

Premios Eikon Chile 2026



Número y nombre de la categoría: 9.2 — Patrocinio / Sponsoring Deportivo

Capítulo: General

Título del caso: Soprole Deporte Escolar: 26 años en la cancha nutriendo sonrisas

Nombre de la compañía: Soprole

Departamento que desarrolló el plan: Gerencia de Marketing y Gerencia de Asuntos Corporativos Soprole

Personas responsables: Rodrigo Cubillos, gerente de Marketing; Daniela Hott, gerente de Asuntos Corporativos; Pía Concha, líder de comunicaciones externas y programas corporativos; Isadora Solis, TIRONI.

Agencia: TIRONI

1. Introducción

Soprole es una de las compañías líderes del mercado lácteo chileno, con una trayectoria de décadas acompañando la alimentación de las familias del país. Su propósito de “ser apasionados por crear sonrisas con productos ricos y nutritivos para ti” no sólo se juega en la mesa, también se construye en el patio, en la pista y en la cancha, a través del movimiento, la disciplina y la vida activa.

De esa convicción nace, hace 26 años, el programa Soprole Deporte Escolar. Lo que comenzó como el auspicio de torneos puntuales se transformó en la mayor iniciativa público-privada de fomento al deporte escolar en Chile, presente de Arica a Punta Arenas.

El diagnóstico que le da sentido es conocido y persistente: el sedentarismo infantil y juvenil es uno de los principales desafíos de salud pública del país, y la actividad física escolar enfrenta brechas de acceso, sobre todo en regiones. En ese escenario, una marca de alimentación tiene una oportunidad legítima y coherente con su propósito: poner su respaldo, año tras año, al deporte formativo como herramienta de salud, desarrollo en valores y cohesión de las comunidades educativas.

El desafío comunicacional no era anunciar un evento. Era sostener y visibilizar un compromiso de largo aliento, demostrando que el verdadero impacto de un patrocinio deportivo no se mide en una temporada, sino en la continuidad de un programa que cada año vuelve a poner a decenas de miles de niños a competir, esforzarse y disfrutar.

2. Propuesta

Soprole Deporte Escolar no busca formar campeones. Busca formar a miles de niños y jóvenes más sanos y más felices a través del deporte. Si algunos de ellos llegan a la elite deportiva, como ha ocurrido en varios casos, es una consecuencia hermosa, pero no el objetivo.

Objetivos del plan (temporada 2025):

- Posicionar a Soprole Deporte Escolar como la mayor iniciativa de fomento al deporte escolar en Chile, anclada en el propósito de marca de nutrir sonrisas.
- Visibilizar el alcance nacional y regional del programa, evidenciando su rol en la promoción de la vida sana y la formación en valores desde la etapa escolar en todo el país.
- Generar conversación pública sostenida durante toda la temporada deportiva (marzo a noviembre), no solo en hitos aislados.
- Reforzar el vínculo emocional con las comunidades educativas: estudiantes, familias, colegios y organizadores.

Públicos objetivos:

- Externos: comunidades educativas (estudiantes, apoderados, profesores y colegios), medios de comunicación nacionales y regionales, audiencias deportivas y familiares, y autoridades vinculadas al deporte y la educación.
- Internos: colaboradores de Soprole, como embajadores del propósito de la compañía.

Mensaje principal: en Soprole somos apasionados por nutrir sonrisas. Lo hacemos con productos ricos y nutritivos, y también con el deporte: hace más de 26 años acompañamos a niños y jóvenes de todo Chile a crecer sanos y en torno a valores que los acompañarán toda la vida.

Canales utilizados: relaciones con medios (prensa nacional y regional), plataforma de contenidos propia (sitio deporteescolarsoprole.cl), redes sociales del programa (Instagram, TikTok, YouTube), vocerías institucionales y de organizadores, y media partners para hitos especiales.

3. Desarrollo

La ejecución del plan acompañó el calendario completo de la temporada deportiva 2025, articulando un volumen de actividad que pocos programas de patrocinio en Chile pueden mostrar: **73 torneos** de atletismo, natación, ajedrez y vóleybol comunal; más **3.640 partidos** de fútbol, básquetbol y vóleybol; con la participación de **42.110 deportistas escolares** de **1.924 establecimientos** de todo el país, pertenecientes a una comunidad educativa que supera los 2 millones de personas.

Las disciplinas apoyadas por el programa fueron atletismo, natación, fútbol, básquetbol, vóleybol y ajedrez, gracias a la organización experta del Club Atlético de Santiago, Club Atlético Francés, Club Deportivo Universidad Católica, Club MÁSVOLEI, Club ABC Deportes, la Organización de Natación Interescolar y el maestro de ajedrez Iván Morovic.

A. Plataforma de contenidos propia. El programa cuenta con un sitio oficial (<https://www.deportescolarsoprole.cl/>) que cubre cada fecha, torneo y disciplina, con notas, resultados, galerías y videos. Esto convierte a Soprole no solo en auspiciador, sino en generador de contenido noticioso propio durante toda la temporada.

B. Relaciones con medios sostenidas todo el año. El plan de prensa operó de forma ininterrumpida de marzo a noviembre. Junto a la gestión periodística habitual, la estrategia se potenció mediante alianzas con medios clave como Mega y Radio Bío Bío, canales fundamentales para co-programar, otorgar pantalla y amplificar de manera masiva los momentos más relevantes de la temporada (cuyas piezas de contenido y publicaciones se detallan en el anexo de este documento). Este alcance a nivel nacional se complementó con un fuerte despliegue en medios regionales, conectando cada logro con el orgullo de las comunidades locales.

C. Hitos de la temporada. El Interescolar Mario Correa Letelier e Ilse Barends Heck Soprole reunió a más de 4.000 atletas, 1.300 de ellos de regiones, con récords como el de Elisa Aguado, que superó una marca escolar de la atleta olímpica Martina Weil. La final de natación congregó a más de 100 colegios y 452 deportistas, con siete récords escolares. El cierre de temporada, en el Estadio San Carlos de Apoquindo, reunió a colegios de todo

Chile (algunos viajaron más de 1.000 kilómetros) en una verdadera fiesta del deporte escolar.

D. La Beca Soprole. Cada año, el programa entrega la Beca Soprole al mejor deportista de cada disciplina, considerando desempeño deportivo, rendimiento académico y valor como el liderazgo. El beneficio cubre la colegiatura o el primer año universitario. En 2025 fueron 7 los alumnos becados. En sus 26 años, la beca ha distinguido a 176 deportistas.

E. Vocerías. El relato se sostuvo en voceros institucionales (Sebastián Tagle, gerente general; Rodrigo Cubillos, gerente de Marketing; Daniela Hott, gerente de Asuntos Corporativos) y en las voces de los organizadores y de los propios deportistas, bajando el discurso corporativo a la emoción real de la cancha y del esfuerzo de la preparación.

Ajustes y aprendizajes

El aprendizaje clave de la temporada anterior demostró que el mayor valor de conexión emocional radica en las historias de esfuerzo invisible detrás de cada disciplina: las realidades de los deportistas de regiones que viajan miles de kilómetros, el rol inspirador de los entrenadores y el soporte incondicional de las familias. Este enfoque permitirá transicionar desde la cobertura puramente noticiosa del resultado deportivo hacia un relato testimonial y documental.

4. Resultados y evaluación

La temporada 2025 confirmó que un patrocinio deportivo sostenido genera resultados que crecen con los años y que no se agotan en un evento.

Presencia en medios (2025):

- **263 publicaciones** en medios de comunicación, con una tendencia de crecimiento sostenido: 29 en 2022, 110 en 2023, 158 en 2024 y 263 en 2025 (un crecimiento de casi nueve veces en tres años).
- **97% de las notas fueron orgánicas**, lo que demuestra que el programa genera valor noticioso real, no dependiente de pauta pagada.
- **52,6% de la cobertura fue regional**, coherente con el alcance nacional del programa y su arraigo en las comunidades locales.
- Atletismo y natación fueron las disciplinas más difundidas.
- **Alcance en medios: 46.094.990.** Alcance de notas: 3.001.043.
- **Valorización equivalente (ad value): \$88.052.482.**
- Distribución de vocerías: Daniela Hott (63), Sebastián Tagle (52), Rodrigo Cubillos (44), Carolina Matus (7) y Club Atlético de Santiago (7).

Resultados del programa, la mejor métrica de impacto:

- 42.110 deportistas escolares participantes.
- 1.924 establecimientos de todo Chile.
- 73 torneos y 3.640 partidos en la temporada.
- 6 disciplinas deportivas, de Arica a Punta Arenas.
- 176 deportistas becados en la historia del programa.

Posicionamiento validado por terceros:

En el estudio Marcas Ciudadanas, Soprole se ubicó en el puesto 18 del Top 30 de marcas que fomentan el deporte en Chile. El dato cobra mayor valor al considerar el entorno competitivo: las primeras posiciones están dominadas por marcas deportivas por definición como Adidas, Nike, Decathlon, Puma, Sparta y Reebok, y por bebidas deportivas como Gatorade y Powerade. El resultado confirma que un patrocinio deportivo sostenido en el tiempo logra instalar a una marca de alimentación en el imaginario deportivo nacional, frente a categorías que tienen al deporte como eje central de su negocio.

Resultados cualitativos:

- Consolidación de Soprole Deporte Escolar como la mayor iniciativa público-privada de fomento al deporte escolar en Chile.
- Refuerzo de la coherencia entre el propósito de marca (nutrir sonrisas) y una acción concreta, masiva y sostenida en el tiempo.
- Fortalecimiento del vínculo emocional con las comunidades educativas regionales.
- Evidencia de impacto formativo: miles de niños y jóvenes encontraron en el deporte un espacio de salud, disciplina y valores; y de esa amplia base, algunos llegaron a la elite del deporte nacional.