Carina Pupkin, CMO L'Oréal Chile:

"Estamos reinventando la experiencia de la belleza a través de nuevas tecnologías"

La innovación, sustentabilidad y el compromiso con causas como la igualdad de género es parte del plan que desarrolla la compañía para vincularse con sus consumidores y la sociedad.

Fotos: L'Oréal Chile

En el marco del Ranking de Reputación Corporativa RepTrack ® 2019, L'Oréal se impuso en la categoría Cosmética y Belleza, en donde las dimensiones más valoradas son la Innovación, Oferta e Integridad. Y en relación al ranking de las empresas con mayor reputación corporativa en el país, destaca dentro las primeras.

En esa línea, Carina Pupkin, CMO L'Oréal Chile, señala que este reconocimiento constituye un gran orgullo para la compañía, que en nuestro país reúne a 24 marcas muy fuertes, cada una con su propia personalidad y con la misión de satisfacer todas las necesidades de belleza de los consumidores. "Estamos frente a un mercado que tiende constantemente al cambio y el mapa de las empresas líderes tiende a ser muy variable. Esto nos desafía a ser especialmente coherentes, no solo desde nuestra marca corporativa, sino desde el desempeño y comunicación de todas nuestras marcas", agrega.

¿Cómo han ido trabajando y desarrollando la reputación?

La reputación es una construcción a largo plazo, que se funda en acciones concretas. Nuestros valores no se predican, se viven. Y para eso actuamos con total trasparencia, lo que permite mostrarnos tal como somos. Sin embargo, hay un gran desafío por parte de las marcas de dejar la comunicación unilateral para empezar a construir diálogo con sus grupos de interés. Tenemos que escuchar a nuestros consumidores para entregarles un mensaje personalizado y útil, de manera de aportar positivamente en las sociedades en las que nos insertamos.

La nueva era digital y la irrupción de los medios sociales, nos permite participar de conversaciones que tienen que ver con los valores y territorios de las marcas. La transparencia, la diversidad, la sustentabilidad son valores que se deben recoger desde las redes para convertirlos en realidad. En ese sentido, L'Oréal está reinventando la experiencia de la belleza a través de nuevas tecnologías. Creemos que los servicios van a ser la nueva manera de descubrir marcas y productos.

¿Qué quieren transmitir a sus consumidores?

La reputación corporativa recoge el cómo nos ven nuestros grupos de interés. Y en esa construcción, hemos querido trasmitir nuestros valores y nuestros compromisos con la sustentabilidad, la ética, la igualdad de género, entre otras causas urgentes y muy locales. El desafío sigue siendo cómo logramos adelantarnos, empatizar y a generar acciones y contenidos sinceros y contingentes.

¿Hacia dónde van innovando para cumplir con los requerimientos de la industria y de los consumidores?

Una de las estrategias que se han puesto en marcha con el fin de lograr este objetivo, se basa en la complementariedad, la innovación y desarrollo de nuevos mercados y categorías. Esta capacidad de adaptación y la fuerza competitiva de L'Oréal es la clave para el Grupo, y un importante enfoque estratégico para el futuro. Pero no a cualquier costo. Cada innovación, cada desarrollo tienen como punto de partida la ética y criterios de sustentabilidad. Eso permite construir desde una concepción muy responsable del entorno, de las comunidades y finalmente es cómo nos perciben nuestros grupos de interés.

"Nuestro desafío sigue siendo cómo logramos adelantarnos, empatizar y a generar acciones y contenidos sinceros y contingentes".
Carina Pupkin, CMO L'Oréal Chile.