



abc revela detalles de su implementación y nueva identidad en sus diez tiendas de la Región del Maule

Según detallaron desde la empresa la nueva marca que surge de la integración de La Polar y abcdin se implementará por etapas, incluyendo sus tiendas de Cauquenes, Constitución, Curicó, Linares, Parral, San Javier y Talca

“Como una oportunidad para redefinir el futuro del retail en Chile”, así definió a este nuevo actor en el mercado el gerente general de abc, Gonzalo Ceballos, en el marco del lanzamiento interno que la compañía realizó con colaboradores de todo el país, en el que se detallaron aspectos de su nuevo logo e identidad, junto con los primeros detalles de lo que será su implementación.

Actualmente abc cuenta con más de 100 tiendas en todo Chile, de las cuales diez operan activamente en la Región del Maule, ubicadas en Cauquenes (Victoria 509), Constitución (Vial 435), Curicó (Prat 450 y Merced 471), Linares (Independencia 570 y Av.

León Bustos 0280), Parral (Aníbal Pinto 575), San Javier (Arturo Prat 2450) y Talca (Uno Sur 1424 al 1432 y Uno Sur 1450).

En ese contexto, en un encuentro vía streaming, la compañía detalló el plan de transición “abc”, que contempla tres etapas. La primera fase, denominada “a”, se dividió en dos partes: la interna, que incluyó la junta de accionistas y el cambio de razón social a abc S.A., y la externa, que abarcó el lanzamiento con todos los colaboradores y la actualización de correos electrónicos.

La etapa “b” se centrará en el cambio de manera progresiva de las fachadas de las tiendas a lo largo de todo Chile. Finalmente, el período “c” abarcará el lanza-

miento de la campaña institucional y la implementación de la tarjeta abc, con la expectativa de comenzar el proceso desde 2025. El gerente general de abc, Gonzalo Ceballos, recaló que “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”.

En la exposición realizada en conjunto con otros gerentes de la compañía, se relevó que la marca abc busca una imagen moderna

y cercana, que refleje el enfoque renovado de la compañía en el servicio al cliente y la innovación. En esa línea, el diseño del logotipo y la identidad visual se desarrolló para transmitir simplicidad y confianza, con colores vibrantes y tipografías contemporáneas que buscan conectar con una amplia base de clientes, desde los más jóvenes hasta los más tradicionales. La imagen se aplicará en todos los puntos de contacto, desde el e-commerce hasta la señalética en tiendas.

En ese sentido, Ceballos explicó que “visualmente, queremos que abc sea sinónimo de accesibilidad y modernidad. La nueva identidad gráfica está diseñada para ser amigable e inclusiva, re-

flejando nuestra intención de estar más cerca de nuestros clientes y ser parte de su día a día”.

Con esta integración, abc cuenta ahora con más de 4.500 colaboradores en todo Chile. Según explicaron desde la compañía, uno de los efectos de la integración para el consumidor será la facilidad de disfrutar una experiencia de compra integrada, accediendo en un solo lugar a la gama de productos que tradicionalmente ofrecía La Polar y abcdin. Al mismo tiempo, destacan la optimización de su sistema de e-commerce, permitiendo que los clientes puedan retirar sus productos en cualquiera de las tiendas abc a lo largo de todo Chile.