

Fecha 02.03.2020	Sección Finanzas y Dinero	Página 12
----------------------------	-------------------------------------	---------------------

Tiene un problema de identidad

En el Banco del Bienestar gobierno está mermando una marca: expertos

● La papelería de la institución aún tiene la imagen del Bansefi; clientes deben identificarse con el nuevo nombre

Fernando Gutiérrez
fernando.gutierrez@
eleconomista.mx

El Banco del Bienestar, al cual buscan convertir en el principal dispersor de recursos del **gobierno federal**, tiene un problema de identidad, pues la papelería entregada en sus sucursales por alguno de sus servicios tiene la imagen de su antiguo nombre, el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (Bansefi).

Para expertos, esto podría representar un problema para lograr la penetración de la marca en la población objetivo de este banco, es decir, las personas beneficiarias de los programas sociales, ubicadas en zonas de difícil acceso y que carecen de servicios financieros formales.

“Desde el punto de vista de mercadotecnia, es un alcance muy pobre, porque por ahorrar en temas de papelería de este tipo de cosas el gobierno está mermando una marca”, explicó Christian Reich López, profesor de mercadotecnia del Tecnológico de Monterrey.

Este medio constató que, para los trámites que se realizan actualmente

dentro de una de las sucursales del Banco del Bienestar, la papelería entregada a los clientes cuenta todavía con la imagen del Bansefi.

Por ejemplo, para el depósito en una cuenta de ahorro del banco, el recibo que se entrega al cliente tiene todavía el logo del Bansefi, e incluso el sello del cajero.

El 31 de julio del 2019, Arturo Herrera Gutiérrez, titular de la Secretaría de Hacienda, junto con Rabindranath Salazar Solorio, director del banco, develaron una placa conmemorativa en las instalaciones del mismo, alusiva al inicio de operaciones del mismo.

“Los nombres tienen un significado muy profundo, y en el caso del Banco del Bienestar no se trata de una institución financiera más, sino de una institución que atenderá a los mexicanos más vulnerables”, indicó en aquel momento Herrera Gutiérrez.

Desde el 2002 hasta julio del 2019, este banco de desarrollo operó bajo el nombre de Bansefi y fue en esta administración que se transformó, por segunda vez en su historia, para llamarse Banco del Bienestar.

Reich López comentó que una marca es una promesa de algo, por lo que probablemente el gobierno, con este cambio de nombre de Bansefi a Banco del Bienestar, busca proyectar un nuevo significado del mismo, que podría ser la atención financiera a las personas más vulnerables.

Pese a esto, el especialista comentó que el banco debe de hacer un esfuerzo para que sus clientes se identifiquen con la marca, más allá del cambio de nombre e imagen de sus sucursales. “El manejo de una marca no es nada más cómo se dé, sino cómo se da la interacción con los clientes de esa marca. Por ejemplo, cuando llamas por teléfono a una de sus sucursales, la manera en que contestan; eso habla de la marca, de la promesa y del concepto que hay detrás”.

Desde el 2002 hasta julio del 2019, este banco de desarrollo operó bajo el nombre de Bansefi. En esta administración se transformó, por segunda vez en su historia, para llamarse Banco del Bienestar.





El Bansefi
atenderá a los
mexicanos más
vulnerables. FOTO
EE: DANIEL SÁNCHEZ