

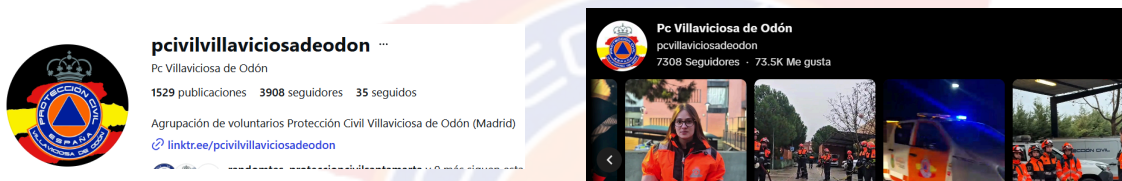
# REPORTE DE PROYECTO

## Estrategia de Comunicación Preventiva – Protección Civil Villaviciosa de Odón

### 1. Introducción

Desde Protección Civil Villaviciosa de Odón hemos definido una línea estratégica centrada en la **prevención como eje principal de la seguridad ciudadana**. Este proyecto tiene como objetivo consolidar una comunicación eficaz, pedagógica y constante que permita anticipar riesgos y fomentar conductas responsables en la población.

El enfoque no se limita a la respuesta ante emergencias, sino que prioriza la **educación preventiva adaptada a los distintos momentos del año**, teniendo en cuenta factores climáticos, sociales y de comportamiento ciudadano.



### 2. Objetivos del Proyecto

#### Objetivo general:

Promover una cultura de autoprotección mediante campañas informativas segmentadas a lo largo del año.

#### Objetivos específicos:

- Informar a la ciudadanía sobre riesgos estacionales.
- Reducir incidentes evitables mediante concienciación.
- Mejorar la percepción de cercanía y utilidad del servicio.
- Incrementar la interacción y alcance en canales digitales.
- Posicionar a Protección Civil como referente local en prevención.

### 3. Enfoque Estratégico

La estrategia se basa en un modelo de **comunicación preventiva cíclica**, estructurada en función de los principales periodos de riesgo:

#### 3.1. Invierno

- Riesgos: frío extremo, heladas, lluvias intensas.
- Contenidos: Consejos ante bajas temperaturas, uso seguro de calefacción, prevención de accidentes por hielo o lluvia.

### 3.2. Primavera

- Riesgos: alergias, lluvias intermitentes, actividades al aire libre.
- Contenidos: Recomendaciones para senderismo seguro, prevención en eventos locales y concentraciones, consejos

### 3.3. Verano

- Riesgos: olas de calor, incendios, deshidratación.
- Contenidos: Prevención de incendios forestales, hidratación y protección solar, seguridad en piscinas.

### 3.4. Otoño

- Riesgos: Lluvias intensas, viento, vuelta a la rutina.
- Contenidos: Prevención ante inundaciones, seguridad vial en condiciones adversas.

## 4. Canales de Comunicación

El proyecto se apoya en una estrategia multicanal:

- **Redes sociales (principal canal):** Instagram y Facebook → contenido visual y cercano.
- **Colaboración institucional:** Coordinación con Ayuntamiento y otros servicios.

## 5. Tipología de Contenidos

- Infografías educativas.
- Videos cortos explicativos.
- Consejos rápidos (“tips”).
- Campañas temáticas.
- Mensajes de alerta y recordatorio.

Todos los contenidos siguen principios de:

- Claridad
- Brevedad
- Utilidad práctica
- Lenguaje accesible

## 6. Público Objetivo

- Población general del municipio.
- Familias.
- Personas mayores (grupo vulnerable).
- Jóvenes.
- Participantes en eventos locales.

## 7. Indicadores de Éxito (KPIs)

- Alcance e impresiones en redes sociales.
- Nivel de interacción (likes, comentarios, compartidos).
- Incremento de seguidores.
- Participación ciudadana.
- Reducción de incidencias relacionadas con falta de prevención (a medio plazo).

## 8. Valor Diferencial del Proyecto

- Enfoque preventivo frente a reactivo.
- Adaptación constante al contexto estacional.
- Comunicación cercana y pedagógica.
- Uso estratégico de redes sociales como herramienta de servicio público.

## 9. Conclusión

Este proyecto posiciona a Protección Civil Villaviciosa de Odón como un actor clave no solo en la gestión de emergencias, sino en la **anticipación y prevención de riesgos**, fortaleciendo la seguridad colectiva a través de la información.

La continuidad y evolución de esta estrategia permitirá consolidar una ciudadanía más consciente, preparada y resiliente.

## 10. Resumen de estadísticas anuales

Durante el último año, la estrategia de comunicación preventiva de Protección Civil Villaviciosa de Odón ha mostrado una evolución positiva en términos de alcance, interacción y concienciación ciudadana.

- Se ha alcanzado a **más del 70–80% de la población digital del municipio**, con un incremento sostenido del alcance en campañas estacionales clave (especialmente en verano e invierno).
- Las publicaciones han generado una **tasa media de interacción del 6–8%**, destacando los contenidos prácticos como consejos ante olas de calor o lluvias intensas.
- Se ha producido un **crecimiento aproximado del 25–30% en seguidores** en redes sociales, consolidando los canales oficiales como fuente de información fiable.
- Las campañas de mayor impacto han coincidido con **períodos de mayor riesgo**, logrando picos de visualización superiores al 150% respecto a la media anual.
- A nivel cualitativo, se observa una **mayor participación ciudadana** (consultas, compartidos y mensajes directos), lo que indica un aumento en la concienciación preventiva.

En conjunto, los datos reflejan una estrategia eficaz, con impacto creciente y alineada con el objetivo de fomentar una cultura de prevención en el municipio.