

## Superintendencia de Bancos de Panamá se incorpora a las redes sociales



Un pilar fundamental dentro del Plan Estratégico de la institución, se centra en la proyección de la Superintendencia de Bancos y su rol como protector de los derechos de los consumidores bancarios; manteniendo siempre una adecuada equidad entre consumidor y entidad bancaria.

En línea con este objetivo, la entidad introduce entre sus canales de comunicación, las redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube.

Con la incorporación de la Superintendencia a las redes sociales, se busca obtener un mayor acercamiento con los consumidores bancarios, conocer sus inquietudes, orientar y educar sobre información financiera de interés para los clientes bancarios y público en general; así como informar sobre lo que acontece en la entidad y el Centro Bancario Internacional de Panamá.

Las redes sociales han revolucionado la forma de comunicarnos, por lo que es necesario ir al compás de la “nueva” era de las comunicaciones y lo más importante, estar cerca de la gente.

Es por ello que la Superintendencia de Bancos se une a la comunicación 2.0, que a diferencia de la comunicación 1.0 o tradicional, maneja reciprocidad en el mensaje. Una comunicación en la que importa lo que nuestro público quiere expresar, lo que piensa y opina.

Este gran paso dado por la institución genera un compromiso mayor, dado que además de escuchar a nuestro público, se le debe dar respuesta.

A través de estas nuevas herramientas, la entidad llega a un público ágil, que requiere de igual forma, inmediatez y veracidad en la información. Por lo que la Superintendencia de Bancos, asume el reto y con ello el camino a posicionarse positivamente, como una institución responsable, transparente, confiable y más cercana al público.