EL MERCURIO

Fecha: 28/05/2025 Audiencia: 320.543 Sección: ESPECIALES
Vpe: $11.291.409 Tirada: 126.654 Frecuencia: 0
Vpe pág: $20.570.976 Difusión: 126.654
Vpe portada: $20.570.976 Ocupación: 54,89%

LORENNA OLIVEIRA, GERENTE DE DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA ELECTROLUX GROUP EN AMÉRICA LATINA:

"La libertad existe cuando nadie tiene que esconder sus colores"

Además de su compromiso interno con la inclusión, Electrolux Group también impulsa externamente dicha convicción a través de sus marcas.

En su compromiso continuo con la diversidad, la equidad y la inclusión, Electrolux Group lanza su nueva campaña regional "No Pierdas tus Colores", una iniciativa que busca fortalecer espacios más seguros, diversos e inclusivos para todas las personas, especialmente para la comunidad LGBT+.

ELECTROLUX GROUP

Lorenna Oliveira, gerente de Diversidad, Inclusión y Responsabilidad Social para Electrolux Group en América Latina.

"No Pierdas tus Colores" es una invitación abierta a toda la comunidad de Electrolux Group y a sus aliados para construir un entorno donde cada persona pueda expresarse con libertad, sin miedo ni prejuicios. Esta campaña se desplegará en toda América Latina mediante talleres, charlas, materiales educativos y acciones de visibilidad que celebran la autenticidad y el respeto.

La iniciativa está alineada con los compromisos globales de Electrolux Group y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, especialmente aquellos relacionados con la igualdad de género, la reducción de desigualdades y el trabajo decente para todos.

"La libertad existe cuando nadie tiene que esconder sus colores. Con esta campaña, queremos tejer un entorno donde la autenticidad sea celebrada y donde más líderes LGBT+ puedan emerger con orgullo, brindando oportunidades diversas, equitativas e inclusivas", afirma Lorenna Oliveira, gerente de Diversidad, Inclusión y Responsabilidad Social para Electrolux Group en América Latina.

DE TEXTIL Y COLOR: UNA CULTURA QUE SE ENTRELAZA

En Electrolux Group miran a las personas como hilos únicos: cada una aporta su color, su textura y su forma. Unidas, dan vida a un tejido diverso que representa su cultura organizacional.

"Así como cuidamos las telas con dedicación a través de nuestros productos, también cultivamos con esmero los lazos humanos que nos conectan. Porque en esa conexión auténtica reside la verdadera esencia de quienes somos", afirman desde la compañía.

Además de este compromiso interno con la inclusión, Electrolux Group también impulsa externamente dicha convicción a través de sus marcas. Así, desde hace tres años, se ha trabajado en una estrategia de marca centrada en la educación y la generación de conversaciones significativas, más allá de campañas puntuales.

"Mademsa, la marca que vive en el corazón y en los hogares de Chile hace 88 años, tiene como compromiso la calidad, pero como obligación, la equidad. Desde 2021, hemos integrado la equidad y una comunicación libre de estereotipos como pilares fundamentales en la forma en que concebimos el rol de nuestras marcas. Como parte del hogar chileno, asumimos la responsabilidad de abrir espacios de conversación y seguir contribuyendo para que más onces o sobremesas se conviertan en lugares más conscientes y respetuosos. Porque, como siempre decimos: el orgullo y el respeto comienzan en casa", destaca Manuel Figueroa, gerente de marca para América Latina y líder del subcomité LGBT+ en Chile.

ELECTROLUX GROUP

Manuel Figueroa, gerente de Marca para Electrolux Group en América Latina y líder del subcomité LGBT+ en Chile.