|  |  |
| --- | --- |
| Resultados de Mecanismos de participación | Julio a Septiembre de 2016 |
| En este informe describe los resultados de los diferentes mecanismos de participación ciudadana implementados por el FSV durante los meses de julio a septiembre del año 2016. | Unidad de Comunicaciones y Publicidad. |

HISTÓRICO

**1. Servicios en línea]**

**Visitas al sitio web**

**Atención en línea FSV**

 **JULIO - SEPTIEMBRE 2016**

 **96,721**

**Total de visitas**

1. **Un promedio de 32,240.33** visitas mensuales en el sitio web del FSV
2. **Estas visitas** tienen un promedio de 3 minutos con 52 segundos en el sitio, lo que evidencia que el cliente realiza transacciones y consultas.
3. **El 59.70% de visitas** son clientes nuevos y, del total de visitas, **13,314 han sido de salvadoreños en el exterior que consultan** desde 91 países, entre los que se detallan los de mayor procedencia: Estados Unidos el 7.09%, México el 1.33%, Colombia 0.68%, España el 0.38%, Guatemala 0.37% Canadá el 0.32%, Perú 0.25%, Argentina 0.24% e India 0.23% entre otros.

**VISITAS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES: 45,402**

**(3,002 desde tablets y 42,400 desde celulares)**

**PRECALIFICACIONES EXPRÉS: 10.108**

**SISTEMA DE CONSULTAS EN**

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

* + **De Julio a septiembre de 2016: Se han atendido más de 888 correos de consultas. Del 100% de las consultas, el 90.20% es para información y trámites de créditos.**

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

|  |
| --- |
| **Sistema de consulta WEB (Contáctenos)** |
| **ene** | **feb** | **mar** | **abr** | **may** | **jun** | **jul** | **agost** | **sept** | **Total general** |
| 435 | 413 | 357 | 358 | 327 | 103 | 326 | 296 | 266 | 2,881 |

 |
|  |  |  |  |  |  |  |

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

* **La Fan Page del FSV reportó a septiembre de 2016, 64,259 fans, de los cuales se obtuvieron 6,443 nuevos likes de julio a septiembre 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 julio a septiembre 2016, se lograron **416,245** impactos orgánicos, consultas, mensajes y clics que han promovido nuestros servicios como: Servicios y líneas de crédito, resultados de otorgamiento de créditos durante 2016, programas de crédito, atención en la Ventanilla en Los Ángeles y Programa Vivienda Cercana, ferias en proyectos, visitas del Fondo Móvil, respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, entrevistas, eventos institucionales e interinstitucionales, entre otros.

|  |
| --- |
| **Likes en fan page del FSV en Facebook** |
| **ene** | **feb** | **mar** | **abr** | **may** | **jun** | **jul** | **agost** | **sept** | **Total general** |
| 1,282 | 1,225 | 972 | 1,100 | 1,679 | 1,929 | 1,355 | 1,193 | 3,895 | 14,630 |

**2.1 Atención de consultas en Facebook**

De julio a septiembre 2016, se cuenta con un registro de **1,237 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** | **Total general** |
| 626 | 549 | 389 | 487 | 307 | 337 | 261 | 500 | 476 | 3,932 |

**3. Red Social Twitter**

A través de esta nueva red social en la institución, 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. Esta nueva red está en funcionamiento desde el 16 de mayo de 2016. De julio a septiembre se cuenta con 516 nuevos seguidores con una visualización de 2,752.

En esta red social los ciudadanos pueden consultar, comentar o compartir con sus conocidos, la información que les parezca relevante. El nombre del FSV en esta red social es **@FSVElSalvador** y se comparte desde el sitio web del FSV y desde Facebook y Youtube.

En los meses de julio a septiembre de 2016, en este canal se han cargado 649 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, resultados de la Ventanilla en Los Ángeles, visitas del Fondo Móvil, ventajas de financiamientos y respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, cómo acceder a un crédito con el FSV, facilidades para el pago de la cuota del FSV y nuevos canales de pago; entrevistas en medios de comunicación sobre diversas temáticas, entre otros.

**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 133 nuevos suscriptores con una visualización de 20,457.

En este canal los ciudadanos pueden consultar, comentar o compartir con sus conocidos, la información que les parezca relevante. El nombre del canal es **FSVELSALVADOR** y se comparte desde el sitio web del FSV y desde la red social de Facebook y Twitter.

En los meses de julio a septiembre de 2016, en este canal se han cargado 42 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, ventajas de financiamientos y respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, cómo acceder a un crédito con el FSV, facilidades para el pago de la cuota del FSV y nuevos canales de pago; entrevistas en medios de comunicación sobre diversas temáticas, entre otra información.

**5. Buzones de Sugerencias**

Los Buzones de Sugerencias forman parte de los mecanismos de participación ciudadana, ya que a través de esta vía, el ciudadanos 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 **julio a agosto de 2016**, se han obtenido un total de **84 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 **julio a agosto de 2016**, se han realizado un total de **200 encuestas** con clientes o ciudadanos, quienes en algunos casos han dejado comentarios (**alrededor de 84 comentarios**).