instala una reflexión directa: si estamos de acuerdo con que las mujeres vivan seguras, respetadas y con igualdad de oportunidades, entonces estamos de acuerdo con el 8M.



El eje creativo se materializa en frases compuestas por 8 palabras, reforzando simbólicamente el concepto del 8M y facilitando su recordación y replicabilidad.

Desarrollo y Producción

Durante febrero lideré la bajada operativa de la campaña en todos sus formatos y soportes, coordinando:

- Producción de miles de lápices impresos con frases de 8 palabras, como objeto simbólico que representa la escritura colectiva de una sociedad más justa.
- Desarrollo de piezas gráficas para difusión en vía pública, espacios municipales y plataformas digitales.
- Coordinación con proveedores para asegurar calidad de impresión, correcta aplicación de lineamientos gráficos, colores institucionales y cumplimiento de plazos.
- Articulación con equipos internos para validaciones, ajustes de contenido y calendarización de entregas.

Asimismo, se definió la estrategia digital, que contempla la activación de redes sociales y sitio web municipal, invitando a vecinos y vecinas a participar con sus propias frases y reflexiones, ampliando el alcance de la campaña desde lo participativo y comunitario.

Redes Sociales

Se planificó la producción de un video principal protagonizado por 8 vecinos y vecinas de distintas edades, quienes miran a cámara y comparten una frase de 8 palabras. Esta pieza audiovisual funcionará como motor de convocatoria, incentivando la participación a través de comentarios y envíos de frases al sitio web.

Lanzamiento

El lanzamiento oficial se realizará el viernes 6 de marzo en el Centro Cívico, mediante una exposición fotográfica que reunirá las frases más representativas de la campaña.

La activación contará con la presencia de la alcaldesa, mujeres de programas municipales y comunidad en general. Durante la instancia se relevará el mensaje central: existen cientos e infinitas maneras de avanzar hacia una sociedad más justa e igualitaria.

La exposición permanecerá abierta durante todo el mes de marzo e incorporará un código QR de gran formato que permitirá a quienes transiten por el espacio seguir participando activamente.



 <p>Quiero que mis compañeras, trabajen seguras cada día</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que mi hermana no sea discriminada</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que dejen de juzgarme por cómo visto</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>infinitas Maneras de avanzar</p> 	
 <p>Quiero que mis amigas lleguen vivas a casa</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que mi mamá sea reconocida laboralmente</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que las mujeres lideren sin ser cuestionadas</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>infinitas Maneras de avanzar</p> <p><small>Las Condes quiere celebrar la unidad, complementar y fortalecer sus esfuerzos con los actores locales y regionales para lograr un desarrollo sostenible, equitativo y resiliente. Con la participación activa de todos los actores involucrados en el desarrollo local, se busca generar un entorno favorable para el crecimiento económico, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental.</small></p> 	 <p>infinitas Maneras de avanzar</p> 
 <p>Quiero caminar tranquila sin miedo por la noche</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que mi abuela envejezca con respeto digno</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que mi hija tenga igualdad salarial laboral</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>Quiero que mi hija viva siempre sin violencia</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p> 	 <p>infinitas Maneras de avanzar</p> 

 <p>LAS CONDES MUNICIPALIDAD</p>  <p>infinitas Maneras de avanzar</p>	<p>Quiero que mi hija tenga igualdad salarial laboral</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que mi abuela envejezca con respeto digno</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>
 <p>infinitas Maneras de avanzar</p> <p>Hemos crecido en igualdad de derechos, pero aún queda camino por recorrer. Avanzar es reconocer la dignidad y promoverla a por más. Por eso revalorizamos los valores de honestidad, respeto, equidad, solidaridad y justicia. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer.</p> <p>Cada uno tiene sus propios sueños, como el sueño del IMU. Cada persona merece y merece ser escuchada. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer. Queremos construir una sociedad que genere oportunidades para todos, donde cada uno pueda desarrollarse y crecer.</p> <p>Porque hay tantas maneras de avanzar. Y todas comienzan diciendo lo que queremos como ciudad.</p>	<p>Quiero que las niñas sueñen sin límites sociales</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que mi mamá sea reconocida laboralmente</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>
<p>LA IGUALDAD LA CONSTRUIREMOS JUNTAS</p> <p>Queremos cómo crees que podemos avanzar como sociedad</p> <p>INICIA AQUÍ</p> 	<p>Quiero que mis amigas lleguen vivas a casa</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que mi hija viva siempre sin violencia</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>
<p>Quiero que nadie sufra injusticias por ser mujer</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que las mujeres lideren sin ser cuestionadas</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que dejen de juzgarme por cómo visto</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>
<p>Quiero que mi hija crezca libre y segura</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero caminar tranquila sin miedo por la noche</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>	<p>Quiero que mis primas estudien lo que quieran</p> <p><small>INACIENDA GARCÍA vecina de Las Condes, 33 años</small></p>
 <p>LAS CONDES MUNICIPALIDAD</p>	 <p>infinitas Maneras de avanzar</p>	 <p>LAS CONDES MUNICIPALIDAD</p>

BDU

D) VERANO EN LAS CONDES

Durante febrero continué apoyando la difusión de la programación estival, enfocándome principalmente en la producción y despliegue de piezas gráficas en vía pública para reforzar la visibilidad de las actividades. Estuve a cargo del desarrollo y producción de palomas y lienzos informativos destinados a comunicar los distintos panoramas de verano en la comuna, cuidando la correcta aplicación de la línea gráfica definida en enero y asegurando formatos adecuados para cada espacio de exhibición. Supervisé especificaciones técnicas, materiales y tiempos de entrega con proveedores, garantizando calidad y coherencia visual en cada soporte. Asimismo, participé activamente en la producción de piezas comunicacionales para el evento especial del 14 de febrero, instancia en la que una cantante reconocida realizó un show abierto para los vecinos. En este contexto, coordiné la elaboración de gráficas de apoyo para el evento, considerando soportes de difusión previa y elementos visuales para el día de la actividad, contribuyendo a fortalecer la convocatoria y la experiencia en terreno.

Trabajé en la conceptualización y desarrollo del evento "Cine en tu Plaza", definiendo su enfoque y estructura como parte de la programación comunitaria. Posteriormente, evalué distintas propuestas para su implementación y coordiné con las áreas correspondientes su correcta planificación y difusión.

El objetivo fue asegurar una convocatoria efectiva y una experiencia atractiva para los vecinos, facilitando su participación y promoviendo un espacio de encuentro en torno al cine al aire libre junto a la Municipalidad.

Este trabajo permitió consolidar la presencia de la programación de verano durante febrero, manteniendo continuidad comunicacional y reforzando la participación de la comunidad en los hitos más relevantes de la temporada.



BA

3. BRANDING MUNICIPAL:

a) COMUNICACIÓN INTERNA

Durante el período, mi labor estuvo centrada en la supervisión estratégica del diseño y del tono comunicacional de los mailings internos dirigidos a funcionarios municipales.

A partir de los contenidos generados por las áreas correspondientes, realicé una revisión integral de cada envío, asegurando que las piezas mantuvieran coherencia con la identidad institucional, respetaran los lineamientos gráficos vigentes y proyectaran un estilo claro, cercano y alineado con la cultura organizacional.

El trabajo consideró especialmente la validación del tono del mensaje formalidad, cercanía y claridad para garantizar que cada comunicación fuera consistente con el propósito institucional y adecuada al público interno. Asimismo, supervisé la correcta estructura visual de los correos, verificando jerarquías, uso de tipografías, orden de la información y llamados a la acción, con el fin de optimizar su lectura y comprensión.

Antes de cada envío, se realizaron ajustes de diseño y redacción cuando fue necesario, resguardando una presentación profesional, uniforme y estratégica en todos los mailings institucionales.



b) BRANDING GENERAL

Durante febrero gestioné integralmente las solicitudes gráficas provenientes de distintas unidades municipales, centralizando los requerimientos y ordenando cada encargo desde su etapa inicial.

El proceso comenzaba con la recepción formal de cada solicitud, instancia en la que revisábamos el objetivo, público y alcance a través de un brief de trabajo. A partir de ese análisis, junto al equipo de diseño desarrollábamos distintas propuestas creativas y visuales, evaluando enfoques, formatos y soportes adecuados según la naturaleza de cada iniciativa. Una vez definidas las alternativas, estas eran presentadas a las unidades correspondientes para su validación y posterior ajuste, asegurando que cada pieza cumpliera tanto con sus objetivos específicos como con los lineamientos de identidad institucional.

Posteriormente, coordiné la adaptación y entrega final de los materiales en múltiples formatos según cada necesidad: afiches, piezas para redes sociales, volantes, pendones, señalética y otros soportes gráficos. Cada solicitud implicó adecuaciones particulares, resguardando coherencia visual, correcta jerarquía de información y claridad en el mensaje. Entre los proyectos desarrollados durante el período se encuentran: Manual de Jardines de Barrio (SECPLAN), piezas informativas por cortes de calles, marcador de libro y afiche para ciclo de emprendedoras Red Mujer, parche institucional, volante de reciclaje orgánico, entre otros.

Este modelo de trabajo permitió ordenar los flujos, optimizar tiempos y asegurar una difusión efectiva y alineada con la imagen municipal en cada una de las iniciativas.




c) BRANDING SEGURIDAD

Durante el período continué avanzando en el fortalecimiento y estandarización del branding del área de Seguridad, con foco en consolidar una identidad visual sólida, profesional y fácilmente reconocible en terreno.

En este contexto, trabajé en el desarrollo y producción de nueva folletería informativa, orientada a apoyar la labor preventiva y comunicacional del equipo en terreno. Estas piezas fueron diseñadas considerando claridad en el mensaje, correcta jerarquización de contenidos y coherencia con el sistema gráfico definido para el área, asegurando una lectura ágil y efectiva por parte de los vecinos.

Asimismo, desarrollé y supervisé el diseño de nuevos parches identificatorios para la indumentaria de los inspectores municipales, cuidando aspectos como legibilidad, contraste, proporciones y correcta aplicación del logotipo institucional. El objetivo fue reforzar la identificación del equipo en terreno, proyectando mayor profesionalismo, orden visual y presencia institucional.

Todo este trabajo se realizó bajo una lógica de marca unificada, asegurando consistencia gráfica en cada soporte y fortaleciendo la imagen del área de Seguridad en su interacción cotidiana con la comunidad.




4. LICITACIONES:

Continué trabajando en la planificación estratégica de la gran licitación 2026 de papelería, PVC y merchandising, un proceso clave para ordenar y proyectar comunicacionalmente todo el año. Junto al equipo, definimos las prioridades anuales en función del calendario de campañas, hitos institucionales y principales eventos comunales, permitiendo anticipar necesidades y optimizar recursos.

El trabajo implicó un análisis detallado de soportes, formatos, tamaños y cantidades requeridas para cubrir de manera eficiente campañas informativas, difusión de beneficios, programas municipales y actividades masivas. Esta planificación permitió consolidar un gran pedido anual estructurado, asegurando coherencia visual, economías de escala y disponibilidad oportuna de materiales durante todo 2026.

En el caso del merchandising, el enfoque estuvo puesto en proyectar las distintas instancias del año —eventos comunitarios, celebraciones de efemérides, Fiestas Patrias, Navidad, entre otros— definiendo propuestas de productos pertinentes y atractivos para los vecinos. Se evaluaron materiales, costos, alternativas de diseño y volúmenes de producción, buscando equilibrio entre impacto, utilidad y presupuesto.

Este proceso permitió establecer una planificación anticipada, estratégica y eficiente, asegurando que la Municipalidad cuente con los recursos gráficos y promocionales necesarios para cada hito del año.

