|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resultados de Mecanismos de participación | Enero a Marzo de 2017 | |
| Este informe describe los resultados de los diferentes mecanismos de participación ciudadana implementados por el FSV durante los meses de enero a marzo del año 2017. | | Unidad de Comunicaciones y Publicidad. |

HISTÓRICO

**1. Servicios en línea]**

**Visitas al sitio web**

**Atención en línea FSV**

**ENERO - MARZO 2017**

**82,929**

**Total de visitas**

1. **Un promedio de 27,643** visitas mensuales en el sitio web del FSV
2. **Estas visitas** tienen un promedio de 4 minutos con 12 segundos en el sitio, lo que evidencia que el cliente realiza transacciones y consultas.
3. **El 58.51% de visitas** son clientes nuevos y, del total de visitas, **11,477 han sido de salvadoreños en el exterior que consultan** desde 91 países, entre los que se detallan los de mayor procedencia: Estados Unidos el 8.93%, México el 0.71%, Ecuador 0.62%, Canadá 0.39%, Colombia 0.32%, Guatemala 0.32%, España 0.30%, Italia 0.20%, entre otros.

**VISITAS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES: 41,232**

**(2,080 desde tablets y 39,152 desde celulares)**

**PRECALIFICACIONES EXPRÉS: 3,490**

**SISTEMA DE CONSULTAS EN**

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

* + **De enero a marzo de 2017: Se han atendido más de 1094 correos de consultas. Del 100% de las consultas, el 91.62% es para información y trámites de créditos.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sistema de consulta WEB (Contáctenos) | | | | | | | | | | | | |
| Ene | **Feb** | **Mar** | **Abril** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Agost** | **Sept** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 387 | 322 | 385 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1094 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |

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

* **La Fan Page del FSV reportó a marzo de 2017, 75,013 fans, de los cuales se obtuvieron 4,653 nuevos likes de enero a marzo 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 enero a marzo 2017, se lograron **393,289** impactos orgánicos, consultas, mensajes y clics que han promovido nuestros servicios como: Servicios y líneas de crédito, resultados de otorgamiento de créditos durante 2016 y proyecciones 2017, entrevistas, eventos del FSV, interinstitucionales y del Gobierno Central, eventos con constructores, asistencia a Festivales del Buen Vivir y Gobernando con la Gente, divulgación de la Política de Participación Ciudadana, información sobre los programas de crédito, atención en la Ventanilla en Los Ángeles, visitas del Fondo Móvil, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, formas de pago; campaña de educación financiera relacionado a vivienda y expectación de nuevos servicios electrónicos, entre otras actividades.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Likes en fan page del FSV en Facebook | | | | | | | | | | | | |
| Ene | **Feb** | **Mar** | **Abril** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Agost** | **Sept** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 1104 | 1096 | 2453 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 4653 |

**2.1 Atención a consultas de ciudadanos en Facebook**

De enero a marzo 2017, se cuenta con un registro de **1,822 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** | **Abril** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Agost** | **Sept** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 563 | 543 | 706 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1812 |

**3. Red Social Twitter**

Esta red social de la institución (**@FSVElSalvador**) nos permite un acercamiento con la ciudadanía y seguidores de la red, para difundir información de interés de la población relacionada al financiamiento de créditos habitacionales, proyectos y/o eventos institucionales y notas relevantes que se transmiten en los diferentes medios de comunicación relacionados al quehacer del Fondo Social. A marzo se cuenta con **323 nuevos seguidores** con 2,105 visualizaciones.

De enero a marzo 2017, se cuenta con un registro de **10 consultas atendidas.**  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, en Facebook y Youtube.

En los meses de enero a marzo de 2017, en este canal de atención se han cargado **695 publicaciones**, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en diversos temas como los siguientes: Logros del FSV en 2016, proyecciones de inversión, nuevos proyectos a desarrollar, facilidades para el financiamiento de vivienda, visitas del Fondo Móvil, divulgación de la Política de Participación Ciudadana, eventos del FSV e interinstitucionales, ventajas del financiamiento, condiciones y requisitos. Así mismo, se ha respondido a ciudadnos que consultan sobre sus trámites, precalificaciones, cómo acceder a un crédito con el FSV, facilidades para el pago de la cuota; 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 **114 suscriptores** con 24,731 visualizaciones de los diferentes materiales alojados en esta red.

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

En los meses de enero a marzo de 2017, en este canal **se han cargado 60 notas**, entrevistas y/o producciones realizadas por funcionarios del FSV, informando a los usuarios 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, 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 **enero a marzo de 2017**, se han obtenido un total de **118 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 **enero a marzo de 2017**, se han realizado un total de **300 encuestas** con clientes o ciudadanos, quienes en algunos casos han compartido **138 comentarios** durante este período.