



NUÑO A
MEJOR CON TODOS
MUNICIPALIDAD

INFORME DE LABORES: FEBRERO 2026

Pablo González Carcey

Cientista Político U.D.Desarrollo

Master en Branding U.Barcelona

INTRODUCCIÓN

 FEBRERO 2026

Servicio consignado en el TDR

Apoyo estratégico, creativo, narrativo, audiovisual y de marca para las distintas campañas y planes de la Municipalidad de Ñuñoa, con especial énfasis en la implementación del sistema marcario 2026, consolidación de procesos internos de producción y fortalecimiento del modelo de inteligencia digital para toma de decisiones.

Período evaluado

01 al 28 de febrero de 2026

Formato entregable

Informe mensual estructurado bajo criterios de desempeño estratégico, creativo y operativo, destacando planificación anual, implementación del Brandbook, campañas ejecutadas y mecanismos de control de coherencia institucional.

A handwritten signature in dark ink, consisting of a stylized 'P' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

Pablo González Carcey
Cientista Político U.D.Desarrollo
Master en Branding U.Barcelona

GLOSARIO

SPP (Sabemos, Pensamos, Proponemos)

Metodología estructurada para el desarrollo conceptual de campañas, que vincula diagnóstico, interpretación estratégica y propuesta creativa.

CROSSIG Social

Sistema de inteligencia digital con análisis semanal de conversación pública, percepción ciudadana, tendencias y riesgos comunicacionales.

Brandbook

Documento rector que define identidad visual, narrativa, arquitectura marcaria y lineamientos de aplicación transversal.

Sistema marcario en 3 niveles

Estructura que ordena marca institucional, marca de gestión y proyección territorial.

Flujo integrado de producción

Modelo operativo que conecta estrategia, concepto, diseño, producción audiovisual y validación institucional en un solo circuito coherente.

METODOLOGÍA

Durante febrero el trabajo se estructuró bajo un enfoque de **consolidación sistémica**. No se trató únicamente de ejecutar campañas, sino de instalar estructura.

El modelo aplicado combinó:

- 1 **Planificación estratégica anual.**
- 2 **Implementación progresiva del Brandbook 2026.**
- 3 **Activación de campañas estacionales con alta factura digital.**
- 4 **Control permanente de coherencia visual y narrativa.**
- 5 **Monitoreo continuo mediante CROSSIG Social.**

- ☐ El objetivo fue profesionalizar la comunicación municipal bajo una lógica de sistema, no de acciones aisladas.

REPORTE DE LABORES – FEBRERO 2026

1. Presentación Planificación Estratégica 2026

Durante febrero se realizó la presentación formal del **Plan Estratégico de Comunicación 2026**, que marca un punto de inflexión en la madurez estructural del modelo comunicacional municipal.

a) Implementación del Nuevo Brandbook de Marca

Se consolidó un **Brandbook integral de más de 190 páginas**, que establece un sistema marcario en tres niveles estratégicos:

Nivel institucional

Identidad formal del municipio.

Nivel de gestión

Campañas y planes operativos.

Nivel territorial

Proyección simbólica y cultural de Ñuñoa.

El documento no solo regula colores, tipografías y aplicaciones gráficas, sino que articula tono narrativo, jerarquías discursivas, uso de imágenes, arquitectura visual y criterios de coherencia transversal.

Durante el mes se avanzó en su implementación progresiva, asegurando que las nuevas campañas comenzaran a responder estrictamente a esta matriz.

b) Nuevo Modelo de Inteligencia Digital — CROSSIG Social

Se formalizó la instalación del modelo **CROSSIG Social** como herramienta permanente de monitoreo estratégico.

Este sistema permite:



**Analizar
semanalmente la
percepción
ciudadana.**



**Detectar narrativas
emergentes.**



**Identificar riesgos
comunicacionales
antes de que
escalen.**



**Evaluar impacto y
recepción de
campañas.**

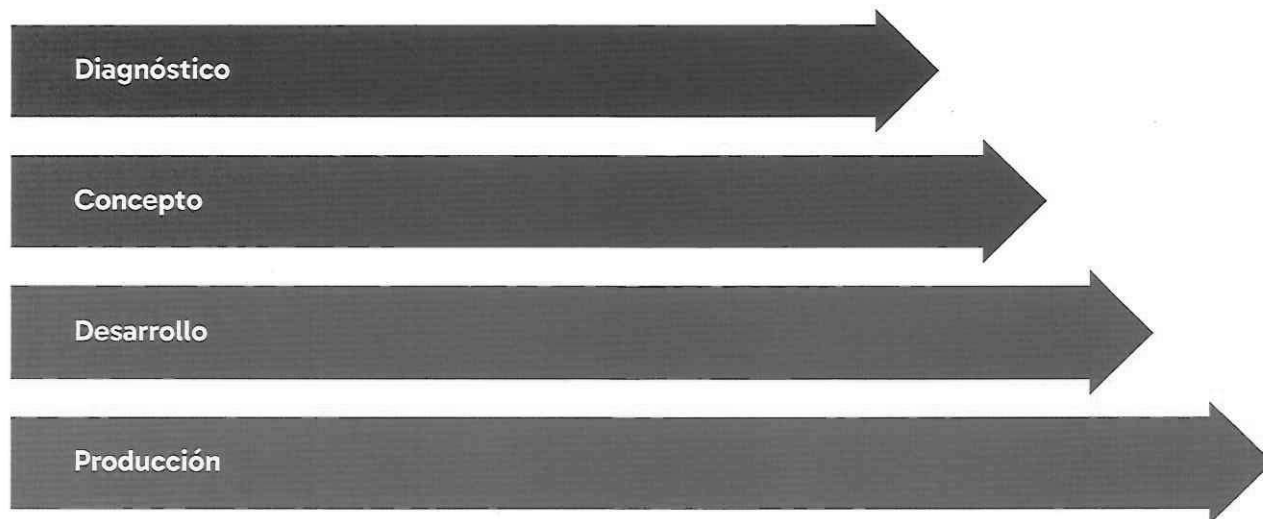


**Ajustar mensajes en
función de datos
reales.**

CROSSIG deja de ser solo escucha digital y pasa a ser **insumo estratégico activo** para la toma de decisiones.

c) Nuevo Flujo Integrado de Producción Creativa

Se diseñó e implementó un flujo operativo que conecta:



Este modelo reduce fricciones, evita improvisación y aumenta velocidad sin sacrificar coherencia. Se instala así una cultura de trabajo orientada a sistema, trazabilidad y consistencia institucional.

2. Implementación Campaña Mes del Amor

Se desarrolló una campaña de alta factura digital, no limitada a una pieza aislada, sino concebida como experiencia audiovisual completa.

El trabajo incluyó:

01	02	03
Desarrollo de concepto emocional alineado al nuevo relato institucional.	Creación de personaje en 3D para reforzar identidad visual innovadora.	Integración de animaciones con inteligencia artificial.
04	05	
Dirección de arte y color bajo parámetros del Brandbook 2026.	Musicalización original y edición profesional.	

La campaña posicionó a Ñuñoa como municipio moderno, creativo y cercano, utilizando tecnología avanzada sin perder calidez institucional.



3. SPP – Mes de la Mujer

Se desarrolló un trabajo estratégico profundo bajo metodología SPP.



Sabemos

El Mes de la Mujer implica alta sensibilidad social, atención pública y necesidad de coherencia institucional.



Pensamos

La campaña debía evitar recursos superficiales, proponiendo una narrativa sólida, respetuosa y contemporánea.



Proponemos

Concepto central creativo basado en liderazgo, visibilidad y aporte estructural.

Detalle de la propuesta:

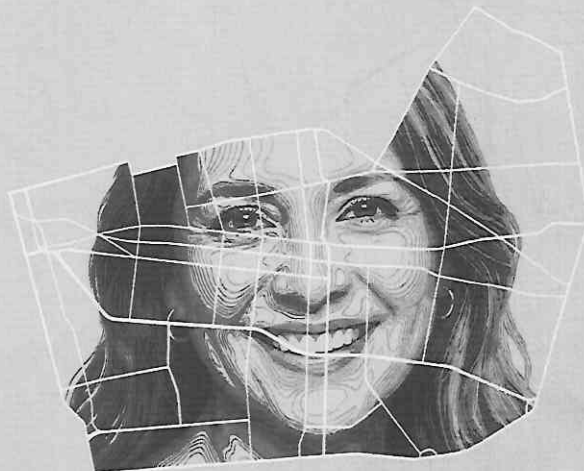
- Concepto central creativo basado en liderazgo, visibilidad y aporte estructural.
- Lema institucional con proyección anual.
- Tagline coherente con la nueva matriz narrativa.
- Estudio conceptual que fundamenta tono y enfoque.
- Desarrollo estético alineado a la sobriedad y fortaleza del Brandbook 2026.



El trabajo no solo resolvió una campaña puntual, sino que instaló una línea discursiva replicable en futuras conmemoraciones.

ÑUÑOA CON ROSTRO DE MUJER

**Ñuñoa reconoce a sus
mujeres. Y avanza con ellas.**



Participa de las actividades del Mes de las Mujeres.



ÑUÑOA
MEJOR CON TODOS



DISFRUTA ÑUÑOA
— Corazón de Chile —

ÑUÑOA CON ROSTRO DE MUJER

**Ñuñoa reconoce a sus
mujeres. Y avanza con ellas.**



Participa de las actividades del Mes de las Mujeres.



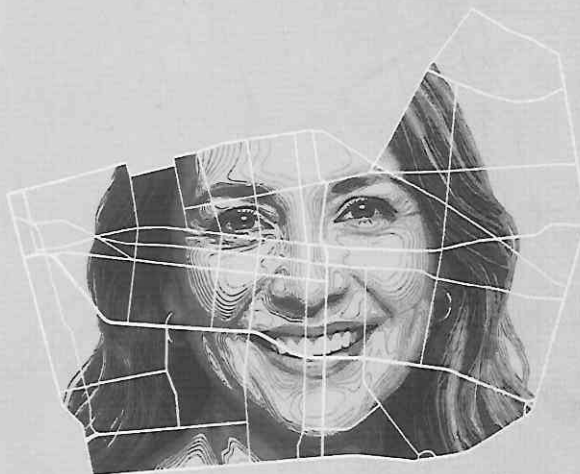
ÑUÑOA
MEJOR CON TODOS



DISFRUTA ÑUÑOA
— Corazón de Chile —

ÑUÑOA CON ROSTRO DE MUJER

**Ñuñoa reconoce a sus
mujeres. Y avanza con ellas.**



Participa de las actividades del Mes de las Mujeres.



ÑUÑOA
MUNICIPIO DE SANTIAGO



DISFRUTA ÑUÑOA
— Corazón de Chile —

4. Campaña Cultura y Municipio – Promoción de Espacios

Se diseñó una campaña integrada entre Cultura y Municipio para reforzar:



Uso de espacios culturales.

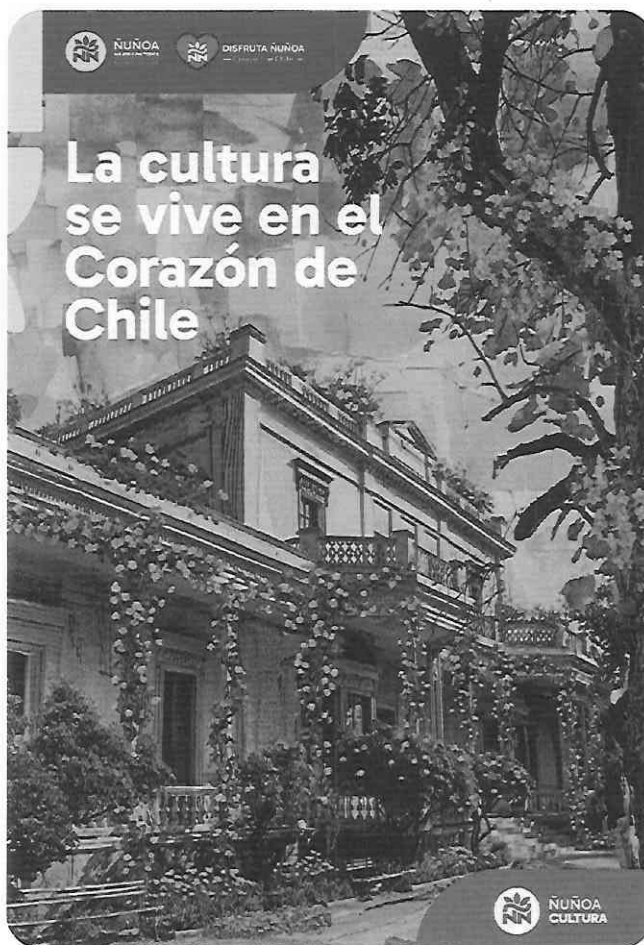


Participación ciudadana.



Sentido de pertenencia territorial.

El trabajo implicó adaptación multiformato, coherencia visual y unificación narrativa entre distintas áreas municipales, fortaleciendo la integración interna bajo una misma identidad.



5. Reuniones y Control de Coherencia Institucional

Durante febrero se realizaron **reuniones semanales online** de seguimiento estratégico.

Las sesiones incluyeron:



Este seguimiento permitió evitar desviaciones visuales y consolidar una cultura institucional basada en consistencia.

CONCLUSIONES

Febrero no fue solo un mes de ejecución creativa, sino de **consolidación estructural**.

Se instaló formalmente:

190+

Páginas

Sistema marcario robusto

4 envíos

CROSSIG Social

Modelo de inteligencia digital
activo

1

Flujo integrado

Producción creativa sistematizada

Las campañas desarrolladas evidencian un salto en calidad audiovisual, integración tecnológica y coherencia narrativa.

La Municipalidad de Ñuñoa comienza 2026 con un modelo comunicacional sistematizado, profesional y escalable, donde **estrategia, creatividad y análisis funcionan como una unidad integrada**.

