



Fit & Proper
www.fitproper.com

zona **Bancos**
.com



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: Interacciones/Fans o Seguidores x 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 enero de 2017. Los datos de cantidad de seguidores se han tomado durante el mes de noviembre de 2016.



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

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 - Coopegreca
- 13 - Coopejudicial

Bancos Comerciales del Estado

- 1 - Banco Crédito Agrícola de Cartago
- 2 - Banco de Costa Rica
- 3 - 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

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



Redes sociales



Twitter



Facebook



YouTube



LinkedIn



Google+



Instagram

Herramientas

- Buffer
- BuzzMonitor
- ConverSocial
- Google Alerts
- HootSuite
- IFTTT
- Image Raider
- Oracle Social Cloud
- Radian6
- Social Mention
- 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	28
	7.1. Facebook	28
	7.2. Twitter	29
	7.3. LinkedIn	29
	7.4. YouTube	30
	7.5. Instagram	31
	7.6. Google+	31
	7.7. 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	Conclusiones	41



01 Resumen ejecutivo

Aún en la actualidad hay bancos de primera línea que no cuentan con las principales redes sociales activas.

Ninguna entidad posee una cuenta independiente corporativa en Twitter para la gestión de atención al cliente.



En líneas generales las entidades bancarias monologan en sus redes sociales, compartiendo contenidos que no buscan interacción ni poseen *call to action*.

Todas las entidades analizadas poseen un bajo nivel de *engagement* de sus contenidos respecto a sus seguidores.

Los contenidos sobre productos bancarios propiamente dichos son casi nulos. La mayoría se refieren a promociones y descuentos, buscando incentivar el consumo pero no la ampliación de la cartera de productos del cliente.



La mayoría de las entidades no cuenta con una estrategia de Social Media.

Sólo 2 entidades trabajan contenidos inspiracionales, claves para generar cercanía con el usuario.

Sólo 8 entidades poseen cuenta en Instagram de las cuales cinco están inactivas y sólo una tiene una estrategia clara e interesante en la gestión de contenidos.



Las alianzas con figuras públicas y la generación de embajadores de marca no son utilizadas en la actualidad, por ninguna entidad financiera.

La baja interacción con los contenidos en líneas generales y más aún en comparación con la cantidad de seguidores de las redes sociales bancarias deja en evidencia la escasa o nula inversión en pauta para impulsar las publicaciones en cada red social.



Reportes y encuestas de Fit & Proper y ZonaBancos.com

Este producto forma parte de una suscripción periódica de reportes y encuestas desarrollados en forma conjunta por Fit & Proper y ZonaBancos.com sobre distintos aspectos de la industria bancaria en Argentina y la región.

Esta serie de reportes y encuestas tienen como objetivo abordar las principales estrategias, *players*, *market share*, tendencias/ comportamientos y nuevos negocios de la banca argentina y de la región, así como evaluar el uso y preferencias de los usuarios respecto de distintos productos / servicios bancarios.

A continuación, se detallan los temas que abordan los diferentes reportes y encuestas que se elaboran:

- Análisis Resultados Encuesta ¿Cuál es el mejor banco?
- El mercado de la Banca Premium
- Canales alternativos digitales para las entidades financieras
- Análisis Resultados Encuesta Uso y preferencia de Préstamos Personales
- El mercado de los préstamos personales
- Análisis Resultados Encuesta Uso y preferencia de Tarjetas de crédito
- Las entidades financieras y las redes sociales
- Análisis Resultados Encuesta Uso de Home *Banking* y Mobile *Banking*
- Distribución geográfica del negocio bancario
- Análisis de *market share* de productos y servicios bancarios
- El mercado de las tarjetas de crédito
- Tendencias y comportamientos en el uso de productos y servicios bancarios
- Entre otros

También se podrán desarrollar reportes y encuestas a medida y sobre temas específicos que se requieran.

Los reportes y encuestas constituyen una herramienta eficaz a la hora de tomar definiciones estratégicas de negocios, planificar inversiones, analizar oportunidades y riesgos, orientar ventas y sustentar decisiones que requieren conocer el desarrollo de los aspectos más relevantes de la industria bancaria.

Reportes elaborados para Costa Rica



Reporte
**Canales alternativos
digitales para las
entidades financieras
de Costa Rica**
Agosto 2016



Reporte
**Las redes sociales y la
reputación online de las
entidades financieras de
Costa Rica**
Mayo 2017



Fit & Proper
www.fitproper.com

zona **Bancos**
.com