



Las redes sociales y la reputación online de las entidades financieras de Costa Rica

Análisis de la situación de las redes sociales y la reputación online, así como la regulación relacionada y oportunidades y desafíos para las entidades financieras de Costa Rica.



El presente reporte no debe considerarse como un asesoramiento profesional de parte de Fit & Proper o ZonaBancos.com para efectuar determinada decisión u operación económica. Tampoco debe interpretarse como un juicio de valor u opinión sobre la calidad de las entidades abordadas en la muestra. Este reporte sólo expone los resultados de un relevamiento y análisis de información de diversas fuentes estando sujeto a la representatividad y limitaciones de este tipo de relevamientos.

Nuestros reportes no se podrán reproducir total o parcialmente por ningún método gráfico, electrónico, mecánico o cualquier otro, incluyendo sistemas de fotocopia y duplicación, registro magnetofónico o de alimentación de datos, sin expreso consentimiento de Financial Ventures S.A y F&P Consultores S.A., bajo riesgo de incurrir en infracción a las Leyes 11.723 y 25.446 y de ser pasible de las penas allí contempladas.

Tenemos a disposición la opción de brindar licencias grupales y versiones impresas de nuestros reportes con importantes beneficios (por ejemplo, a partir de 50 licencias, se brindarán charlas *in-company* sobre la temática del reporte a cargo de su autor).

Las redes sociales que se han analizado son aquellas que figuran en la página web de la entidad o bien aquellas que se encuentran verificadas. Otras redes sociales que no cumplen estos requerimientos no han sido tenidas en cuenta dado que no se ha podido comprobar que sean las oficiales, excepto claras excepciones donde el espíritu del contenido y otros factores analizados permiten asumir que son las redes oficiales. Se han considerado tanto las redes sociales institucionales como las de atención al cliente, no así aquellas referidas a productos o programas específicos.

Los contenidos que se han tenido en cuenta son aquellos generados por las entidades en sus redes sociales, dejando de lado aquellos compartidos o “*retwitteados*” que no brinden un valor agregado.

El *engagement* se ha medido con la ecuación: $\text{Interacciones/Fans o Seguidores} \times 100$. De esta forma, se obtuvo información a modo representativo del nivel de *engagement* del contenido en base al tamaño de la comunidad. A su vez, éste se ha medido únicamente en Facebook y Twitter ya que son las redes más representativas del sector.

Los números obtenidos con respecto a publicaciones y *engagement* surgen de un análisis realizado durante el mes de marzo de 2019. Los datos de cantidad de seguidores se han tomado durante el mes de febrero de 2019.



En este reporte se mencionan:

Bancos Privados Nacionales

- 1 - Banco BAC San José
- 2 - Banco BCT
- 3 - Banco Cathay
- 4 - Banco Davivienda
- 5 - Banco General
- 6 - Banco Improsa
- 7 - Banco Lafise
- 8 - Banco Promérica
- 9 - Prival Bank
- 10 - Scotiabank
- 11 - Banco CMB (Citi Bank)

Organizaciones Cooperativas

- 1 - Coocique
- 2 - Coopavegra
- 3 - Coopealianza
- 4 - Coopeamistad
- 5 - Coopeande
- 6 - Coopeaya
- 7 - Coopebanpo
- 8 - Coopecaja
- 9 - Coopecar
- 10 - Coopeco
- 11 - Coopefyl
- 12 - Coopegrecia

Bancos Comerciales del Estado

- 1 - Banco de Costa Rica
- 2 - Banco Nacional de Costa Rica

Bancos Creados por Leyes Especiales

- 1 - Banco Hipotecario de la Vivienda
- 2 - Banco Popular y de Desarrollo Comunal

Entidades Autorizadas del SFN para la Vivienda

- 1 - Grupo Mutual Alajuela
- 2 - Mutual Cartago de Ahorro y Préstamo (Mucap)

- 13 - Coopejudicial
- 14 - Coopelecheros
- 15 - Coopemédicos
- 16 - Coopemep
- 17 - Coopenae
- 18 - Coopesanmarcos
- 19 - Coopesanramón
- 20 - Coopeservidores
- 21 - Coopesparta
- 22 - Coopeuna
- 23 - Credcoop
- 24 - Servicoop



Redes sociales



Twitter



Facebook



YouTube



LinkedIn



Instagram

Herramientas

- Buffer
- BuzzMonitor
- ConverSocial
- Google Alerts
- HootSuite
- IFTTT
- Keepkon
- Oracle Social Cloud
- Social Bakers
- SproutSocial
- Topic Flower
- TweetDeck
- Twitter Search



Contenido

01	Resumen ejecutivo	07
02	Introducción	08
03	Aspectos globales de las redes sociales	08
04	¿Qué es la reputación online?	12
	4.1. ¿Cuáles son los principales actores y qué papel cumple cada uno?	13
	4.2. La reputación online: un activo en riesgo constante	15
05	Gestión de la reputación online	15
	5.1. ¿Cómo saber cuál es la reputación online?	16
	5.2. Identificación de los factores que están dentro del manejo de la entidad y aquellos que están fuera del control directo	17
	5.3. ¿Qué acciones se deben tomar?	18
	5.4. Las mejores prácticas	19
06	La importancia de las redes sociales en la reputación online de las entidades costarricenses	21
	6.1. Las redes sociales: el “peso pesado” de la reputación online	21
	6.2. Situación de las entidades financieras costarricenses en las redes sociales	24



Contenido (cont.)

07	Análisis del uso de las distintas redes sociales en las entidades financieras costarricenses	28
7.1.	Facebook	28
7.2.	Twitter	29
7.3.	LinkedIn	29
7.4.	YouTube	30
7.5.	Instagram	31
7.6.	Nivel de actividad	32
08	Desafíos en la gestión de la reputación online de entidades financieras	33
8.1.	Crecimiento y proyecciones	33
8.2.	La problemática que genera la prohibición del uso de celulares en los bancos	34
8.3.	La reputación online: ¿un riesgo o una inversión?	35
09	Herramientas de gestión	37
10	Evolución de la redes sociales de entidades financieras costarricenses	41
11	Conclusiones	42