|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resultados de Mecanismos de participación | Enero- diciembre 2015 | |
| En este informe describe los resultados de los diferentes mecanismos de participación ciudadana implementados por el FSV durante el año 2015. | | Unidad de Comunicaciones y Publicidad. |

HISTÓRICO

**1. Servicios en línea]**

**Visitas al sitio web**

**Atención en línea FSV**

**Enero - diciembre 2015**

**393,261**

**Total de visitas**

1. **Un promedio de 32,772** visitas mensuales en el sitio web del FSV
2. **Estas visitas** tienen un promedio de 4 minutos con 08 segundos en el sitio lo que evidencia que el cliente realiza transacciones y consultas.
3. **El 58.96% de visitas** son clientes nuevos y, del total de visitas, **68,237 han sido de salvadoreños en el exterior que consultan** desde 124 países, entre los que se detallan los de mayor procedencia: Estados Unidos el 28.92%, Guatemala el 14.72%, México el 3.83%, India el 2.54%, Colombia el 2.19%, España 2.02%, Canadá el 1.65%, entre otros.

**VISITAS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES: 154,399**

**(15,328 desde tablets y celulares)**

**PRECALIFICACIONES EXPRÉS: 36,754**

**SISTEMA DE CONSULTAS EN**

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

* + **De enero 2015 a diciembre 2015: Se han atendido más de 5,229 correos de consultas. Del 100% de las consultas, el 84.71% es para información y trámites de créditos.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Sistema de consulta WEB (Contáctenos)** | | | | | | | | | | | | | | **Ene** | **Feb** | **Mar** | **Abr** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Agos** | **Sep** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** | | 757 | 538 | 419 | 346 | 369 | 460 | 553 | 386 | 410 | 448 | 334 | 209 | 5,229 | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |

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

* **La Fan Page del FSV reportó a diciembre de 2015, 52,446 fans, de los cuales se obtuvieron 2,787 nuevos likes de octubre a diciembre 2015.** El 53% de los nuevos fans son mujeres y el 46% 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 diciembre 2015, se lograron **1,735,631** impresiones, consultas, mensajes y clics que han promovido nuevos servicios (Ventanilla en Los Ángeles), ferias en proyectos, visitas del Fondo Móvil, ventajas de financiamientos y respuestas a consultas de trámites, requisitos, precalificaciones, entrevistas, eventos interinstitucionales, entre otros.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Likes en fan page del FSV en Facebook** | | | | | | | | | | | | |
| **Ene** | **Feb** | **Mar** | **Abr** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Agos** | **Sep** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 6,146 | 1,159 | 1,094 | 788 | 899 | 2,859 | 4,855 | 1,946 | 3,867 | 929 | 769 | 1,089 | 26,400 |

**2.1 Atención de consultas en Facebook]**

De enero a diciembre 2015, se cuenta con un registro de **4,922 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** | **Agos** | **Sep** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **Total general** |
| 835 | 525 | 407 | 269 | 344 | 352 | 556 | 186 | 380 | 424 | 350 | 294 | 4,922 |

**3. 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 52 nuevos suscriptores con una visualización de 7,018.

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.

En este canal se han cargado 137 notas y entrevistas realizadas por funcionarios del FSV, informando a los usuarios de esta red sobre el quehacer institucional en temas como los siguientes: Lanzamiento y beneficios del nuevo programa de Casa Joven, participación del FSV en la marcha por la Vida, la Paz y la Justicia, facilidades de crédito del FSV; cómo acceder a un crédito con el FSV, condiciones y requisitos de financiamiento; facilidades para el pago de la cuota del FSV, apertura de la Sucursal Paseo, lanzamiento de la Promoción del Cliente Puntual para 2015, nuevos canales de pago con la contratación de más bancos, programas y líneas de financiamiento, tutoriales para el servicio de P@goes, diversas entrevistas, apertura de ventanilla de atención al público en el Consulado de El Salvador en L.A., Informe de resultados sector vivienda, entre otros temas.

**4. Foros web]**

El FSV habilitó en su momento en el sitio web un sistema de foros con diferentes temas de discusión, como parte del proceso de Estandarización de Sitios Web del Gobierno, en donde los ciudadanos aportaban sugerencias en diferentes temas. A través de esta herramienta se dio respuesta a dudas, consultas o sugerencias que los clientes realizaban.

Se obtuvieron desde el 2011, más de **90 mil visitas** a estos foros y 56 mensajes aportados por los ciudadanos a los que se les brindó seguimiento y respuesta.

Sin embargo, esta herramienta fue descontinuada, identificando nuevas formas de participación de la ciudadanía de forma más directa (atención en Facebook, Contáctenos en la web, encuestas y buzones de sugerencias) y, según nuevos lineamientos de ITIGES brindados en 2015, se realizará un nuevo proceso de estandarización de sitios web con la plataforma Word Press, por lo que esta herramienta de Foros se sustituirá por nuevos mecanismos de participación.