


	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7	DATOS DE POA			
8				
9				
10	PERIODO DE PLANIFICACIÓN	Enero 2019- Enero 2020		
11				
12	FECHA	11 de enero de 2019		
13				
14	UNIDAD	COMUNICACION		
15				
16	PERSONA QUE RELLENA	Irina Tacias Compte		
17				
18				
19				
20				

META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
				Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2019	01/12/2019	Elaboración informes					
3	01/01/2019	01/12/2019	Gestión cuentas institucionales					
4	01/01/2019	01/12/2019	Gestión listas institucionales					
5	01/01/2019	01/12/2019	Gestión económica proyectos					
6	01/01/2019	01/12/2019	Gestión formaciones					
7	01/01/2019	01/12/2019	Gestión cobros Base Social y poner especial incidencia en devoluciones					
8	01/01/2019	01/12/2019	Gestión incidencias Base social					
9	01/01/2019	01/12/2019	Gestión envíos según plan de relación					
10	01/01/2019	01/12/2019	Actualización información sobre bases de contactos					
11	01/01/2019	01/12/2019	Gestión equipo					
12	01/01/2019	01/12/2019	Convocatorias asambleas					
13	01/01/2019	01/12/2019	Gestión hostings y página web					
14	01/01/2019	01/12/2019	Preparación y envío Modelo 182 Hacienda					
16	01/01/2019	01/12/2019	Revisión, preparación y envío certificados IRPF					
17	01/01/2019	01/12/2019	Revisión y renovación de los compromisos de las asociadas					
18	01/01/2019	01/12/2019	Actualización cuotas asociadas IPC					

Ob N°	Descripción de Objetivo	Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta				
	Generar corriente crítica y movilización en entornos urbanos sobre los abusos del agro negocio y la problemática rural y campesina	OE3, OE4	3					
				SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2019	01/12/2019	Generar debate y movilización en torno a la problemática del exceso del consumo de carne y sus impactos sociales y ambientales					
2	01/01/2019	01/12/2019	Generar debate y movilización en torno a la publicidad alimentaria.					
3	01/01/2019	01/12/2019	Apoyar iniciativas para implementar un impuesto a la comida insana					
4	01/01/2019	01/12/2019	Generar debate y movilización comedores escolares y compra pública					
5	01/01/2019	01/12/2019	Generar debate y movilización nueva campaña mala alimentación en República Dominicana					
6	01/01/2019	01/12/2019	Generar debate y movilización en torno a la alimentación infantil					
7	01/01/2019	01/12/2019	Acciones de comunicación con todas las campañas vigentes este año					
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO				¿REALIZADA?	Observaciones
1	01/01/2019	01/12/2019	Maquetar estudio alimentación infantil					
2	01/01/2019	01/12/2019	Elaboración INFOGRAFÍAS alimentación infantil					
3	01/01/2019	01/12/2019	Presentación estudio alimentación infantil					
4	01/01/2019	01/12/2019	Elaboración EXPOSICIÓN campaña ganadería					
5	01/01/2019	01/12/2019	Presentación campaña ganadería					
6	01/01/2019	01/12/2019	Elaboración INFOGRAFÍAS campaña ganadería					
7	01/01/2019	01/12/2019	Elaboración WEB campaña ganadería					
8	01/01/2019	01/12/2019	Apoyo a la estrategia comunicativa de las campañas en las delegaciones y apoyo en su trabajo en el caso que sea necesario					
9	01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento medios de comunicación y difusión en redes sociales de los materiales de las nuevas campañas					
10	01/01/2019	01/12/2019	Contenidos página web					
11	01/01/2019	01/12/2019	Difusión video IVA 0					
12	01/01/2019	01/12/2019	Preparación nueva web cambio de imagen Justicia Alimentaria (en el caso que los recursos de la organización lo permitan)					
13	01/01/2019	01/12/2019	Apoyo a la estrategia comunicativa de la nueva campaña en República Dominicana (videos, web, maquetación, imagen corporativa, etc)					

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo	Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta					
	Consolidar un ciclo de relación fiel con base social basado en el CRM	OI2	1						
				SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones	
				Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado		
	META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS					
	1	01/01/2019	01/12/2019	Fidelización socias existentes					
	2	01/01/2019	01/12/2019	Aumento feedback base social					
	3	01/01/2019	01/12/2019	Aumentar el número de socias un 20%					
	4	01/01/2019	01/12/2019	Consolidación de la presencia de Justicia Alimentaria en las nuevas ferias					
	5	01/01/2019	01/12/2019	Gestión de las bajas e impagados					
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones	
		01/01/2019	01/12/2019	Consolidar el acercamiento a la base social, potenciales y donantes					
		01/01/2019	01/12/2019	Gestión de la Newsletter para BBSS					
		01/01/2019	01/12/2019	Gestión administrativa de la base social y sus incidencias					
		01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento del ciclo de relación con el socio (incluye envíos, newsletter, convocatorias, etc.)					
		01/01/2019	01/12/2019	Acciones de fidelización en RRSS					
		01/01/2019	01/12/2019	Repensar la recuperación de impagados					

Ob N°	Descripción de Objetivo				Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta																																															
	Incremento fondos libres				OI2	2																																																
					<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SEGUMIENTO 1 Semestre</th> <th colspan="2">EVALUACION FINAL</th> <th rowspan="2">Observaciones</th> </tr> <tr> <th>Resultados</th> <th>% alcanzado</th> <th>Resultados</th> <th>% alcanzado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Incremento fondos de base social un 20%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Incremento fondos libres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Aumento de la presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Correcta gestión de las bajas y los impagados</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SEGUMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	1	01/01/2019	01/12/2019	Incremento fondos de base social un 20%						2	01/01/2019	01/12/2019	Incremento fondos libres						3	01/01/2019	01/12/2019	Aumento de la presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos						4	01/01/2019	01/12/2019	Correcta gestión de las bajas y los impagados								
SEGUMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones																																																		
Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado																																																			
1	01/01/2019	01/12/2019	Incremento fondos de base social un 20%																																																			
2	01/01/2019	01/12/2019	Incremento fondos libres																																																			
3	01/01/2019	01/12/2019	Aumento de la presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos																																																			
4	01/01/2019	01/12/2019	Correcta gestión de las bajas y los impagados																																																			
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACCION N°</th> <th>FECHA INICIO</th> <th>FECHA FINAL</th> <th>ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO</th> <th>¿REALIZADA?</th> <th>Observaciones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Consolidación de un equipo estatal itinerante dedicado a la captación de socios en espacios concretos (ferias, conferencias, etc.)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Incremento de esfuerzo para la captación de donativos de empresas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Nuevas acciones de captación en RRSS</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Trabajo junto a las delegaciones para encontrar y cubrir nuevos espacios de captación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>01/01/2019</td> <td>01/12/2019</td> <td>Apoyo delegaciones para incorporar la captación de fondos privados en sus diferentes acciones</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones	1	01/01/2019	01/12/2019	Consolidación de un equipo estatal itinerante dedicado a la captación de socios en espacios concretos (ferias, conferencias, etc.)			2	01/01/2019	01/12/2019	Incremento de esfuerzo para la captación de donativos de empresas			3	01/01/2019	01/12/2019	Nuevas acciones de captación en RRSS			4	01/01/2019	01/12/2019	Trabajo junto a las delegaciones para encontrar y cubrir nuevos espacios de captación			5	01/01/2019	01/12/2019	Apoyo delegaciones para incorporar la captación de fondos privados en sus diferentes acciones														
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones																																																	
1	01/01/2019	01/12/2019	Consolidación de un equipo estatal itinerante dedicado a la captación de socios en espacios concretos (ferias, conferencias, etc.)																																																			
2	01/01/2019	01/12/2019	Incremento de esfuerzo para la captación de donativos de empresas																																																			
3	01/01/2019	01/12/2019	Nuevas acciones de captación en RRSS																																																			
4	01/01/2019	01/12/2019	Trabajo junto a las delegaciones para encontrar y cubrir nuevos espacios de captación																																																			
5	01/01/2019	01/12/2019	Apoyo delegaciones para incorporar la captación de fondos privados en sus diferentes acciones																																																			

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo		Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta					
	Gestión de Recursos Humanos.		015							
			SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones			
	META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado		
	1	01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento y monitoreo de la persona dedicada a la captación y gestión del CRM						
	2	01/01/2019	01/12/2019	Consolidar el nuevo equipo itinerante de captación						
	3	01/01/2019	01/12/2019	Incorporación nueva persona al departamento de comunicación						
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones				
	1	01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento y apoyo a las acciones de Óscar Ballesteros en la captación y fidelización de la base social						
	2	01/01/2019	01/12/2019	Formación y seguimiento de la nueva persona de comunicación (en el caso que los recursos lo permitan)						
	3	01/01/2019	01/12/2019	Formación y seguimiento de las nuevas personas dedicadas a la captación						

OBJETIVOS

Ob Nº	Descripción de Objetivo				Objetivo/s estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta		
	Contribuir a los proyectos y tareas asignados al Equipo Técnico Directivo.				Todos	3			
					SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
	META Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
	1	01/01/2019	01/12/2019	Participación en los procesos de ETD					
	2	01/01/2019	01/12/2019	Participación den la definición y coordinación de la estrategia de Campañas.					
	ACCION Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones	
		01/01/2019	01/12/2019	Elaboración de informes para ETD y para JD					

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo	Objetivo/s estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta
	Mejorar la Calidad (sistematización y aprendizaje) y eficiencia de las acciones comunicativas de la organización.	O16	6	

META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	SEGUIMIENTO 1 Semestre		SEGUIMIENTO 2º Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
				Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2019	01/12/2019	Sistematizar para Incrementar el impacto de las campañas							
2	01/01/2019	01/12/2019	Sistematizar para Incrementar y mejorar la calidad de los impactos en medios							
3	01/01/2019	01/12/2019	Sistematizar para garantizar la calidad de nuestra comunicación online							
4	01/01/2019	01/12/2019	Sistematizar para garantizar el cumplimiento del plan de relación							
5	01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento de los medios de comunicación sobre los temas de la organización							

ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones
	01/01/2019	01/12/2019	Implementación de la nueva estrategia de redes sociales y web		
	01/01/2019	01/12/2019	Seguimiento de los informes periódicos para el análisis de impacto de la COM online		

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo			Objetivo/s estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta		
	Impulsar y fortalecer el proceso institucional de Género.			O11	2			
				SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2019	01/12/2019	Llevar a cabo una comunicación interna y externa no sexista					
2	01/01/2019	01/12/2019	Implementar en la unidad de comunicación los diferentes mandatos del Plan de Acción					
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones	
1	01/01/2019	01/12/2019	Participación en la comisión de género de la organización					
2	01/01/2019	01/12/2019	Participación en el proceso de debate para la constitución de un nuevo Plan de Género					