



Good food, Good life

**Premios Eikon 2025:**  
**Revitalizando el circuito cultural en el sur de Chile**



**Categoría a postular:**  
Categoría 9.1 “Patrocinio o sponsoring cultural”

**Caso:**  
Revitalizando el circuito cultural en el sur de Chile

**Nombre de la compañía o institución:**  
Nestlé Chile

**Departamento a cargo:**  
Gerencia de Comunicaciones Corporativas y Asuntos Públicos

**Responsable de la presentación del caso:**  
Andrés Eyzaguirre  
Gerardo Imbarack  
Alejandra Munita  
Olga Blanco



Good food, Good life



## I. Introducción

En Chile, el acceso a la cultura sigue siendo una de las grandes brechas sociales. Esta desigualdad limita el desarrollo integral de las comunidades, especialmente en zonas alejadas de los principales polos urbanos.

En 2025, Nestlé Chile conmemoró 40 años de apoyo ininterrumpido a las **Semanas Musicales de Frutillar**, uno de los festivales culturales más relevantes del país. Este hito ofreció una oportunidad única para visibilizar el compromiso de la empresa con la descentralización cultural, la valorización del arte y el vínculo profundo con la Región de Los Lagos, territorio donde mantiene una fuerte presencia productiva.

Nestlé llegó a la región en 1949 con dos plantas productivas en Osorno y Llanquihue, cercanas a la ciudad donde se celebra este festival. Además, muchos de los productores de leche fresca que trabajan con la compañía provienen de esta zona. Así, el vínculo con la comunidad de Los Lagos no es solo una fuente de orgullo, sino también un compromiso renovado de manera constante.

Es en este contexto que en 1985 comenzó a respaldar de forma sostenida a la Corporación Cultural Semanas Musicales de Frutillar y este año conmemoramos de manera especial los **40 años de alianza** impulsando a la compañía a renovar su compromiso con el realce del legado artístico y cultural de Frutillar, con acciones concretas de alto impacto simbólico y territorial.

En este contexto, decidió revitalizar el renovado **“Circuito Musical”** de Frutillar y reforzar la agenda de actividades abiertas a la comunidad durante el festival,



Good food, Good life

acercando la música a más personas y revalorizando los espacios culturales que Nestlé ha ayudado a construir a lo largo de los años.

## **II. Estrategia**

El proyecto buscó fortalecer el posicionamiento de Nestlé como una compañía que promueve la Creación de Valor Compartido en los territorios donde opera, así como amplificar la visibilidad de su apoyo sostenido al desarrollo artístico y consolidar su vínculo con la comunidad del sur de Chile. Al mismo tiempo, se propuso fomentar el acceso a la música clásica y a experiencias culturales significativas para públicos diversos de la zona.

La narrativa giró en torno al valor de la constancia y el compromiso con la Creación de Valor Compartido en las zonas donde opera la compañía. “Cumplimos 40 años acercando la música a la comunidad” fue la idea central que guió la estrategia, destacando cómo una empresa privada puede sostener en el tiempo un aporte concreto al ecosistema cultural del país, promoviendo el talento nacional y revitalizando el acceso a este tipo de instancias en regiones.

### **Audiencias:**

- Comunidades vecinas a sus instalaciones en la Región de Los Ríos.
- Autoridades locales, culturales y sector público.
- Colaboradores de sus fábricas en Osorno y Llanquihue.
- Medios regionales y nacionales.
- Socios estratégicos del ámbito cultural.
- Opinión pública

### **Ejes temáticos:**

- Cultura como bien público y motor de desarrollo.
- Alianzas público-privadas sostenibles.
- Descentralización del acceso a experiencias artísticas.
- Contribución empresarial a la identidad regional y patrimonio local.

### III. Ejecución

Para celebrar los 40 años de colaboración ininterrumpida, que se cumplieron este 2025, Nestlé realizó un hito especial de cara a la comunidad.

El 31 de enero presentó el renovado “**Circuito Musical**” de Frutillar, luego de haber trabajado en la restauración de 8 símbolos musicales icónicos ubicados en la costanera de la ciudad que ha donado en estos 40 años como el famoso piano, odeón y pérgola.

El renovado circuito musical se presentó como un regalo a la comunidad, abierto y gratuito, revalorizando el legado de Nestlé, a través de estos espacios públicos para el encuentro cultural.

Dicho encuentro público contó con la presencia de destacadas autoridades locales y representantes de la compañía: El alcalde de Frutillar, Javier Arismendi; la Seremi de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de la Región de Los Lagos, Ana María Santos; la presidenta de la Corporación Cultural Semanas Musicales de Frutillar, Karina Glasinovic; el director de Asuntos Corporativos de Nestlé Chile, Andrés Eyzaguirre y la gerente de Fábrica Nestlé Cancura, Alejandra Pizarro, quienes recorrieron el circuito en diversas estaciones junto a la comunidad, donde en la cada una de ellas, se ofrecía un poema o una intervención en vivo.

Esa misma noche se realizó la tradicional **Gala Nestlé en el Teatro del Lago**, en el marco de las Semanas Musicales de Frutillar, que esta vez contó con la presentación de la Orquesta Festival Portillo, dirigida por la maestra Alejandra Urrutia.

El evento reunió a distintas autoridades, como Paulina Muñoz, delegada Presidencial de la Región de Los Lagos; Javier Arismendi, alcalde de Frutillar; Alejandro Santana, Gobernador de la Región de Los Lagos; Claudia Pailalef, Delegada Presidencial Provincial; Tania Salas, Seremi de Agricultura; Claudia Renedo, Directora de SERNATUR; Óscar Garrido, rector Universidad de Los Lagos; Carlos Reyes Logan,



Good food, Good life

Teniente Coronel de la Comisaría de Osorno y Raúl Mera Vargas, General de la Brigada Aérea. Además, asistieron representantes de gremios productivos, colaboradores de la empresa y personalidades del mundo artístico.

Anteriormente, se realizó un primer hito el 25 de enero, cuando se llevó a cabo el tradicional “Concierto de Extensión” que organiza la compañía en el Centro Deportivo de Nestlé en Llanquihue, de manera totalmente gratuita y abierta a la comunidad. Este contó con la participación de más de 350 personas, donde la Banda Sinfónica de la Fuerza Aérea de Chile interpretó un repertorio clásico, reforzando el vínculo entre cultura y comunidad.

Para las distintas instancias que conformaron la celebración de los 40 años de Alianza, la estrategia de difusión se enfocó en medios especializados en arte y cultura, así como medios locales de la Región de Los Lagos, priorizando el relato territorial y la visibilidad de Nestlé como aliado cultural.

Se convocaron periodistas a los eventos, se ofrecieron vocerías y se elaboró un kit de prensa con comunicado de prensa, fotografías y videos. Este material fue enviado a medios de prensa escrita, online, radio y televisión.

#### **IV. Resultados**

##### **Cobertura mediática lograda:**

- 26 publicaciones free press.
- 24 publicaciones online, 1 prensa y 1 radio.
- 1 publicación pagada en Vida Social de El Mercurio.
- Valor publicitario estimado de la cobertura (VAP): \$4.916.700
- 1 publicación pagada en Vida Social de El Mercurio.
- Los medios destacados fueron El Herald Austral, Radio ADN, Semanario Local, Diario Lechero, Adprensa.cl y Diario de Osorno.

##### **Resultados en RRSS:**

- En total tuvimos 19 publicaciones en META algunas de ellas en colaboración con la Corporación Semanas Musicales de Frutillar

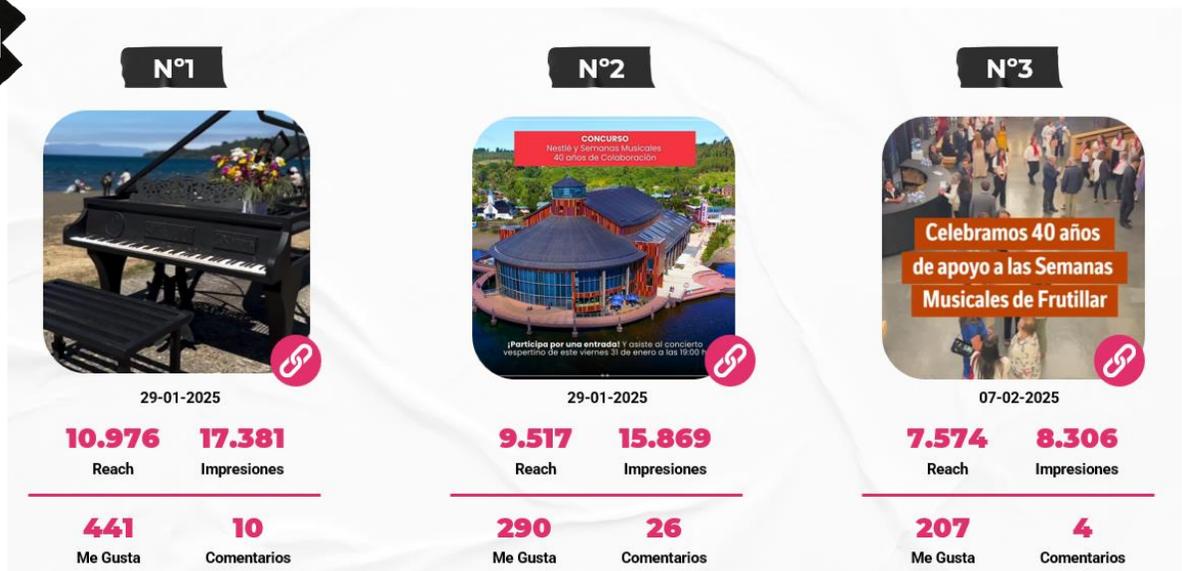


Good food, Good life

- Impresiones totales META: 77.932
- Alcance total META: 57.184
- Interacciones totales META: 1.508
- Engagement Promedio META: 3,7%
- En total tuvimos 2 publicaciones en LinkedIn
- Impresiones totales LinkedIn: 41134
- Interacciones totales LinkedIn: 2.322
- Engagement Promedio LinkedIn: 9,65%

## V. Resultados Anexos y Ejemplos de piezas Audiovisuales

Piezas Digitales





Good food, Good life



Nº1



2025-02-07 17:40:25

**3.439** **3.474**  
Reach Impresiones

Nº2



2025-01-29 16:49:55

**2.161** **2.287**  
Reach Impresiones

Nº3



2025-01-31 18:01:27

**1.462** **1.475**  
Reach Impresiones



07/02/2025

**35.377**  
Impresiones

**158** **2** Sentimiento  
Me Gusta Comentarios



04/02/2025

**5.757**  
Impresiones

**92** **0** Sentimiento  
Me Gusta Comentarios No registró comentarios

