Informe de participación: Campaña 2do trimestre - 2024

Subdirección para la Infancia

Elaborado por:

LORENA MONTAÑEZ MORA

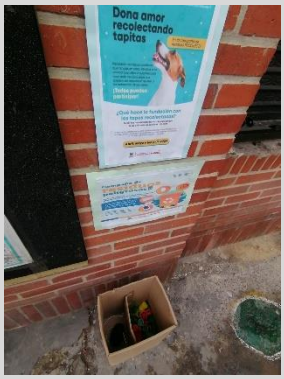
Campaña Ambiental 2024

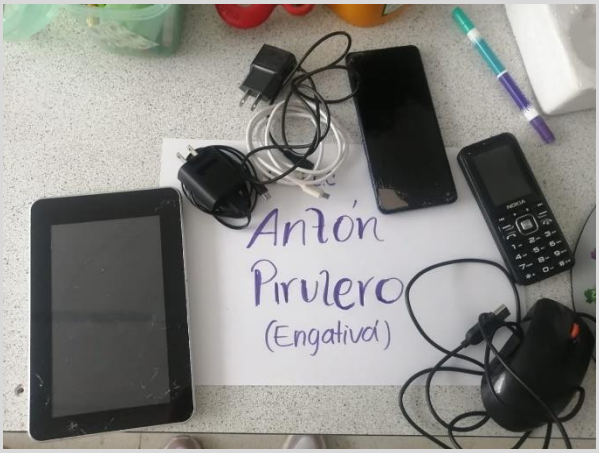
MES: ABRIL DE 2024

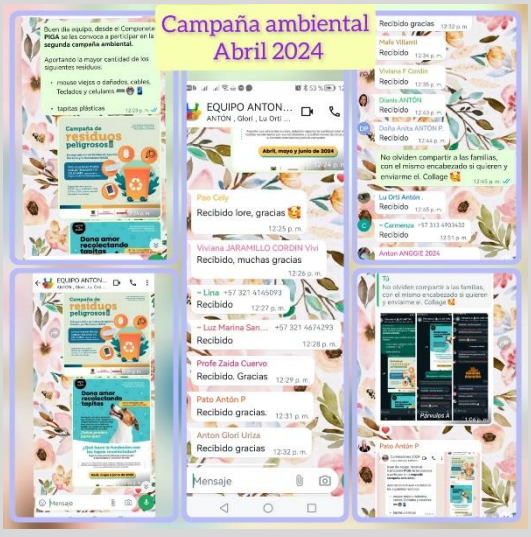
Nombre de la actividad	**#RAEEcolecta**		
Nombre de la unidad operativa	ANTÓN PIRULERO	Fecha de reporte 1 JULIO 2024	30 MAYO 2024
Observaciones del proceso	Las familias y el talento humano del jardín atendieron con disposición a la convocatoria, acercándose a la unidad con tablets, celulares viejos, audífonos, cables y mouse dañados. Participando de esta manera de la estrategia RAEECOLECTA. Campaña ambiental correspondiente al segundo trimestre del año. Los elementos fueron entregados en la subdirección local de Engativá en las fechas acordadas.		
¿Indique la(s) razón(es) por las que no participó de la actividad?			

FOTOGRAFÍAS DE LA JORNADA DE #RAEEcolecta (relaciona una foto)











MES: ABRIL DE 2024

Nombre de la actividad	**Dona amor recolectando Tapitas**		
Nombre de la unidad operativa	ANTÓN PIRULERO	Fecha de reporte	30 MAYO 2024
Observaciones del proceso	Frente a esta estrategia hubo una gran acogida por parte de las familias y el equipo de trabajo al conocer que el material sería de apoyo para fundaciones de animales, esto les generaba gran interés para acercarse a depositar sus tapas en el punto de recolección haciendo participes a los niños y niñas de la propuesta.		
¿ Indique la(s) razón(es) por las que no participó de la actividad?	Justificar las razones por las cuales no se pudo participar		

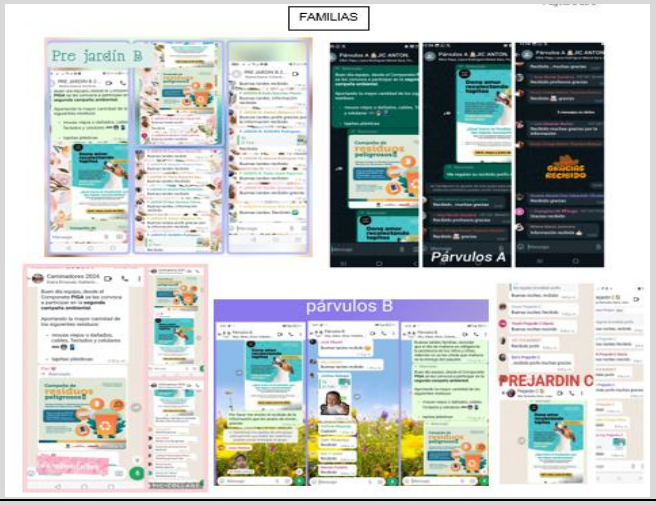
FOTOGRAFÍAS DE LA JORNADA DE RECOLECIÓN DE TAPAS (relaciona 1 fotografía)











MES: JUNIO DE 2024

Nombre de la actividad	**Únete al Consumo Sostenible: Di Adiós a los Plásticos de un Solo Uso**
Cantidad de personas que participaron en la actividad.	127
¿Indique la(s) razón(es) por las que no participó de la actividad?	Justificar las razones por las cuales no se pudo participar
Observaciones del proceso	La socialización del flyer informativo se realizó utilizando medios de difusión tecnológicos para que cada familia usuaria del servicio tuviera la pieza publicitaria disponible para guardar y compartir con sus contactos. Siendo este medio un efectivo puente de comunicación entre las familias y el jardín.

FOTOGRAFÍAS ÚNETE AL CONSUMO SOSTENIBLE: DI ADIÓS A LOS PLÁSTICOS DE UN SOLO USO













Observaciones de la campaña y/o acciones de mejora que se evidencien desde la unidad operativa a la cual corresponda este informe:

Las familias, talento humano y demás miembros de la comunidad del jardín que participaron activamente de las estrategias presentadas les interesaba conocer a qué se destinaría su aporte o qué proceso se realizaría con el material. De esta manera evidenciaron mayor motivación por hacer parte de las campañas ambientales.