

	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				
5				
6	DATOS DE POA			
7				
8				
9				
10	PERIODO DE PLANIFICACIÓN	Enero 2025- Enero 2026		
11				
12	FECHA	13 de diciembre de 2024		
13				
14	UNIDAD	COMUNICACION		
15				
16	PERSONA QUE RELLENA	Irina Tacias Compte		
17				
18				
19				
20				



				SEGUIMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
	1/1/2025	31/12/2025	Elaboración informes		100%		100%	
3	1/1/2025	31/12/2025	Gestión cuentas institucionales		100%		100%	
4	1/1/2025	31/12/2025	Gestión listas institucionales		100%		100%	
5	1/1/2025	31/12/2025	Gestión económica proyectos		100%		100%	
6	1/1/2025	31/12/2025	Gestión formaciones	No hemos hecho				
7	1/1/2025	31/12/2025	Gestión cobros Base Social y poner especial incidencia en devoluciones		80%		100%	
8	1/1/2025	31/12/2025	Gestión incidencias Base social		100%		100%	
9	1/1/2025	31/12/2025	Gestión envíos según plan de relación		100%		100%	
11	1/1/2025	31/12/2025	Gestión equipo		100%		100%	
12	1/1/2025	31/12/2025	Convocatorias asambleas		100%		100%	
13	1/1/2025	31/12/2025	Gestión hostings y página web		100%		100%	
14	1/1/2025	31/12/2025	Preparación y envío Modelo 182 Hacienda		100%		100%	
16	1/1/2025	31/12/2025	Revisión, preparación y envío certificados IRPF		100%		100%	
17	1/1/2025	31/12/2025	Revisión y renovación de los compromisos de las asociadas		100%		100%	
18	1/1/2025	31/12/2025	Actualización cuotas asociadas IPC		100%		100%	

OBJETIVOS

Ob Nº	Descripción de Objetivo	Objetivo/s 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	1/1/2025	31/12/2025	Difusión y dar a conocer el trabajo de la organización a nivel corporativo		100%			
2	1/1/2025	31/12/2025	Acciones de comunicación vinculadas al nuevo CONVENIO campañas		100%			
3	1/1/2025	31/12/2025	Acciones de comunicación con todas las campañas que siguen vigentes este año		100%			
4	1/1/2025	31/12/2025	Acciones de comunicación campaña Error 404		100%			
5	1/1/2025	31/12/2025	Acciones de comunicación campaña UNFOLLOW		100%			
ACCION Nº	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO				¿REALIZADA?	Observaciones
1	1/1/2025	31/12/2025	Elaboración materiales campaña UNFOLLOW				si	
2	1/1/2025	31/12/2025	Elaboración materiales observatorio				si	
3	1/1/2025	31/12/2025	Campana redes sociales para conseguir leads				si	
6	1/1/2025	31/12/2025	Campana redes sociales para lograr acercamiento público joven (contacto influencers jóvenes)				si	
7	1/1/2025	31/12/2025	Elaboración materiales campaña alimentación tecnificada ERROR 404				si	
8	1/1/2025	31/12/2025	Apoyo a la estrategia comunicativa de las campañas en las delegaciones y apoyo en su trabajo en el caso que sea necesario				si	
9	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento medios de comunicación y difusión en redes sociales de los materiales de las nuevas campañas				si	
10	1/1/2025	31/12/2025	Contenidos página web				si	
13	1/1/2025	31/12/2025	Elaboración materiales campaña CUERPO Y ALIMENTACIÓN				Si	

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	1/1/2025	31/12/2025	Fidelización socias existentes		100%		100%	
2	1/1/2025	31/12/2025	Aumento feedback base social		100%		100%	
3	1/1/2025	31/12/2025	Aumentar el número de socias mediante acciones de marketing y TLMKT (200 SOCIAS NUEVAS AÑO)		100%		100%	Hemos superado el objetivo fijado de 200 socias, llegando a las 262
4	1/1/2025	31/12/2025	Aumento presencia en ferias y eventos presenciales		50%		50%	
5	1/1/2025	31/12/2025	Reducción de las devoluciones en torno al 4%		50%		50%	
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO		¿REALIZADA?	Observaciones		
1	1/1/2025	31/12/2025	Consolidar el acercamiento a la base social, potenciales y donantes		SI			
2	1/1/2025	31/12/2025	Gestión de la Newsletter para BBSS		SI			
3	1/1/2025	31/12/2025	Gestión administrativa de la base social y sus incidencias		SI			
4	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento del ciclo de relación con el socio (incluye envíos, newsletter, convocatorias, etc.)		SI			
5	1/1/2025	31/12/2025	Acciones de fidelización en RRSS		SI			
6	1/1/2025	31/12/2025	Campaña de recuperación de impagados		SI			

Ob N°	Descripción de Objetivo				Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta		
	Incremento fondos libres				OI2	2			
					SEGUMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones
	META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	
	1	1/1/2025	31/12/2025	Incremento fondos de base social con acciones de marketing		100%		100%	
	2	1/1/2025	31/12/2025	Incremento fondos libres		100%		100%	
	3	1/1/2025	31/12/2025	Presencia de Justicia Alimentaria en ferias y eventos		50%		100%	
	4	1/1/2025	31/12/2025	Correcta gestión de las bajas y los impagados		100%		100%	
		1/1/2025	31/12/2025						
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones	
	1	1/1/2025	31/12/2025	Campaña ADS para conseguir leads			si		
	2	1/1/2025	31/12/2025	Incremento de esfuerzo para la captación de donativos de empresas			si	Estamos negociando con un restaurante	
	3	1/1/2025	31/12/2025	Nuevas acciones de captación en RRSS			si		
	4	1/1/2025	31/12/2025	Trabajo junto a las delegaciones para encontrar y cubrir nuevos espacios de captación			no		
	5	1/1/2025	31/12/2025	Apoyo delegaciones para incorporar la captación de fondos privados en sus diferentes acciones			si		
	6	1/1/2025	31/12/2025	Campaña captación firmantes TLMK			si		
	7	1/1/2025	31/12/2025	Biocultura Barcelona			si		
	8	1/1/2025	31/12/2025	Biocultura Madrid			si	2n semestre	
	9	1/1/2025	31/12/2025	Recuperación exsocias (anual)			si	2n semestre	
	10	1/1/2025	31/12/2025	Aumento de cuota (bianual)			si	2n semestre	
	11	1/1/2025	31/12/2025	Participantes actividades año anterior			no	Se han pasado como leads en las mismas campañas de leads	
	12	1/1/2025	31/12/2025	Fira gastronómica Barcelona			NO	Participación muy cara y pegada a biocultura madrid	

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo				Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta																																					
	Gestión de Recursos Humanos.				O15																																							
					<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SEGUIENTO 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>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Seguimiento y monitoreo de la persona dedicada a la captación y gestión del GONG</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Consolidar el nuevo equipo itinerante de captación</td> <td></td> <td>40%</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SEGUIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	1	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento y monitoreo de la persona dedicada a la captación y gestión del GONG		100%		100%		2	1/1/2025	31/12/2025	Consolidar el nuevo equipo itinerante de captación		40%		100%												
SEGUIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones																																								
Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado																																									
1	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento y monitoreo de la persona dedicada a la captación y gestión del GONG		100%		100%																																					
2	1/1/2025	31/12/2025	Consolidar el nuevo equipo itinerante de captación		40%		100%																																					
					<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> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Seguimiento y apoyo a las acciones de Óscar Ballesteros en la captación y fidelización de la base social</td> <td>si</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Formación y seguimiento de las nuevas personas dedicadas a la captación en TLMK</td> <td>si</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Acompañamiento a Marc y Daphnee en sus tareas en el departamento</td> <td>si</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones				1	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento y apoyo a las acciones de Óscar Ballesteros en la captación y fidelización de la base social	si					3	1/1/2025	31/12/2025	Formación y seguimiento de las nuevas personas dedicadas a la captación en TLMK	si					4	1/1/2025	31/12/2025	Acompañamiento a Marc y Daphnee en sus tareas en el departamento	si						
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones																																							
1	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento y apoyo a las acciones de Óscar Ballesteros en la captación y fidelización de la base social	si																																								
3	1/1/2025	31/12/2025	Formación y seguimiento de las nuevas personas dedicadas a la captación en TLMK	si																																								
4	1/1/2025	31/12/2025	Acompañamiento a Marc y Daphnee en sus tareas en el departamento	si																																								

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	1/1/2025	31/12/2025	Participación en los procesos de ETD		100%		100%	
	2	1/1/2025	31/12/2025	Participación den la definición y coordinación de la estrategia de Campañas.		100%		100%	
		1/1/2025	31/12/2025	Nueva PE	100				
	ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO			¿REALIZADA?	Observaciones	
		1/1/2025	31/12/2025	Elaboración de informes para ETD y para JD			si		
		1/1/2025	31/12/2025	Elaboración de la PE 2026			si		

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	1/1/2025	31/12/2025	Sistematizar para Incrementar el impacto de las campañas		100%				100%	
2	1/1/2025	31/12/2025	Sistematizar para Incrementar y mejorar la calidad de los impactos en medios		100%				100%	
3	1/1/2025	31/12/2025	Sistematizar para garantizar la calidad de nuestra comunicación online		100%				100%	
4	1/1/2025	31/12/2025	Sistematizar para garantizar el cumplimiento del plan de relación		100%				100%	
5	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento de los medios de comunicación sobre los temas de la organización		100%				100%	
	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento de las campañas de organizaciones aliadas		100%				100%	

ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones
	1/1/2025	31/12/2025	Implementación de la nueva estrategia de redes sociales y web	si	
	1/1/2025	31/12/2025	Seguimiento de los informes periódicos para el análisis de impacto de	si	

OBJETIVOS

Ob N°	Descripción de Objetivo				Objetivos estratégicos a los que contribuye	Prioridad	Consideraciones a tener en cuenta																																
	Impulsar y fortalecer el proceso institucional de Género.				O11	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>META N°</th> <th>FECHA INICIO</th> <th>FECHA FINAL</th> <th>METAS</th> <th>Resultados</th> <th>% alcanzado</th> <th>Resultados</th> <th>% alcanzado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Llevar a cabo una comunicación interna y externa no sexista</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Implementar en la unidad de comunicación los diferentes mandatos del Plan de Género</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SEGUMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones	META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS	Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado	1	1/1/2025	31/12/2025	Llevar a cabo una comunicación interna y externa no sexista		100%		100%		2	1/1/2025	31/12/2025	Implementar en la unidad de comunicación los diferentes mandatos del Plan de Género		100%		100%			
SEGUMIENTO 1 Semestre		EVALUACION FINAL		Observaciones																																			
META N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	METAS		Resultados	% alcanzado	Resultados	% alcanzado																															
1	1/1/2025	31/12/2025	Llevar a cabo una comunicación interna y externa no sexista		100%		100%																																
2	1/1/2025	31/12/2025	Implementar en la unidad de comunicación los diferentes mandatos del Plan de Género		100%		100%																																
					<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>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Participación en la comisión de género de la organización</td> <td>si</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1/1/2025</td> <td>31/12/2025</td> <td>Participación en el proceso del Plan de Igualdad</td> <td>si</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones	1	1/1/2025	31/12/2025	Participación en la comisión de género de la organización	si		2	1/1/2025	31/12/2025	Participación en el proceso del Plan de Igualdad	si																
ACCION N°	FECHA INICIO	FECHA FINAL	ACCIONES MÁS IMPORTANTES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	¿REALIZADA?	Observaciones																																		
1	1/1/2025	31/12/2025	Participación en la comisión de género de la organización	si																																			
2	1/1/2025	31/12/2025	Participación en el proceso del Plan de Igualdad	si																																			