

INFORME MENSUAL JUNIO 2026

Francesca Bersano Medina



Alcaldesa Catalina San Martín



1. INTRODUCCIÓN

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.*

El presente informe da cuenta de la gestión desarrollada durante el mes de junio de 2026, período caracterizado por una intensa ejecución de proyectos estratégicos, el desarrollo de campañas institucionales y el fortalecimiento del posicionamiento comunicacional de la Municipalidad de Las Condes.

Durante el mes se avanzó simultáneamente en iniciativas de alto impacto ciudadano, proyectos de branding institucional y campañas estacionales, consolidando el área como estratégica para la planificación, desarrollo e implementación de acciones comunicacionales transversales.

Junio fue un mes enfocado en:

1. Consolidación del backlog y priorización estratégica
2. Desarrollo de campañas de posicionamiento
3. Desarrollo de campañas estacionales y comunitarias
4. Coordinación con distintas direcciones municipales
5. Actualización de branding y elementos físicos
6. Desarrollos de branding en proyecto estructurales para la Municipalidad:
 - Parque Araucano
 - OPEN Las Condes
 - Memoria Plan Comunal de Cambio Climático (SECPLAN)

Campañas de Posicionamiento:

- Invierno Mágico: desarrollo creativo y coordinación de implementación.
- 125 años: desarrollo creativo, conceptual, de experiencia y de marca en construcción
- Preparación de campañas del segundo semestre.

Proyectos destacados

- Proyecto de señaléticas piloto Parque Araucano
- Proyecto de licitación de Parques y Jardines (entregado al depto. 22 de junio).
- Proyecto Nos Movemos: relato y comunicación del traslado.
- Proyecto de Branding Nuevo Parque Araucano en desarrollo
- Celebración del día del Papá (DECOM y CCII)
- Apoyo de señaléticas en la Veterinaria Móvil
- Desarrollo de propuestas de branding y soportes institucionales.

1. ORDENAMIENTO Y MODELO DE TRABAJO

Durante Junio se dio continuidad al modelo de gestión implementado, consolidando el backlog como herramienta central para el seguimiento de requerimientos, estados de avance y priorización de tareas y originales que se mandan a terceros.

Esto ha permitido mejorar la visibilidad de cargas de trabajo, coordinar entregas entre equipos y optimizar tiempos de respuesta para las distintas áreas municipales.

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

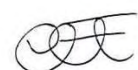
2. PRINCIPALES DESARROLLOS Y CAMPAÑAS

Durante el período se desarrollaron y coordinaron múltiples campañas y piezas gráficas para distintas direcciones municipales, destacando:

Campañas Estacionales

- Invierno Mágico / desarrollo visual de la campaña + desarrollo visual de la experiencia en línea con Street Machine y Cero Grados.
- 125 años / avanzando en el desarrollo creativo que se presentará la última semana de junio

inviern❄️
MÁGICO
en Las Condes



Campañas de Programas y Subsidios:

- Encuestas de juventudes Participación juvenil. Etapa 2



[Handwritten signature]

Campañas de Eventos

- Celebración de Papá



Cambiatón



Mundialito 2026 (suspendido por tema licitaciones; pero se trabajó la creatividad para mes).



MUNDIALITO
LAS CONDES **2026**

DEL 11 AL 26 JULIO

Estadio Municipal de Las Condes
Paul Harris 701, Las Condes

Futbolito 7x7 SUB 10

32 colegios 32 países

una comuna en la cancha

Revisa el fixture completo aquí




Nos movemos
para atenderte mejor

El Departamento de Licencias de Conducir se cambia a **Apoquindo 6949**, con mejores espacios y una atención más cómoda para los vecinos. Porque una ciudad que se mueve es una ciudad que mejora.

Apoquindo 6949

Av. Pdte. Riesco 5296




MONTAJE



TEMA: LETREROS VARIOS PARQUE ARAUCANO
DISEÑO: MIEE
FECHA ENTREGA DISEÑO: 2 junio 2026
SOLICITANTE: PARQUES Y JARDINES (Carmen Gloria Oisel)

PRODUCTO: ARCHE TROVICEL
CANTIDAD: 8 unidades (2 c/u)
FORMATO: 30 x 50 cm.
MATERIAL: adhesivo laminado para exterior filtro UV sobre trovicel 5 mm.
IMPRESION: 4/4 colores (tiro grafica / retro liso)
ESPECIFICACIONES:
OBSERVACIONES: el proveedor debe presentar prueba de color físicamente



Rn-33 Gm-35 Bn-34
HEX: #1B1E1D
RGB: 27, 30, 29
HSL: 186, 10%, 12%
CMYK: 77, 86, 82, 81
TIPO DETINTA: P-neone

Rn-48 Gm-183 Bn-149 1
HEX: #1A8394
RGB: 26, 131, 148
HSL: 186, 40%, 29%
CMYK: 79, 6, 82, 8
TIPO DETINTA: P-neone

Rn-255 Gm-253 Bn-251 1 copia 2
HEX: #FFFFFF
RGB: 255, 255, 252
HSL: 48, 1%, 100%
CMYK: 0, 0, 0, 0
TIPO DETINTA: P-neone

RETRO (TODOS IGUALES)



[Firma manuscrita]



Nueva propuesta de Señaléticas PYJ 2026 (en proceso)

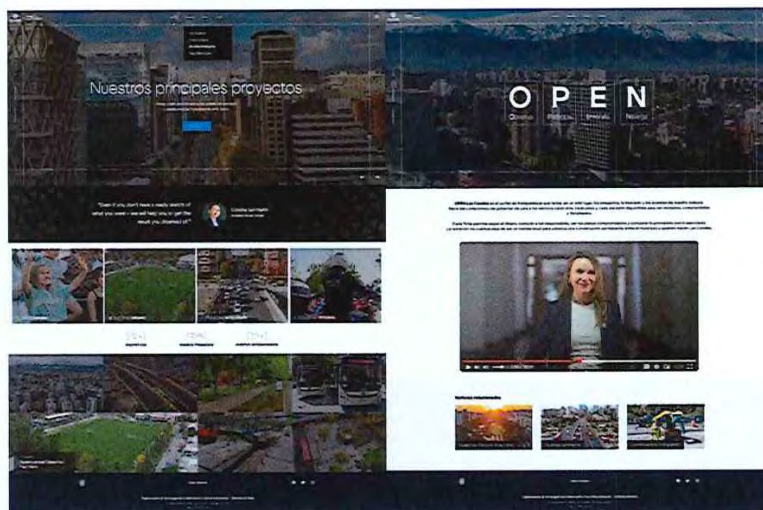
Referencia 3: diseño recomendado branding vigente.



PLANIFICACIÓN ANUAL Y CRONOGRAMA

Se mantienen las actividades mapeadas en el cronograma del año y se suma el lanzamiento de OPEN LAS CONDES.





Campañas a vecinos 2026

Cuenta Pública
Invierno seguro
Invierno Mágico
Aniversario 125 años
Fiesta de las Naciones*
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

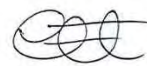
Lanzamientos

OPEN LAS CONDES (Julio)

3. Coordinación interáreas

Se mantuvo una coordinación permanente con las distintas direcciones municipales para priorizar requerimientos, alinear campañas y optimizar tiempos de respuesta.

- DECOM
- Eventos
- Seguridad y Tránsito
- Parques y Jardines
- SECPLAN
- Gobierno Corporativo



4. Cierre y proyección

Junio estuvo marcado por la ejecución de proyectos estratégicos, conocer a la nueva directora de comunicaciones y la consolidación del área como apoyo transversal para la gestión municipal. Para julio, el foco estará en la implementación de la plataforma 125 años, la continuidad de Invierno Mágico, el seguimiento de proyectos de branding y la preparación de campañas del segundo semestre, entre los más destacados.

