

INCLUSIÓN LABORAL: EL DESAFÍO EMPIEZA DESPUÉS DE LA LEY

Señora directora:

A ocho años de la entrada en vigencia de la Ley de Inclusión Laboral—que establece que las empresas con más de 100 trabajadores deben incorporar al menos un 1% de personas con discapacidad en su dotación— es fundamental recordar que el compromiso empresarial no puede limitarse al cumplimiento de una cifra, sino que abordarlo como una estrategia de atracción de talentos.

La verdadera meta es avanzar hacia una inclusión sostenible. Abrir espacios laborales implica entregar herramientas para el desarrollo de las personas y preparar a los equipos, promoviendo una cultura organizacional donde todos puedan prosperar. Esto requiere acciones concretas, como la formación en lengua de señas, la adecuación de infraestructura universal, y sobre todo crear ambientes donde la seguridad psicológica sea la norma.

A finales de 2025, nuestra compañía superó el 2% de colaboradores con discapacidad en Chile, evidenciando que la inclusión es una realidad y, sobre todo, una oportunidad para desarrollar equipos diversos, apoyar trayectorias laborales y vivir el valor del respeto en el día a día.

El desafío, entonces, es comprender que la inclusión se construye de manera cotidiana: en las oportunidades que generamos, en los sesgos que decidimos derribar y en la capacidad de crear entornos donde todas las personas puedan desarrollarse plenamente.

Juan Esteban Dulcic
Director de Recursos Humanos,
Nestlé Chile

BABY BOOMERS: EL GRAN IGNORADO DEL MERCADO CHILENO

Señora directora:

Chile vive un cambio demográfico evidente, pero no siempre bien leído. Mientras las marcas insisten en enfocarse en los jóvenes—atraídas por la lógica de la inmediatez—pasan por alto a un segmento que dejó de ser marginal: los baby boomers.

Hace 30 años, los mayores de 60 representaban cerca del 6% de la población; hoy bordean el 15% en nuestro país. No es solo un aumento, sino un grupo distinto: activo, con ingresos disponibles, hijos independizados y creciente adaptación digital. Aun así, muchas empresas lo siguen abordando con categorías obsoletas.

Este segmento consume con criterio:

privilegia la calidad, valora las experiencias y está dispuesto a pagar más si percibe valor. Además, mantiene altos niveles de lealtad, cada vez más escasos en mercados saturados.

Buena parte de la oferta sigue pensada para otros, ignorando también el aumento de los hogares unipersonales, que hoy bordean el 20%, donde predominan personas mayores. No es solo una omisión estratégica, sino una señal de desconexión con el país real. Porque más que seguir tendencias, el desafío de las marcas en Chile es ir entendiéndolas a tiempo.

Carolina Livacic
CCO de Kantar Chile

NUESTRAS MASCOTAS SON SERES SENTIENTES ¿CÓMO AFRONTAN UN DUELO?

Señora directora:

Hace pocos meses, un grupo de diputados presentó un proyecto para modificar la legislación vigente, otorgando a los animales la calidad de “seres sintientes”. Esto va en línea con lo que piensa el 51% de los chilenos, que considera que dicha condición debe ser amparada por la Constitución, según un sondeo realizado recientemente.

Lo cierto es que la categoría “sintiente” tiene múltiples dimensiones y va más allá de lo físico. En el caso de las mascotas, el bienestar emocional es especialmente sensible. Más en ocasiones específicas, como ocurre con la pérdida de un ser querido.

El año pasado estuvo en discusión el tema del feriado legal para quienes pierden una mascota. Pero en el caso contrario, nuestros perros y gatos también necesitan tiempo para vivir el duelo, y volver a encontrar la alegría en un entorno que garantice tenencia responsable, afecto y preocupación.

No se trata de un fenómeno aislado ni minimizable considerando que en Chile hay más de 12 millones de perros y gatos con hogar que están expuestos a situaciones inesperadas y difíciles de afrontar, como es el hecho de vivir un duelo.

Que la legislación avance en este sentido es extremadamente positivo, y es una forma en que la sociedad da un reconocimiento recíproco al cariño, lealtad y afecto que los animales de compañía sienten por los humanos, incluso cuando sus tutores ya no estén físicamente junto a ellos.

Axel Haleby
Médico Veterinario de
Inaba Foods Chile