

Fecha: 23-06-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general

Pág.: 33
 Cm2: 337,9
 VPE: \$ 2.993.744

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: El camino de Coca-Cola Andina para avanzar en inclusión

El camino de Coca-Cola Andina para avanzar en inclusión



La compañía -que cuenta con operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay- tiene una estrategia de diversidad e inclusión que se basa en cuatro pilares: equidad de género, generaciones, orientación sexual e identidad de género y discapacidad.

En el actual panorama corporativo, Coca-Cola Andina se destaca por su firme compromiso con la diversidad y la inclusión, una convicción que la compañía no solo considera ética, sino también un imperativo estratégico. Durante los últimos años, ha impulsado una transformación sostenida para fomentar entornos laborales más diversos, inclusivos y seguros para todos sus colaboradores.

Este compromiso se fundamenta en la Política Corporativa de Diversidad e Inclusión, que establece los lineamientos organizacionales clave, consagra la diversidad como un valor fundamental y sirve como marco rector para todas las operaciones que tiene la compañía en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay.

Pilares del modelo de gestión integral

El modelo de gestión de Coca-Cola Andina se construye sobre cuatro pilares de trabajo prioritarios: equidad de género, generaciones, orientación sexual e identidad de género y discapacidad.



Nicole Cerón, Jefe de Comunicaciones y Cultura de Coca-Cola Andina recibió el reconocimiento por parte del equipo de ReIN de Sofafa.

La gestión de estos pilares es coordinada por equipos que actúan y cooperan, tanto a nivel regional como en cada uno de los países donde la compañía opera, con el objetivo de definir estrategias, implementar acciones concretas y monitorear los avances. Este enfoque dual permite combinar una visión regional consistente con la realidad y los desafíos propios de cada país, garantizando ejecuciones locales adaptadas.

Avances en Chile

"En Coca-Cola Andina creemos que la diversidad e inclusión son valores fundamentales para la gestión de nuestro negocio, por lo que hemos impulsado una transformación sostenida, materializada en nuestra política corporativa y un modelo basado en



Participantes del programa Vendedoras Power.

cuatro pilares: equidad de género, generaciones, orientación sexual e identidad de género, y discapacidad. Los avances concretos y medibles que hemos logrado en Chile nos reafirman que estamos construyendo espacios laborales genuinamente más diversos, inclusivos y seguros para todas las personas que forman parte de nuestra compañía", comenta José Luis Solórzano, gerente general de Coca-Cola Andina Chile.

De esta forma, en el pilar de equidad de género, la operación de Chile alcanzó un 50% de participación femenina en el comité de reportes directos del gerente general, lo que marca un importante paso hacia una representación más equilibrada en los espacios de toma de decisión.

En tanto, en diversidad sexual, se comenzó

a aplicar y trabajar activamente con la Radiografía Pride, herramienta de diagnóstico que se utiliza tanto a nivel local como regional, para identificar oportunidades de mejora y avanzar año a año en prácticas más inclusivas.

En el pilar de discapacidad, la compañía fue nuevamente reconocida por la Red de Empresas Inclusivas como una de las 15 mejores empresas inclusivas del país, validando el trabajo constante por abrir oportunidades para todos. Este

resultado, publicado en la Medición de Inclusión Laboral de Empresas (MILE), permite tener una visión global de aquellos aspectos gestionados y las brechas en torno a las prácticas de inclusión laboral y así contar con un diagnóstico claro para generar planes concretos de acción. Este año, Coca-Cola Andina obtuvo un puntaje total de 92%, lo que refleja un aumento de 6,5% respecto del año anterior. Además, estuvo sobre la media en cada una de las cinco dimensiones del estudio: gobernanza (100%); reclutamiento, selección y desarrollo de carrera (100%); comunicaciones y capacitación (88%); bienestar y beneficios (100%); y sustentabilidad, marketing y proveedores (7%).

www.koandina.com