
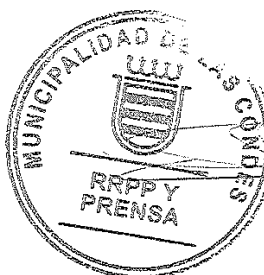


INFORME MENSUAL MAYO 2026

Francesca Bersano Medina

Alcaldesa Catalina San Martín



1. INTRODUCCIÓN

El presente informe da cuenta de la gestión realizada durante el mes de mayo, centrada en la consolidación del modelo de trabajo del área de marketing, el fortalecimiento de la coordinación interáreas y el desarrollo de campañas, soportes y elementos institucionales para distintas direcciones municipales.

Durante este período se avanzó en la ejecución operativa de múltiples requerimientos, fortaleciendo procesos internos, mejorando flujos de trabajo y avanzando en la planificación de 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.

Mayo se consolidó como un mes enfocado en:

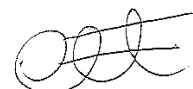
1. Consolidación del backlog y priorización estratégica
2. Desarrollo de campañas de posicionamiento
3. Desarrollo de campañas estacionales y comunitarias
3. Coordinación con distintas direcciones municipales
4. Actualización de branding y elementos físicos
5. Acompañamiento en proyectos de branding estructurales para la Municipalidad:
 - Parque Araucano
 - Portal Compromisos

1. ORDENAMIENTO Y MODELO DE TRABAJO

Durante mayo se dio continuidad al modelo de gestión implementado durante abril, consolidando el backlog como herramienta central para el seguimiento de requerimientos, estados de avance y priorización de tareas.

Esto permitió 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
- 125 años / avanzando en el desarrollo creativo

invierno MÁGICO

en Las Condes



Campañas de Programas y Subsidios:

- Subsidio escolar / Becas
- Subsidio infantil
- Subsidio empleo juvenil
- Operativos de reinscripción subsidios de salud
- Encuesta de participación juvenil

Campañas de Eventos

- Celebración de mamás
- Fin de semana del Patrimonio
- Plazas entretenidas de Otoño



Campañas de Discapacidad y actividades inclusivas

- 5to Campeonato de discapacidad



SÁBADO 13 JUN
9:30 A 14:30 HRS.


Estadio Municipal de Las Condes
Av. Fierro 1211, 791

Reservación gratuita en el teléfono 2260 0700

 **LAS CONDES** | **Departamento de Esporte**

Otros:

- Nuevos desarrollos gráficos para Feria del Libro, Feria Trueque y Feria Perchero. (nuevo branding)
- Desarrollo de material institucional para Seguridad y Prevención de Riesgos.
- Desarrollo de soportes físicos y branding institucional para espacios públicos y operativos.



PLANIFICACIÓN ANUAL Y CRONOGRAMA

Se sumó al cronograma macro del año, la actividad de Fiesta de Las Naciones a realizarse en Agosto

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
Permisos de Circulación

4. COORDINACIÓN INTERÁREAS

Durante mayo se fortaleció el trabajo coordinado con diversas áreas municipales, permitiendo mejorar tiempos de respuesta y planificación conjunta.

Entre las áreas con mayor articulación destacan:

- Decom
- Eventos
- Seguridad
- Deportes
- Programas y Subsidios
- Gobierno Corporativo

Estas coordinaciones permitieron avanzar hacia una gestión más integrada y eficiente.



5. DESARROLLO DE BRANDING Y SOPORTES FÍSICOS

Se avanzó en el desarrollo y supervisión de distintos soportes físicos e institucionales, destacando:

- Desarrollo de gráficas para casetas y puntos de seguridad.
 - Implementación de stickers institucionales.
 - Branding de flota de emergencia.
 - Desarrollo de toldos plegables institucionales.
 - Desarrollo de material POP.
 - Coordinación de implementación en terreno para campañas y eventos.
- Asimismo, se continuó trabajando en la mejora del estándar visual y consistencia comunicacional del municipio.

6. HITOS DESTACADOS DEL MES

- Consolidación del backlog operativo del área.
- Continuidad de implementación del nuevo estándar comunicacional.
- Desarrollo de campañas sociales y comunitarias.
- Coordinación de piezas institucionales de alta visibilidad.
- Avance en campañas estacionales e iniciativas comunitarias.
- Desarrollo de soportes gráficos para distintas direcciones municipales.
- Fortalecimiento de relaciones interáreas y coordinación operativa.

7. CIERRE Y PROYECCIÓN

Mayo permitió consolidar el funcionamiento operativo y estratégico del área de marketing fortaleciendo procesos internos y la coordinación transversal con distintas direcciones.

Próximos focos:

- Continuar fortaleciendo el modelo de gestión y priorización.
- Profundizar el desarrollo y creatividad de campañas.
- Avanzar en la planificación de hitos del segundo semestre.
- Consolidar estándares de branding y experiencia municipal.
- Continuar fortaleciendo la articulación entre áreas y la eficiencia operativa.

