|  |  |
| --- | --- |
| Resultados de Mecanismos de participación | Enero a Marzo de 2021 |
| En este informe se describen los resultados de los diferentes mecanismos de participación ciudadana implementados por el FSV durante los meses de enero a marzo de 2021. | Unidad de Comunicaciones y Publicidad. |

HISTÓRICO

**1. Servicios en línea**

**Visitas al sitio web**

**Atención en línea FSV**

**ENERO – MARZO 2021**

 **206,847**

**Total, de visitas**

1. **Un promedio de 68,949** visitas mensuales en el sitio web del FSV
2. **Estas visitas** tienen un promedio de 3 minutos con 29 segundos en el sitio, lo que evidencia que el cliente realiza transacciones y consultas.
3. **El 50,76% de visitas** son clientes nuevos y, del total de visitas, **18,619 han sido de salvadoreños en el exterior que consultan** desde 90 países, entre los que se detallan los de mayor procedencia:

Estados Unidos el 6.62%, España 0.38%, Canadá 0.36%, Italia 0.22%, Colombia 0.18%, México el 0.17%, Guatemala 0.15%, Panamá 0.09%, entre otros.

**VISITAS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES: 145,220**

**(1,115 desde tablets y 144,105 desde celulares)**

**COMPORTAMIENTO:**

**Oferta de Vivienda Nueva 8.53%**

**Destinos de Crédito 7.65%**

**Descarga de Formularios 5.51%**

**Vivienda Usada 4.81%**

**Vivienda Recuperada 3.84%**

**Precalificación Express 2.79%**

**Pasos y Requisitos para adquirir un crédito 2.63%**

**SISTEMA DE CONSULTAS EN**

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

* + **De enero a marzo de 2021: Se han atendido más de 2,285 correos de consultas. Del 100% de las consultas, el 93.13 % 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** |
| 878 | 654 | 753 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2,285 |

**2. Aplicación Móvil: FSV APP**

La aplicación móvil institucional FSV APP facilita que los usuarios del Fondo Social pueden tener acceso a diferentes consultas y servicios como: **precalificación exprés, oferta de vivienda nueva geo-referenciados y listado de vivienda recuperada; líneas de crédito y requisitos; puntos de pagos autorizados geo-referenciados;** **consulta de productos y de solicitudes de crédito; apertura de cuenta electrónica; históricos de pago; reclamos de seguros; formas de contactar al FSV a través del Call Center** (local e internacional); **además de sugerencias por medio de correo electrónico, Paga tu Casa utilizando tarjetas de créditos o débito y Consulta de Solicitudes de Crédito, a través del ingreso del DUI**, lo cual se convierte en un nuevo canal de participación ciudadana.

Esta aplicación está disponible para consultas de todas partes del mundo, las 24 horas del día, los 365 días del año, lo que acerca las posibilidades a los ciudadanos y ciudadanas de acceder a información para crédito de forma más expedita y fácil. La FSV APP está disponible en las tiendas App Store (para celulares iPhones) y Play Store (para celulares Android).

De enero a marzo, se cuenta con **24,889 descargas** en celulares iPhones y Android; **159,974** sesiones activas (una misma cuenta puede acceder a la aplicación desde diferentes dispositivos electrónicos) y de enero a marzo se registran 27,782 desinstalaciones.

La Aplicación Móvil del FSV permite a los clientes realizar sus consultas de una forma práctica y segura desde sus dispositivos móviles, para el trimestre de enero a marzo, se han obtenido los siguientes resultados:

Los ciudadanos han realizado **94,566 consultas** desde la FSV APP, las cuales se detallan a continuación:

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

* **La Fan Page del FSV reportó a marzo de 2021, 183,127 fans, de los cuales se obtuvieron 11,494 nuevos likes de enero a marzo del presente año.** El **59%** de los fans son mujeres y el **40%** son hombres, la mayoría en los rangos de edad entre 25-44 años y 45-54 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 2021, se lograron **964,434** impactos orgánicos, consultas, mensajes y clics que han promovido nuestros servicios como: Promoción del cambio de política con la reducción de tasas de interés y cero prima para vivienda recuperada del FSV y Vivienda Nueva de interés social, masiva atención a clientes con la nueva política de crédito, promoción de monto de financiamiento, programas y líneas de crédito, eventos del FSV e interinstitucionales, ferias en proyectos de vivienda nueva, visitas del Fondo Móvil a empresas e instituciones, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, formas de pago, 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** |
| 3,764 | 3,095 | 4,635 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 11,494 |

**3.1 Atención de consultas en Facebook**

De enero a marzo 2021, se cuenta con un registro de **7,976 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** |
| 2,558 | 2,251 | 3,167 |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 7,976 |

**4. 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 marzo se cuenta con **1,178 nuevos seguidores** con una visualización de 28,426.

De enero a marzo de 2021, se cuenta con un registro de **884 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, Facebook, Youtube e Instagram.

En los meses de enero a marzo de 2021, en este canal de atención se han cargado **70 publicaciones**, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en diversos temas de interés como los siguientes: Promoción del cambio de política con la reducción de tasas de interés y cero prima para vivienda recuperada del FSV y Vivienda Nueva de interés social, masiva atención a clientes con la nueva política de crédito, promoción de monto de financiamiento, programas y líneas de crédito, eventos del FSV e interinstitucionales, ferias en proyectos de vivienda nueva, visitas del Fondo Móvil a empresas e instituciones, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, formas de pago, entre otras actividades.

**5. Canal de YouTube**

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 863 suscriptores con una visualización de 94,332.

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, Twitter e Instagram.

En los meses de enero a marzo de 2021, en este canal se han cargado 4 notas y entrevistas realizadas por funcionarios del FSV, informando a los usuarios de esta red sobre: testimoniales de clientes sobre los beneficios del cambio de política, promoción del cambio de política con la reducción de tasas de interés y cero prima para vivienda recuperada del FSV y Vivienda Nueva de interés social, masiva atención a clientes con la nueva política de crédito, promoción de monto de financiamiento, programas y líneas de crédito, eventos del FSV e interinstitucionales, ferias en proyectos de vivienda nueva, visitas del Fondo Móvil a empresas e instituciones, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, formas de pago, entre otras actividades.

**6. Red social Instagram**

En esta red social institucional (**@fsvelsalvador**), nos permite un nuevo acercamiento con nuestros clientes y seguidores para lograr difundir información relacionadas al quehacer del FSV y de interés para la población. Entre enero y marzo se registraron **283 seguidores** **nuevos** y un registro de **144 consultas atendidas** de nuestros seguidores. 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.

En los meses de enero a marzo de 2021, en este canal de atención se han cargado **53 publicaciones**, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en diversos temas de interés.

**7. 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 2021**, se han obtenido un total de **23 boletas** de sugerencias de clientes o ciudadanos, con diferentes tipos de comentarios.

**8. 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 2021**, se han realizado un total de **200 encuestas** con clientes o ciudadanos (esto debido a que a mediados del mes de marzo la atención fue reducida debido a medidas de prevención para evitar la propagación del COVID19), quienes en algunos casos han compartido **68 comentarios** durante este período.