



BancoSol lanza una renovada identidad dando paso a una nueva era en su historia

- **BancoSol ha estrenado su nueva imagen en todo el país. Un nuevo diseño renovado y fresco que proyecta una banca del futuro con inclusión, equidad y sostenibilidad.**

Uyuni, 23 de octubre de 2022.- “Evolucionamos y nos proyectamos para llevar la banca, y en especial las microfinanzas, a un nuevo nivel, acompañados de una marca renovada y fresca que refleja, esencialmente, el deseo natural de las personas de soñar en grande y mejorar su futuro”.

Con esas palabras el presidente del Directorio de BancoSol, Esteban Altschul, presentó la nueva imagen de la marca y logotipo de la entidad líder en microfinanzas de Bolivia en un evento sin precedentes en el Salar de Uyuni (Potosí), en el que han estado presentes directivos de la Asociación de Bancos Privados de Bolivia (Asoban) y de la Asociación de Entidades Financieras Especializadas en Microfinanzas (Asofin), ejecutivos de la Bolsa Boliviana de Valores, así como medios de comunicación nacionales e internacionales.

Detrás de esta renovación de la marca de BancoSol está conceptualizado lo moderno y lo digital, centrados en el bienestar de los clientes y en atender sus necesidades de forma simple y eficiente, y a la vez cálida y humana. Se trata de una evolución que responde a su filosofía esencial de ser aliados de sus clientes y crecer “JUNTOS”.

“Buscamos reafirmar nuestra cercanía con nuestros clientes actuales, pero además acercarnos y servir a las generaciones de jóvenes emprendedores, que son el motor que impulsará a la economía de nuestro país, en quienes creemos y por los que apostamos firmemente. Renovamos además nuestros valores, para continuar profundizando la inclusión financiera, social y digital, sin dejar a nadie atrás, y con la convicción de que el crecimiento sólo es posible con equidad y sostenibilidad”, sostuvo el directivo.

En tanto, el gerente general de BancoSol, Marcelo Escobar, dijo que, con la renovada marca, el Banco se proyecta al futuro con más fuerza que nunca, en sintonía con los nuevos tiempos. “Con esta renovación iniciamos una nueva era para BancoSol. Estamos marcando un antes y un después en nuestra historia. Estamos escribiendo un nuevo libro”.

Explicó que en la esencia de la marca destaca el “nuevo Sol”, una imagen fuerte, orgánica, con energía y calor, que proyecta un movimiento ascendente, reflejando también una integración armoniosa entre las personas y el mundo, en un ciclo infinito.

“Nuestra nueva identidad visual transmite un compromiso real con la microempresa boliviana; el color morado representa sensibilidad, trayectoria, seriedad y se asocia con lo moderno y digital, y el naranja evoca alegría, entusiasmo, transmite calidez, cercanía, empatía y confianza”, describió Escobar destacando que “la combinación de estos dos colores —además de ser diferenciadora y original— comunica modernidad y juventud, aporta atributos de prosperidad y armoniza con atributos asociados al empoderamiento y la equidad de género”.



La gama de colores en la marca representa el sol al amanecer, ese amanecer que cobra sentido, si sus primeros rayos de luz y las personas, se encuentran al iniciar el día JUNTOS. Es una fusión, un encuentro que augura renovación permanente, esperanza y nuevos días con la cual el Banco busca inspirar a las personas, caminar junto a ellas, ser un aliado en su camino de crecimiento empresarial, porque este fue, es, y será siempre, el objetivo de BancoSol.

“Nos motiva acompañar el progreso de personas como Don Martín, Doña Martha, Don Mario o Doña Ana —por citar algunos de nuestros más de un millón de clientes— emprendedores por naturaleza, quienes, con su valentía y esfuerzo, decidieron ir tras de un sueño, y así, iniciaron o sacaron adelante sus negocios”, enfatizó el ejecutivo.

Finalmente, la gerente general adjunta de BancoSol, Verónica Gavilanes, precisó que evolucionar constantemente es fundamental para poder crecer, es parte de la naturaleza de las personas y, por ende, de las organizaciones.

“Durante estos treinta años, cada día, BancoSol ha amanecido con un propósito que se ha mantenido intacto, siendo una prueba viva de que a pesar de la capacidad de evolución y reinención que caracteriza a BancoSol, su esencia es y será siempre la misma: Transformar vidas y acompañar de forma inclusiva a quienes creen en un mejor futuro”, dijo la ejecutiva.

“La evolución de nuestra imagen es solo el inicio de lo que visualizamos a futuro, son las primeras páginas de este nuevo libro que queremos escribir JUNTOS. Es un nuevo punto de partida hacia la visión de seguir siendo líder y referente mundial en inclusión financiera y digital, contribuyendo a la reducción de la pobreza y aportando al desarrollo sostenible”, agregó.

Y complementó: “JUNTOS crecimos, JUNTOS descubrimos que somos capaces de hacer cosas extraordinarias y es por eso que hoy visualizamos un nuevo camino en el que podemos soñar, caminar, construir y seguir creciendo JUNTOS”.

La renovada imagen de BancoSol será parte de los más de 750 puntos de atención financiera que cuenta en todo el territorio nacional a través de 10 oficinas regionales, 101 agencias fijas, 296 corresponsales “Sol Amigo Express”, 121 puntos “Sol Amigo”, 197 cajeros automáticos, 5 agencias móviles y 24 ventanillas de cobranzas en los nueve departamentos del país.

“Además, nuestra página web, nuestra aplicación de banca móvil *appSol* y nuestra plataforma de banca por internet *Solnet*, expondrán no sólo en lo visual sino en lo conceptual y filosófico, este nuevo punto de partida y el inicio de una etapa que nos fortalece y nos desafía a proyectar a nuestro Banco, tal como lo hemos soñado... un banco que inspira e invita a *Soñar en grande. Mejorar el futuro, JUNTOS*”, concluyó Gavilanes.

Amanecer JUNTOS

El Salar de Uyuni, donde el cielo y la tierra se confunden en un horizonte único, fue el escenario seleccionado por BancoSol para presentar su renovada imagen de marca con la cual reafirma su compromiso de transformar vidas acompañando, de forma inclusiva, a quienes creen en un mejor futuro.



La cita fue a las 05.30 del domingo 23 de octubre, cuando los primeros rayos del sol aparecieron en el infinito formando una gama de colores donde el morado y el naranja de manera armoniosa se fusionaron en el horizonte.

Proyecciones visuales de última tecnología, y las voces de los narradores David Mondaca y Claudia Andrade crearon el ambiente propicio para la presentación de la nueva marca de BancoSol ante un centenar de medios de comunicación e invitados especiales.

La experiencia superó las expectativas de los asistentes cuando Sadeck Waff, coreógrafo francés mundialmente conocido, irrumpió en el evento con una espectacular y original coreografía con 60 bailarines, formando la nueva imagen de BancoSol, en la inmensidad del Salar.

Conocido por su estilo de baile geométrico centrado en movimientos precisos y sincronizados, Waff ha creado danzas para ganadores del Grammy como Chris Brown y Shakira, ha concursado tres veces en France Got Talent obteniendo un Golden Buzzer, trabajó con Jennifer López para World of Dance y en el baile para la clausura de los últimos Juegos Paralímpicos. A sus logros, se suma el espectáculo presentado en el Salar de Uyuni junto a BancoSol.

Posteriormente, los asistentes pudieron compartir un tradicional aphotapi a cargo del reconocido chef Marco Bonifaz y el equipo de Manq'a Restaurante, amenizado con la música exclusiva preparada por la cochabambina DJ SúperCholita, Ariadna Soto, quien se caracteriza por usar una llamativa máscara y una pollera nortepotosina.

Durante esta segunda parte del evento, los asistentes pudieron disfrutar de un espacio de experiencia de marca, en el que pudieron conocer de primera mano la renovada imagen de la banca digital y la página web del Banco.

Nueva experiencia en Banca

Con la renovada marca, BancoSol aplica nuevos conceptos y protocolos de bienvenida y atención a los clientes en sus diferentes puntos, optimizando tiempos y sobre todo aplicando impulsores en 70 agencias con mayor afluencia con el objetivo de promover el uso de canales digitales para una mejor experiencia en el Banco. Los impulsores identificarán a clientes con necesidades digitales, a quienes guiarán para el uso de *appSol* y *Solnet* a través de *MundoSol* y medirán niveles de satisfacción.

También destaca la implementación de Centros de Experiencia Digital, el primero de ellos inaugurado hoy en la Agencia de San Miguel en la ciudad de La Paz. Un espacio cuyo objetivo es promover la alfabetización y adopción digital, establecer puntos estratégicos de contacto con el cliente y mejorar la atención al cliente, creando una nueva y mejor experiencia.