



Tras fusión, La Polar y Abcdin estrenan nuevo logo y renovarán sus tiendas bajo la marca abc

La compañía resultante de la fusión entre La Polar y AD Retail (matriz de las tiendas Abcdin), denominada "abc", realizó un lanzamiento interno con su nueva imagen corporativa, que ya tiene un nuevo logo.

Según informó en un comunicado, la compañía ligada a Leonidas Vial y la familia Santa Cruz definió que su plan de transición tiene tres etapas.

La primera, llamada etapa "a", se concluyó con la junta

La firma espera iniciar en 2025 su campaña institucional y la implementación de la tarjeta abc.

de accionistas que cambió la razón social de la firma, además de actualizar los correos electrónicos de los trabajadores y hacer el lanzamiento con ellos.

La segunda, la etapa "b", implicará el cambio progresivo de las fachadas de las tiendas en todo Chile. "Finalmente, el período "c" abarcará el lanzamiento de la campaña institucional y la implementación de la tarjeta abc, con la expectativa de comenzar el proceso desde 2025", agregó el retailer.

La nueva compañía cuenta con más de 100 tiendas y 4.500 trabajadores.

"Esta nueva identidad es más que un cambio de

nombre; es un reflejo de nuestra visión, valores y compromiso de ofrecer lo mejor a nuestros clientes. Este paso finaliza un proceso interno que, con el apoyo de consultores expertos, ha integrado lo mejor de La Polar y Abcdin, permitiendo quedarnos con la trayectoria de estas icónicas marcas", dijo el gerente general de abc, Gonzalo Ceballos.

Según la empresa, con esta nueva imagen busca ser "moderna y cercana" y



reflejar un enfoque "renovado de la compañía, con foco en el servicio al cliente y la innovación".

Además, Ceballos señaló que "visualmente, queremos que abc sea sinónimo de ac-

cesibilidad y modernidad. La nueva identidad gráfica está diseñada para ser amigable e inclusiva, reflejando nuestra intención de estar más cerca de nuestros clientes y ser parte de su día a día".