



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.

**INFORME DE EVALUACIÓN  
SOBRE CUMPLIMIENTO DE INDICADORES**

CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017  
CONVOCATORIAS ESTRATEGIA 2017-2018

**Equipo Técnico**

**Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, F. S. P.**

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017 Y DE LA ESTRATEGIA 2017-2018 .....	4
2.	EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017 Y ESTRATEGIA 2017-2018 .....	9
3.	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO PRESUPUESTARIO .....	9
3.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	10
3.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	11
4.	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE ORIGINALIDAD .....	12
4.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	13
4.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	15
5.	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE VISITAS .....	16
5.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	18
5.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	19
6.	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE CONSULTAS.....	20
6.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	21
6.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	22
7.	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE DESTINATARIOS .....	23
7.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	24
7.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	25
8.	INDICADOR CUMPLIMIENTO DE VISUALIZACIÓN .....	26
8.1.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	28
8.2.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	29
8.3.	Convocatoria Ordinaria 2017 .....	34
8.4.	Convocatoria Estrategia 2017-2018.....	36
9.	DATOS GLOBALES PRODUCTOS FINALES.....	38
9.1.	Datos globales del número de unidades financiadas por tipología de producto ....	38
a)	Convocatoria Ordinaria.....	38
b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	41
9.2.	Datos globales productos finales editados .....	44
a)	Convocatoria Ordinaria.....	46



b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	49
9.3.	Datos globales productos finales difundidos <i>on line</i> .....	52
a)	Convocatoria Ordinaria.....	52
b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	61
9.4.	Promedio de visualizaciones por convocatoria y producto .....	67
a)	Convocatoria Ordinaria.....	67
b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	70
9.5.	Datos Globales del Producto Jornada.....	72
a)	Convocatoria Ordinaria 2017.....	72
b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	73
10.	DATOS GLOBALES VISITAS Y CONSULTAS .....	74
a)	Convocatoria Ordinaria 2017.....	74
b)	Convocatoria Estrategia 2017-2018 .....	75

## **1. INTRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA CONVOCATORIAS**

### **ORDINARIAS 2017 Y DE LA ESTRATEGIA 2017-2018**

Mediante Resolución de 29 de mayo de 2017, de la Secretaría de Estado de la Seguridad Social (B.O.E. n.º 143, de 16 de junio de 2017), se aprobaron las bases reguladoras de la concesión de subvenciones por la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, en régimen de concurrencia competitiva, para la realización de actividades en el ámbito de la prevención de riesgos laborales conforme a la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

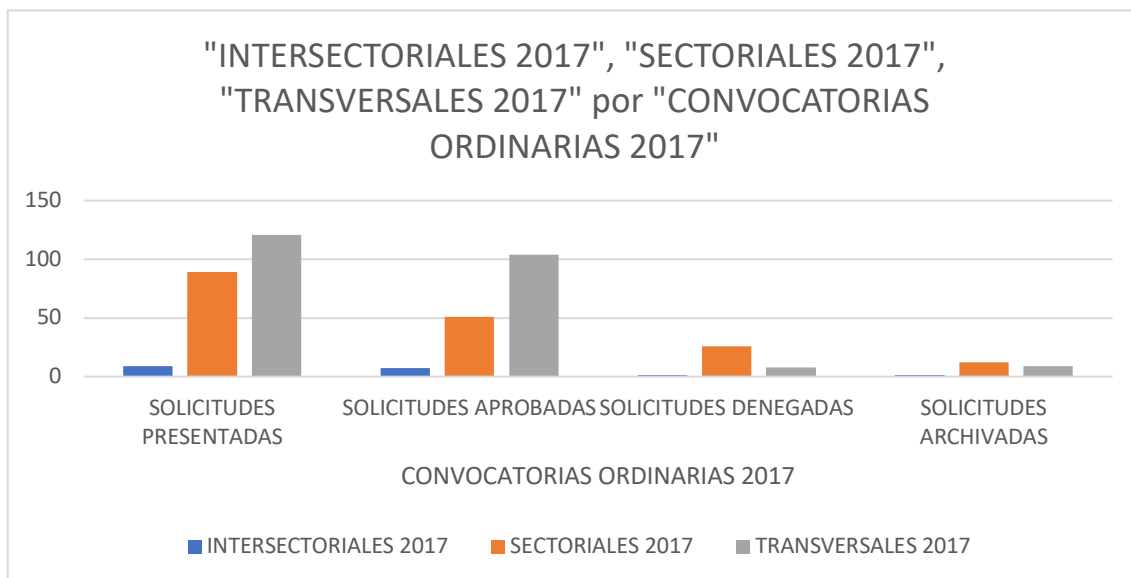
Mediante Acuerdo de 21 de julio de 2017 del Patronato de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales F.S.P., se convocan subvenciones destinadas a la realización de acciones intersectoriales, Sectoriales y Transversales para el año 2017 en el ámbito de la prevención de riesgos laborales, cuyo extracto se publicó en el B.O.E. n.º 197, de 18 de agosto de 2017.

Una vez realizados los trámites previstos en la Disposición decimoquinta de las correspondientes Convocatorias, así como la autorización del expediente de gasto, en fecha 7 de febrero de 2018, el Patronato de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales F.S.P., aprobó la concesión de subvenciones de Acciones Intersectoriales, Sectoriales y Transversales 2017, cuya propuesta de concesión fue autorizada por Resolución de 31 de enero de 2018, de la entonces Secretaría de Estado de la Seguridad Social, de acuerdo con las bases reguladoras de la concesión de ayudas por la FEPR, en régimen de concurrencia competitiva, para la realización de actividades en el ámbito de la prevención de riesgos laborales conforme a la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, aprobadas por Resolución de la Secretaría de Estado de Seguridad Social de fecha 29 de mayo de 2017 (BOE de 16 de junio de 2017).

En estas convocatorias, se presentaron un total de 219 Acciones. Se concedieron 162 Acciones, cuya distribución de Acciones solicitadas y aprobadas se muestra en el siguiente cuadro:

CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017	SOLICITUDES PRESENTADAS	SOLICITUDES APROBADAS
INTERSECTORIALES 2017	9	7
SECTORIALES 2017	89	51
TRANSVERSALES 2017	121	104
<b>TOTAL</b>	<b>219</b>	<b>162</b>

El resto de las acciones fueron denegadas o archivadas: 57 (35 denegadas, 22 archivadas).



En el siguiente cuadro se detalla el importe de la concesión aprobada mediante Acuerdo del Patronato de la FEPL:

CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017	PRESUPUESTO CONVOVOCATORIAS ORDINARIAS 2017	PRESUPUESTO APROBADO PATRONATO CONVOCATORIAS ORDINARIAS 2017	PORCENTAJE EJECUCIÓN
INTERSECTORIALES 2017	2.245.014,85	2.211.388,98	98,50%
SECTORIALES 2017	3.745.218,85	1.995.469,01	53,28%
TRANSVERSALES 2017	11.645.194,00	10.618.255,46	91,18%
<b>TOTAL</b>	<b>17.635.427,70</b>	<b>14.825.113,45</b>	<b>84,06%</b>



En dichas convocatorias se ha producido 5 renuncias.

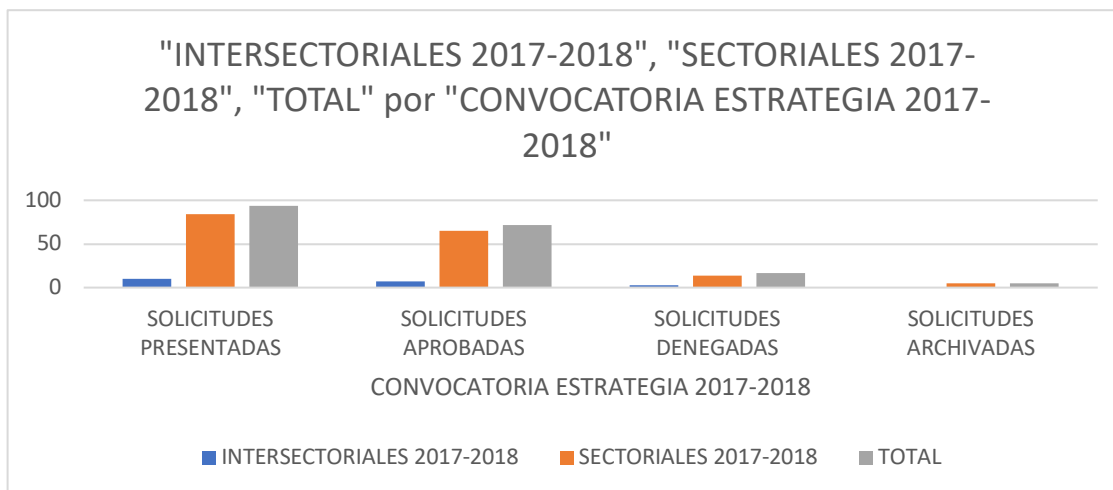
Asimismo, mediante Acuerdo de 21 de noviembre de 2017 del Patronato de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales F.S.P., se convocan subvenciones para el desarrollo de las actuaciones en el ámbito sectorial contempladas en el objetivo 4 línea de actuación 3 y 5 de la Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo 2017-2018, en el ámbito de la prevención de riesgos laborales, cuyo extracto se publicó en el B.O.E. n.º 317, de 30 de diciembre de 2017.

Una vez realizados los trámites previstos en la Disposición decimoquinta de las correspondientes Convocatorias, así como la autorización del expediente de gasto, en fecha 27 de julio de 2018, el Patronato de la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales F.S.P., aprobó la concesión de subvenciones de las Convocatorias de Acciones Intersectoriales y Sectoriales de la EESST para el año 2017-2018, cuya propuesta de concesión fue autorizada por Resolución de 19 de julio de 2018, de la entonces Secretaría de Estado de la Seguridad Social, de acuerdo con las bases reguladoras de la concesión de ayudas por la FEPRL, en régimen de concurrencia competitiva, para la realización de actividades en el ámbito de la prevención de riesgos laborales conforme a la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, aprobadas por Resolución de la Secretaría de Estado de Seguridad Social de fecha 29 de mayo de 2017 (BOE de 16 de junio de 2017).

En estas convocatorias, se presentaron un total de 94 Acciones. Se concedieron 72 Acciones, cuya distribución de Acciones solicitadas y aprobadas se muestra en el siguiente cuadro:

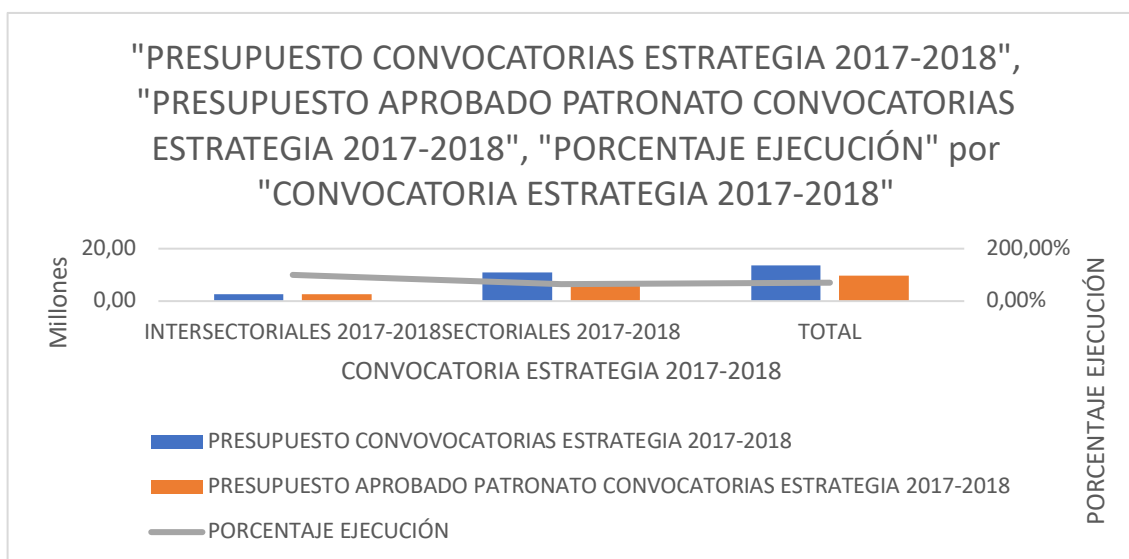
<b>CONVOCATORIAS ESTRATEGIA 2017-2018</b>	<b>SOLICITUDES PRESENTADAS</b>	<b>SOLICITUDES APROBADAS</b>
INTERSECTORIALES 2017-2018	10	7
SECTORIALES 2017-2018	84	65
TOTAL	94	72

El resto de las acciones fueron denegadas o archivadas: 22 (17 denegadas, 5 archivadas).



En el siguiente cuadro se detalla el importe de la concesión aprobada mediante Acuerdo del Patronato de la FEPRL:

CONVOCATORIA ESTRATEGIA 2017-2018	PRESUPUESTO CONVOCATORIAS ESTRATEGIA 2017-2018	PRESUPUESTO APROBADO PATRONATO CONVOCATORIAS ESTRATEGIA 2017-2018	PORCENTAJE EJECUCIÓN
INTERSECTORIALES 2017-2018	2.565.000,00	2.565.000,00	100,00%
SECTORIALES 2017-2018	11.000.000,00	7.123.037,33	64,75%
<b>TOTAL</b>	<b>13.565.000,00</b>	<b>9.688.037,33</b>	<b>71,42%</b>



En dichas convocatorias se ha producido 4 renunciaciones.

## **2. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES CONVOCATORIAS**

### **ORDINARIAS 2017 Y ESTRATEGIA 2017-2018**

Seguidamente se va a realizar la evaluación y seguimiento de los datos de cumplimiento de los diferentes indicadores previstos en cada una de las Convocatorias para analizar la eficacia de las acciones.

Los indicadores evaluados son los siguientes:

- a) Indicador de cumplimiento presupuestario.
- b) Indicador de cumplimiento de originalidad.
- c) Indicador de cumplimiento de visitas.
- d) Indicador de cumplimiento de consultas.
- e) Indicador de cumplimiento de destinatarios.
- f) Indicador cumplimiento de visualización.

Se analiza el cumplimiento de los indicadores en las siguientes Convocatorias:

- a) Convocatoria Ordinaria Intersectoriales 2017
- b) Convocatoria Ordinaria Sectoriales 2017
- c) Convocatoria Ordinaria Transversales 2017
- d) Convocatoria Estrategia Intersectoriales 2017-2018
- e) Convocatoria Estrategia Sectoriales 2017-2018

## **3. INDICADOR DE CUMPLIMIENTO PRESUPUESTARIO**

Este indicador compara el presupuesto vigente de la acción, solicitado por el Beneficiario, y aprobado por la Fundación, con el importe aceptado por la Fundación en la resolución definitiva de la acción. Para el cálculo de dicho indicador se han tenido en cuenta las posibles modificaciones presupuestarias realizadas y aprobadas, así como las posibles

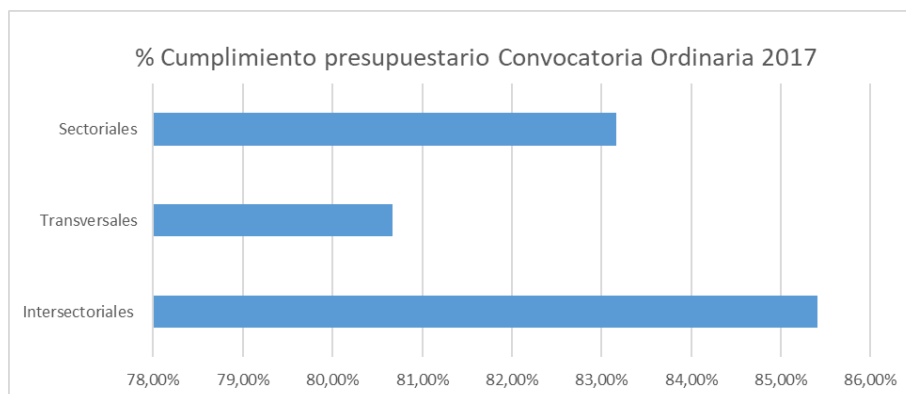
alegaciones aceptadas por Seguridad Social y que motivaron un cambio en el importe establecido en el informe de propuesta de liquidación provisional.

Hay que matizar que el indicador calcula el cumplimiento presupuestario entre los importes del presupuesto vigente y los importes de la liquidación real efectuada. No se valoran los costes imputados por el Beneficiario en el informe final que pudieron haber sido aceptados o no por la Fundación en su informe de propuesta de liquidación de la subvención.

### 3.1. Convocatoria Ordinaria 2017

En la Convocatoria Ordinaria 2017 se ejecutaron un total 147 acciones, con la siguiente tipología:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Acciones
Intersectoriales	Ordinaria 2017	7
Transversales	Ordinaria 2017	92
Sectoriales	Ordinaria 2017	48



Para las acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017, el cumplimiento global del indicador de presupuesto fue del 83,08 %, variando este porcentaje en función de cada una de las tres tipologías de acciones dentro de la mencionada Convocatoria.

El mayor grado de cumplimiento nos lo encontramos en las acciones Intersectoriales, con un 85,41 %, que es, a su vez, la tipología de acciones menos numerosa (7 acciones).

En las acciones Transversales es donde se materializa el cumplimiento presupuestario más bajo, del 80,67 %, así como también es la tipología de acción con la muestra más elevada, ya que se han analizado los cumplimientos presupuestarios en 92 acciones.

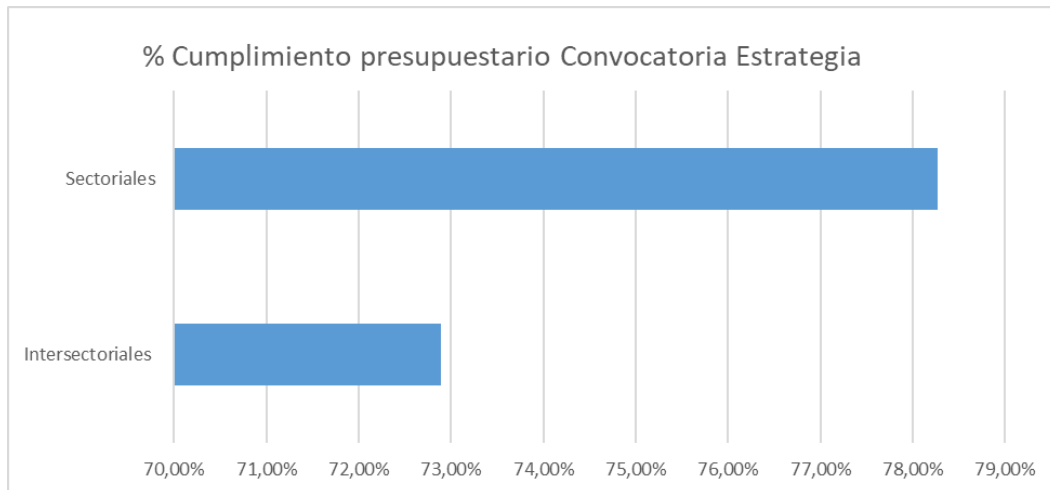
Las 48 acciones de la Convocatoria Sectorial alcanzan un 83,16% de cumplimiento presupuestario.

### 3.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

Para la Convocatoria Estrategia 2017-2018, las 68 acciones llevadas a cabo están distribuidas por tipología del siguiente modo:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Acciones
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	7
Sectoriales	Estrategia 2017-18	61

El cumplimiento presupuestario de ambas tipologías se refleja en el siguiente cuadro:



El promedio de cumplimiento del indicador presupuestario en las acciones de la Convocatoria de Estrategia 2017-2018 es inferior al de las acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017. El promedio de cumplimiento de las sectoriales de Estrategia es del 78,27 %, mientras que el de las intersectoriales es tan solo del 72,89 %.

Dentro de esta Convocatoria de Estrategia, las acciones Sectoriales tienen un porcentaje notablemente superior de cumplimiento presupuestario frente al de las acciones Intersectoriales.

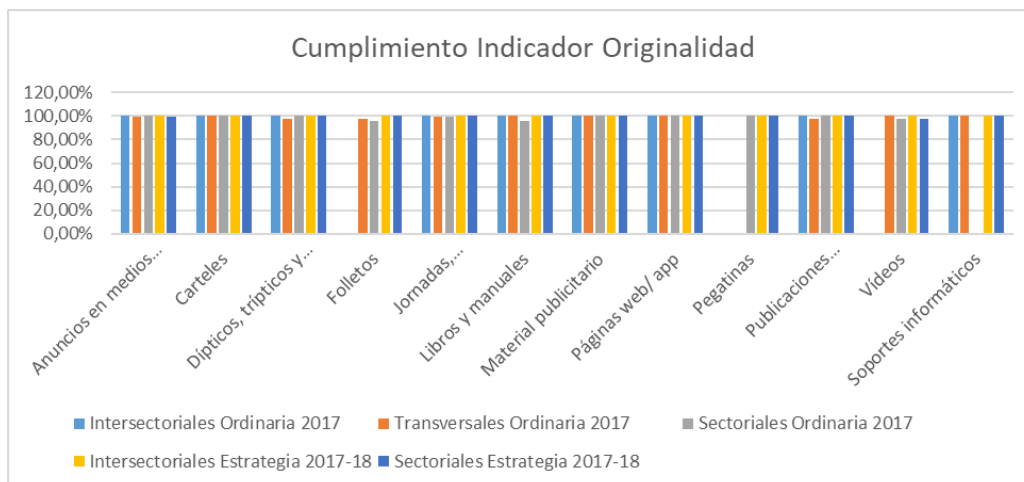
#### **4. INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE ORIGINALIDAD**

Este indicador compara el porcentaje de originalidad del producto final que el Beneficiario estableció en su solicitud con el porcentaje de originalidad del producto final justificado y validado en el informe final de seguimiento de la FEPR.

Para el cálculo de dicho indicador se han tenido en cuenta los diferentes tipos de productos finales catalogados por la Fundación en las diferentes Convocatorias analizadas.

Hay que advertir que el valor máximo del cumplimiento es del 100 %, es decir, cuando en solicitud se estimó una originalidad inferior a la originalidad real del producto final justificado, se ha considerado un 100 % de originalidad, cumplimiento total del indicador.

En todos los productos desarrollados en las diferentes acciones correspondientes a la Convocatoria Ordinaria 2017 y a la Convocatoria Estrategia 2017-2018, el indicador de cumplimiento de originalidad es del 99,57%. Es decir, los productos finales prácticamente tienen una originalidad muy cercana al 100% de lo previsto en la solicitud.



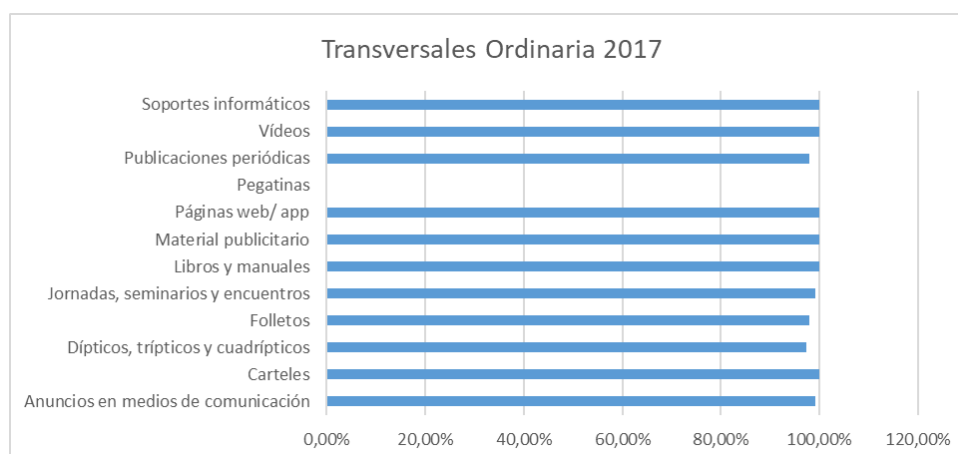
#### 4.1. Convocatoria Ordinaria 2017

Para la Convocatoria Ordinaria 2017 se ha analizado el cumplimiento de originalidad en 997 productos finales (66 productos analizados en la Convocatoria Intersectoriales, 773 productos en la Convocatoria de Acciones Transversales y 158 productos en la Convocatoria de Acciones Sectoriales).

Dentro de la Convocatoria de Acciones Intersectoriales, el cumplimiento del Indicador de originalidad fue del 100 %, esto es, la originalidad de los productos finales coincidía o era superior a la establecida por el Beneficiario en su solicitud.



En la Convocatoria de Acciones Transversales, el cumplimiento del Indicador de cumplimiento de Originalidad fue ligeramente inferior, del 99,22 %, siendo los productos que no cumplieron el 100 % de originalidad previsto los anuncios en medios de comunicación, los dípticos, trípticos y cuadrípticos, los folletos, las jornadas, seminarios y encuentros y las publicaciones periódicas.



Algo similar acontece en la Convocatoria de Acciones Sectoriales, con un cumplimiento global del 98,87 %. Los productos que no alcanzan el cumplimiento del 100 % son aquellos

englobados en las categorías de folletos, jornadas, seminarios y encuentros, libros y manuales y también en vídeos.



#### 4.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

En la Convocatoria Estrategia 2017-2018, se ha analizado el cumplimiento del indicador de originalidad en una muestra de 503 productos, de los cuales 190 productos pertenecen a la Convocatoria Intersectorial y 313 productos a la Convocatoria Sectorial. El cumplimiento del Indicador de Originalidad en esta Convocatoria fue del 99,89 % (cumplimiento del 100 % en la Convocatoria Intersectorial y del 99,78 % en la Convocatoria Sectorial).

En la Convocatoria de Acciones Intersectoriales el cumplimiento del Indicador de Originalidad fue del 100 % para todas las tipologías de producto.



Por su parte, en las acciones Sectoriales de la Convocatoria Estrategia 2017-18, el cumplimiento del Indicador de Originalidad fue ligeramente inferior, del 99,78%, siendo los productos que no cumplieron el 100 % de originalidad previsto los anuncios en medios de comunicación y los vídeos.



## 5. INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE VISITAS

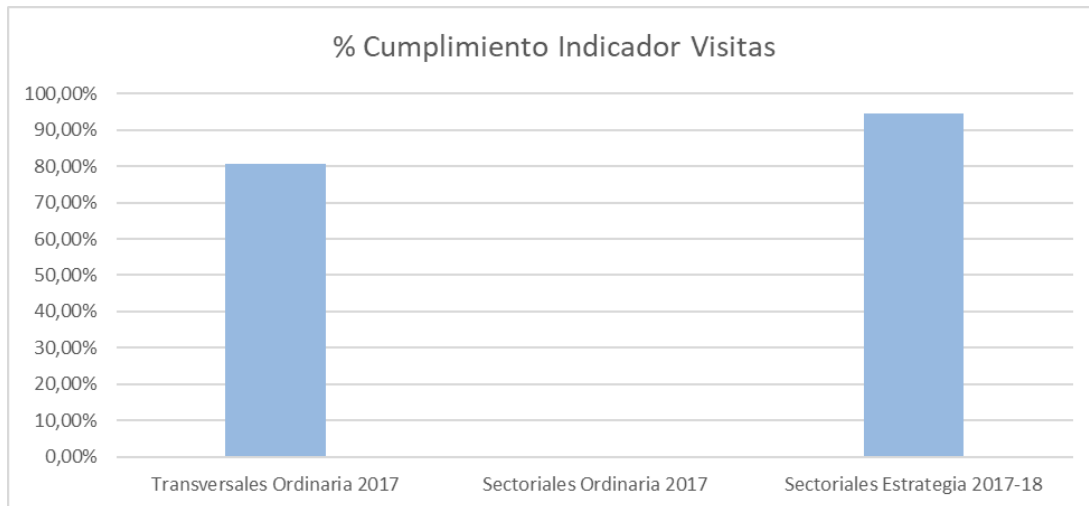
Para analizar el cumplimiento de este indicador se ha tenido en cuenta solo las acciones, con resolución definitiva de la DGOSS que incluían visitas en su solicitud, de la Convocatoria Transversal Ordinaria 2017, Convocatoria Sectorial Ordinaria 2017 y de la

Convocatoria Sectorial de la Estrategia 2017-18, ya que son las únicas Convocatorias en las que se llevaron a cabo visitas.

Este indicador compara el número estimado de visitas previstas en solicitud con el número definitivo de visitas realizadas en el marco de la acción, justificadas por el Beneficiario en su informe final y admitidas en el informe de seguimiento de la FEPR.

La muestra que se ha tenido en cuenta para analizar el cumplimiento de este indicador de visitas es de 5 acciones en la Convocatoria Ordinaria Sectorial 2017, 35 acciones en la Convocatoria Ordinaria Transversal 2017 y 6 acciones en la Convocatoria de Estrategia Sectorial 2017-18. El cumplimiento global del indicador de visitas es del 58,45% (teniendo en cuenta, con el mismo peso, las tres convocatorias en las que se desarrollaron visitas) pero el cumplimiento es muy dispar en función de la Convocatoria que analicemos.

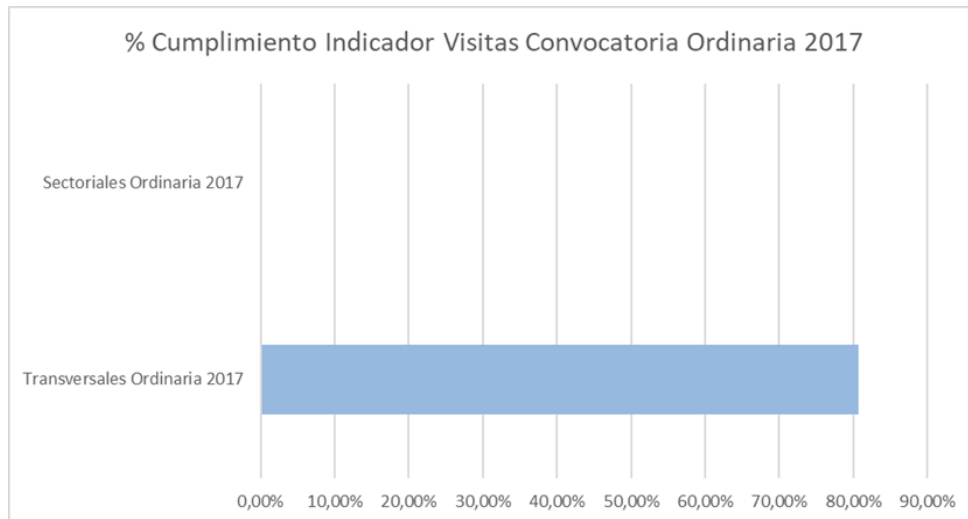
Tipo acción	Convocatoria	% cumplimiento indicador visitas
Intersectoriales	Ordinaria 2017	-
Transversales	Ordinaria 2017	80,67 %
Sectoriales	Ordinaria 2017	0,00 %
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	-
Sectoriales	Estrategia 2017-18	94,68 %



### 5.1. Convocatoria Ordinaria 2017

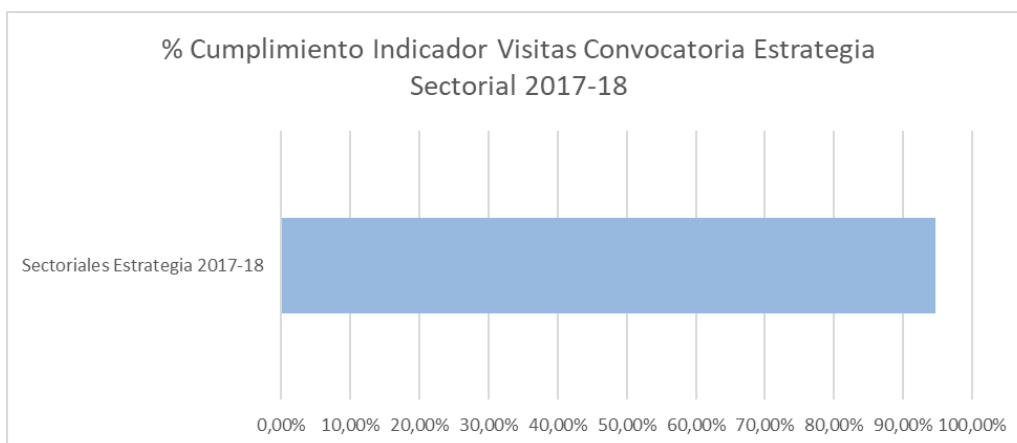
El mayor incumplimiento del Indicador de Visitas se observa en la Convocatoria Ordinaria Sectorial, con un cumplimiento nulo. Había 6 acciones en las que se había previsto la realización de 34 visitas en solicitud y, tras finalizar el seguimiento de la acción, no se había podido acreditar el cumplimiento de ellas por diferentes motivos. El cumplimiento del indicador en esta Convocatoria fue del 0 %.

En la Convocatoria Ordinaria Transversal 2017 el cumplimiento fue del 80,67 % pero hay que señalar que las acciones que realizaron más visitas incluso que las estipuladas en solicitud, tuvieron un cumplimiento del 100 %, de esta manera, 23 acciones de las 35 analizadas para esta Convocatoria, cumplieron al 100% con los objetivos de visitas previstos en solicitud y 4 acciones tuvieron un cumplimiento del indicador del 0 %.



## 5.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

En la Convocatoria Estrategia 2017-2018 el cumplimiento del indicador visitas fue del 94,68 %. La muestra fue de 6 acciones de las cuales 4 tuvieron un cumplimiento del 100 % del indicador.



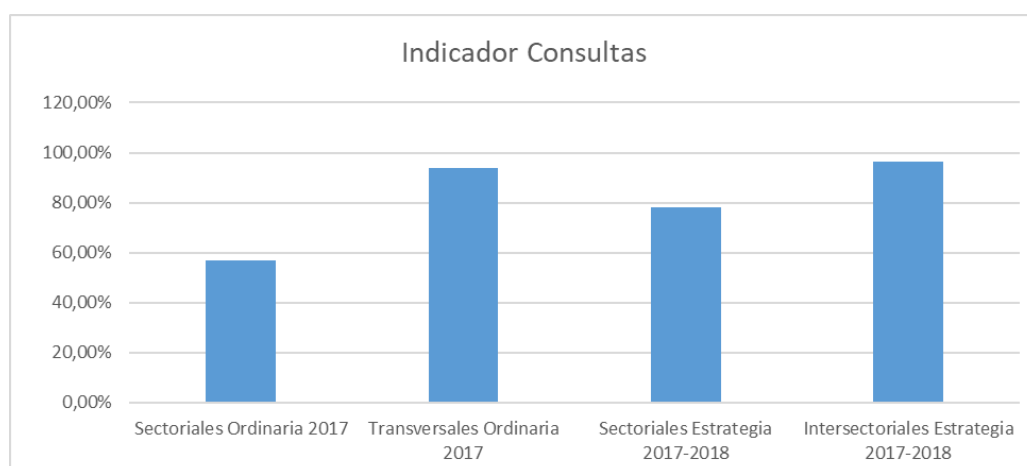
## 6. INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE CONSULTAS

Este indicador compara las consultas previstas de la acción, solicitadas por el Beneficiario y aprobadas en la concesión, con las consultas cuyo cumplimiento se ha verificado por el órgano de seguimiento de la FEPR.

Para el cálculo de dicho indicador se han tenido en cuenta las posibles modificaciones presupuestarias aprobadas, así como las posibles alegaciones aceptadas por las resoluciones de la DGOSS que hubieran motivado un cambio en el importe recogido en el informe del órgano de seguimiento de la FEPR.

Debe de matizarse que el valor máximo del cumplimiento es del 100 %, es decir, cuando en solicitud se estipuló un número de consultas inferiores a las consultas efectivamente atendidas y justificadas, se ha considerado un 100% de cumplimiento total del indicador.

Para todas las acciones desarrolladas en la Convocatoria Ordinaria 2017 y en la Convocatoria Estrategia 2017-2018, el indicador de cumplimiento respecto al número de consultas realizadas es el 81,30 %.

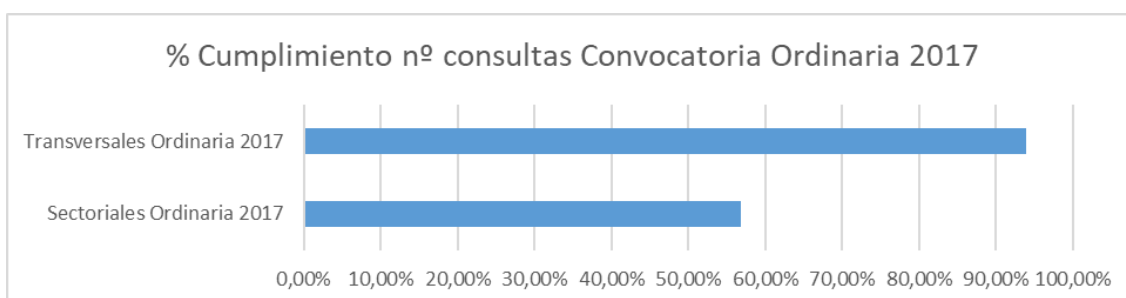


No obstante, en función de cada Convocatoria nos encontramos diferentes porcentajes de cumplimiento del Indicador de Consultas atendidas.

### 6.1. Convocatoria Ordinaria 2017

La Convocatoria Ordinaria 2017 conllevó la ejecución de 94 acciones en las que era de aplicación el indicador correspondiente a consultas atendidas, distribuidas de la siguiente tipología:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Acciones
Transversales	Ordinaria 2017	83
Sectoriales	Ordinaria 2017	11



Para las acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017, el cumplimiento global del indicador correspondiente a las consultas atendidas fue del 75,37 %, variando este porcentaje en función de cada una de las dos tipologías de acciones dentro de la mencionada Convocatoria.

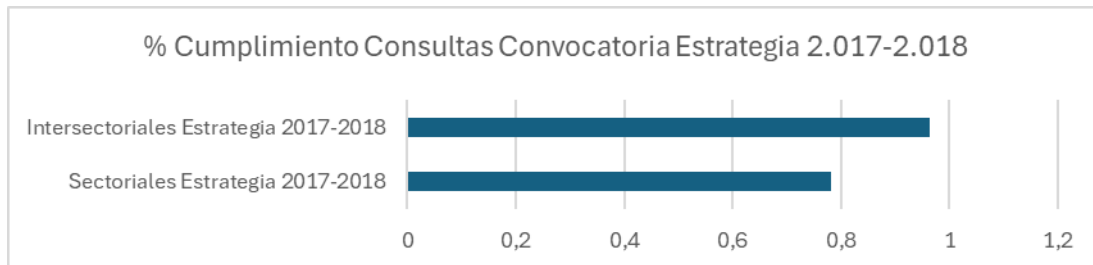
El mayor grado de cumplimiento nos lo encontramos en las acciones Transversales, con un 93,89 %, que es a su vez la tipología de acciones más numerosa (83 acciones).

En las acciones Sectoriales es donde se materializa el cumplimiento del indicador correspondiente a las consultas atendidas más bajo, del 56,85 %, así también es la tipología de acción con la muestra menos elevada, ya que se han analizado los cumplimientos de consultas atendidas en 11 acciones que las tenían previstas.

## 6.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

Para la Convocatoria Estrategia 2017-2018, las 4 acciones llevadas a cabo tuvieron el siguiente reparto:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Acciones
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	2
Sectoriales	Estrategia 2017-18	2



Para las acciones de la Convocatoria de Estrategia 2017-2018, el cumplimiento global del indicador correspondiente a las consultas atendidas fue del 87,27 %, variando este porcentaje en función de cada una de las dos tipologías de acciones dentro de la mencionada Convocatoria (78,1% en las acciones sectoriales y 96,37% en las acciones intersectoriales).

El cumplimiento del Indicador de Consultas atendidas es superior en las acciones de la Convocatoria de Estrategia 2017-2018 que en las acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017.

Dentro de esta Convocatoria de Estrategia, las acciones Intersectoriales tienen un porcentaje superior de cumplimiento de Consultas frente a las acciones Sectoriales.

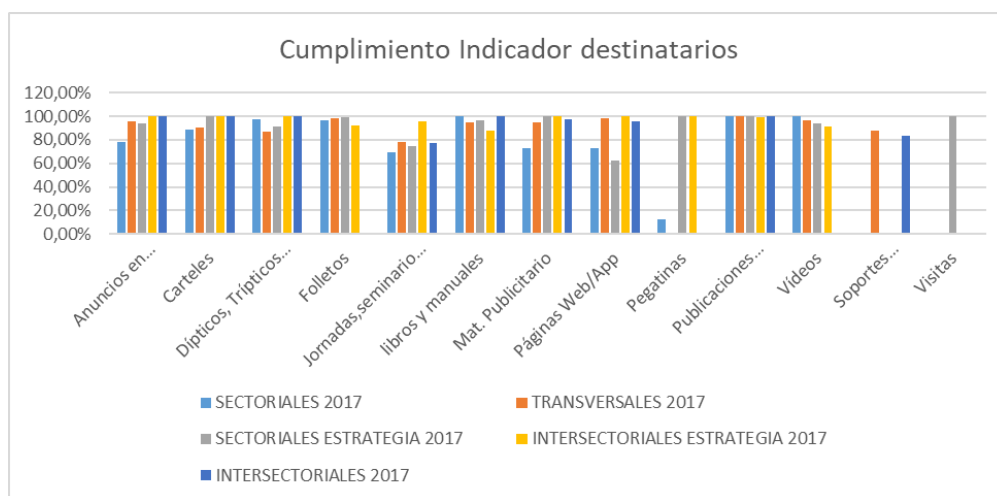
## 7. INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE DESTINATARIOS

Este indicador compara el porcentaje de destinatarios del producto final indicados en la solicitud presentada por el Beneficiario con el porcentaje de destinatarios de los productos finales justificados y verificados en el informe del órgano de seguimiento de la FEPRL.

Para el cálculo de dicho indicador se han tenido en cuenta los diferentes tipos de productos finales catalogados por la Fundación en las diferentes Convocatorias.

Hay que matizar que el valor máximo del cumplimiento es del 100 %, es decir, cuando en solicitud se estimó un número de destinatarios inferiores a los destinatarios reales del producto final que se han acreditado, se ha considerado un 100 % de cumplimiento total del indicador.

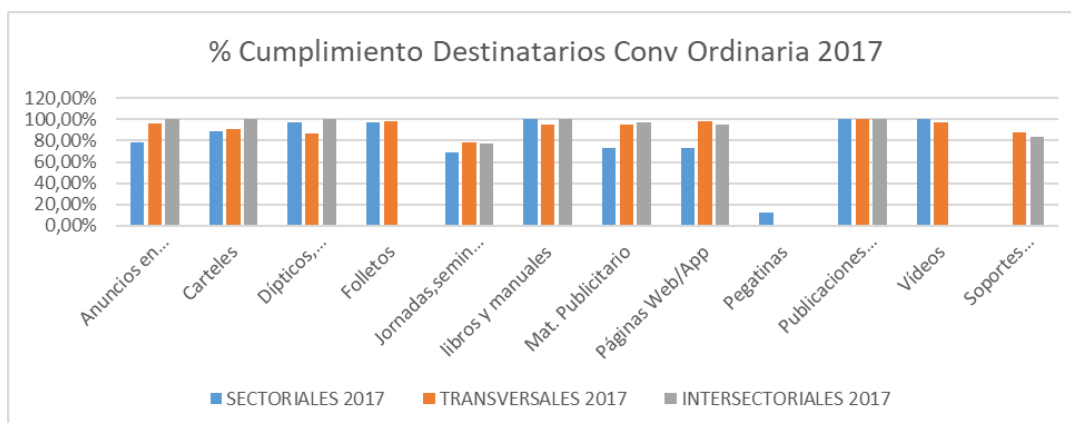
En todos los productos desarrollados en las diferentes acciones correspondientes a la Convocatoria Ordinaria 2017 y a la Convocatoria Estrategia 2017-2018, el promedio del indicador de cumplimiento de destinatarios es del 89,06 %. Es decir, los productos finales fueron entregados al 89,06 % de los destinatarios previstos.



### 7.1. Convocatoria Ordinaria 2017

Como consecuencia del desarrollo de la Convocatoria Ordinaria 2017 se realizaron 1.000 productos de la siguiente tipología:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Productos
Transversales	Ordinaria 2017	775
Intersectoriales	Ordinaria 2017	66
Sectoriales	Ordinaria 2017	159



Para las acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017, el cumplimiento global del indicador correspondiente al número de destinatarios de cada uno de los productos fue del 87,58 %, variando este porcentaje en función de cada una de las tres tipologías de acciones dentro de la mencionada Convocatoria.

El mayor grado de cumplimiento nos lo encontramos en las acciones Intersectoriales, con un 90,74 %, siendo la tipología de acciones menos numerosa (7 acciones con un total de 66 productos).

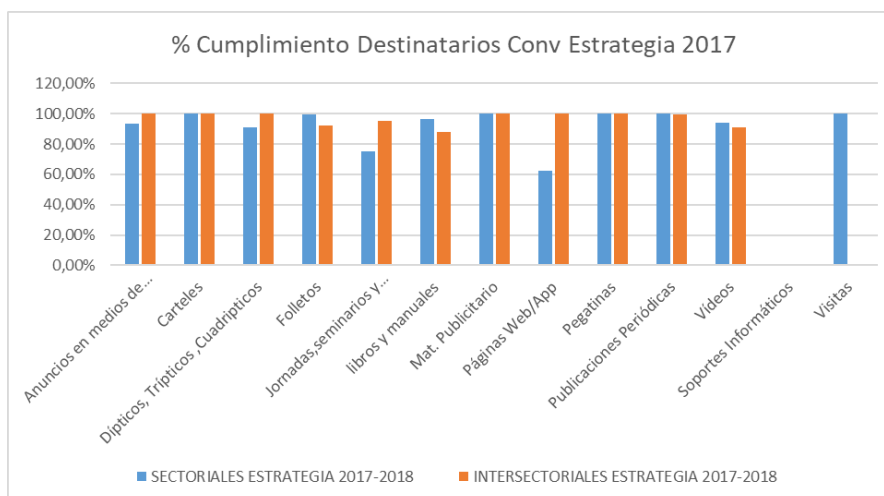
En las acciones Sectoriales es donde puede apreciarse que el cumplimiento del Indicador correspondiente a los Destinatarios es más bajo, del 83,82 %, así como también es la tipología de acción con la muestra intermedia entre las acciones Transversales e Intersectoriales ya que se han analizado los cumplimientos de destinatarios en 47 acciones y 159 productos.

En las acciones Transversales el cumplimiento del Indicador de Destinatarios se sitúa en el 88,17 %, siendo la tipología de acciones con mayor número de productos analizados (84 acciones con un total de 775 productos).

## 7.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

Como consecuencia del desarrollo de la Convocatoria Estrategia 2017-2018 se realizaron 515 productos de la siguiente tipología:

Tipo Acción	Convocatoria	Núm. Productos
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	192
Sectoriales	Estrategia 2017-18	323



Para las acciones de la Convocatoria Estrategia 2017-2018, el cumplimiento global del indicador correspondiente al número de destinatarios de cada uno de los productos fue del 91,54 %, variando este porcentaje en función de cada una de las tres tipologías de acciones dentro de la mencionada Convocatoria.

El mayor grado de cumplimiento del Indicador de Destinatarios nos lo encontramos en las acciones Intersectoriales de Estrategia, con un 94,43 %, siendo también la tipología de acciones con menos productos finales (7 acciones con un total de 192 productos finales).

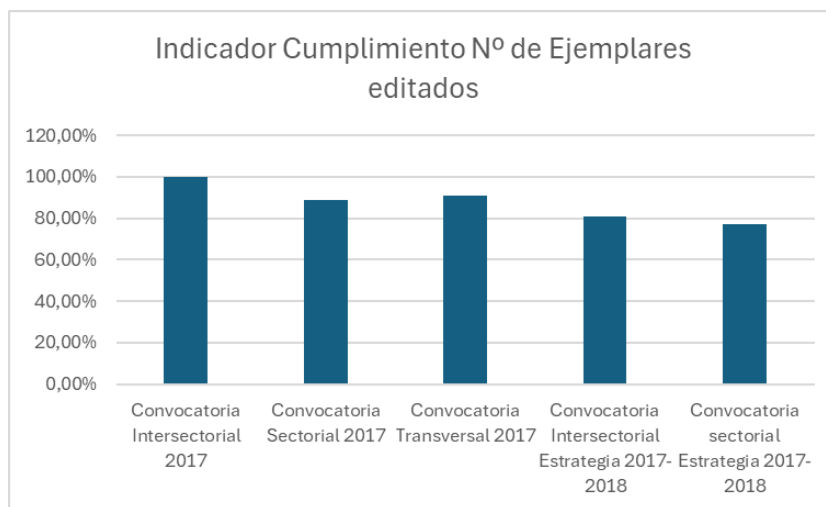
En las acciones Sectoriales de Estrategia es donde se observa un grado de cumplimiento del Indicador correspondiente a los Destinatarios más bajo, del 88,65 %, siendo también la tipología de acción con la muestra más numerosa en cuanto a productos finales se refiere (61 acciones con un total de 323 productos finales).

## **8. INDICADOR CUMPLIMIENTO DE VISUALIZACIÓN**

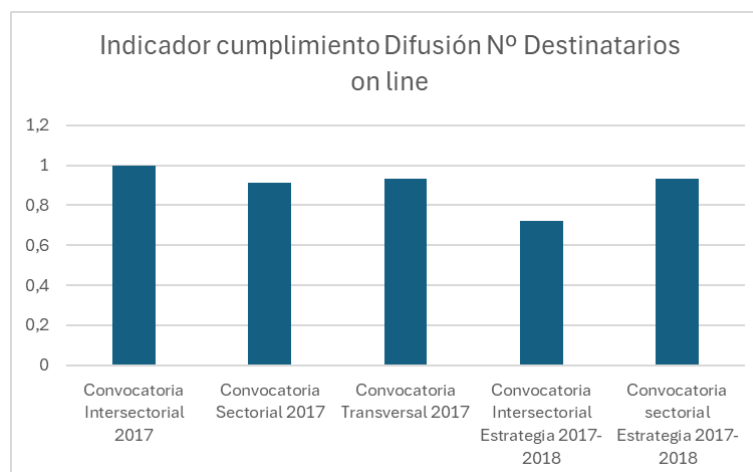
En relación con este indicador, hay que destacar que se comparan dos parámetros diferenciados, siendo cada uno de ellos, lo que se detalla a continuación:

Convocatoria	Indicador Cumplimiento Nº de Ejemplares editados	Indicador cumplimiento Difusión Nº Destinatarios on line
Convocatoria Intersectorial 2017	100,00%	100,00%
Convocatoria Sectorial 2017	89,00%	91,00%
Convocatoria Transversal 2017	91,00%	93,00%
Convocatoria Intersectorial Estrategia 2017-2018	81,00%	72,00%
Convocatoria sectorial Estrategia 2017-2018	77,00%	93,00%

- a) Indicador del Cumplimiento del número de Ejemplares editados: se compara el número de ejemplares de cada producto final editado en soporte tangible previsto en solicitud, con el número definitivo editado y justificado por el Beneficiario en su informe final y admitidos en el informe de seguimiento de la FEPR.



- b) Indicador del Cumplimiento Difusión: se compara el número de destinatarios de cada producto final editado en soporte informático previsto en solicitud, con el número de destinatarios definitivos a través de medios *on line*, justificados por el Beneficiario en su informe final y admitidos en el informe de seguimiento de la FEPR.



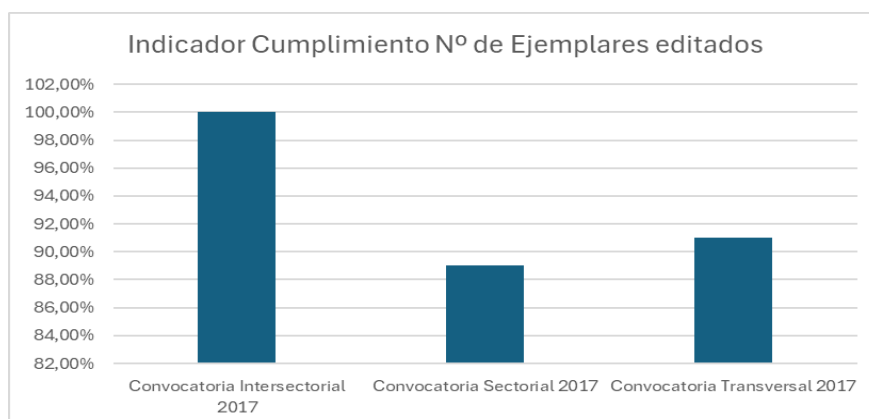
Hay que matizar que el valor máximo del cumplimiento es del 100 %, es decir, cuando en solicitud se estimó un número de ejemplares editados inferiores a los ejemplares finalmente editados, así como cuando en solicitud se estima un número inferior de destinatarios *on line* inferior a los que finalmente acreditan su difusión, se ha considerado un 100 % de cumplimiento total del indicador.

Para el cálculo de dicho indicador se han tenido en cuenta los diferentes tipos de productos finales catalogados por la Fundación en las diferentes Convocatorias.

### 8.1. Convocatoria Ordinaria 2017

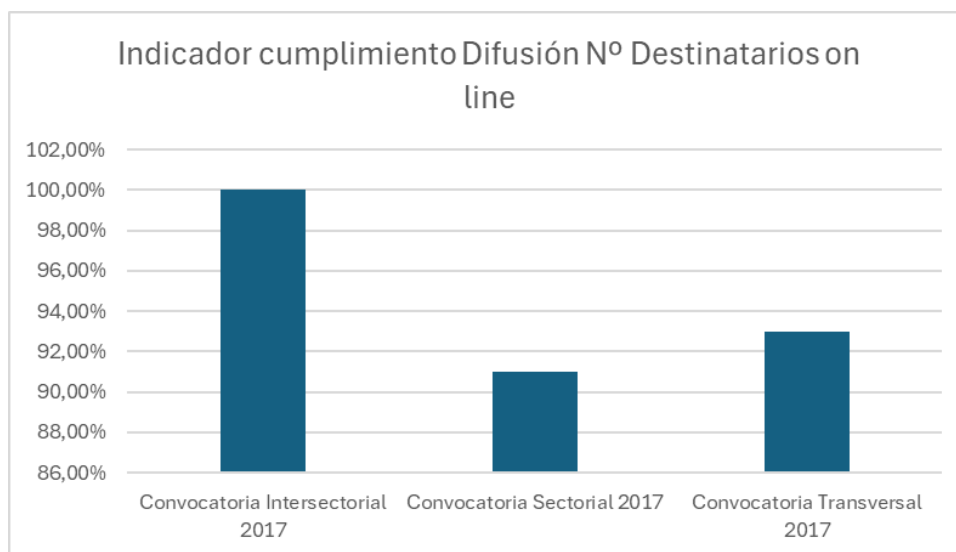
En relación con el indicador de ejemplares editados, en la convocatoria Ordinaria, el promedio de cumplimiento de edición de productos finales fue del 93,33% destacando la Convocatoria Intersectorial en la que el grado de cumplimiento es del 100% siendo la Convocatoria Sectorial la que consigue un menor cumplimiento en este indicador.

Convocatoria	Indicador Cumplimiento Nº de Ejemplares editados
Convocatoria Intersectorial 2017	100,00 %
Convocatoria Sectorial 2017	89,00 %
Convocatoria Transversal 2017	91,00 %



Respecto al indicador de grado de compromiso respecto a la difusión de los productos entre los destinatarios a través de medios *on line*, cabe destacar que el promedio de cumplimiento fue del 94,67% destacando de nuevo el cumplimiento del 100% en la Convocatoria Intersectorial 2017, siendo nuevamente la Convocatoria Sectorial 2017 la de menor grado de cumplimiento del presente indicador.

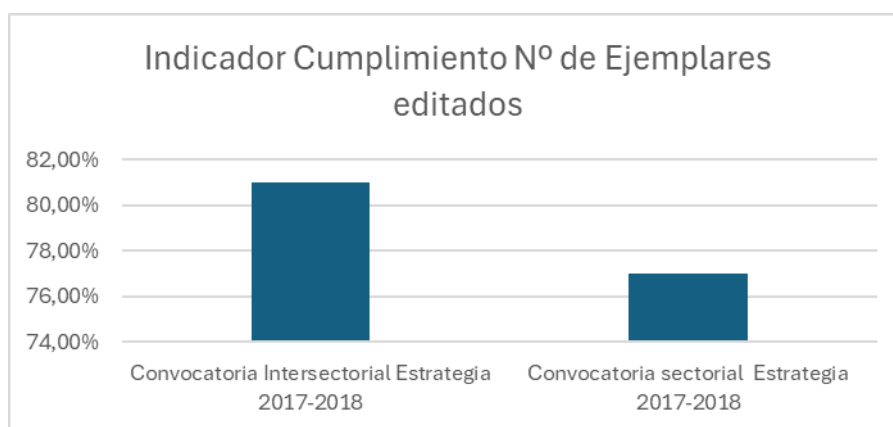
Convocatoria	Indicador cumplimiento Difusión Nº Destinatarios on line
Convocatoria Intersectorial 2017	100,00%
Convocatoria Sectorial 2017	91,00%
Convocatoria Transversal 2017	93,00%



## 8.2. Convocatoria Estrategia 2017-2018

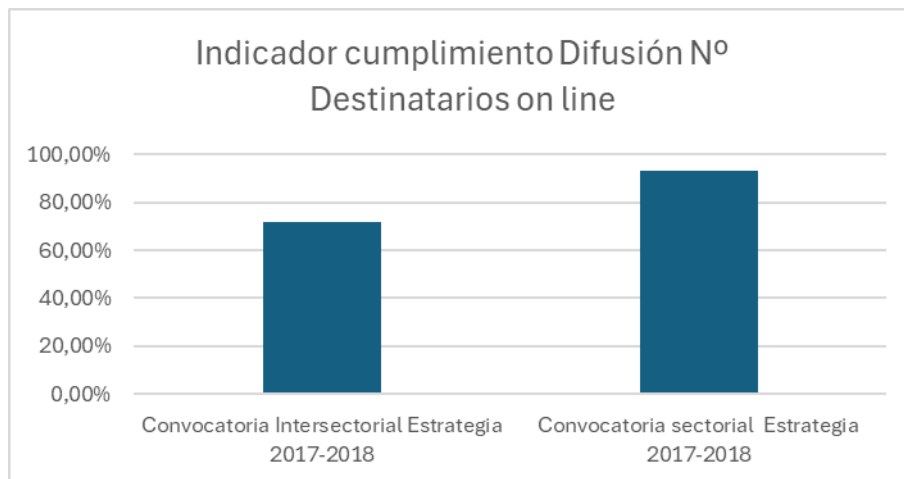
En relación con el indicador de ejemplares editados, en la convocatoria Ordinaria, el promedio de cumplimiento de edición de productos finales fue del 79%, lo que implica que se trata de un porcentaje de cumplimiento inferior al obtenido para este mismo indicador en la Convocatoria Ordinaria 2017.

Convocatoria	Indicador Cumplimiento N° de Ejemplares editados
Convocatoria Intersectorial Estrategia 2017-2018	81,00%
Convocatoria sectorial Estrategia 2017-2018	77,00%



Respecto al indicador de grado de compromiso respecto a la difusión de los productos entre los destinatarios a través de medios *on line*, cabe destacar que el promedio de cumplimiento fue del 82,5% siendo igualmente inferior al grado de cumplimiento de este indicador para la Convocatoria Ordinaria 2017.

Convocatoria	Indicador cumplimiento Difusión N° Destinatarios on line
Convocatoria Intersectorial Estrategia 2017-2018	72,00%
Convocatoria sectorial Estrategia 2017-2018	93,00%



Adicionalmente, para este indicador, resulta interesante analizar el grado de cumplimiento tanto para el número de ejemplares editados comprometidos frente a los definitivos, así como el número de destinatarios *on line* comprometidos, respecto a los finalmente difundidos para las diferentes categorías de productos finales disponibles en las diferentes Convocatorias, obteniendo los resultados que se indican a continuación:

En relación con el grado de cumplimiento del compromiso de ejemplares editados previstos en solicitud respecto a los ejemplares finalmente editados y validados en el informe de seguimiento de la FEPR, podemos indicar:

#### Porcentaje de cumplimiento del Indicador edición de productos finales

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadripticos	Folleto	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Pegatinas	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES 2017		100,00%	100,00%		100,00%	80,00%	100,00%		100,00%		0,00%
SECTORIALES 2017		73,00%	100,00%	88,00%	77,78%	84,62%	100,00%	100,00%			
TRANSVERSALES 2017	67,50%	94,44%	79,27%	92,86%	80,01%	92,41%	98,21%		97,22%	66,67%	83,33%
INTERSECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	86,67%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	75,57%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
SECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	97,92%	100,00%	50,81%	100,00%	49,57%	86,03%	36,67%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



Debe destacarse que, para este indicador, no se ha considerado el producto final “Páginas WEB/APP” debido a que, por las características de esta tipología de producto, no es posible aplicar el indicador de edición en soporte tangible, objeto del indicador en estudio.

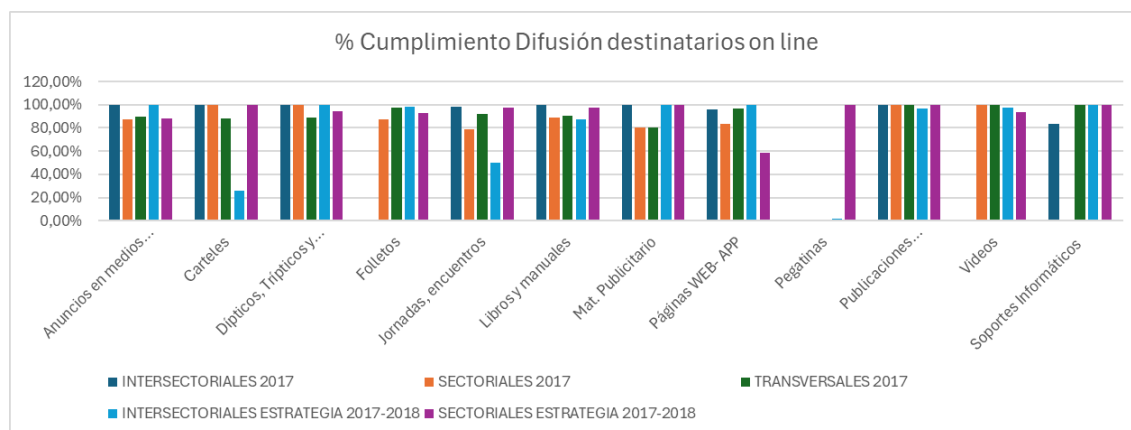
Del análisis de este indicador comprobamos que el promedio de cumplimiento es variable en función de la tipología de producto final del que se trate, de manera que:

- a) Anuncios en medios de comunicación: 84,03 %
- b) Carteles: 93,49 %
- c) Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos: 86,02 %
- d) Folletos: 95,22 %
- e) Jornadas, encuentros: 76,47 %
- f) Libros y manuales: 83,73 %
- g) Mat. Publicitario: 86,98 %
- h) Pegatinas: 100 %
- i) Publicaciones Periódicas: 74,31 %
- j) Videos: 55,56 %
- k) Soportes Informáticos: 70,83 %

A continuación, se exponen los datos que exponen el grado de cumplimiento del compromiso de difusión de los productos finales, a los destinatarios, mediante medios de difusión *on line* de los datos en relación con los datos indicados en solicitud respecto a la difusión final realizada y validada en el informe de seguimiento de la FEPR, podemos indicar:

### Porcentaje de cumplimiento del Indicador difusión destinatarios on line

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Páginas WEB- APP	Pegatinas	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES 2017	100,00%	100,00%	100,00%		98,12%	100,00%	100,00%	95,60%		100,00%		83,38%
SECTORIALES 2017	87,50%	100,00%	100,00%	87,63%	78,97%	88,84%	80,00%	83,19%		100,00%	100,00%	
TRANSVERSALES 2017	89,87%	87,93%	89,14%	97,23%	92,11%	90,63%	80,12%	96,95%		100,00%	100,00%	100,00%
INTERSECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	100,00%	26,25%	100,00%	98,54%	50,24%	87,61%	100,00%	100,00%	1,67%	96,83%	97,12%	100,00%
SECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	88,23%	100,00%	94,10%	92,94%	97,43%	97,19%	100,00%	58,95%	100,00%	99,99%	93,62%	100,00%

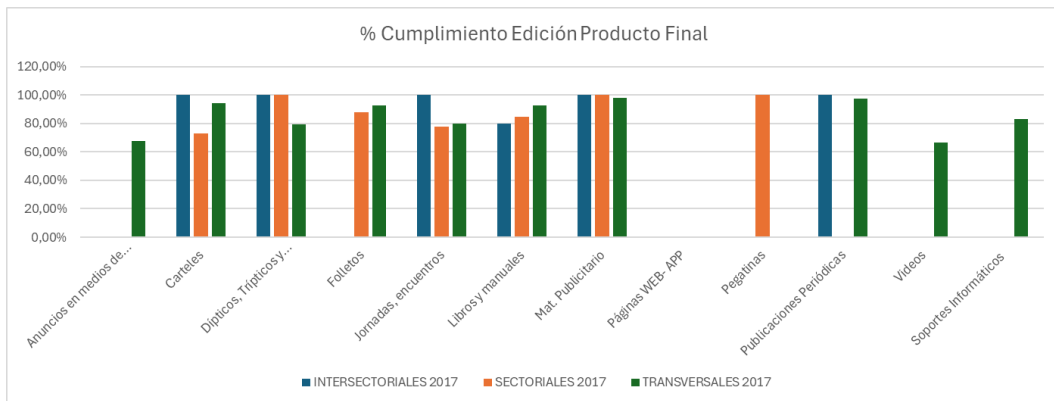


Los datos anteriormente expuestos contemplan valores globales por tipología de producto final sin diferenciación por tipo de Convocatoria, por lo que a continuación se expone la información desglosada para cada una de las Convocatorias subvencionadas.

### 8.3. Convocatoria Ordinaria 2017

#### Porcentaje de cumplimiento del Indicador edición de productos finales

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos	Folleto	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Pegatinas	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES 2017		100,00%	100,00%		100,00%	80,00%	100,00%		100,00%		0,00%
SECTORIALES 2017		73,00%	100,00%	88,00%	77,78%	84,62%	100,00%	100,00%			
TRANSVERSALES 2017	67,50%	94,44%	79,27%	92,86%	80,01%	92,41%	98,21%		97,22%	66,67%	83,33%



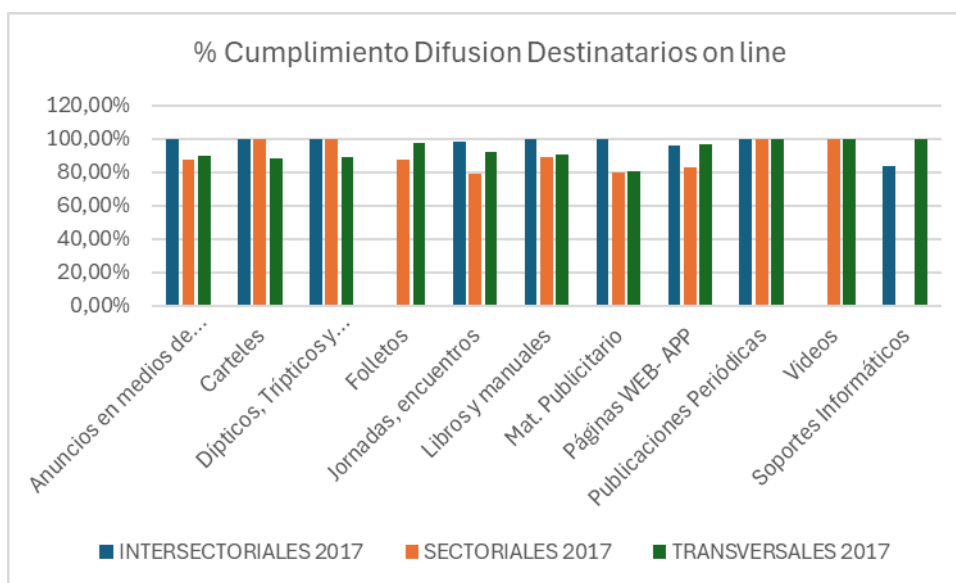
Del análisis de este indicador comprobamos que el promedio de cumplimiento es variable en función de la tipología de producto final del que se trate, de manera que:

- a) Anuncios en medios de comunicación: 67,50 %
- b) Carteles: 89,15 %
- c) Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos: 93,09 %
- d) Folletos: 90,43 %
- e) Jornadas, encuentros: 85,93 %
- f) Libros y manuales: 85,68 %
- g) Mat. Publicitario: 99,40 %
- h) Pegatinas: 100 %
- i) Publicaciones Periódicas: 98,61 %

- j) Videos: 66,67 %
- k) Soportes Informáticos: 41,67 %

**Porcentaje de cumplimiento del Indicador difusión destinatarios on line**

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Páginas WEB- APP	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES 2017	100,00%	100,00%	100,00%		98,12%	100,00%	100,00%	95,60%	100,00%		83,38%
SECTORIALES 2017	87,50%	100,00%	100,00%	87,63%	78,97%	88,84%	80,00%	83,19%	100,00%	100,00%	
TRANSVERSALES 2017	89,87%	87,93%	89,14%	97,23%	92,11%	90,63%	80,12%	96,95%	100,00%	100,00%	100,00%



Del análisis de este otro indicador comprobamos tenemos de igualmente una variabilidad en relación con el promedio de cumplimiento función de la tipología de producto final del que se trate, de manera que:

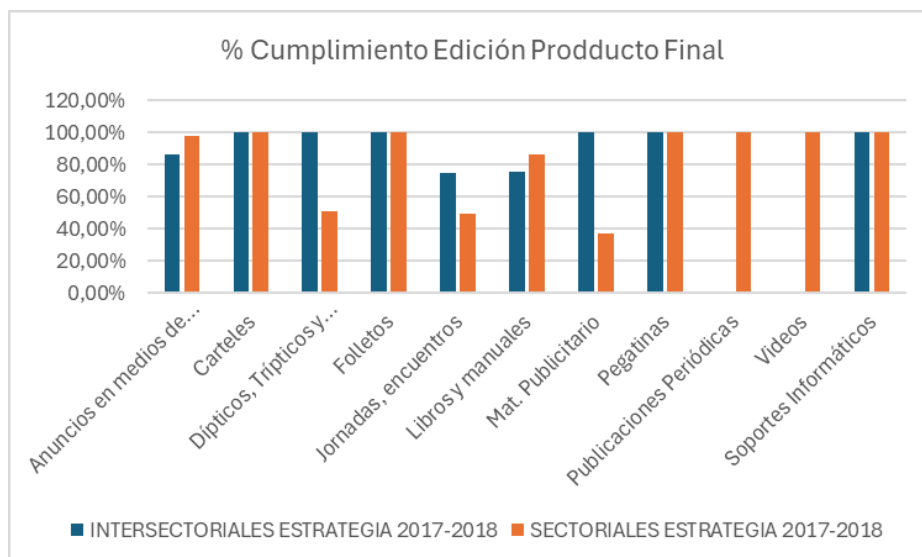
- a) Anuncios en medios de comunicación: 92,46 %
- b) Carteles: 95,98 %
- c) Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos: 96,38 %
- d) Folletos: 92,43 %
- e) Jornadas, encuentros: 89,73 %

- f) Libros y manuales: 93,16 %
- g) Mat. Publicitario: 86,71 %
- h) Pegatinas: 91,91 %
- i) Publicaciones Periódicas: 100 %
- j) Videos: 100 %
- k) Soportes Informáticos: 91,69 %

#### 8.4. Convocatoria Estrategia 2017-2018

##### Porcentaje de cumplimiento del Indicador edición de productos finales

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos	Folleto	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Pegatinas	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	86,67%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	75,57%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
SECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	97,92%	100,00%	50,81%	100,00%	49,57%	86,03%	36,67%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



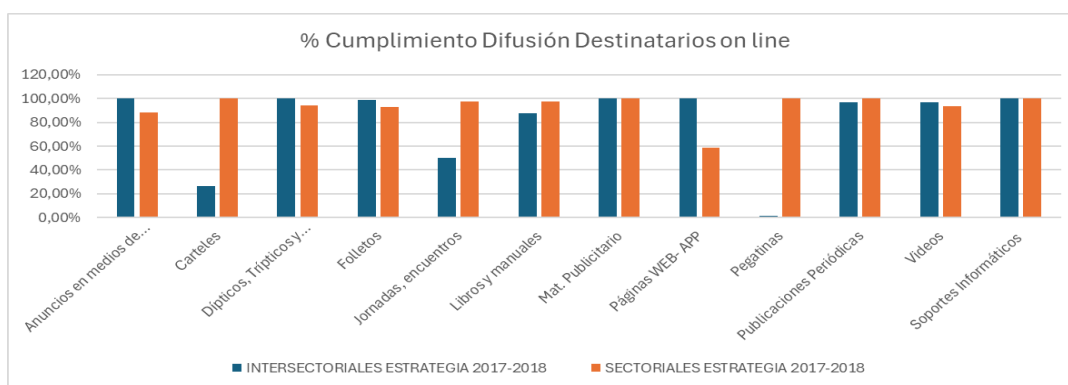
Del análisis de este indicador comprobamos que el promedio de cumplimiento es variable en función de la tipología de producto final del que se trate, de manera que:



- a) Anuncios en medios de comunicación: 92,30 %
- b) Carteles: 100 %
- c) Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos: 75,41 %
- d) Folletos: 100 %
- e) Jornadas, encuentros: 62,29 %
- f) Libros y manuales: 80,80 %
- g) Mat. Publicitario: 68,34 %
- h) Pegatinas: 100 %
- i) Publicaciones Periódicas: 50 %
- j) Videos: 50 %
- k) Soportes Informáticos: 100 %

#### Porcentaje de cumplimiento del Indicador difusión destinatarios on line

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, Trípticos y Cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Mat. Publicitario	Páginas WEB-APP	Pegatinas	Publicaciones Periódicas	Videos	Soportes Informáticos
INTERSECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	100,00%	26,25%	100,00%	98,54%	50,24%	87,61%	100,00%	100,00%	1,67%	96,83%	97,12%	100,00%
SECTORIALES ESTRATEGIA 2017-2018	88,23%	100,00%	94,10%	92,94%	97,43%	97,19%	100,00%	58,95%	100,00%	99,99%	93,62%	100,00%



## 9. DATOS GLOBALES PRODUCTOS FINALES

### 9.1. Datos globales del número de unidades financiadas por tipología de producto

#### a) Convocatoria Ordinaria

A continuación, procedemos a analizar el número de productos finales desarrollados en la Convocatoria Ordinaria 2017, por tipología de producto, tanto en soporte físico como electrónico. Se ha considerado el número de productos finales diferentes realizados por cada tipología, independientemente del número de ejemplares editados o difundidos.

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Pegatina	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Intersectorial 2017	3	1	1	0	19	12	4	15	0	5	6	0
Sectorial 2017	4	7	20	32	33	18	15	9	1	11	0	9
Trasversal 2017	100	20	81	32	308	49	43	54	0	39	8	39
<b>TOTALES</b>	<b>107</b>	<b>28</b>	<b>102</b>	<b>64</b>	<b>360</b>	<b>79</b>	<b>62</b>	<b>78</b>	<b>1</b>	<b>55</b>	<b>14</b>	<b>48</b>



La realización de las jornadas ha sido, con diferencia, el producto final más desarrollado en las diferentes Convocatorias de la Ordinaria 2017, con un total de 360 jornadas, siendo la Ordinaria Transversal 2017 la que más jornadas se han llevado a cabo, con un total de 308. No obstante, el producto “jornada” se analizará posteriormente de manera pormenorizada.

El producto menos desarrollado por los beneficiarios en las diferentes tipologías de acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017, ha sido el de pegatinas, con tan solo 1 desarrollada en la convocatoria sectorial 2017.

A continuación, se desglosan los diferentes tipos de productos editados para cada una de las convocatorias que conforman la Convocatoria Ordinaria 2017, de manera que:

### Convocatoria Intersectorial 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folleto	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos
Intersectorial 2017	3	1	1	0	19	12	4	15	5	6



Esta convocatoria Ordinaria Intersectorial 2017 es la que menor número de acciones tiene.

La mayor tipología de productos realizados en esta convocatoria ha sido la celebración de jornadas y eventos.

### Convocatoria Sectorial 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Pegatina	Publicaciones periódicas	Videos
Sectorial 2017	4	7	20	32	33	18	15	9	1	11	9



En la Convocatoria Ordinaria Sectorial 2017, la tipología de productos más numerosa es la que corresponde con jornadas y eventos, con un total de 33 jornadas diferentes realizadas. Adicionalmente se han realizado un total de 32 folletos diferentes, por el contrario, el producto con menor número editado ha sido el de pegatinas, realizándose únicamente 1 en la acción AS2017-0029-1.

### Convocatoria Transversales 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Trasversal 2017	100	20	81	32	308	49	43	54	39	8	39



En la Convocatoria Transversal 2017, el producto final que se más se ha realizado, ha sido, de nuevo, la celebración de jornadas, con un total de 308 jornadas diferentes, celebradas a través de la subvención de 60 acciones.

Por otro lado, el producto final con menor número de realizaciones ha sido el de soporte informático realizándose únicamente 8 productos, debido a que únicamente 6 acciones optaron por la realización de productos en soporte informático.

### b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

A continuación, procedemos a analizar el número de productos finales desarrollados en la Convocatoria Estrategia 2017-2018, por tipología de producto, tanto en soporte físico como electrónico. Se ha considerado el número de productos finales diferentes realizados por cada tipología, independientemente del número de ejemplares editados o difundidos.

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y Manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Pegatina	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Intersectorial Estrategia 2017-2018	3	4	3	24	87	19	6	5	3	8	3	25

Sectorial Estrategia 2017-2018	44	24	32	26	73	27	3	21	2	17	6	38
<b>TOTALES</b>	<b>47</b>	<b>28</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>160</b>	<b>46</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>5</b>	<b>25</b>	<b>9</b>	<b>63</b>



De nuevo, en las diferentes Convocatorias de Estrategia 2017-2018 la realización de las jornadas ha sido el producto final más desarrollado, con un total de 160 jornadas, siendo muy similar el número de jornadas realizadas tanto en la convocatoria Intersectorial como sectorial, con un total de 87 y 73 jornadas respectivamente. Tal y como se ha indicado en el apartado anterior, el producto jornada se analizará posteriormente de manera individualizada.

El producto menos desarrollado por los beneficiarios en las diferentes tipologías de acciones de la Convocatoria Estrategia 2017-2018, vuelve a ser de nuevo el de pegatinas, con tan solo 5 desarrolladas, 3 en la convocatoria intersectorial y 2 en la sectorial.

De la misma manera que se ha expuesto para la Convocatoria Ordinaria, a continuación, se presentan los resultados desglosados por tipo de Convocatoria que conforman la Convocatoria Intersectorial 2017-2018, de la siguiente manera:

#### **Intersectorial Estrategia 2017-2018**



	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y Manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Pegatina	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Vídeos
Intersectorial Estrategia 2017-2018	3	4	3	24	87	19	6	5	3	8	3	25



En la Convocatoria Intersectorial Estrategia 2017-2018 el producto que más se ha realizado ha sido el de jornadas y eventos, con un total de 87 mediante la realización de 6 acciones diferentes, siendo el siguiente producto con mayor número de unidades el de vídeos, realizándose un total de 25 vídeos a través de 6 acciones.

### Sectorial Estrategia 2017-2018

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Jornadas, encuentros	Libros y Manuales	Material Publicitario	Página Web-App	Pegatina	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Vídeos
Sectorial Estrategia 2017-2018	44	24	32	26	73	27	3	21	2	17	6	38



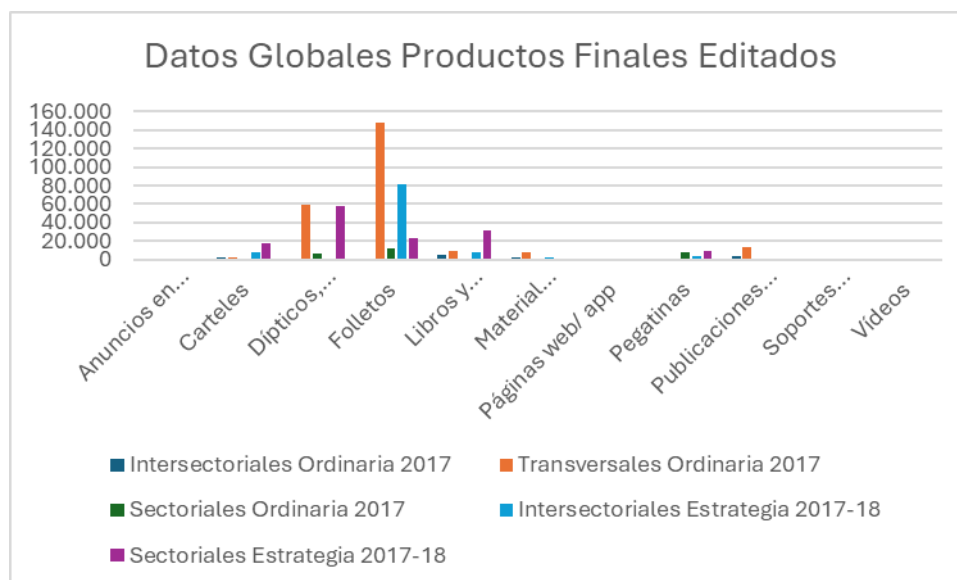
En la Convocatoria Sectorial de Estrategia 2017-2018, el producto con mayor número de ejemplares editado ha sido, de nuevo, el de jornadas y eventos con un total de 73 jornadas diferentes realizadas mediante la subvención de un total de 18 acciones. Por el contrario, el producto con menor número de ejemplares editados ha sido el de pegatinas, realizándose un total de 2 pegatinas realizadas ambas en la misma acción.

## 9.2. Datos globales productos finales editados

Para la obtención de estos datos se ha tenido en cuenta el número de productos finales editados en soporte físico y validados por la Fundación. Los datos mostrados en la tabla son el sumatorio del número de productos distribuidos en las 3 Convocatorias Ordinarias 2017 y en las 2 Convocatorias Estrategia 2017-2018, para cada tipología de producto.

Producto	Intersectoriales Ordinaria 2017	Transversales Ordinaria 2017	Sectoriales Ordinaria 2017	Intersectoriales Estrategia 2017-18	Sectoriales Estrategia 2017-18	TOTAL
Anuncios en medios de comunicación	0	572	0	26	54	652
Carteles	2.000	2.574	300	7.500	17.500	29.874
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	1.000	58.800	6.643	1.001	57.290	124.734
Folletos	0	147.560	12.199	82.104	23.026	264.889
Libros y manuales	5.500	8.779	1.314	8.608	31.762	55.963

Material publicitario	2.800	7.399	11	2.088	700	12.998
Páginas web/ app	0	0	0	0	0	0
Pegatinas	0	0	8.000	4.500	10.000	22.500
Publicaciones periódicas	4.000	13.213	0	0	1.604	18.817
Soportes informáticos	0	632	0	1	120	753
Vídeos	0	13	0	0	401	414
	<b>15.300</b>	<b>239.542</b>	<b>28.467</b>	<b>105.828</b>	<b>142.457</b>	<b>531.594</b>



Según se desprende de los datos de la tabla, el mayor número de ejemplares lo tenemos en la categoría de producto Folletos, con 264.889 ejemplares editados en soporte físico. También, un número elevado de ejemplares nos lo encontramos en el producto Dípticos, trípticos y cuadrípticos, con 124.734 unidades impresas y distribuidas.

En la totalidad de las 5 Convocatorias analizadas también se han impreso 29.874 ejemplares del producto Carteles, 55.963 unidades de Libros y Manuales, 12.998 unidades de Material Publicitario, 22.500 Pegatinas y 18.817 Publicaciones periódicas.

En menor medida, también se han editado en soporte físico 652 Anuncios en medios de comunicación, 753 Soportes informáticos y 414 ejemplares del producto Vídeo (usb's).

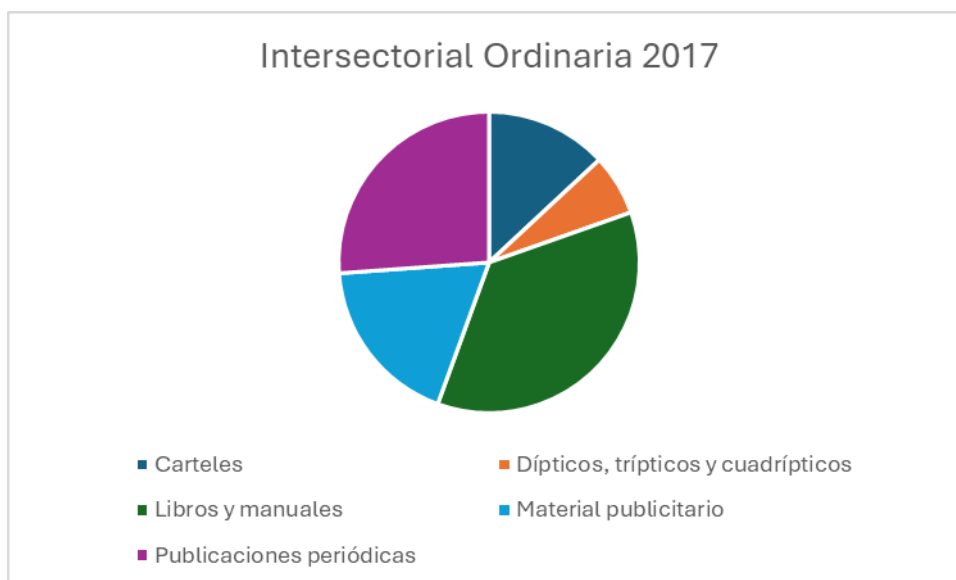
Cabe señalar que la difusión de los productos Soportes Informáticos y Vídeos, por su naturaleza, se realiza en su mayor parte a través de formatos electrónicos.

#### a) Convocatoria Ordinaria

A continuación, se desglosan los diferentes tipos de productos editados para cada una de las 3 Convocatorias que conforman la Convocatoria Ordinaria 2018 y las 2 Convocatorias de la Estrategia 2017-2018, de manera que:

#### Intersectorial Ordinaria 2017

	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Libros y manuales	Material publicitario	Publicaciones periódicas
Intersectorial Ordinaria 2017	2.000	1.000	5.500	2.800	4.000



La mayor tipología de productos finales editados en soporte físico se corresponde a Libros y manuales, de la que se han impreso 5.500 unidades que se corresponden con 8 modelos diferentes y a Publicaciones periódicas (4.000 unidades de 5 publicaciones distintas).

En Material publicitario se han editado en soporte físico 2.800 unidades correspondientes a 4 productos diferentes y también se han impreso 2.000 ejemplares de Carteles, correspondientes a un mismo modelo.

La tipología de producto Dípticos, trípticos y cuadríptico ha contado con 1.000 ejemplares impresos correspondientes a una misma ficha de prevención.

### Sectorial Ordinaria 2017

	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material publicitario	Pegatinas
Sectorial Ordinaria 2017	300	6.643	12.199	1.314	11	8.000



En la Convocatoria Ordinaria Sectorial 2017, la tipología de producto más editada es la correspondiente a Folletos, con 12.199 ejemplares editados de 24 modelos diferentes. Para el producto Díptico, tríptico y cuadríptico se imprimieron 6.643 unidades de 14

modelos diferentes. Estas dos categorías de producto son editadas en papel pero en mayor medida son difundidas por medios electrónicos.

Se editaron también 300 Carteles que se correspondían a 3 modelos distintos, así como 1.314 Libros y Manuales de 13 modelos distintos.

Por último se distribuyeron 8.000 unidades de un modelo de pegatinas y 11 ejemplares de Material Publicitario también de un mismo modelo.

### Transversal Ordinaria 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material publicitario	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Vídeos
Transversal Ordinaria 2017	572	2.574	58.800	147.560	8.779	7.399	13.213	632	13



La Convocatoria Transversal Ordinaria 2017 es la Convocatoria con mayor número de acciones desarrolladas.

La tipología de producto mas editada es la correspondiente a Folletos, con 147.560 ejemplares impresos de 28 modelos diferentes. Para esta Convocatoria Transversal, se desarrollaron 32 modelos distintos de Folletos de los cuales 28 modelos fueron editados en soporte físico, el resto fueron difundidos exclusivamente en soporte digital.

Se difundieron también 572 Anuncios en medios de comunicación, correspondientes a 20 modelos de anuncios, 2.574 Carteles, correspondientes a 17 modelos diferentes, 58.800 Dípticos, trípticos y cuadrípticos que se corresponden a 72 modelos, 8.779 unidades impresas del producto Libros y manuales, correspondiente a 25 publicaciones diferentes, 7.399 unidades de Material publicitario y 12 Publicaciones periódicas diferentes de las que se imprimieron 13.213 unidades en papel.

En el desarrollo de la Convocatoria Transversal Ordinaria 2017 también se editaron y distribuyeron: 632 Soportes Informáticos (3 modelos diferentes) y 13 Vídeos (2 modelos distintos). Hay que señalar que la difusión de estos dos productos, por su tipología, se realiza mayoritariamente a través de las diferentes web y Redes Sociales.

## b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

### Intersectorial Estrategia 2017-18

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material publicitario	Pegatinas	Soportes informáticos
Intersectorial Estrategia 2017-18	26	7.500	1.001	82.104	8.608	2.088	4.500	1



La tipología de producto más editada en esta Convocatoria Intersectorial Estrategia 2017-18 es la correspondiente a Folletos, con 82.104 ejemplares impresos correspondiente a 11 modelos diferentes, pero hay que matizar que se editaron 4 modelos de Folletos de los que se han impreso y distribuido 20.001 unidades de cada uno de ellos.

Se imprimieron y distribuyeron también 8.608 Libros y manuales correspondientes a 15 modelos distintos, así como 7.500 unidades correspondientes a 4 modelos distintos del producto Cartel.

Así mismo, dentro de esta Convocatoria, se desarrollaron 3 Anuncios en medios de comunicación distintos, correspondientes a 3 acciones, con 26 publicaciones en soporte físico en total, 1 modelo del producto Díptico sobre la sensibilización de enfermedades profesionales del cual se imprimieron y distribuyeron 1.001 unidades, 2.088 ejemplares de Material publicitario correspondiente a 6 modelos distintos y 3 modelos diferentes de Pegatinas de las que se imprimieron y distribuyeron 4.500 unidades.

## Sectorial Estrategia 2017-18

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material publicitario	Pegatinas	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Sectorial Estrategia 2017-18	54	17.500	57.290	23.026	31.762	700	10.000	1.604	120	401



En la Convocatoria Sectorial Estrategia 2017-18, la tipología de producto más editada es la correspondiente a Díptico, tríptico y cuadríptico, con 57.290 ejemplares editados de 19 modelos diferentes. Para el producto Folleto se imprimieron 23.026 unidades de 22 modelos diferentes y para el producto Libros y Manuales se imprimieron y distribuyeron 31.762 unidades de 20 ejemplares diferentes. Estas tres categorías de producto son editadas en papel pero en mayor medida son difundidas por medios electrónicos.

Se editaron también 17.500 Carteles que se correspondían a 8 modelos diferentes, así como 1.604 unidades de Publicaciones periódicas de 3 modelos distintos.

Así mismo se distribuyeron 10.000 unidades de dos modelos de pegatinas y 700 ejemplares de Material Publicitario, también correspondientes a dos modelos distintos.

Por último, y en menor medida, se realizaron 54 Anuncios en medios de comunicación correspondientes a 16 modelos diferentes y 120 Soportes informáticos y 401 Vídeo, en ambos casos, correspondientes a 2 modelos diferentes.

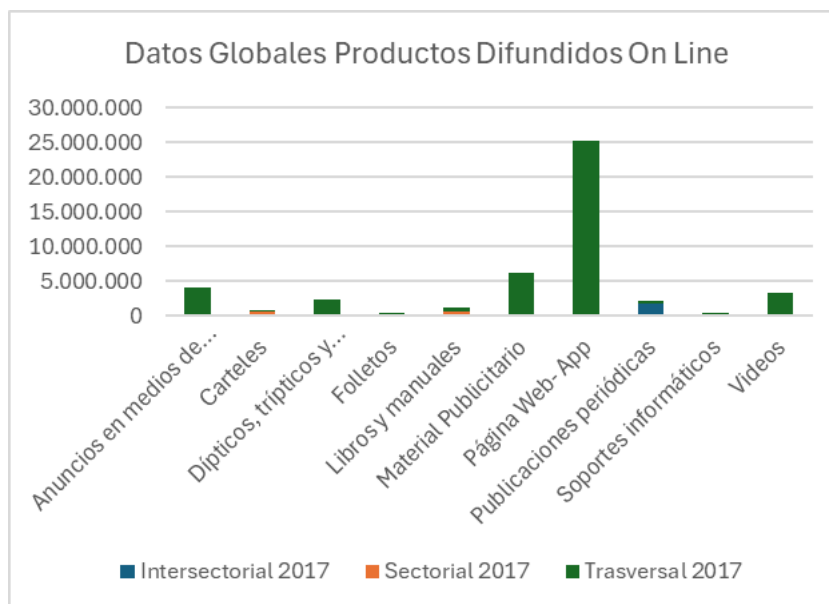
### 9.3. Datos globales productos finales difundidos *on line*

#### a) Convocatoria Ordinaria

De la misma manera que se realizado para el indicador de edición de materiales en formato físico, a continuación, se presentan los resultados desglosados del número de productos finales por tipo de Convocatoria para el indicador de difusión *on line*, teniendo en cuenta los datos finales verificados por la Fundación.

Destacamos que en este apartado no se ha considerado el producto Jornada, que, por sus propias características, será tratado en un apartado específico.

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folleto	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Intersectorial 2017	37.000	38.150	38.150	0	216.074	100	121.340	1.720.339	240.290	0
Sectorial 2017	165.788	505.135	70.083	255.042	497.946	0	3.007	79.201	0	0
Trasversal 2017	3.825.574	143.493	2.327.401	278.615	488.670	6.238.360	25.085.670	277.969	23.638	3.229.741



### Intersectorial Ordinaria 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos
Intersectorial 2017	37.000	38.150	38.150	216.074	100	121.340	1.720.339	240.290



- Anuncios en Medios de Comunicación

En relación con los 37.000 ejemplares del producto Anuncio en medios de comunicación, debemos indicar que en la acción AI2017-0001-1, el producto realizado se trata de un

Banner dedicado a publicitar el Gabinete de asesoramiento en la página web corporativa de UGT, así como en el apartado de salud laboral, de forma adicional se ha difundido este banner a través de la red social Twitter lo que ha implicado que con esta acción el número de visualizaciones haya sido de 35.000 del total de 37.000.

- Libros y Manuales

Para el producto Libros y Manuales, en los que el número de destinatarios en soporte digital ha sido de 216.074, debemos indicar que en la acción AI2017-0001-1 se han realizado 5 manuales diferentes y el beneficiario lo difunde a través del envío de correo electrónico a 33.721 personas cada uno, lo que implica que para esta acción el número de destinatarios es de 168.605 de un total de las 216.074. Adicionalmente, en la acción AI2017-0013-1 se realiza una guía que se difunde mediante el envío de correo electrónico a un total de 38.150 personas.

- Páginas web/ app

Para el producto Páginas web/ app, en la acción AI2017-0004-1 el producto financiado se trata de la elaboración de la Web salud laboral que ha tenido un número de destinatarios *on line* de 82.000 de los 121.340 totales entre las 3 acciones que en esta convocatoria han realizado páginas Webs.

- Publicaciones Periódicas

Hay que indicar que la acción AI2017-0017-1 se elabora una publicación de carácter trimestral, por lo que se trata de 4 publicaciones diferentes contenidas en este tipo de producto, de acuerdo con los datos facilitados por la entidad beneficiario se indica que se han distribuido a un total de 1.585.455 destinatarios *on line*, de acuerdo con el listado de los destinatarios de las listas de correos y bases de datos de suscriptores utilizadas. Adicionalmente, la acción AI2017-0001-1 realiza un total de 4 publicaciones diferentes, consistentes en la realización de un Boletín informativo del ORPS con un total de 33.721 destinatarios *on line* cada uno, lo que hace un total de 134.884 destinatarios.

- Soportes informáticos

La totalidad de los productos realizados se han llevado a cabo en la misma acción, la AI2017-0004-1 mediante la realización de 6 productos diferentes, siendo el número de destinatarios *on line* en 4 de ellos de 60.000 cada uno lo que implica que con estos 4 productos se han difundido a un total 240.00 destinatarios.

### Sectorial Ordinaria 2017

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Publicaciones periódicas	Videos
Sectorial 2017	165.788	505.135	70.083	255.042	497.946	2.058.672	927.627	253.701	1.255.124



- Anuncios en medios de comunicación

Hay que indicar que el mayor número de destinatarios *on line* corresponde con la AS2017-0022-1 en la que se ha realizado una campaña de publicidad en la que la difusión se ha realizado a través de los correos electrónicos enviados a las Comisiones de Secretarios Generales, y Seguridad y Salud de la patronal, así como el acceso a través de la página web del beneficiario de libre acceso, adicionalmente se ha difundido a través de la web PREVENTION WORLD por lo que el servicio de información y asesoramiento potencialmente ha sido puesto a disposición de todo el sector de la construcción, el número de destinatarios *on line* de este producto asciende a 122.775 de un total de 165.788.

- Carteles

Se han realizado un total de 7 carteles diferentes en un total de 4 acciones diferentes. Cabe destacar que el cartel editado en la acción AS2017-0111-1 se ha difundido a través de redes sociales, página Web del beneficiario de forma libre y gratuita lo que ha implicado que el número de destinatarios *on line* ascienda a un total de 287.848. Adicionalmente, debemos indicar que la acción AS2017-0056-1 ha llevado a cabo un cartel informativo utilizando como medios de difusión la página Web del beneficiario, así como el envío de correo electrónico dirigido a los responsables de salud laboral lo que ha supuesto que el número de destinatarios ascienda a 216.987.

- Dípticos, trípticos y cuadrípticos

Este producto se ha realizado en un total de 9 acciones realizándose un total de 15 carteles diferentes con una media de 3.504 destinatarios *on line*.

- Folletos

Se han realizado un total de 16 folletos diferentes en 11 acciones, destacando los folletos realizados en las acciones AS2017-0042-1 y AS2017-0083-1 que han distribuido cada una de ellas a 85.600 destinatarios *on line* debido a que se ha puesto a disposición de manera libre y gratuita en páginas web del beneficiario y redes sociales.

- Libros y manuales

El número de libros realizados en esta convocatoria asciende a un total de 13, realizados a través de 11 acciones financiadas. Destaca el manual realizado en la acción AS2017-0085-1 en la que se ha realizado una difusión a un total de 427.142 destinatarios *on line* debido a que la difusión se ha realizado a través de la página WEB del beneficiario en forma de recurso de acceso libre, gratuito y sin ninguna limitación. El beneficiario ha contabilizado en esta cifra el número de trabajadores que en una empresa tienen acceso en una única descarga, al ser posible la distribución de éste en la WEB de la empresa.

- Material publicitario

Este producto se ha realizado en un total de 7 acciones en las que se ha realizado 12 publicaciones diferentes, siendo la mayor parte de ellos pertenecientes a la realización de carteles publicitarios de los puntos informativos, que se han difundido a través de las páginas WEB de los beneficiarios, así como en redes sociales y mediante el envío de correos electrónicos a los destinatarios de las diferentes bases de datos de las entidades beneficiarias. El número de destinatarios on line promedio es de 171. 556 por cada uno de los carteles editados.

- Páginas web/ App

Destaca en este producto la realización de una aplicación que genera códigos QR con la información de seguridad necesaria para cada puesto de trabajo que ha tenido una enorme acogida y ha alcanzado un número de destinatarios *on line* que asciende a 329.000 de un total de 927.627. Adicionalmente se han realizado a través de 2 acciones una herramienta de sensibilización y formación que han alcanzado el número de 287.848 destinatarios *on line* cada una de ellas.

- Publicaciones periódicas

En esta Convocatoria se han realizado publicaciones periódicas a través de la realización de 5 acciones con un total de 8 publicaciones diferentes, siendo todas ellas boletines informativos con difusiones en páginas WEB que permiten acceso libre y gratuito.

- Vídeos

En esta Convocatoria un total de 6 acciones han realizado vídeos como producto final, lo que ha implicado un total de 9 vídeos diferentes que se han puesto a disposición de los destinatarios a través de las páginas WEB de forma libre y gratuita, lo que ha permitido que el número de destinatarios sea muy elevado.

## **Transversal Ordinaria 2017**

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Trasversal 2017	3.825.574	143.493	2.327.401	278.615	488.670	6.238.360	25.085.670	277.969	23.638	3.229.741



- Anuncios en medios de comunicación

En esta Convocatoria se han realizado un total de 90 anuncios diferentes llevados a cabo a través de la financiación de 34 acciones. El elevado número de destinatarios *on line* atiende a que la mayoría de los anuncios se han realizado a través de emisiones de radio, o bien en redes sociales y medios digitales especializados por los que se considera a la población activa como destinatario potencial alcanzando en algunos anuncios cifras de 350.000 destinatarios *on line*.

- Carteles

Se han realizado un total de 14 carteles diferentes a través de la financiación de 6 acciones. Se alcanzan cifras elevadas en aquellos carteles que corresponden con el anuncio de los gabinetes de asistencia técnica, así como carteles de celebración de jornadas, en los que se alcanzan cifras de 27.562 y 12.607 respectivamente y por tipo de cartel, elevando la cifra total de destinatarios *on line* de la totalidad de carteles a 143.493.

- Dípticos, trípticos y cuadrípticos

En esta Convocatoria se han realizado un total de 76 Dípticos, trípticos y cuadrípticos diferentes llevados a cabo a través de la financiación de 33 acciones.

El elevado número de destinatarios *on line* atiende a que la mayoría de los dípticos, trípticos y cuadrípticos se han realizado a través de emisiones de radio, o bien en redes sociales y medios digitales especializados por los que se considera a la población activa como destinatario potencial alcanzando en algunos ejemplares cifras de 520.000 destinatarios *on line*.

- Folletos

Se han realizado un total de 24 folletos diferentes en un total de 13 acciones financiadas, con un número de destinatarios *on line* medio de 11.609. Cabe destacar que la acción AT2017-0118-1 tiene un total de 129.662 destinatarios *on line*, el beneficiario establece esta cifra en debido a que se trata de un producto que se ha difundido a través de la página Web del beneficiario, y el cálculo de destinatarios se realiza teniendo en consideración las visitas a las webs en la que se ha insertado el producto durante dos años, puesto que en base a la Disposición 6ª de la Convocatoria 2017 los productos deberán permanecer, al menos, dos años desde la finalización del proyecto.

- Libros y manuales

El número de libros realizados en esta convocatoria asciende a un total de 43, realizados a través de 26 acciones financiadas. Destaca el manual elaborado en la acción AT2017-0002 en la que se ha realizado una difusión a un total de 184.287 destinatarios *on line* debido a que la difusión se ha realizado directamente a los destinatarios de los correos de trabajadores que el beneficiario tiene en su base de datos, así como a todos los destinatarios de circulares internas, y finalmente se ha puesto a disposición de manera libre y gratuita en la página web, con lo que se ha logrado que los destinatarios *on line* de la difusión de este producto hayan llegado a más de 184.000 personas.

- Material publicitario

En este producto nos encontramos con cifras muy elevadas en relación con el número de destinatarios *on line*, por las características del producto, debido a que nos encontramos vídeos promocionales, infografías y publicidad de los gabinetes de asistencia técnica que se subvencionan, todos ellos, se encuentran disponibles en la página Web corporativa y

por sus características el acceso a los mismos es cómodo, fácil y de rápida visualización, lo que implica que se haya considerado en la mayoría de las acciones que el número de destinatarios *on line*, es el mismo que el de visitas a las páginas Webs donde se encuentran los productos. Se han realizado un total de 20 publicaciones diferentes, en soportes variados con una difusión promedio de 346.576 destinatarios *on line*.

- Páginas web/ app

Dentro de este producto es destacable el elevado número de beneficiarios que eligen la realización de este tipo de producto debido a la eficacia en su difusión, así como el elevado número de destinatarios *on line* a los que se consigue acceder por la accesibilidad y características del producto. En esta convocatoria, se han realizado 50 páginas Web/APP diferentes mediante la realización de 30 acciones diferentes.

- Publicaciones periódicas

En las diferentes tipologías de publicaciones periódicas, nos encontramos con la realización de boletines de carácter periódico, así como revistas digitales e incluso la realización de un blog. Todos estos productos de acceso libre y gratuito favorecen que el número de destinatarios *on line* sea elevado, alcanzando en esta convocatoria un total de 277.969 destinatarios de las 38 publicaciones diferentes realizadas a través de la financiación de 23 acciones.

- Soportes informáticos

En esta convocatoria se han realizado un total de 6 productos informáticos diferentes, entre los que nos encontramos banner, podcast, herramientas de autodiagnóstico, etc., que se han realizado en 5 acciones diferentes.

- Videos

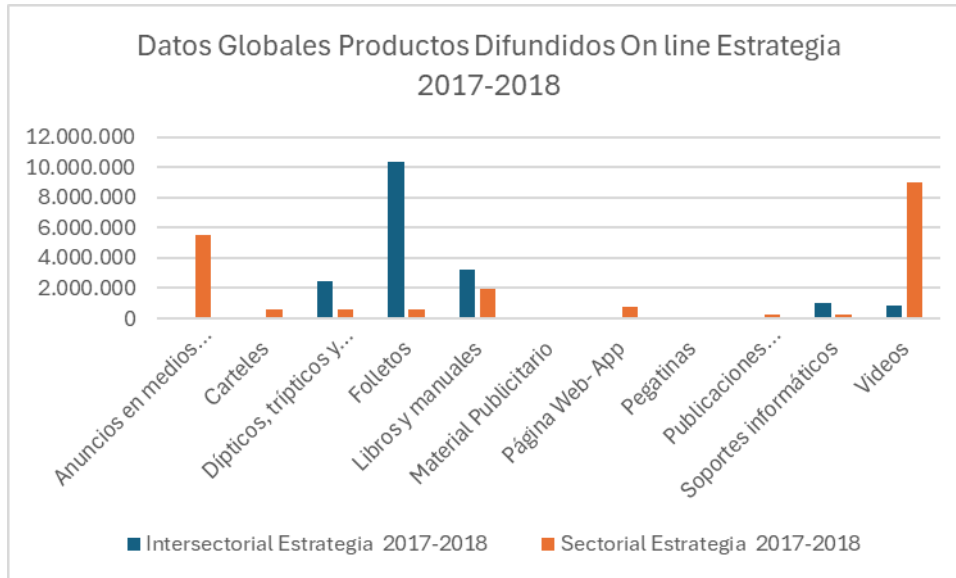
Para este producto, cabe destacar que en esta convocatoria se han realizado un total de 34 vídeos diferentes que se han difundido en redes sociales, páginas Web de los beneficiarios, y se han publicitado en las diferentes jornadas que se han realizado. En el caso de la acción AT2017-0110-1, en la que se han realizado 13 vídeos, se contrató una

campaña de dinamización para dar publicidad al producto, además de los medios de convocatoria usuales: envío a organizaciones y empresas vía mail, información en web y cuentas en redes sociales, información en consultas recibidas por el Gabinete y en jornadas/eventos en los que se ha participado. Adicionalmente, cabe destacar la acción AT2017-0130-1 en la que se ha realizado un vídeo generalista sobre prevención de riesgos laborales que ha sido difundido a través del Canal Metro Madrid y en otros lugares de paso de trabajadores y ciudadanos, así como a través de la página web del beneficiario, con lo que sólo con este producto se han alcanzado un total de 583.000 destinatarios *on line*.

#### b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

De la misma manera que se ha desarrollado para la Convocatoria Ordinaria 2017, a continuación, se presentan los resultados desglosados del número de productos finales por tipo de Convocatoria para el indicador de difusión *on line*, teniendo en cuenta los datos finales validados por la Fundación.

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Pegatinas	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Intersectorial Estrategia 2017-2018	3.000	40.832	2.500.000	10.371.967	3.268.738	2.301	6.614	3	89.728	1.006.507	819.646
Sectorial Estrategia 2017-2018	5.508.153	626.000	607.911	568.122	1.929.156	22.000	795.791	24.000	244.187	232.000	8.962.244



### Intersectorial Estrategia 2017-2018

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folletos	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Pegatinas	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Intersectorial Estrategia 2017-2018	3.000	40.832	2.500.000	10.371.967	3.268.738	2.301	6.614	3	89.728	1.006.507	819.646



- Anuncios en medios de comunicación

En esta Convocatoria se han realizado 3 anuncios diferentes a través de la financiación de tres acciones. Estos productos han consistido en la realización de campañas publicitarias que incluyen anuncios en medios de comunicación escritos, electrónicos tipo banners y en webs dirigidas al público objetivo de las acciones en los que se dará publicidad a las actividades a realizar en el marco de los proyectos.

- Carteles

Se han realizado un total de 4 carteles en 4 acciones diferentes, siendo la acción EI2017-0005-1 tiene un número de destinatarios *on line* que asciende a 40.829 destinatarios *on line* debido a que se ha realizado la difusión a través la lista de correos electrónicos de esta organización.

- Dípticos, trípticos y cuadrípticos

Se trata de la realización de Dípticos, destacando el número de destinatarios *on line* en las que se han realizado en la acción EI2017-0002-1 debido a que se ha difundido a través de la página web del beneficiario, así como en redes sociales.

- Folletos

El mayor número de destinatarios *on line* corresponden con los folletos editados en la acción EI2017-0002-1 debido a que las temáticas se aplican a toda la población laboral activa.

- Libros y manuales

En esta Convocatoria se han realizado 21 manuales diferentes, a través de la financiación de 6 acciones. Cabe destacar que los 3 manuales realizados en la acción EI2017-0002-1 cuenta con un número de destinatarios *on line* de 1.000.000 cada uno debido a que se pone a disposición de toda la población activa a través de la publicación en la WEB del beneficiario.

- Páginas web/ app

Se han realizado un total de 5 páginas Webs en 5 acciones diferentes, con un acceso libre y gratuito permitiendo que el número de destinatarios *on line* asciendan a un total de 6.614.

- Publicaciones periódicas

Se han realizado un total de 8 publicaciones en formato *newsletters*, *blogs* y boletines periódicos, realizados a través de la financiación de 5 acciones diferentes.

- Soportes informáticos

Se han realizado 3 productos en 3 acciones diferentes, destacando la acción EI2017-0002-1 en la que se ha conseguido un número de destinatarios *on line* que asciende a 1.000.000 debido a que se trata de la actualización de la página Web ya existente.

- Vídeos

Se han realizado un total de 25 vídeos diferentes realizados en un total de 6 acciones. Destaca la acción EI2017-0004-1 en la que se han realizado 14 vídeos diferentes, con una difusión *on line* cada uno, al tratarse de monográficos diferentes, que ascienden a 40.829 cada uno de ellos.

### Sectorial Estrategia 2017-2018

	Anuncios en medios de comunicación	Carteles	Dípticos, trípticos y cuadrípticos	Folleto	Libros y manuales	Material Publicitario	Página Web- App	Pegatinas	Publicaciones periódicas	Soportes informáticos	Videos
Sectorial Estrategia 2017-2018	5.508.153	626.000	607.911	568.122	1.929.156	22.000	795.791	24.000	244.187	232.000	8.962.244



- Anuncios en medios de comunicación

Se han realizado un total de 40 anuncios diferentes en 10 acciones. Cabe destacar la acción ES2017-0074-1 en la que se ha realizado un total de 9 *banners*, que, por la tipología de producto, eleva a un número de destinatarios *on line* de 590.000 cada uno, lo que supone que en esta acción el número total de destinatarios es de 5.508.153.

- Carteles

Destaca la realización de 2 carteles en dos acciones del mismo beneficiario, que se han puesto a disposición del destinatario en la página web corporativa por lo que el número de destinatarios *on line* se ha considerado como la población activa del sector, ascendiendo a un total de 313.000 destinatarios *on line* de cada uno de ellos.

- Dípticos, trípticos y cuadrípticos

La cifra de destinatarios *on line* corresponde con la realización de un total de 31 dípticos, trípticos diferentes realizados a través de la financiación de 15 acciones diferentes. Cabe destacar que la acción ES2017-0037-1 en la que bajo la tipología de producto díptico, se han realizado un total de 8 trípticos que sirvan de ayuda para fomentar la cultura preventiva de empresas, técnicos y trabajadores, de forma visual y aplicada, haciendo referencia a aspectos muy concretos, tipo “píldora informativa”, fácil de recordar, que puedan ayudar

a producir un cambio de hábitos y conductas o concienciación, se han puesto a disposición de cualquier usuario de las web del beneficiario de forma gratuita, sin ninguna limitación por lo que se ha considerado como destinatarios finales, la población ocupada del sector, elevando en esta únicamente acción a un total de 313.000 destinatarios.

- Folletos

Se han realizado un total de 24 folletos diferentes a través de la financiación de 11 acciones. Del total de 568.122 destinatarios *on line*, nos encontramos con la acción ES2017-0083-1 alcanza un total de 103.795 destinatarios pues se ha puesto a disposición de todas las categorías profesionales enmarcadas dentro del convenio colectivo del sector. Por otro lado, destacan 4 acciones que tienen cada una un número de aproximadamente 50.000 destinatarios *on line*, debido a que el contenido de los folletos es de carácter transversal, lo que ha supuesto que fueran de interés a trabajadores de más de un sector.

- Libros y manuales

En esta convocatoria se han realizado un total de 26 manuales diferentes, entre los que destacan 6 acciones que corresponden con el sector de la construcción que han tenido cada una de ellas un total de entre 206.000 a 313.000 destinatarios *on line* debido a que además de tratarse de aspectos que pueden ser de interés para otros sectores, se han puesto a disposición en la página Web del beneficiario, con acceso libre y gratuito, lo que ha supuesto que los destinatarios *on line* sean aquellos que han accedido al contenido a través de la citada Web.

- Material publicitario

No encontramos dentro de este producto, el material elaborado como publicidad de celebración de jornadas, así como de difusión de los contenidos de las diferentes acciones financiadas.

- Páginas web/ app

Se han financiado un total de 21 páginas WEB/App entre las que destacan con un número más elevado de destinatarios finales aquellas que se tratan de herramientas de autodiagnóstico que tienen alrededor de 313.000 destinatarios.

- Publicaciones periódicas

Se han realizado un total de 17 publicaciones diferentes, a través de la financiación de 17 acciones, siendo todas ellas boletines informativos, *newsletters*.

- Soportes informáticos

Dentro de esta tipología de producto, destaca la realización de un *Software* de acceso libre (gratuito) donde cualquier usuario puede adaptarlo a la situación de su empresa del sector de la construcción, lo que ha potenciado que su interés sea elevado consiguiendo un número de destinatarios de 313.00 únicamente en esta acción.

- Videos

En esta Convocatoria un total de 18 acciones han realizado vídeos, con lo que se han obtenido un total de 37 vídeos diferentes. Cabe destacar que la acción ES2017-0074 ha realizado un total de 8 vídeos que se han difundido a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Youtube), así como, a través una importante red de grupos de Whatsapp, todas ellas con un alto grado de *engagement*, por todo ello se ha considerado que el número de destinatarios *on line* para cada uno de ellos asciende a más de 1.000.000 de trabajadores del sector al que se han dirigido los vídeos.

#### **9.4. Promedio de visualizaciones por convocatoria y producto**

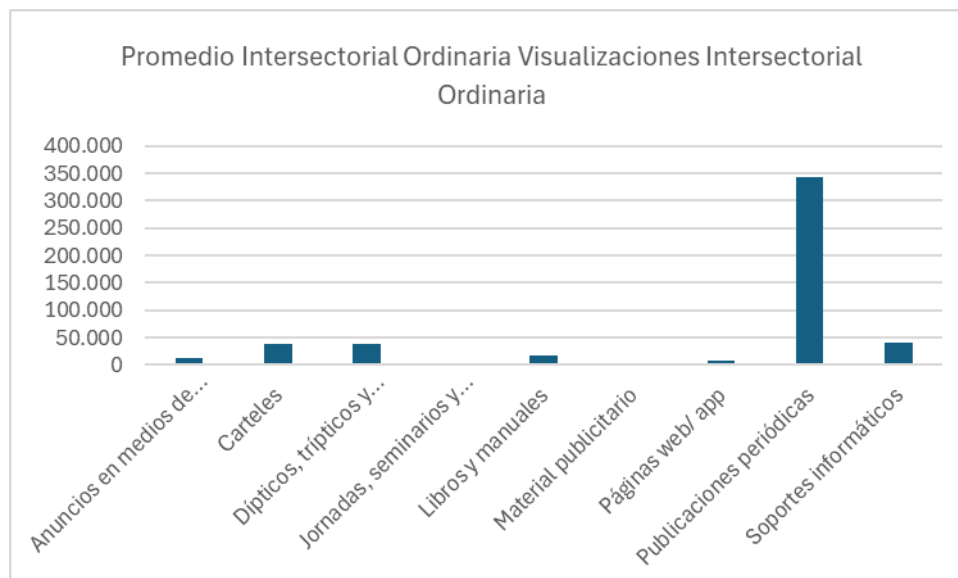
##### **a) Convocatoria Ordinaria**

A continuación, se muestra la información del promedio de visualizaciones por convocatoria y producto:

##### **Intersectorial Ordinaria 2017**



Producto	Promedio
Anuncios en medios de comunicación	12.333
Carteles	38.150
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	38.150
Jornadas, seminarios y encuentros	3.969
Libros y manuales	18.006
Material publicitario	25
Páginas web/ app	8.089
Publicaciones periódicas	344.086
Soportes informáticos	40.048

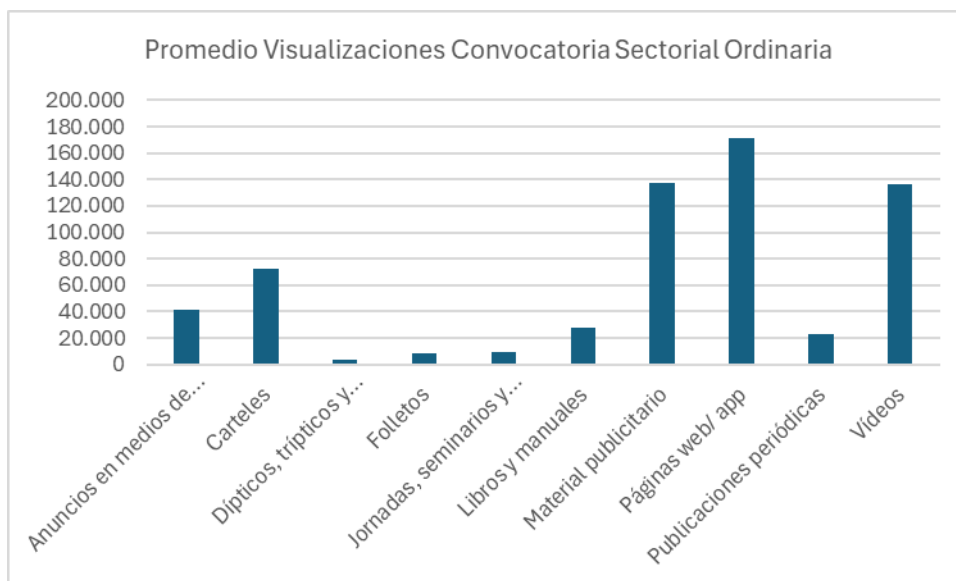


### Sectorial Ordinaria 2017

Producto	Promedio
Anuncios en medios de comunicación	41.447
Carteles	72.162
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	3.504
Folletos	7.970
Jornadas, seminarios y encuentros	9.375
Libros y manuales	27.664



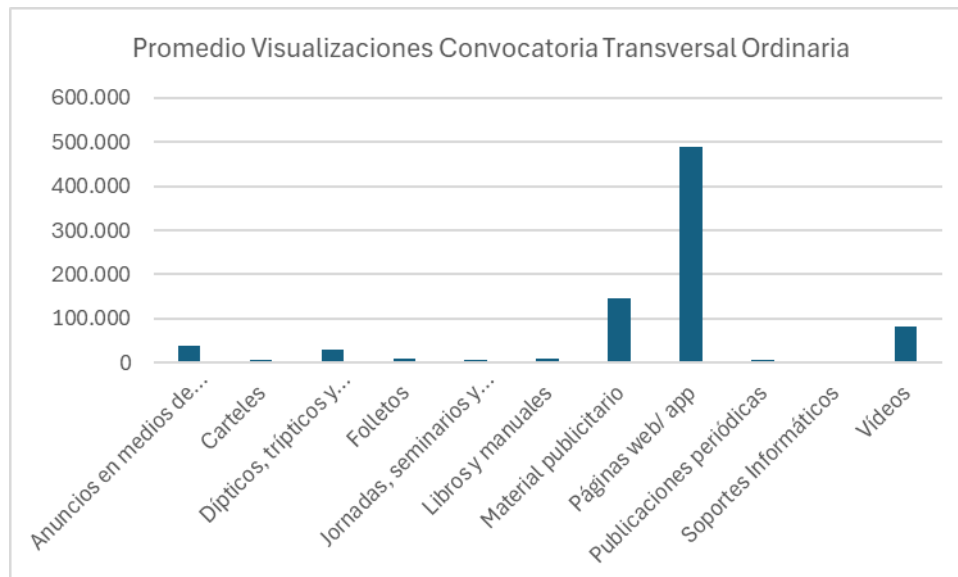
Material publicitario	137.245
Páginas web/ app	171.625
Publicaciones periódicas	23.064
Vídeos	136.125



### Transversal Ordinaria 2017

Producto	Promedio
Anuncios en medios de comunicación	38.256
Carteles	7.175
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	28.383
Folletos	8.707
Jornadas, seminarios y encuentros	6.752
Libros y manuales	9.973
Material publicitario	145.078
Páginas web/ app	489.217
Publicaciones periódicas	7.127
Soportes Informáticos	2.955

Vídeos	83.103
--------	--------



## b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

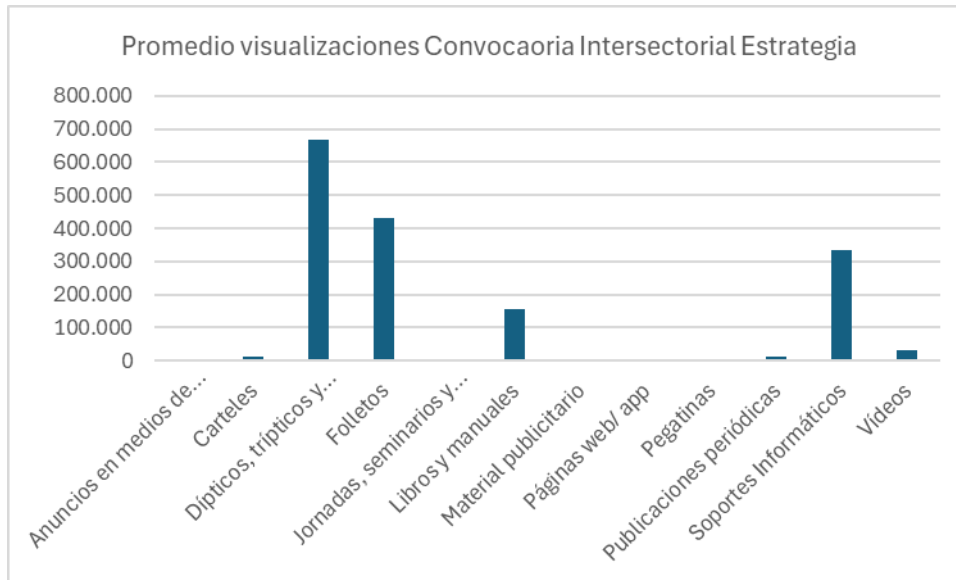
De la misma manera que hemos realizado con la Convocatoria Ordinaria, a continuación, se muestra la información del promedio de visualizaciones por convocatoria y producto:

### Intersectorial Estrategia 2017-2018

Producto	Promedio
Anuncios en medios de comunicación	1.000
Carteles	10.208
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	666.833
Folletos	432.165
Jornadas, seminarios y encuentros	3.383
Libros y manuales	155.654
Material publicitario	384
Páginas web/ app	1.323
Pegatinas	1
Publicaciones periódicas	11.216
Soportes Informáticos	335.502

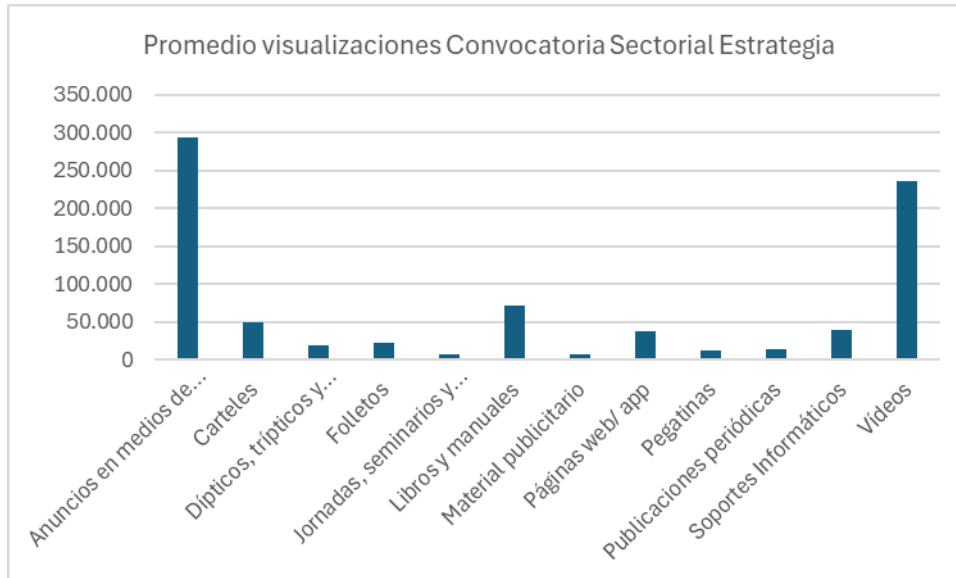


Vídeos	32.786
--------	--------



### Sectorial Estrategia 2017-2018

Producto	Promedio
Anuncios en medios de comunicación	292.964
Carteles	48.963
Dípticos, trípticos y cuadrípticos	18.997
Folletos	21.851
Jornadas, seminarios y encuentros	7.129
Libros y manuales	71.450
Material publicitario	7.333
Páginas web/ app	37.895
Pegatinas	12.000
Publicaciones periódicas	14.364
Soportes Informáticos	38.670
Vídeos	235.849



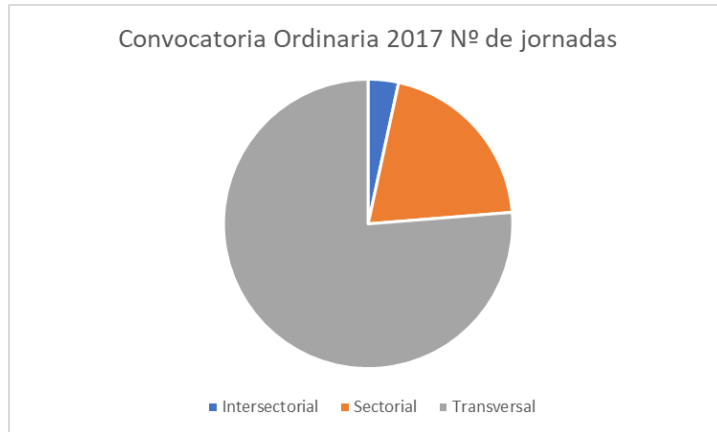
## 9.5. Datos Globales del Producto Jornada

### a) Convocatoria Ordinaria 2017

En la Convocatoria Ordinaria 2017, de la totalidad de las acciones llevadas a cabo, 80 acciones realizaron jornadas, de las que 6 acciones corresponden a la Convocatoria Ordinaria Intersectorial 2017, 14 acciones a la Convocatoria Ordinaria sectorial 2017 y 60 acciones a la Convocatoria Ordinaria Transversal 2017.

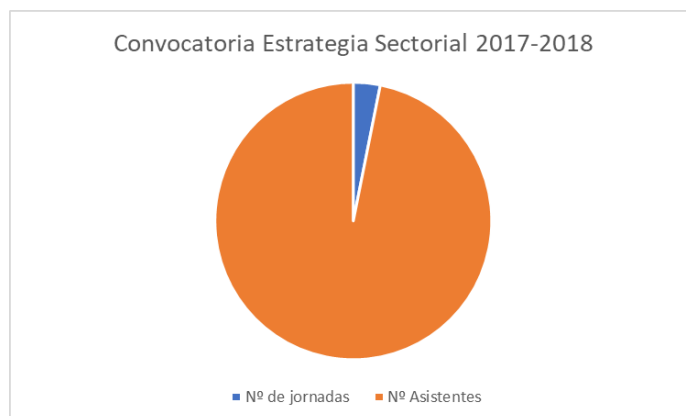
Entre las tres tipologías de acciones de la Convocatoria Ordinaria 2017, el número total de asistentes a jornadas ha sido de 2.106, mediante la celebración de 59 jornadas.

	Nº de jornadas	Nº Asistentes
Intersectorial	2	29
Sectorial	12	475
Transversal	45	1.602
	<b>59</b>	<b>2.106</b>



### b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

De la misma manera que se ha realizado para la Convocatoria Ordinaria 2017, a continuación, se realiza un análisis específico para el producto jornada en la Convocatoria Estrategia 2017-2018. En esta Convocatoria, de la totalidad de las acciones sectoriales de la estrategia llevadas a cabo, 78 acciones realizaron jornadas, de las que el 100 % se corresponden a acciones de la Convocatoria Sectorial de la Estrategia 2017-2018. El número total de asistentes a jornadas ha sido de 2.414, mediante la celebración de 78 jornadas.

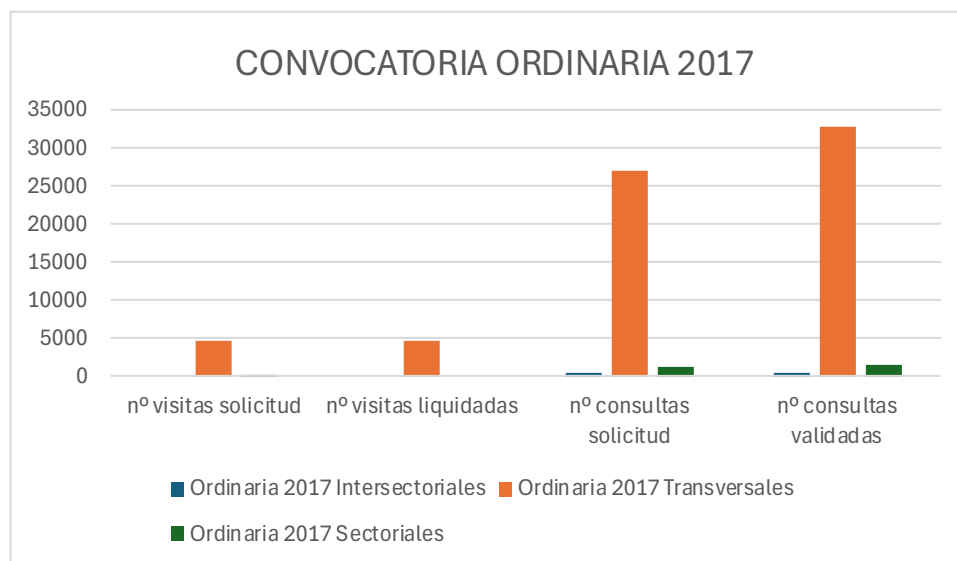


## 10. DATOS GLOBALES VISITAS Y CONSULTAS

A continuación, se aportan los datos globales del número de visitas y consultas realizadas en las correspondientes Convocatorias.

### a) Convocatoria Ordinaria 2017

Tipo Acción	VISITAS		CONSULTAS	
	Nº visitas solicitud	Nº visitas liquidadas	Nº consultas solicitud	Nº consultas validadas
Intersectoriales	-	-	320	310
Transversales	4.549	4.706	27.028	32.860
Sectoriales	34	0	1.165	1.482
	4.583	4.706	28.513	34.652



En la Convocatoria Ordinaria 2017 se atendieron de un total de 4.583 visitas y 28.513 consultas de las comprometidas en la solicitud; en los informes de seguimiento emitidos por la FEPR se constató la realización 4.706 visitas y 34.652 consultas, lo que ha supuesto que los beneficiarios finalmente realizaron mayor número de visitas y consultas que las inicialmente previstas en el servicio de asistencia técnica subvencionada.

## b) Convocatoria Estrategia 2017-2018

Tipo Acción	VISITAS		CONSULTAS	
	Nº visitas solicitud	Nº visitas liquidadas	Nº consultas solicitud	Nº consultas validadas
Intersectoriales	-	-	-	-
Sectoriales	4.662	3.982	1.129	703
	4.662	3.982	1.129	703



En la Convocatoria Estrategia 2017-2018 se comprometieron de un total de 4.662 visitas y 1.129 consultas comprometidas en la solicitud; en los informes de seguimiento emitidos por la FEPR L se constató la realización de 3.982 visitas y 703 consultas, lo que ha supuesto que los beneficiarios finalmente realizaron un menor número de visitas y consultas que las inicialmente previstas en el servicio de asistencia técnica subvencionada.

A continuación, se exponen los datos agrupados por visitas y consultas para la totalidad de las Convocatorias objeto del presente informe:

### Visitas

Entre la Convocatoria Ordinaria 2017 y la Convocatoria Estrategia 2017-18, un total de 46 acciones realizaron visitas de la totalidad de las acciones llevadas a cabo, de las cuales 40 acciones se corresponden a la Convocatoria Ordinaria 2017 y 6 acciones a la Convocatoria Estrategia 2017-18.

Entre ambas Convocatorias, se estimaron en solicitud la realización de 9.245 visitas y finalmente 8.688 visitas fueron validadas por la Fundación en la resolución definitiva de las acciones.

Tipo Acción	Convocatoria	Nº Acciones con visitas	Nº visitas solicitud	Nº visitas liquidadas
Intersectoriales	Ordinaria 2017	-	-	-
Transversales	Ordinaria 2017	35	4.549	4.706
Sectoriales	Ordinaria 2017	5	34	0
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	-	-	-
Sectoriales	Estrategia 2017-18	6	4.662	3.982
			9.245	8.688

La mayor parte de las visitas realizadas se corresponden a la Convocatoria Transversal Ordinaria 2017. La distribución de las visitas realizadas en las diferentes Convocatorias es la siguiente:



## Consultas

En la Convocatoria Ordinaria 2017 y en la Convocatoria Estrategia 2017-18, 98 acciones realizaron consultas de asistencia técnica de la totalidad de las acciones llevadas a cabo, de las que 96 acciones se corresponden a la Convocatoria Ordinaria 2017 y 2 acciones a la Convocatoria Estrategia 2017-18.

Entre ambas Convocatorias, se comprometió en solicitud la atención de 29.642 consultas, mientras que posteriormente la realización de 35.355 consultas fue verificada por la Fundación en los informes de seguimiento de las acciones, es decir, se atendieron un mayor número de consultas a las previstas en solicitud.

Tipo Accion	Convocatoria	Nº Acciones con consultas	nº consultas solicitud	nº consultas validadas
Intersectoriales	Ordinaria 2017	2	320	310
Transversales	Ordinaria 2017	83	27.028	32.860
Sectoriales	Ordinaria 2017	11	1.165	1.482
Intersectoriales	Estrategia 2017-18	-	-	-
Sectoriales	Estrategia 2017-18	2	1.129	703
		98	29.642	35.355

La mayor parte de las consultas llevadas a cabo se corresponden a la Convocatoria Transversal Ordinaria 2017. La distribución de las consultas atendidas en las diferentes Convocatorias es la siguiente:

