

INFORME MENSUAL DE PRESTACIONES DE SERVICIOS

MES DE ABRIL 2024

NOMBRE : JUAN EDUARDO PARKER U.
RUT :

DETALLE DE LA PRESTACION

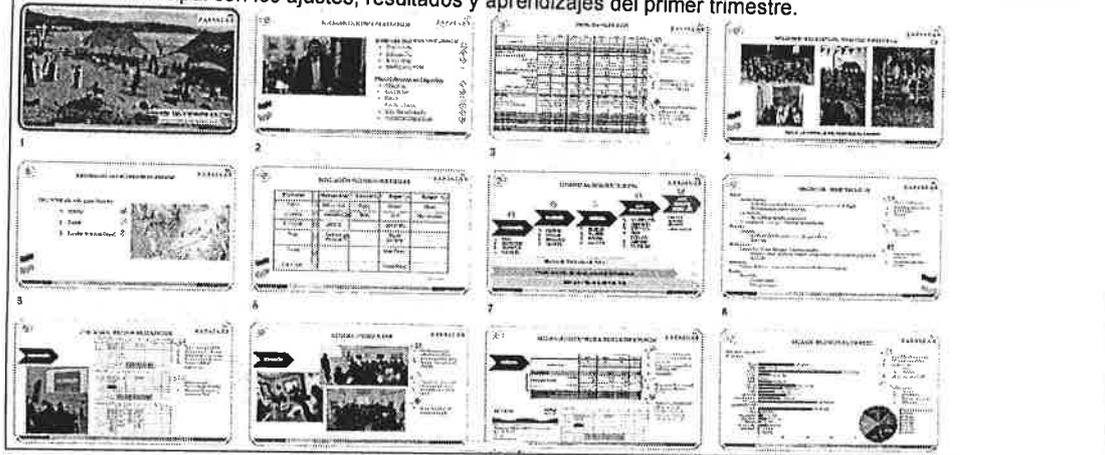
"SUMA AZADA"

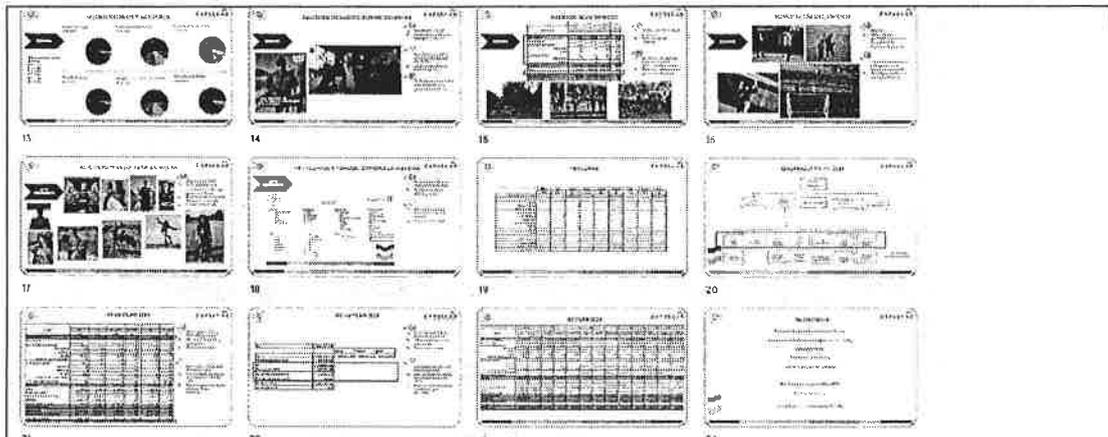
Durante el mes se trabajó y capacitó al Director de la Corporación del Deporte y su equipo, para lograr lo siguiente:

- a) Control del mes y aprobación de la planilla.

	ENERO PLAN	ENERO REAL	ENERO V/S	FEBRERO PLAN	FEBRERO REAL	FEBRERO V/S	MARZO PLAN	MARZO REAL	MARZO V/S	ABRIL PLAN	ABRIL REAL	ABRIL V/S
DEPORTE 2024												
TOTAL IMPACTO	16.877	11.877	0	10.804	10.804	0	2.011	2.011	0	11.226	0	-71.710
HONORARIOS PUBLICOS	8.200	4.200	0	1.758	1.758	0	2.720	2.720	0	1.520	0	-1.550
BENEFICIARIOS (PARTICIPANTES)	4.437	4.437	0	4.578	4.578	0	281	281	0	16.650	0	-18.829
INTERCOMUNIA	24	24	0	324	324	0	0	0	0	820	0	-840
COMUNIAS	2.210	2.210	0	0	0	0	0	0	0	115	0	-115
TALLERES	4.093	4.093	0	4.211	4.211	0	0	0	0	14.100	0	-14.100
OTROS (EXHIBICIONES/MUNICIPALES)	100	100	0	0	0	0	128	116	0	1.440	0	-1.440
ACTIVIDADES ANUALES	115	115	0	787	787	0	108	108	0	0	0	-1.147
ASOCIACION	3	3	0	18	18	0	22	22	0	811	1	-112
PROVINCIAL	23	23	0	0	0	0	0	0	0	7	0	-7
TALLERES	310	310	0	360	360	0	48	48	0	607	0	-607
OTROS (EXHIBICIONES/MUNICIPALES)	2	2	0	1	1	0	81	87	0	1	0	-1
BAJO PERSONAS/ACTIVIDADES	48	48	0	25	25	0	42	42	0	42	0	-42
TOTAL GASTOS	30.461.721	30.461.721	0	28.877.849	28.877.849	0	1.488.541	1.488.541	0	12.814.664	12.814.721	-71.710
MUOJA	0	0	0	2.118.370	2.118.370	0	1.500.260	1.500.260	0	0	811.711	811.711
EVENTOS PUBLICOS	4.728.184	4.728.184	0	10.288.782	10.288.782	0	7.284.693	7.284.693	0	4.801.419	11.264.467	8.143.018
BENEFICIARIOS (PARTICIPANTES)	2.206.793	2.206.793	0	24.777.807	24.777.807	0	20.241.817	20.241.817	0	16.983.503	8.977.313	-16.811.990
MERCADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.000.000	0	-1.000.000
OTROS (EXHIBICIONES/MUNICIPALES)	0	0	0	2.200.277	2.200.277	0	2.000.217	2.000.217	0	40.000	243.720	223.720
TOTAL INGRESOS ORDINARIOS	18.241.952	18.241.952	0	21.428.264	21.428.264	0	21.211.981	21.211.981	0	32.530.954	21.242.417	-10.818.537
INGRESOS POR IMPUESTOS	48.227.782	48.227.782	0	54.646.181	54.646.181	0	14.222.011	14.222.011	0	17.827.304	20.107.318	-5.078.344
INGRESOS POR IMPUESTOS												

- b) Se termino de trabajar en la revisión "Reporte 1er. Trimestre" y fue presentada al Administrador Municipal con los ajustes, resultados y aprendizajes del primer trimestre.





REAL vs PLAN 2024

SECRET 2024	PLAN				REAL				V.S			
	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	DI	DI	DI	DI	DI	DI	DI	DI
INGRESOS	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210	118.210
INGRESOS PUBLICOS	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020	75.020
BENEFICIARIOS (PARTICIPANTES)	118.210	133.117	-1.097	-9%	18.400	11.307	-7.093	-38%				
INTERCOMUNAL	7.820	7.860	-40	-5%	720	260	-460	-64%				
COMUNAL	3.270	5.188	1.918	58%	300	2.110	1.810	61%				
TALLERES	1.41.450	133.027	-1.201	-8%	14.810	8.232	-6.578	-44%				
OTROS (GERENCION-MUNICIPAL)	3.800	3.883	-83	-2%	410	205	-205	-50%				
ACTIVIDADES ANUALES	8.317	5.871	2.446	29%	611	298	313	51%				
INTERCOMUNAL	88	77	11	13%	8	19	11	137%				
COMUNAL	77	33	44	57%	2	27	25	1250%				
TALLERES	3109	3206	-97	-3%	600	208	392	65%				
OTROS (GERENCION-MUNICIPAL)	80	87	-7	-9%	8	82	74	925%				
BALNO PERSONAS/OCTIMIDADES	329	309	20	6%	30	30	0	0%				
MEDIA	17.600.000	16.880.310	-719.690	-4%	17.130.000	8.630.510	-8.500.000	-49%				
EVENTOS PUBLICOS	107.480.000	208.833.281	-1.011.281	-5%	13.850.000	17.873.281	2.323.281	16%				
BENEFICIARIOS (PARTICIPANTES)	174.743.719	272.688.150	-97.944.431	-56%	48.332.000	87.284.437	38.952.437	80%				
MARKADO	4.810.000	4.890.000	80.000	2%	0	0	0	0%				
OTROS ACTIVIDADES Municipial	3.800.000	3.883.790	83.790	2%	440.000	4.108.790	3.668.790	83%				
OTROS ACTIVIDADES Provincial	1.110.000	1.110.000	0	0%	1.110.000	1.110.000	0	0%				
OTROS ACTIVIDADES Nacional	18.160.000	11.000.000	7.160.000	39%	6.931.624	0	-6.931.624	-100%				

A- ✓

- +25% total impactó personas
- 8% Ahorro económico
- ↔ Público por fútbol
- Desarrollo al Equipo

B- ⚠

- Seguridad en fútbol
- Marzo se paran talleres
- Educación talleristas

C- ✗

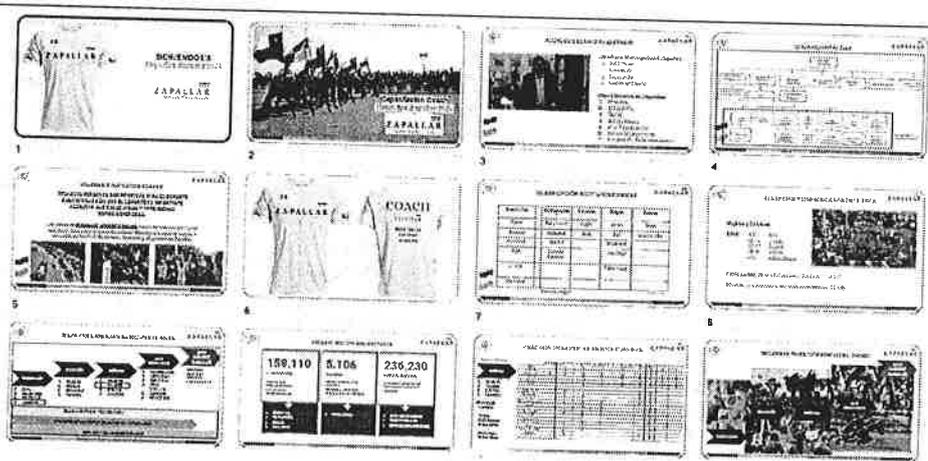
- Asistencia y Rentabilidad talleres muy baja
- Cambio coordinador
- Recinto Zapallar mal cuidado

c) Se revisaron e implementaron rutinas de trabajo al total del equipo, alineadas con las estrategias.

Horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:30							
9:00 - 10:00	Reunion de Equipo	Reunion Talleres		Reunion de Equipo	Rendiciones Semana		
10:00 - 11:30	Reunion de Equipo	Reunion Eventos Reunion Hdg			Rendiciones Semana		
11:00 - 12:00	Actualizacion Agenda Alcalde		10:30 Reunion Digital - Josefa Guzman		Rendiciones Semana		
12:00 - 13:50	Analisis de Data Areas	Reunion Mantencion Reunion Recorrido		11:30 Reunion Digital - Josefa Guzman			
13:00 - 14:00	Analisis de Data	Reunion Control Gestion - Financiera					
14:00 - 15:00							
15:00 - 16:00	Día Administrativo	Reunion Administrativa					
16:00 - 17:30	Día Administrativo						
TAREA	Orden y compras de Oficina		Una vez a la semana				
TAREA	Menciones y Limpieza Oficina		Una vez a la semana				
TAREA	COFFEE BREAK		Una vez a la semana				
TAREA	RRHH Cooperativo - Panel de control		D=5				
TAREA	Presentacion ejecucion plan Q		D=10				

+ ≡ General ▾ Director Ejecutivo ▾ Adm ▾ DD ▾ CT ▾ Finanzas ▾ Lider ▾ Eventos ▾ MKTG ▾ Mantencion ▾

d) Se capacito al equipo de deporte para presentar a los 53 nuevos talleristas.



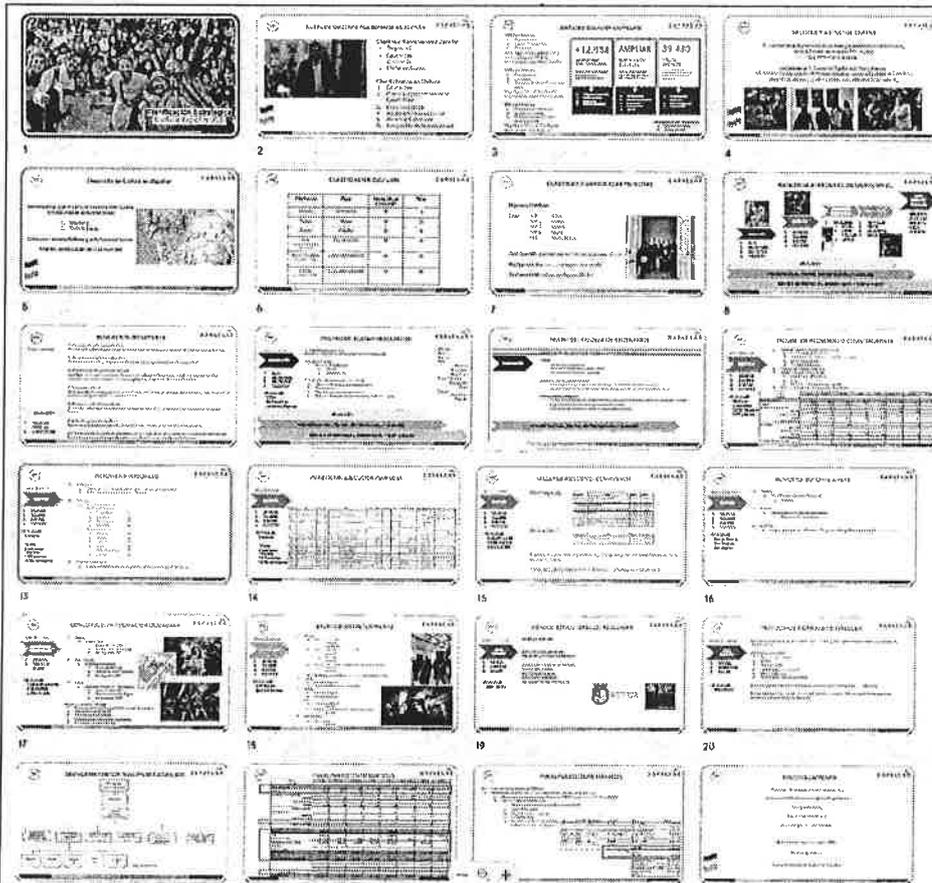
e) Se reviso y coordinó la calendarización y organización de todos los talleres de la Corporación de Deporte.

Localidad	Taller	Edad	Genéro	Razón Deportivo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Profesores
1	Manabito Fútbol	18+	Masculino	Estadio Blanquillo	23:00 - 22:00			22:00 - 22:00		Partidos	Partidos	Mauricio Arca
2	Manabito Fútbol	11 - 17	Femenino	Estadio Blanquillo		18:30 - 20:00				Partidos	Partidos	Joseline Parde
3	Manabito Fútbol	18+	Femenino	Estadio Blanquillo		18:30 - 20:00				Partidos	Partidos	Johanna Parde
4	Manabito Judo	6-14	Misto	Sede Comunitaria Blanquillo		10:30 - 11:30		10:30 - 11:30		Partidos	Partidos	Caterine Almaraz
5	Manabito Judo	18+	Misto	Sede Comunitaria Blanquillo		10:30 - 11:30		10:30 - 11:30		Partidos	Partidos	Caterine Almaraz
6	Manabito Yoga	14 - 17	Misto	Sede Comunitaria Blanquillo		10:30 - 11:30		10:30 - 11:30				Caterine Almaraz
7	Manabito Fútbol	18+	Masculino	Sede Comunitaria Blanquillo		10:30 - 11:30		10:30 - 11:30				Marcia Contreras
8	Cachagua Fútbol	18+	Femenino	Casa Adulto Mayor Cachagua	14:00 - 15:00	14:00 - 15:00						Marcia Contreras
9	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Araya
10	Cachagua Fútbol	10 - 13	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
11	Cachagua Fútbol	14 - 17	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
12	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
13	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
14	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
15	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
16	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
17	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
18	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
19	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
20	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
21	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
22	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
23	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
24	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
25	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
26	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
27	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
28	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
29	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
30	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda
31	Cachagua Fútbol	18+	Masculino	Club Escuela Cachagua		18:30 - 19:00		18:30 - 19:00				Juan Luis Ojeda

f) Se trabajo en la estrategia de patrocinios globales.

LOJMENT	EVENTO	Zapallar	Cachagua	Laguna	Catapiño	Blanquillo	La Hacienda	Publicidad por tarificación	Medidas	GOLD	SILVER
COMUNAL	Eventos	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	3m x 3m	30%	30%
COMUNAL	Playas	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	3m x 3m	30%	30%
COMUNAL	Atletismo	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	3m x 3m	30%	30%
COMUNAL	Buses transito	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	2 por año	1 por año	1 por año
COMUNAL	Buses transito	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	23 cm x 75 cm	30%	30%
COMUNAL	Eventos	x	x	x	x	x	x	MASTER			
COMUNAL	Atletismo	x	x	x	x	x	x	MASTER			
COMUNAL	Playas	x	x	x	x	x	x	MASTER			
COMUNAL	Riveros	DOHDE?	DOHDE?	DOHDE?	DOHDE?	DOHDE?	DOHDE?	MASTER			
COMUNAL	Riveros	???	???	???	???	???	???	Placa entrada	20 cm x 40 cm	30%	30%
CULTURA	Teatro Zapallar	x	x	x	x	x	x	Placa Zapallar	???	30%	30%
CULTURA	Teatro Zapallar	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	6	6
CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	Banner ZAPALLAR	1m x 3m	30%	30%
CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	Impa/Postcards	Story	1 mes	1 mes
CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	Impa/Postcards	Activación	1	1
CULTURA	Teatro Zapallar	x	x	x	x	x	x	MASTER			
CULTURA	Teatro Zapallar	x	x	x	x	x	x	MASTER			
CULTURA	Teatro Zapallar	x	x	x	x	x	x	Placa entrada	20 cm x 40 cm	30%	30%
DEPORTE	Medio Lunas	x	x	x	x	x	x	Uso refugio			
DEPORTE	Montañachas	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	6	6
DEPORTE	Paseo de Bikes	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	6	6
DEPORTE	Recintos de Fútbol	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	6	6
DEPORTE	Recintos de Fútbol	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	12	12
DEPORTE	Recintos de Fútbol	x	x	x	x	x	x	Activaciones	stand	6	6
DEPORTE	Jallenes	x	x	x	x	x	x	Anuncio por atrevo	Activación	1	1
DEPORTE	Jallenes	x	x	x	x	x	x	Banner Veta Zapallar	1m x 3m	30%	30%

Durante el mes se trabajó y capacitó al Director de la Fundación de Cultura y su equipo, para lograr lo siguiente:
a) Se termino la presentación del Plan Estratégico en formatos power point y respaldos en excell. Versión Final. El Director presento al Administrador Municipal, sobre planificaciones estratégicas, control y ejecución del plan.

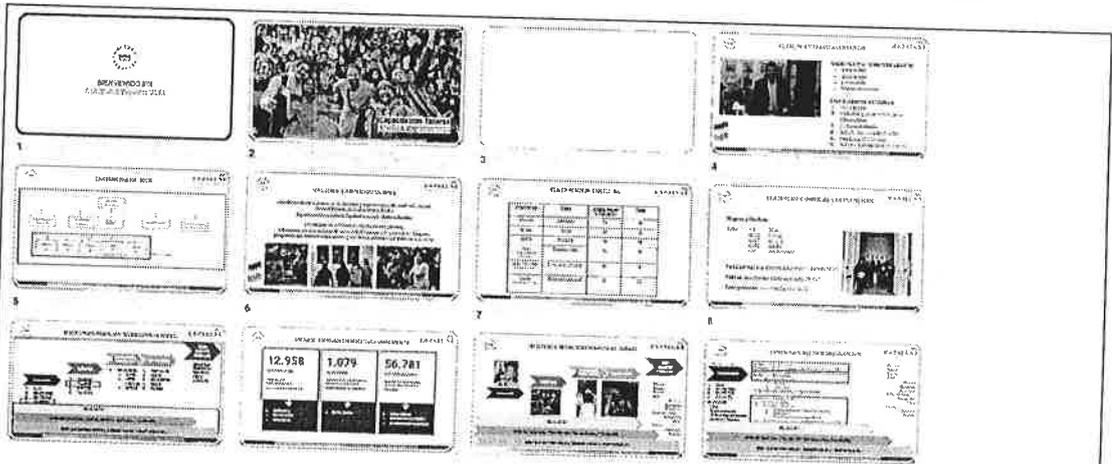


EMISION	TRIMESTRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS														
Fuente de Ingresos		1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	1.887.832	23.053.984
Ingresos Administrativos		4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	4.150.000	52.000.000
Patrimonio														200.000
Ingresos por Servicios		7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	7.120.334	89.040.000
Servicios Municipales		101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	101.000	1.200.000
Industria y Comercio		31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	372.000
Industria y Comercio		180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	2.160.000
Industria y Comercio		413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	413.000	4.956.000
GASTOS														
Personal		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Equipos e Infraestructura		300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000
Operación y Mantenimiento		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Industria y Comercio		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Industria y Comercio		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Industria y Comercio		3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	36.000.000
TOTAL														
CLP														
CULTURA														
OTROS EGRESOS														
ESTRATEGICO 2024														
OTROS EGRESOS														
ESTRATEGICO AJUSTADO 2024														
FINANCIERO 2024														
EST V/S FIN														

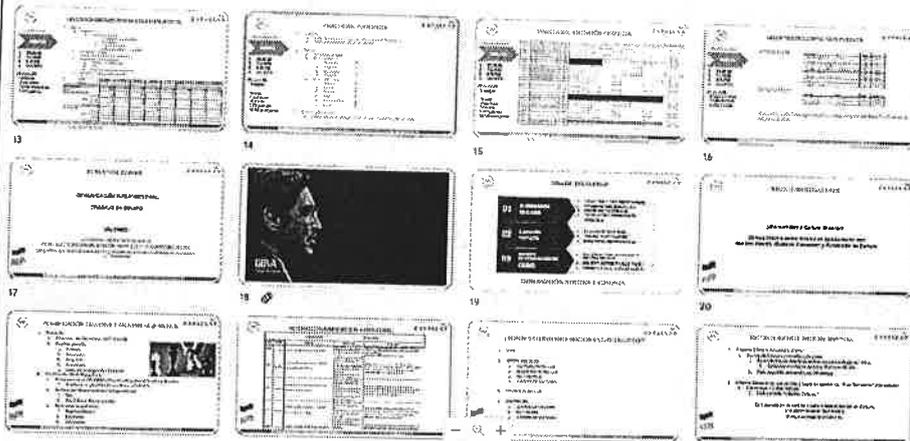
b) Se trabajo en la estrategia de patrocinios globales.

ID	OBJETIVO	ACTIVIDAD	Zapallar	Cataguayo	Laguna	Catapico	Blanco	La Hacienda	Publicidad por Internet	Medios	GOLD	SILVER
1	CULTURA	Teatro Zapallar	x						Banner ZAPALLAR	1m x 3m	30%	20%
2	CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	Insta/Facebook	Story	2 mes	3 me
3	CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	Insta/Facebook	Mención Post	1	1
4	CULTURA	Redes Sociales	x	x	x	x	x	x	MASTER			
5	CULTURA	Teatro Zapallar	x						Fleca entrada	20 cm x 40 cm	30%	30%
6	CULTURA	Teatro Zapallar	x						Uso recinto		2	1

c) Se trabajo en la presentacion para ser utilizada en reunion con talleristas por el Director.



d) Se prepara al Director para reunión con talleristas.



Durante el mes se trabajó y capacitó al área de Sustentabilidad, para lograr lo siguiente:

- a) Se avanzó con el equipo de Sustentabilidad en la preparación del plan estratégico 2024 y la Presentación del Plan Estratégico con respaldos en powerpoint y excell.

RELACIÓN MARCAS

ZAPALLAR

RELACIÓN % MARCA

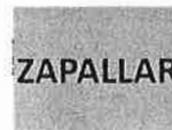
100% ZAPALLAR
 30% de Zapallar: GOLD
 20% de Zapallar: SILVER (2)



GOLD SILVER 1 SILVER 2

AUSPICIAN

Vía Pública & Digital



GOLD SILVER 1 SILVER 2

USO DE RECINTOS (18)

Gold 5l
 Silver 5l



GOLD SILVER 1 SILVER 2

RUTEROS ZAPALLAR

XX m x YY m



BANDERA VELA ZAPALLAR

1 m x 3 m



- c) Se compuso un listado de marcas y empresas para ser contactadas y se trabajó para generar interés previo a que auspicien vía sus dueños o presidentes/gerentes generales de empresas por relaciones estrechas. Se espera el VB del Alcalde de los patrocinios para poder avanzar con ofertas concretas. Dentro de las marcas o agencias contactadas están WOM, Copec, Rosen, Encina, Lombardis, entre otras



ZAPALLAR

ZAPALLAR
1911

empresa/marca	Acti	LEAD	CONTACTO
Microsoft	NO	PARKER	PAIS
SKY	NO	PARKER	PAULMAN
Copec	NO	PARKER	ANGELINI
Unimarc	NO	PARKER	SAJEH
Falabella	NO	PARKER	CORTES
Van Trust	NO	PARKER	SALVADOR
BICE	NO		
BCI	NO	PARKER	RECART
CCU	NO	PARKER	BEBIN
Coca-Cola	NO	PARKER	CALORIO
WOM	NO	PARKER	MARTIN VACA NARVAJA
DESA	NO	PARKER	YANEZ
SCOTIABANK	NO	PARKER	SAJD
NOT CO	NO	PARKER	MATIAS
NESTLE	NO	PARKER	FRANCISCO FREI

empresa/marca	Acti	LEAD	CONTACTO	cel
Larrahial	SI			
Clinica Alemana	SI			
Xepelin - factoring	SI			
Soc-mac	SI			
Decinas Llanquihue	SI			
Kia	SI	GILI		
Miller	SI			
Hush Puppes	SI			
Bresler	SI			
Rockford AXF	SI			
Falcom - asset man	SI			
Consortio - correde	SI			
DC	SI			
Taiana	SI			
Banco de Chile	SI	OSSANON	GRANIFO	
BICE	SI			
Corona C	SI			
Fundacion - depor	SI			
PF	NO			
CITROEN	NO			
PEUGEOT	NO			
COCHA	NO	PARKER	FUENZALIDA	
BTG	NO	LETELIER (cult)		
LUVBO	NO			
FORD	SI			
MERCEDES BENZ	NO			
MASERATI	NO	OSSANON		
MARCAS	NO	PARKER	ENCINA	
MARCAS LUJO	NO	PARKER	LOMBARDI	
GASPAR	NO	OSSANON	BASUALTO	
ROSEN	NO	DI GIOFIS		

- d) Se hizo análisis de información y retroalimentación respecto a control de los resultados del mes pasado y estos fueron evaluados para ver potenciales problemas o nuevos y solucionar o reconocer oportunidades de mejoras.
 Se trabajo revisión resultados financieros con Nicolas Cisternas y compararon con método tradicional para trabajar con Director Felipe Gili.

GASTOS FIJOS		ABRIL	ABRIL 2024
Bienes Muebles		10.919.762	13.293.122
Inmuebles		2.232.853	2.500.094
Muebles			
Honorarios Talleres		2.000.000	460.000
Honorarios Escuelas Deportivas Nauticas		1.000.000	
Honorarios Escuelas Terrestres		1.000.000	
Honorarios Escuelas Ecuestres		1.340.450	1.350.450
Honorarios Escuelas de Verano		380.000	
Escuela Ecuestre		1.759.180	869.563
Agua Potable		500.000	1.513.890
Servicio Electrico			
Arriendo Impresora		155.000	506.640
Seguros		300.000	744.096
Vestimenta administrativa / Tallercitas / Escuelas			811.711
Sistema Contable			3.275.063
Fotos			521.723
Telefonia Fija e Internet		80.000	75.877
Arriendo Inmuebles			1.200.000
Total Gastos Fijos			

GASTOS VARIABLES		ABRIL	ABRIL 2024
Becas Deportivas		2.437.500	6.957.500
Auxilio			400.000
Apoyo Actividades Deportivas		8.750.000	9.581.880
Premios		700.000	282.571
Transporte Talleres		350.000	
Articulos de Oficina y Limpieza			36.310
Pasaje con ascensor oficinas		50.000	
Caja Chica		500.000	
Implementacion Deportiva		250.000	
Comedores / Alimentacion		2.000.000	1.074.900
Ed. Gabinetes			
Imagen y difusion			
Mantenimiento y Reparos		200.000	46.810
Publicidad Web			
Competencia Eventos			

DEPORTE 2024	MARZO	ABRIL	ABRIL	ABRIL	MAYO
	VS	PLAN	REAL	VS	PLAN
TOTAL IMPACTO	0	21.730	8.005	-13.725	21.345
HINCHAS/PUBLICO		8.050	5.221	-2.829	8.250
BENEFICIARIO (PARTICIPANTE)		16.680	2.784	-13.896	13.095
INTERCOMUNA	0	840	0.853	-1.050	840
COMUNAL	0	118	143	27	118
TALLERES	0	14.200	1.734	-12.466	14.215
OTROS (EXHIBICION-MUNICIPAL)	0	1.440	1.040	-400	1.440
ACTIVIDADES ANUALES	0	522	92	-429	522
ASOCIACION	0	7	27	15	7
PROVINCIAL	0	3	12	12	3
TALLERES	0	507	51	-456	507
OTROS (EXHIBICION-MUNICIPAL)	0	6	2	-4	6
RATIO PERSONAS/ACTIVIDADES	0	43	37	-6	43
Total Costos		12.916.666	12.587.731	-328.935	5.566.666

Se puso Foco en Futbol para los futuros partidos de intercomuna y comunales. Para esto nos reunimos con Camilo Espina y se formuló plan para traer un 40% más hinchas a los partidos. Esto elevaría a plan los resultados de esta categoría.

El plan a ejecutar consiste en:

1. Trabajo con comunicaciones otra estrategia ligada a personas/hinchas no solo el partido y jugadores en sí.
2. Puerta baños Zapallar
3. Comunicar estadios son seguros
4. Comunicar buena comida, refrescos
5. Entre tiempo actividad recreativa con premio

Pedir a clubes para comunicar

Para el deporte Ecuestre se puso foco junto a una reunión con Antonio Horn; bajo taller Catapilco

50%.

El Plan a ejecutar antes de fin de mes fue:

1. Red comunicaciones
2. Pedir uso al Alcalde de su red propia en Blanquillo, Catapilco y La Hacienda y a DIDECO, a su directora Pilar Cuevas, para mover imagen wsp y lograr objetivo de participación al taller.



ZAPALLAR

ZAPALLAR
L. 1911

- e) Se reunió a conversar 1:1 con los colaboradores del equipo de deporte para obtener feedback de como ha sido el trabajar con un plan y estrategia, sobre la ejecución y control de resultados en ámbitos profesionales (crecimiento, motivacional, problemas, entre otros) e impacto en sus vidas/carreras. Se les pidió opinión y recomendación para mejorar el trabajo individual y en equipo, algo que haga falta e importante. Planificación v Liderazgo.



ZAPALLAR

ZAPALLAR
MUNICIPIO

- f) Se realizó la ejecución de la estrategia de marca, en el team zapallar, para lograr impulsar la marca y gestión del municipio por medio de los atletas. Se trabajó en los diferentes ítems de marca, logo a usar, material, posición y cantidades. Se utilizó criterios y mejores prácticas del sector privado y marcas líderes como experiencia. Estos ítems fueron encargados por compra según especificaciones y lidera Nicolás Cisterna.



ZAPALLAR

ZAPALLAR

- h) Se revisa y comparte proceso por área con el equipo completo de Deporte, en reunión semanal que esta en la rutinas, para mejorar o revertir logros en base a objetivos y acciones enfocadas al resultado. Ya no macro sino micro análisis y planes de acción-ejecución. Se reviso Rey Del Barrio, Talleres, iniciativas participe Alcalde.

- i) Se reunió con Santiago Amenabar y Director de Deporte para fortalecer plan comunicacional en redes (con vista a hinchas/publico) logrando mayor engagement, uso de redes y de wsp como técnicas de marketing directo para por ejemplo Día del Deporte Municipal salir a terreno.

Se visito DIMAO, DIDECO, Casa Familia y Delegación de Catapilco junto a El objetivo fue revisar en terreno la baja penetración de los esfuerzos comunicacionales frente a un evento de beneficio directo como el Día Municipal del Deporte. Se converso con líderes y funcionarios de cada área. De las +30 personas solo 3 estaban en conocimiento del evento.

- j) Se lanzo y participo del Rey Del Barrio, innovador campeonato de futbol local el Domingo 21 de Mayo con 6 equipos de 12 participando. Dado que son jugadores amateur de la comuna, se observo el primer día de este evento y la tracción que tuvo. También se pudo ver y apoyar al equipo de colaboradores de deporte como ejecutaban esta actividad (que es una replica de evento de empresa privada).

Se identificó la necesidad un logo propio del evento, generando una reunión creativa y de diseño con Santiago Amenabar. Luego se buscó la aprobación del logo a utilizar durante el año por el director de deporte. Este fue



ZAPALLAR

ZAPALLAR
FUNDACIÓN DE CULTURA

lanzado con la gráfica en RRSS antes que comenzara el evento.



- k) Se reconoció que no había proceso formal establecido en comunicaciones. Esto generaba que se pasaran tiempos de entrega y se trabajaba en un requerimiento 4-5 veces más de lo normal promedio. Se creó e implementó internamente como con las organizaciones externas que trabaja el área de deporte.

ZAPALLAR

Briefing para Comunicaciones y Marketing en Corporación de Deportes Zapallar

1. Información de Contacto:

Nombre del Solicitante:

Departamento:

Fecha de Solicitud:

Fecha de Entrega Deseada:

2. Descripción del Proyecto:

Objetivo de la Comunicación/Marketing:

Audiencia Objetivo:

Localidad(es):

Mensaje Clave a Comunicar:

3. Detalles del Proyecto:

Tipo de Contenido (ej. publicación en redes sociales, correo electrónico, anuncio impreso, etc.):

Formato (ej. imagen, video, texto):

Plataformas de Distribución: AQUÍ DA EJEMPLOS

Requisitos Especiales (ej. branding específico, tono de voz, elementos visuales)

4. Información del Contenido:

Detalles Específicos del Contenido (ej. texto a incluir, imágenes a utilizar, datos estadísticos relevantes):

Información de Promociones o Eventos (si aplica)

5. Línea de Tiempo:

Fecha Límite de Entrega:

Fechas de Revisión (si es necesario):

Fechas de Publicación/Distribución

6. Presupuesto:

Presupuesto Disponible (si aplica):

7. Otros Requerimientos:

Información Adicional o Notas Relevantes:

B. Aprobaciones:

Durante el mes se trabajó con el Director de la Fundación de Cultura y su equipo, para lograr lo siguiente:

- a) Se trabajó con Nicolás Cisterna comparando y ajustando plan estratégico a nuevo presupuesto. La diferencia está dentro de parámetros % considerados normales.

