

BlueTrade anuncia plano de expansão e passa a se chamar Blue3

Anúncio marca novo momento do escritório, que tem plano de expansão para ser a maior empresa de investimentos e evolução patrimonial até 2023

São Paulo, junho de 2021 - A BlueTrade, entre as três maiores operações da XP Investimentos, anuncia mudança em sua marca e nome, tornando-se Blue3. A modificação ocorre para marcar novo momento em que a empresa anuncia seu ambicioso plano de expansão até 2023: crescer em 530% o valor de ativos sob custódia, em 350% o número de clientes e em 189% a entrada de agentes autônomos de investimentos.

Em maio deste ano, a Blue3 começou a ocupar uma laje de mais de 1.000 metros quadrados na região da Faria Lima, na capital paulista. A empresa também inaugurou, em dezembro de 2020, uma unidade exclusiva para atendimento digital de renda variável em Franca, a Blue3 Digital, e um Centro de Inteligência, além de um novo escritório em Goiás.

Atualmente, são 10 unidades no país, mais de 15 mil clientes ativos, R\$ 10 bilhões sob custódia e mais de 400 funcionários. “O propósito da Blue3 continuará sendo oferecer possibilidades ao público de gerenciar o capital da melhor forma. Com o plano de expansão, estamos dobrando de tamanho ano a ano, como parte de um processo robusto de consolidação no mercado e estamos preparados para atender essa demanda crescente do setor”, explica Wagner Vieira, sócio-fundador da Blue3.

A partir desse novo cenário, toda a identidade visual da marca foi modernizada, trazendo horizontalidade, que simboliza consistência, superação e segurança, e robustez, que remete à força e coerência muito presentes no dia a dia do negócio da empresa. O conceito utilizado pela no projeto de *rebrand* foi desenvolvido pela agência Enredo e pode ser considerado uma representação dos três estágios da vida de um investidor: “acumular (evolução), rentabilizar (crescimento) e preservar (estabilização)”.

Leone Cabral, sócio-fundador da Blue3, comenta que “o novo momento chega com alta expectativa e reforça que o propósito da empresa é continuar contribuindo para que as pessoas a construam um legado que seja aproveitado em vida e para as próximas gerações. Estamos muito felizes com a mudança e prontos para abraçar novos desafios”.

“Por meio de nossa nova marca queremos dialogar de forma mais direta com as pessoas que ainda destinam boa parte de seus investimentos aos bancos, oferecendo uma proposta diferente e que o faça brilhar os olhos. Ao mesmo tempo, reforçar nosso posicionamento de mercado com clientes Private, um dos focos para os próximos anos”, destaca Leone.