


	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				
5				
6	DATOS DE POA			
7				
8				
9				
10	PERIODO DE PLANIFICACIÓN	Enero 2022- Enero 2023		
11				
12	FECHA	17 de enero de 2022		
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	01/01/2022	31/12/2022	Elaboración informes					
3	01/01/2022	31/12/2022	Gestión cuentas institucionales					
4	01/01/2022	31/12/2022	Gestión listas institucionales					
5	01/01/2022	31/12/2022	Gestión económica proyectos					
6	01/01/2022	31/12/2022	Gestión formaciones					
7	01/01/2022	31/12/2022	Gestión cobros Base Social y poner especial incidencia en devoluciones					
8	01/01/2022	31/12/2022	Gestión incidencias Base social					
9	01/01/2022	31/12/2022	Gestión envíos según plan de relación					
10	01/01/2022	31/12/2022	Actualización información sobre bases de contactos					
11	01/01/2022	31/12/2022	Gestión equipo					
12	01/01/2022	31/12/2022	Convocatorias asambleas					
13	01/01/2022	31/12/2022	Gestión hostings y página web					
14	01/01/2022	31/12/2022	Preparación y envío Modelo 182 Hacienda					
16	01/01/2022	31/12/2022	Revisión, preparación y envío certificados IRPF					
17	01/01/2022	31/12/2022	Revisión y renovación de los compromisos de las asociadas					
18	01/01/2022	31/12/2022	Actualización cuotas asociadas IPC					

OBJETIVOS

Ob Nº	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	

META Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
				Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2022	31/12/2022	Presentación pública nueva web corporativa					
2	01/01/2022	31/12/2022	Acciones de comunicación de la nueva campaña sobre las empresas cárnicas en Catalunya					
3	01/01/2022	31/12/2022	Acciones de comunicación de la campaña Las Mentiras que Comemos (el proyecto sigue)					
4	01/01/2022	31/12/2022	Campaña derechos laborales					
5	01/01/2022	31/12/2022	Acciones de comunicación con todas las campañas que siguen vigentes este año (Defiéndeme, Carne de Cañón, MiPrimerVeneno, DameVeneno...)					
6	01/01/2022	31/12/2022	Campaña mala alimentación Honduras					
7	01/01/2022	31/12/2022	Difusión y dar a conocer el trabajo de la organización a nivel corporativo					
ACCION Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO				¿REALIZADA?	Observaciones
1	01/01/2022	31/12/2022	Elaboración vídeos campaña Las Mentiras que comemos					
2	01/01/2022	31/12/2022	Elaboración vídeo empresas cárnicas Catalunya					
3	01/01/2022	31/12/2022	Elaboración exposición campaña Derechos Laborales (hivernadero?)					
4	01/01/2022	31/12/2022	Lanzamiento campaña Derechos Laborales					
5	01/01/2022	31/12/2022	Lanzamiento campaña empresas carnicas Catalunya					
6	01/01/2022	31/12/2022	Preparación analítica redes sociales para lograr acercamiento público joven					
7	01/01/2022	31/12/2022	Web y vídeo proyecto mala alimentación Honduras					
8	01/01/2022	31/12/2022	Apoyo a la estrategia comunicativa de las campañas en las delegaciones y apoyo en su trabajo en el caso que sea necesario					
9	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento medios de comunicación y difusión en redes sociales de los materiales de las nuevas campañas					
10	01/01/2022	31/12/2022	Contenidos página web					
11	01/01/2022	31/12/2022	Difusión tour empresas carnicas contaminantes Bna					
12	01/01/2022	31/12/2022	Elaboración web, vídeo y traducción a todos los idiomas del Estado investigación derechos laborales					
13	01/01/2022	31/12/2022	Preparación materiales de campaña Honduras y lanzamiento campaña					
13	01/01/2022	31/12/2022	Vídeo OECOM's Bolivia					

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	

META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
				Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
1	01/01/2022	31/12/2022	Fidelización socias existentes					
2	01/01/2022	31/12/2022	Aumento feedback base social					
3	01/01/2022	31/12/2022	Aumentar el número de socias mediante acciones de marketing y TLMKT					
4	01/01/2022	31/12/2022	Recuperar la presencia en ferias y eventos presenciales					
5	01/01/2022	31/12/2022	Reducción de las devoluciones en torno al 5-6%					
6	01/01/2022	31/12/2022	Nuevo trabajo con el GONG					

ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones
1	01/01/2022	31/12/2022	Consolidar el acercamiento a la base social, potenciales y donantes		
2	01/01/2022	31/12/2022	Gestión de la Newsletter para BBSS		
3	01/01/2022	31/12/2022	Gestión administrativa de la base social y sus incidencias		
4	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento del ciclo de relación con el socio (incluye envíos, newsletter, convocatorias, etc.)		
5	01/01/2022	31/12/2022	Acciones de fidelización en RRSS		
6	01/01/2022	31/12/2022	Campaña de recuperación de impagados 2021		
8	01/01/2022	31/12/2022	Campaña convertir donantes en socios		
9	01/01/2022	31/12/2022	Campaña recuperación exsocios		
15	01/01/2022	31/12/2022	Campaña conversión interesados en socios		

Ob Nº	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">SEGUIMIENTO 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>01/01/2022</td> <td>31/12/2022</td> <td>Incremento fondos de base social con acciones de marketing</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>01/01/2022</td> <td>31/12/2022</td> <td>Incremento fondos libres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>01/01/2022</td> <td>31/12/2022</td> <td>Recuperación 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>01/01/2022</td> <td>31/12/2022</td> <td>Correcta gestión de las bajas y los impagados</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	1	01/01/2022	31/12/2022	Incremento fondos de base social con acciones de marketing						2	01/01/2022	31/12/2022	Incremento fondos libres						3	01/01/2022	31/12/2022	Recuperación de la presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos						4	01/01/2022	31/12/2022	Correcta gestión de las bajas y los impagados							
SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones																																																
Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado																																																	
1	01/01/2022	31/12/2022	Incremento fondos de base social con acciones de marketing																																																	
2	01/01/2022	31/12/2022	Incremento fondos libres																																																	
3	01/01/2022	31/12/2022	Recuperación de la presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos																																																	
4	01/01/2022	31/12/2022	Correcta gestión de las bajas y los impagados																																																	
ACCION Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones																																															
1	01/01/2022	31/12/2022	Rehacer el equipo estatal itinerante dedicado a la captación de socios en espacios concretos (ferias, conferencias, etc.) tras la COVID																																																	
2	01/01/2022	31/12/2022	Incremento de esfuerzo para la captación de donativos de empresas																																																	
3	01/01/2022	31/12/2022	Nuevas acciones de captación en RRSS																																																	
4	01/01/2022	31/12/2022	Trabajo junto a las delegaciones para encontrar y cubrir nuevos espacios de captación																																																	
5	01/01/2022	31/12/2022	Apoyo delegaciones para incorporar la captación de fondos privados en sus diferentes acciones																																																	
7	01/01/2022	31/12/2022	Feria Eco Alicante																																																	
10	01/01/2022	31/12/2022	Campaña captación firmantes de empresas porcinas CAT																																																	
11	01/01/2022	31/12/2022	Campaña captación firmantes bebidas energéticas																																																	
12	01/01/2022	31/12/2022	Campaña aumento de cuota (beneficios fiscales renta)																																																	
13	01/01/2022	31/12/2022	Feria Bio Natura Málaga																																																	
14	01/01/2022	31/12/2022	Biocultura Barcelona																																																	
16	01/01/2022	31/12/2022	Bioterra Irun																																																	
17	01/01/2022	31/12/2022	Fira Alternativa Valencia																																																	
18	01/01/2022	31/12/2022	Gozo																																																	
19	01/01/2022	31/12/2022	Campaña captación firmantes fertilizantes																																																	
20	01/01/2022	31/12/2022	Biocultura Madrid																																																	
21	01/01/2022	31/12/2022	Campaña captación 35 cumpleaños JA																																																	
22	01/01/2022	31/12/2022	Biocultura Sevilla																																																	

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo		Objetivo/s 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	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento y monitoreo de la persona dedicada a la captación y gestión del GONG					
	2	01/01/2022	31/12/2022	Consolidar el nuevo equipo itinerante de captación					
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones			
	1	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento y apoyo a las acciones de Óscar Ballesteros en la captación y fidelización de la base social					
	3	01/01/2022	31/12/2022	Formación y seguimiento de las nuevas personas dedicadas a la captación					

OBJETIVOS

Ob N°	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 N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado		
	1	01/01/2022	31/12/2022	Participación en los procesos de ETD						
	2	01/01/2022	31/12/2022	Participación den la definición y coordinación de la estrategia de Campañas.						
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones		
		01/01/2022	31/12/2022	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	01/01/2022	31/12/2022	Sistematizar para Incrementar el impacto de las campañas							
2	01/01/2022	31/12/2022	Sistematizar para Incrementar y mejorar la calidad de los impactos en medios							
3	01/01/2022	31/12/2022	Sistematizar para garantizar la calidad de nuestra comunicación online							
4	01/01/2022	31/12/2022	Sistematizar para garantizar el cumplimiento del plan de relación							
5	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento de los medios de comunicación sobre los temas de la organización							
	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento de las campañas de organizaciones aliadas							

ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones
	01/01/2022	31/12/2022	Implementación de la nueva estrategia de redes sociales y web		
	01/01/2022	31/12/2022	Seguimiento de los informes periódicos para el análisis de impacto de la COM online		

