|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resultados de Mecanismos de participación | Octubre a Diciembre de 2016 | |
| En este informe describe los resultados de los diferentes mecanismos de participación ciudadana implementados por el FSV durante los meses de octubre a diciembre del año 2016. | | Unidad de Comunicaciones y Publicidad. |

HISTÓRICO

**1. Servicios en línea]**

**Visitas al sitio web**

**Atención en línea FSV**

**OCTUBRE - DICIEMBRE 2016**

**81,255**

**Total de visitas**

1. **Un promedio de 27,085** visitas mensuales en el sitio web del FSV
2. **Estas visitas** tienen un promedio de 3 minutos con 43 segundos en el sitio, lo que evidencia que el cliente realiza transacciones y consultas.
3. **El 58.29% de visitas** son clientes nuevos y, del total de visitas, **11,803 han sido de salvadoreños en el exterior que consultan** desde 91 países, entre los que se detallan los de mayor procedencia: Estados Unidos el 8.02%, México el 1.51%, Colombia 0.62%, España el 0.40%, Canadá 0.36% Guatemala 0.33%, Perú 0.28%, Argentina 0.23%, entre otros.

**VISITAS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES: 38,207**

**(2,370 desde tablets y 35,837 desde celulares)**

**PRECALIFICACIONES EXPRÉS: 2.119**

**SISTEMA DE CONSULTAS EN**

**SITIO WEB:** **formulario CONTÁCTENOS**

* + **De octubre a diciembre de 2016: Se han atendido más de 738 correos de consultas. Del 100% de las consultas, el 86.29% es para información y trámites de créditos.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Sistema de consulta WEB (Contáctenos)** | | | | | | | | | | | | | | **ene** | **feb** | **mar** | **abr** | **may** | **jun** | **jul** | **agost** | **sept** | **oct** | **nov** | **dic** | **Total general** | | 435 | 413 | 357 | 358 | 327 | 103 | 326 | 296 | 266 | 301 | 271 | 166 | 3,619 | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |

**2. Fan page FSV: Red Social Facebook**

* **La Fan Page del FSV reportó a diciembre de 2016, 71,533 fans, de los cuales se obtuvieron 8,417 nuevos likes de octubre a diciembre del presente año.** El 54.40% de los nuevos fans son mujeres y el 45.60% son hombres, la mayoría en los rangos de edad entre 18-24 años y 35-44 años.
* **Interacciones:** A diario en la fan page del FSV se genera un intercambio con los ciudadanos, respuestas a consultas, likes a mensajes, comentarios en el muro, entre otros. De octubre a diciembre 2016, se lograron **456,572** impactos orgánicos, consultas, mensajes y clics que han promovido nuestros servicios como: Servicios y líneas de crédito, resultados de otorgamiento de créditos durante 2016, entrevistas, , eventos del FSV e interinstitucionales, acciones de aniversario, resultados del sector vivienda y del Gobierno en general, asistencia a Festivales del Buen Vivir y Gobernando con la Gente, información sobre los programas de crédito, campaña de la Promoción del Cliente Puntual, atención en la Ventanilla en Los Ángeles, ferias en proyectos, visitas del Fondo Móvil, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, formas de pago, entre otras actividades.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Likes en fan page del FSV en Facebook** | | | | | | | | | | | | |
| **ene** | **feb** | **mar** | **abr** | **may** | **jun** | **jul** | **agost** | **sept** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 1,282 | 1,225 | 972 | 1,100 | 1,679 | 1,929 | 1,355 | 1,193 | 3,895 | 6,057 | 1,640 | 720 | 23,047 |

**2.1 Atención de consultas en Facebook**

De octubre a diciembre 2016, se cuenta con un registro de **1,119 consultas atendidas**, a las que se les ha brindado seguimiento interno para respuesta a sus casos. Se lleva un registro con fechas, consultas, remisiones y respuestas.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Atención en Facebook** | | | | | | | | | | | | |
| **ene** | **feb** | **mar** | **abr** | **may** | **jun** | **jul** | **agost** | **sept** | **oct** | **nov** | **dic** | **Total general** |
| 626 | 549 | 389 | 487 | 307 | 337 | 261 | 500 | 476 | 473 | 457 | 189 | 5,051 |

**3. Red Social Twitter**

Esta red social de la institución (**@FSVElSalvador**), nos permite un acercamiento con nuestros clientes y seguidores para lograr difundir información y notas relevantes que se transmiten en los diferentes medios de comunicación relacionados al quehacer del FSV y de interés para la población. A diciembre se cuenta con **696 nuevos seguidores** con una visualización de 2,788.

En esta red social los ciudadanos pueden consultar, comentar o compartir con sus conocidos, la información que les parezca relevante. Esta red social también se promueve en el sitio web del FSV y en Facebook y Youtube.

En los meses de octubre a diciembre de 2016, en este canal de atención se han cargado 735 publicaciones, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en diversos temas como los siguientes: Logros del FSV en la presente administración, realización de promociones institucionales con los clientes, visitas del Fondo Móvil, eventos del FSV e interinstitucionales, ventajas del financiamiento, condiciones y requisitos; se ha respondido a consultas de trámites, precalificaciones, cómo acceder a un crédito con el FSV, facilidades para el pago de la cuota con los nuevos canales de pago; entrevistas en medios de comunicación, entre otra información.

**4. Canal de You Tube**

A través de esta red social, la institución difunde las notas informativas que se transmiten en medios de comunicación, producciones informativas propias y videos relacionados al quehacer del FSV y de interés para la población. A la fecha se cuenta con 153 nuevos suscriptores con una visualización de 22,447.

En este canal **FSVELSALVADOR,** los ciudadanos pueden consultar, comentar o compartir la información que les parezca relevante. Esta red también se comparte desde el sitio web del FSV, Facebook y Twitter.

En los meses de octubre a diciembre de 2016, en este canal se han cargado 41 notas y entrevistas realizadas por funcionarios del FSV, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en temas como los siguientes: Resultados de otorgamiento de créditos durante 2016 y proyecciones de inversión, resultados de la Ventanilla en Los Ángeles y el Programa Vivienda Cercana, visitas del Fondo Móvil, consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, cómo acceder a un crédito con el FSV, nuevos canales de pago; entrevistas en diferentes medios de comunicación, entre otros vídeos.

**5. Buzones de Sugerencias**

Los Buzones de Sugerencias forman parte de los mecanismos de participación ciudadana, ya que a través de esta vía, el ciudadano expresa su satisfacción o inconformidad ante el servicio prestado, lo cual contribuye a que la Institución oriente su servicio hacia la mejora continua, mediante los comentarios obtenidos de los clientes o visitantes.

Mensualmente, se realiza un informe de las boletas obtenidas en los buzones de sugerencias de las tres agencias San Salvador, Santa Ana y San Miguel y Sucursal Paseo.

De **septiembre a diciembre de 2016**, se han obtenido un total de **120 boletas** de sugerencias de clientes o ciudadanos, con diferentes tipos de comentarios.

**6. Encuestas de Satisfacción al Cliente**

Las encuestas se realizan mensualmente abordando al cliente cuando termina de recibir un servicio en cualquiera de las tres agencias y Sucursal Paseo del FSV, permitiendo conocer su experiencia de primera mano. Se realizan un total de 100 encuestas mensuales.

De **septiembre a diciembre de 2016**, se han realizado un total de **400 encuestas** con clientes o ciudadanos, quienes en algunos casos han compartido **172 comentarios** durante este período.