

# Nuestro Plan de Acción

Algunas claves para elaborarlo

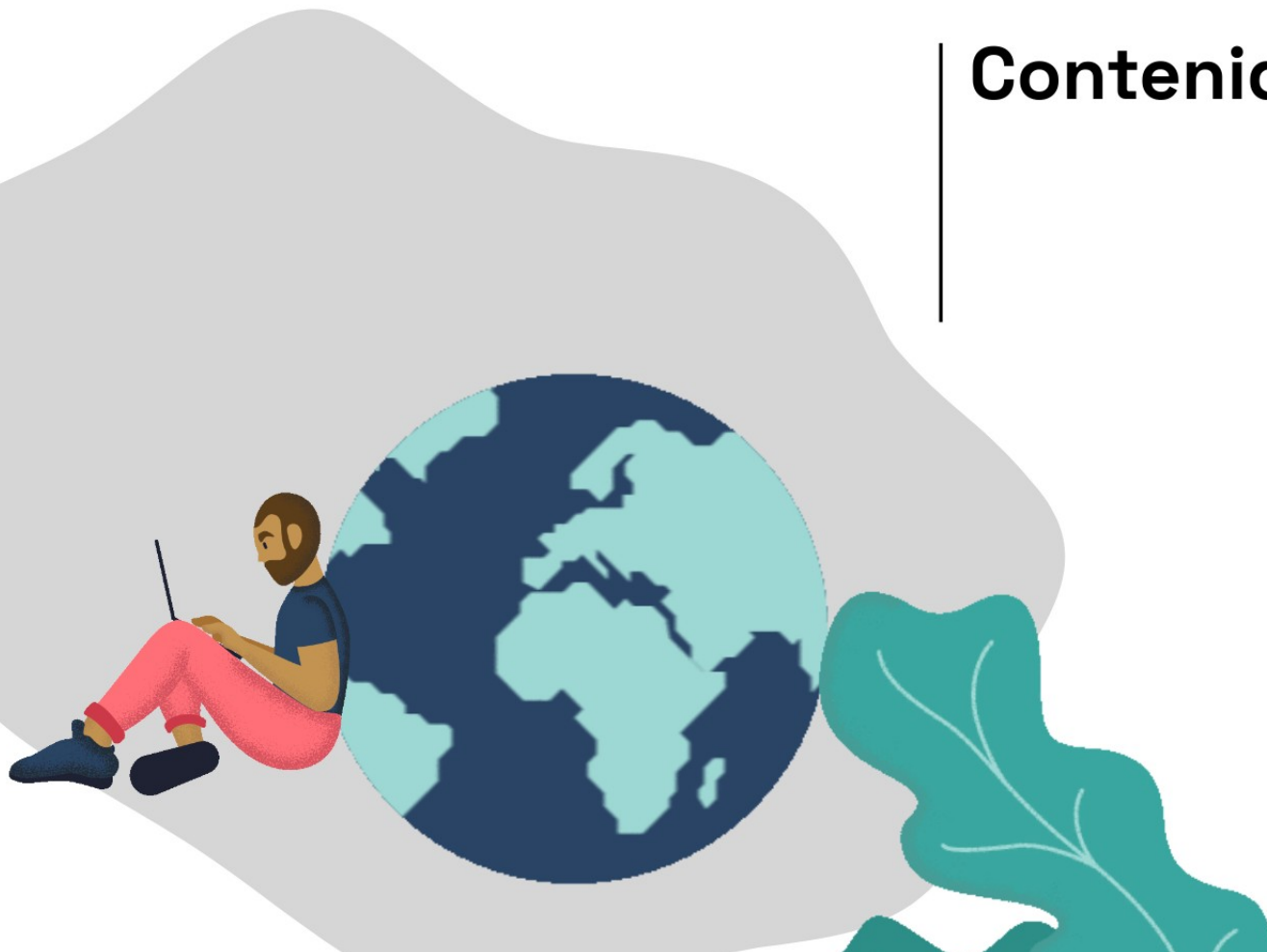
---



# CONTENIDO

- 1.** Contenido del Plan de Acción
- 2.** Objetivos
- 3.** Diagnóstico de la situación de partida
- 4.** Actividades para conseguir los objetivos
- 5.** Campaña de comunicación
- 6.** Evaluación

# Contenido de nuestro Plan de Acción



NOMBRE DEL CENTRO  
EDUCATIVO

FOTO DE LOS  
EMBAJADORES

OBJETIVOS

ACTIVIDADES

# Objetivos

Food Wave tiene 3 objetivos generales



1

ACTUAR PARA LUCHAR CONTRA  
EL CAMBIO CLIMÁTICO

2

MODIFICAR LOS HÁBITOS DE  
ALIMENTACIÓN

# Objetivos

Food Wave tiene 5 mensajes clave



1

ELIGE UNA DIETA SALUDABLE Y  
SOSTENIBLE

2

APOYA LA PRODUCCIÓN LOCAL Y  
LOS MERCADOS TERRITORIALES

3

STOP DESPERDICIO  
ALIMENTARIO

4

COMPARTE CONOCIMIENTOS Y  
HAZLOS LLEGAR A LAS  
INSTITUCIONES

# Objetivos



**CUANTIFICABLES**

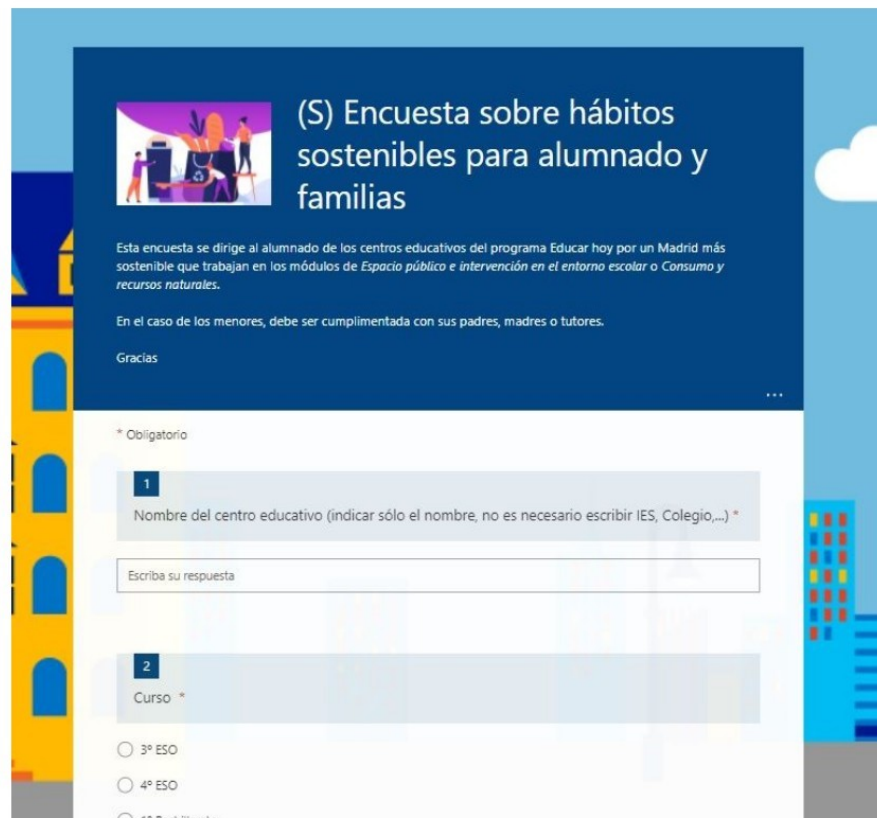
**REALISTAS**

Objetivos	Actividades	Responsables	Plazos
Comer fruta de temporada en los recreos	Montaje y difusión de un vídeo de sensibilización	Comité de embajadores	Segundo trimestre



# Diagnóstico de la situación de partida

Nuestra línea base: encuestas sobre hábitos sostenibles



**(S) Encuesta sobre hábitos sostenibles para alumnado y familias**

Esta encuesta se dirige al alumnado de los centros educativos del programa Educar hoy por un Madrid más sostenible que trabajan en los módulos de *Espacio público e intervención en el entorno escolar* o *Consumo y recursos naturales*.

En el caso de los menores, debe ser cumplimentada con sus padres, madres o tutores.

Gracias

\* Obligatorio

**1**  
Nombre del centro educativo (indicar sólo el nombre, no es necesario escribir IES, Colegio,...) \*

Escriba su respuesta

**2**  
Curso \*

3º ESO

4º ESO

5º ESO








MADRID



# Actividades para conseguir los objetivos

Algunos criterios a tener en cuenta

- 1** *Potencial comunicativo* 
- 2** *Capacidad de trabajo con el barrio* 
- 3** *Fácil integración curricular* 
- 4** *Replicable otros cursos* 
- 5** *Importancia de apoyarnos en las convocatorias del Programa* 



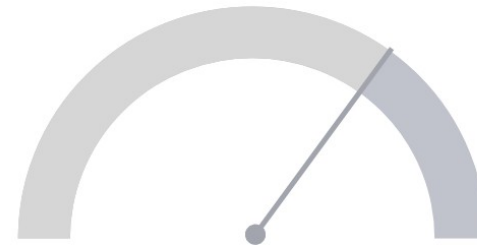


# Campaña de comunicación

Lo fundamental son las Campañas de Comunicación **Peer to Peer**



Los embajadores  
sois  
los protagonistas



Sabéis cómo comunicar a  
vuestros iguales la  
importancia de una  
alimentación sostenible



# Campaña de comunicación

## 4 Claves fundamentales



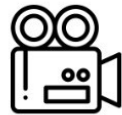
### Lema / Hashtag

Frase motivadora que defina el objetivo que queréis transmitir



### Redes Sociales

Tres objetivos: Informar, persuadir y recordar



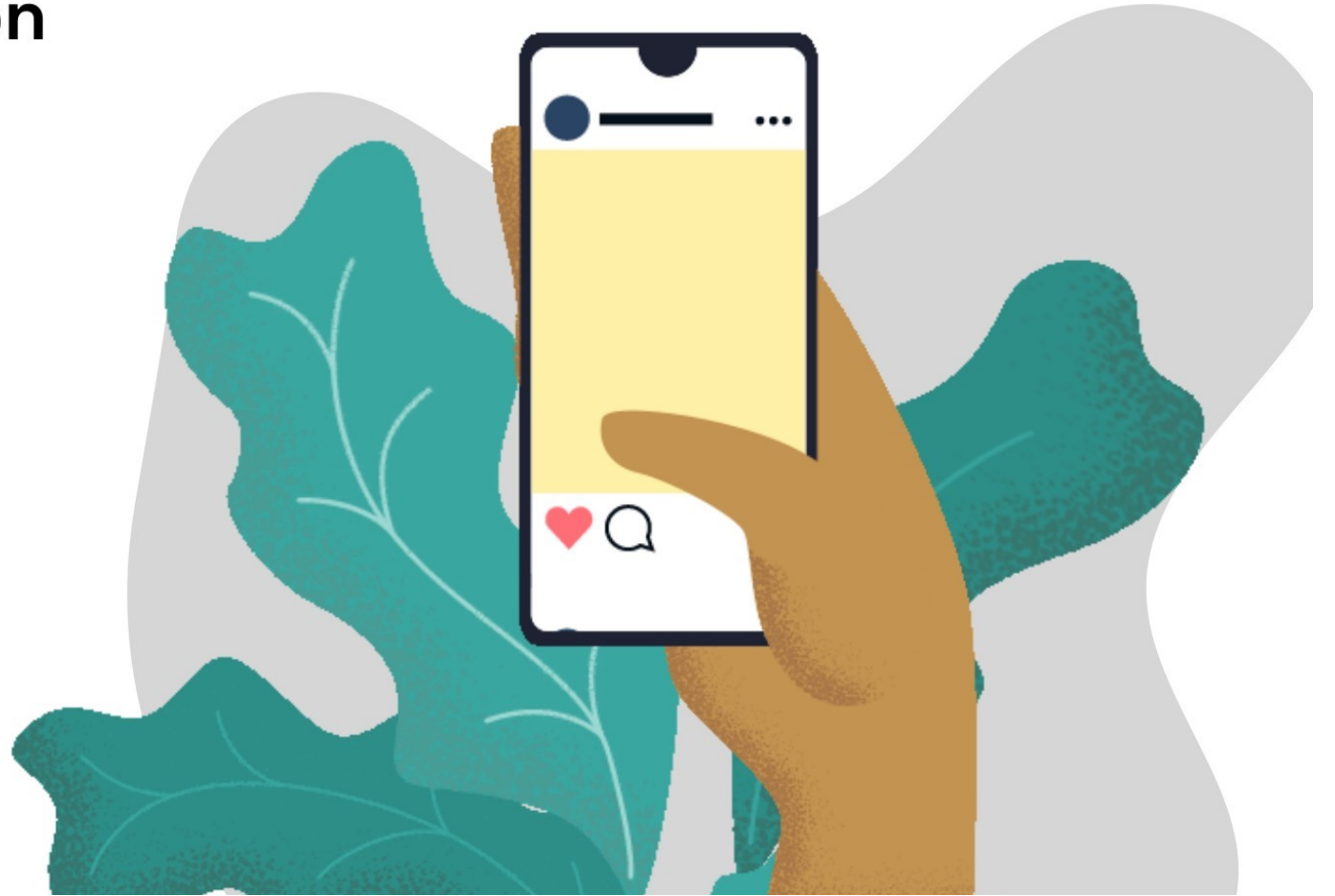
### Vídeo / Cartel

Es la mejor estrategia de difusión.  
Recordad que el vídeo no supere el minuto



### Concurso

Todos los años celebramos un concurso de carteles para motivar vuestras campañas



# Campaña de comunicación

La importancia de crear equipo



# Campaña de comunicación

Algunos ejemplos



Unión Europea  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural  
Europa invierte en las zonas rurales

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

PNDR  
Programa Nacional de Desarrollo Rural  
2014-2020

G.O. ALIMENTACIÓN PÚBLICA SOSTENIBLE 4.0. MEJORAR LAS COMPETENCIAS DE PRODUCTORES HORTOFRUTÍCOLAS ECOLÓGICAS DE PROXIMIDAD PARA FAVORECER LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE COMEDORES PÚBLICOS DE MADRID, VALENCIA Y CANARIAS

Actuación cofinanciada por la Unión Europea

Unión Europea  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural

*Europa invierte en las zonas rurales*

INVERSIÓN:

Total	599.070,88 €
Cofinanciación UE	80 %



# | Evaluación de resultados



Evaluación Intermedia

Evaluación Final

Evaluación a Largo Plazo

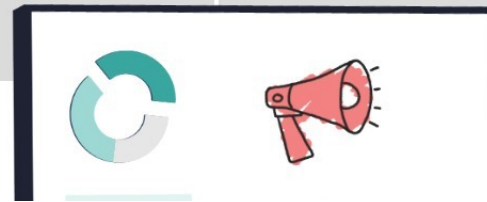
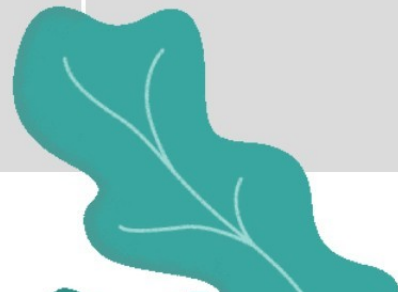


Punto de  
nartida



# Evaluación del proceso

	Equipo	Visibilidad	Implicación con el proyecto	Satisfacción con el proyecto	Implicación de los aliados	...
Actividad 1						
Actividad 2						





# GRACIAS

FOOD WAVE

