

¿Es parte del 29% de los chilenos que aún le dice Almacenes Paris a multitienda?

Cencosud decidió hace 20 años cambiar el nombre de Almacenes Paris a Paris. Pese a que ya han pasado dos décadas, según una encuesta realizada por la empresa y la consultora Kantar el 29% de los chilenos la siguen llamando Almacenes Paris. La multitienda cumple 125 años y para celebrarlo, entre otras acciones, volverá a usar el logo de Almacenes Paris en sus plataformas digitales y en la web. “Las marcas no solo existen en logos o avisos, sino en la memoria afectiva de las personas. Ese nombre acompañó a varias generaciones y quedó anclado a momentos cotidianos y familiares. Además, *Almacenes* evocaba cercanía y costumbre, mientras que el cambio a *Paris* buscaba modernizar y simplificar. Cuando un nombre logra esa recordación, no desaparece con una campaña: se transmite de boca en boca y sobrevive como parte del lenguaje popular. Es, en cierto modo, un activo invisible que la marca sigue capitalizando, aunque no lo use oficialmente”, dice Luciano Castelucci, académico de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez.

