



NELSON PHILIPPE
CHIEF EXECUTIVE OFFICER DE LPG FRANCE

“ALGUNOS NOS
LLAMAN EL
‘TESLA’ DE LA
ESTÉTICA”

Lo más importante ahora es el desarrollo de nuestra nueva tecnología ‘Alliance’

”



Los productos de la marca utilizan una técnica que permite abordar diferentes patologías.



■ ROSY MARTÍNEZ DE BURGOS

CON 80.000 CENTROS DE REFERENCIA en todo el mundo e infinidad de estudios científicos publicados en *Medline (Medical Literature Analysis and Retrieval System Online)*, Nelson Philippe, Chief Executive Officer de LPG France y nieto del fundador, se siente orgulloso de conducir su empresa familiar –puente entre la salud y la belleza– a través de profundas innovaciones y proyectos, hacia un futuro cargado de descubrimientos apasionantes.

¿Cuándo nació la marca LPG y cuándo comenzó usted su andadura en ella?

En 1986, que fue el momento en el que mi abuelo, Louis Paul Guitay, inventó una técnica que ha revolucionado la manera de tratar la piel, ya sea en aplicaciones terapéuticas o estéticas. Comencé a trabajar con la familia en 2010 tras haber ejercido la carrera de piloto IndyCar.

¿Cuáles son sus objetivos y valores empresariales?

Los valores de la empresa son una prioridad para nosotros, y el fundamental, sus empleados. Tener un equipo que funcione hace que también lo hagan los objetivos a alcanzar. Y, por supuesto, la honestidad y la humildad son primordiales a la hora de caminar en la buena dirección. Me siento orgulloso al ver que ambos objetivos se cumplen y se complementan y encuentran en armonía. Y en cuanto a nuestros objetivos, son muy simples: queremos duplicar el *success story* de lo que hacemos en Francia.

¿En qué consiste el arsenal terapéutico que caracteriza las máquinas y la cosmética que fabrican y comercializan?

En mi familia tenemos la fortuna de haber adoptado y de utilizar una técnica 100% no invasiva ni agresiva, lo que nos permite abordar diferentes patologías, que van desde las arrugas y la celulitis hasta las quemaduras y el cáncer de mama. Se trata de una estimulación mecánica derivada de una nueva ciencia, la mecanobiología, para estimular la piel desde dentro y regenerar los tejidos.

¿Cómo hacen para que cada vez más sus proyectos puedan resultar innovadores, atractivos y eficaces?

Absolutamente todas las iniciativas que triunfan en LPG tienen corazón, alma. Sin visión de futuro, sin personas para ponerlas en marcha, el proyecto no existe. Claro que tiene que cubrir un interés empresarial financiero, pero en este 2018 nuestro negocio, en un altísimo porcentaje, se sustenta en un interés humanitario.

¿Cuáles son sus perspectivas de futuro?

Lo más importante ahora es el desarrollo de nuestra nueva

tecnología *Alliance* y llevar LPG terapéutico a todos los grandes hospitales y universidades del mundo. Pero es un trabajo complicado, que requiere mucho esfuerzo y paciencia.

¿Y es también muy complicado mantener una empresa familiar como la suya en la ‘cresta de la ola’?

Más que complicado, resulta estimulante. Ciertamente que no siempre es sencillo asumir la responsabilidad de tener en mis manos el futuro de la familia, pero cuando se logra un balance anual con récord de crecimiento (el 50% en 2017) y una perspectiva de igualar o aumentar esos resultados en 2018, me siento enormemente gratificado, satisfecho y compensado.

¿Qué posicionamiento ocupan en este momento en el mercado internacional de la salud y la belleza?

Somos el líder incontestable del mercado del *bodyshapin*, con más de 3.500 máquinas vendidas en 2017, doblando casi diez veces a nuestros más directos competidores. Nos encontramos en la cresta de la ola. Alguien me comentó recientemente que LPG es el ‘Tesla’ de la estética. Creo que es cierto, más eficaz y tan solo con efectos beneficiosos.

¿En cuántos países se encuentran ya implantados y en cuántos proyectan estar a corto y medio plazo?

Ya estamos presentes en cien, pero mi estrategia es hacernos aún más fuertes en ocho o diez mercados clave para apuntalar nuestro esfuerzo. De hecho, para ejecutar dicho plan de acción, hemos doblado nuestro equipo *export* de cara a este 2018.

Entre sus líneas de tratamiento y productos, ¿de cuáles se siente más orgulloso? ¿Utiliza alguno personalmente?

Los utilizo muchísimo y recomiendo su uso (el de nuestros equipos en este caso) a quienes –como yo– necesitan reducir tensiones acumuladas en la espalda, o relajarse, o sentir bienestar.

Y en cuanto a productos, no me puede faltar la *Crema Total Contorno de Ojos*.

Difumina las ojeras y descongestiona las bolsas. Y en cuanto a las arrugas, tanto grandes como pequeñas, se atenúan gracias a su complejo exclusivo antienviejimiento LPG a base de ácido hialurónico. Resultado: ¡Una mirada llena de luminosidad! ■

