
INFORME DE ACTIVIDADES

MARZO 2026



Roberto Valdés Fuentealba

Departamento de Relaciones Públicas
Ilustre Municipalidad de Las Condes

Introducción

El mes de marzo de 2026 estuvo marcado por una intensa agenda comunicacional que combinó efemérides institucionales, campañas de alto impacto ciudadano y la gestión de contingencias de relevancia pública. El Departamento de Relaciones Públicas articuló un conjunto de iniciativas que permitieron fortalecer el posicionamiento de la Municipalidad de Las Condes en múltiples frentes simultáneos.

El hito central del mes fue la campaña conmemorativa del Día Internacional de la Mujer, bajo el lema "8M, Infinitas maneras de avanzar en equidad", que implicó la coordinación de activaciones en distintos espacios de la comuna y sirvió de paraguas comunicacional para toda la agenda del mes de marzo.

En paralelo, se llevó a cabo el despliegue más intenso de la campaña de Permisos de Circulación 2026, a través de una estrategia 360°, con presencia en medios digitales, vía pública y en los puntos de atención distribuidos por los distintos barrios de la comuna, logrando importantes resultados de visibilidad.

Otros pilares comunicacionales del mes fueron el inicio de la campaña de vacunación para la temporada invernal, la difusión del operativo de seguridad en el barrio Colón Oriente —que congregó a más de 50 funcionarios municipales junto a organismos como Carabineros, PDI y el SII—, y el exitoso anuncio del convenio con la Universidad del Desarrollo para ofrecer preuniversitario gratuito a estudiantes de colegios municipales, que generó alta valoración ciudadana y masiva difusión.

A nivel institucional, el departamento dio inicio también a la preparación de la Cuenta Pública que ofrecerá la alcaldesa Catalina San Martín a fines de abril, e integró su trabajo a la nueva instancia de rescate y valorización del patrimonio comunal impulsada por la Corporación Cultural de Las Condes.



Antecedentes Contractuales

Decreto N.° 648, de fecha 12 de enero de 2026, correspondiente a Contrato a Honorarios a Suma Alzada.

Cometido: "Gestionar asuntos de las áreas de comunicación (prensa, redes sociales y otras), con el objeto de posicionar a la Municipalidad de Las Condes con una eficaz y adecuada entrega de información a los vecinos y a la opinión pública sobre el quehacer municipal".

Objetivo: Establecer estrategias de posicionamiento y una eficaz entrega de información a los vecinos y a la opinión pública respecto de los programas municipales y de la gestión realizada, destacando los beneficios que la autoridad comunal y la Municipalidad requieren difundir.



Desarrollo de Actividades

Campaña Día Internacional de la Mujer

Como cada año, el área de Relaciones Públicas desarrolló la campaña conmemorativa del Día Internacional de la Mujer, esta vez bajo el lema: 8M, Infinitas maneras de avanzar en equidad. La campaña contó con la participación activa de vecinos de la comuna y se desplegó a través de canales digitales institucionales, además de una exposición en el Centro Cívico y activaciones en las estaciones de metro de la comuna.

Tanto el eslogan como el merchandising desarrollado para esta campaña funcionaron como "paraguas" comunicacional para toda la agenda conmemorativa que la Municipalidad de Las Condes ejecutó durante el mes de marzo, dotando de coherencia y unidad visual a cada una de las iniciativas asociadas a la efeméride.

Campaña Permisos de Circulación 2026

En línea con los avances exhibidos durante el lanzamiento de la campaña en el mes anterior, en marzo se produjo el mayor despliegue comunicacional para impulsar el pago de permisos de circulación en la comuna. A través de una estrategia en 360 grados, el Departamento de Relaciones Públicas ejecutó acciones simultáneas en plataformas digitales, vía pública y en cada uno de los puntos de venta distribuidos en los distintos barrios de Las Condes.

El conjunto de acciones desplegadas alcanzó importantes resultados en términos de visibilidad y aprobación ciudadana, consolidando la campaña como una de las más efectivas en lo que va del año en cuanto a penetración comunicacional.

Campaña de Vacunación

A partir del despliegue de los equipos de la Corporación de Educación y Salud, el Departamento de Relaciones Públicas dio inicio a la campaña de vacunación con foco en los segmentos prioritarios para la prevención de enfermedades respiratorias. A través del diseño de piezas gráficas específicas para el trabajo en terreno, complementadas con soportes digitales, se contribuyó a la convocatoria de vecinos a realizar esta acción preventiva.

Si bien la campaña tiene su punto de inicio en marzo, su implementación se extenderá a lo largo de toda la temporada invernal, por lo que el trabajo desarrollado este mes sienta las bases comunicacionales para los meses siguientes.

Prensa

En cuanto a las apariciones en medios de comunicación, la mayor presencia de la autoridad municipal estuvo vinculada con la principal contingencia nacional registrada en marzo: la fuerte alza en los precios de los combustibles. El municipio tuvo un rol comunicacional activo tanto en la explicación de los efectos de ese aumento en el costo de vida de los vecinos, como en la difusión de las iniciativas adoptadas por la Municipalidad de Las Condes para apoyar a la comunidad frente a ese escenario.

Del mismo modo, las notas relativas a la seguridad comunal y al trabajo coordinado con el nuevo delegado presidencial concitaron también el interés de los medios durante este mes, reforzando el posicionamiento del municipio como actor relevante en la agenda pública.

Seguridad

Al igual que en meses anteriores, los contenidos relativos a los operativos de seguridad desarrollados en la comuna tuvieron alto impacto tanto en redes sociales como en medios de comunicación. La acción efectiva del personal municipal es altamente valorada por los vecinos a través de múltiples canales, lo que permite incrementar la evaluación favorable de la gestión municipal de manera sostenida mes a mes.

El principal operativo del mes involucró a más de 50 funcionarios municipales, además de personal de Carabineros, la PDI y el Servicio de Impuestos Internos, quienes realizaron fiscalizaciones de faltas e incivildades en el barrio Colón Oriente. El despliegue generó amplia cobertura y fue recibido positivamente por los vecinos del sector.

Patrimonio

Durante marzo, la Corporación Cultural de Las Condes dio inicio a una iniciativa orientada a rescatar y poner en valor el patrimonio de la comuna. La instancia está conformada por las áreas que históricamente han estado relacionadas con esta materia y, en esta ocasión, integró al Departamento de Comunicaciones (RR.PP.), anticipando la necesidad de difundir y comunicar entre los vecinos la estrategia y las acciones que formarán parte de la iniciativa a lo largo del tiempo.

Plan de Obras de Verano

Otro de los pilares de contenido permanente corresponde a los trabajos de mejora en la infraestructura comunal, principalmente los relacionados con el arreglo de calles, veredas, plazas y caniles. Si bien la ejecución de las obras genera críticas cuando implica cortes de tránsito, una vez finalizados los trabajos, las mejoras son valoradas muy positivamente por los vecinos.

El Plan de Obras de Verano requirió actualizaciones diarias, tanto en redes sociales como en el sitio web municipal, para mantener informada a la comunidad sobre el avance de las obras y los cierres de vías asociados.

Convenio PreUDD

Una de las noticias más favorablemente recibidas por los vecinos durante marzo fue el anuncio del convenio con la Universidad del Desarrollo para ofrecer preuniversitario gratuito a todos los estudiantes de tercero y cuarto medio de los colegios municipales. Su difusión en múltiples plataformas recibió altas tasas de valoración positiva y se compartió masivamente entre los vecinos.

El impacto inmediato del anuncio se tradujo en la inscripción de casi 700 estudiantes, cifra que permite anticipar que la iniciativa se consolidará como una política pública exitosa en su implementación durante el mes siguiente.

Preparación Cuenta Pública

En marzo dio inicio el trabajo colaborativo entre distintas áreas del municipio para preparar la Cuenta Pública que ofrecerá la alcaldesa Catalina San Martín a fines de abril. El rol del Departamento de Relaciones Públicas en este proceso incluye la edición del documento formal y la preparación de la puesta en escena de la presentación, instancia en la cual se dan a conocer a los vecinos los distintos avances registrados en el último año en la comuna.



Conclusión

El mes de marzo de 2026 constituyó un período de intensa actividad profesional, en el que se gestionó de manera simultánea un conjunto diverso de campañas, contingencias y proyectos de mediano plazo, todos con impacto directo en el posicionamiento institucional de la Municipalidad de Las Condes.

En mi calidad de profesional del Departamento de Relaciones Públicas, asumí la planificación, coordinación y ejecución de las estrategias comunicacionales descritas en el presente informe, incluyendo la campaña del 8M, el despliegue máximo de la campaña de Permisos de Circulación 2026, la campaña de vacunación, la gestión de prensa en el contexto del alza de los combustibles, la difusión del operativo de seguridad en Colón Oriente, la integración al trabajo de rescate patrimonial, el seguimiento del Plan de Obras de Verano, la amplificación del convenio PreUDD y el inicio de la preparación de la Cuenta Pública.

La labor desarrollada durante el mes permitió asegurar coherencia estratégica en los mensajes institucionales, oportunidad en la entrega de información y alineamiento con los objetivos definidos en mi cometido contractual, contribuyendo al fortalecimiento del posicionamiento de la Municipalidad de Las Condes ante sus vecinos y la opinión pública.



Roberto Valdés Fuentealba
Departamento de Relaciones Públicas
Ilustre Municipalidad de Las Condes

