

SOPROLE®

Sano y rico cada día

MERCADO

Soprole es un mundo de sanos y ricos sabores. Una empresa chilena que desde hace 56 años ha estado desarrollando el mercado lácteo de nuestro país y alimentando con gusto a la familia, ofreciéndole los mejores productos.

El mercado de la leche en Chile es altamente competitivo y se caracteriza por una fuerte participación de empresas nacionales e internacionales. Anualmente se comercializan más de dos mil millones de litros equivalentes de leche, con un valor de mercado de aproximadamente mil millones de dólares. En este escenario, Soprole se ha consolidado como líder en el sector lácteo a nivel nacional con un 32,5 por ciento de participación de mercado. Posición que se esfuerza cada día por mantener y mejorar, entendiendo las cambiantes necesidades y gustos de los chilenos, cumpliendo así con su misión, definida como “Alimentar con gusto cada día a la familia chilena”.

La permanente innovación de productos realizada por Soprole le permite tener hoy más de 250 productos que gozan de la preferencia de los chilenos en cada una de las categorías en las que participa: yogures, leches líquidas, postres, quesos frescos y maduros, mantequillas, margarinas, jugos, cremas, manjar y aguas.

La consolidación de Soprole en el mercado interno le permite diseñar una estrategia para insertarse también en los mercados globales. Para esto está desarrollando el Proyecto Praderas, un modelo de producción de leche sustentable a bajo costo tanto a nivel primario como industrial,

que le permita competir en los mercados internacionales con los países más eficientes del mundo.

LOGROS

Soprole no sólo es la marca líder de la industria láctea, además es una de las cinco marcas globales más reconocidas por los chilenos. Durante los últimos tres años la compañía se ha ubicado entre las tres marcas más recordadas por los consumidores, según una encuesta pública realizada por Hill & Knowlton Captiva que estudia a las marcas de mayor reputación corporativa.

Soprole ha creado fuertes lazos con la comunidad del país y está constantemente preocupada por el segmento de los más necesitados. Entre una serie de iniciativas en este sentido, Soprole fue una de las empresas fundadoras de la Teletón, actividad que ha apoyado año tras año. Esta fuerte relación con la comunidad lleva a la marca Soprole a ubicarse entre los primeros lugares de las compañías con mayor preocupación por las personas más necesitadas de nuestro país, según la encuesta pública de opinión realizada por Mori.

HISTORIA

El 31 de octubre de 1949 se concretó el sueño de un grupo de productores de leche de la zona central de Chile. Ellos querían distribuir en Santiago la leche pasteurizada, los quesos frescos y la mantequilla que producían. Así se inicia la distribución casa a casa. Jamás pensaron que medio siglo después, esta aventura se transfor-

maría en lo que es Soprole hoy, empresa líder en el mercado lácteo y una de las más importantes en el mercado alimenticio chileno.

Rápidamente la iniciativa comenzó a crecer. En los años 70, Soprole incorporó a su oferta de productos las líneas de yogurt, postres y jugos. La creciente necesidad de leche exigió a la compañía extender sus operaciones de compra de leche a la X Región.

Una década más tarde, Soprole ingresa al mercado de los quesos y la leche en polvo, por lo que extiende sus operaciones a Temuco e instala una planta en Osorno.

Soprole se benefició del fuerte crecimiento del país en la década del 90. Su permanente dinamismo, junto al cambio en los hábitos de consumo de los chilenos, impulsó a la empresa a ampliar cada una de sus líneas de producción. Los nuevos requerimientos fueron tales, que Soprole construyó en Santiago la más moderna planta de procesamiento de productos frescos de Sudamérica, y amplió también las plantas procesadoras de leche en polvo y quesos maduros de la X Región del país.

A finales de los 90, Soprole concentraba sus operaciones en cuatro plantas procesadoras: San Bernardo, para productos frescos y leche UHT; Los Ángeles y Los Lagos en quesos maduros; y Osorno en leche en polvo y mantequilla. Y como planta de recepción, Quepe de Temuco. La de Soprole es la historia de una empresa innovadora que ha crecido desarrollando el mercado lácteo chileno, hasta consolidarse como líder de la industria láctea. Su historia, su capacidad innovadora y su constante preocupación por satisfacer las necesidades de los chilenos, son los cimientos del liderazgo de esta compañía que participa en distintos segmentos y que hoy mira al mundo para competir con sus productos en el mercado internacional.

PRODUCTO

Soprole nació como una productora y distribuidora de leche, que se vendía en las ya míticas botellas de vidrio. Hoy es una gran empresa de alimentos, que a partir de su único producto en sus inicios -la leche pasteurizada-, hoy comercializa yogures, postres, quesos frescos y maduros, mantequillas, margarinas, probióticos, cremas, manjar, jugos y, recientemente, aguas purificadas. La botella de vidrio fue reemplazada por envases y procesos de alta tecnología, los que han ido ubicando a esta compañía como la empresa número uno del mercado lácteo. Una de las características esenciales de Soprole es su vocación por crear productos de mayor valor agregado, para adelantarse a las necesidades de los consumidores. Así como en el pasado



fueron los yogures frutados, postres tradicionales y las leches cultivadas, los lanzamientos de los últimos años se han orientado a entregar a los consumidores no sólo nutrición, sino también funcionalidad. Un ejemplo de ello es el desarrollo de Uno al Día, producto que ayuda a fortalecer el sistema inmunológico en personas de todas las edades y que ha tenido una gran aceptación en el mercado, ganándose para los consumidores el genérico de “Protección”.

También ha sido un éxito para la Empresa el lanzamiento de la línea Next, marca especialmente diseñada pensando en las necesidades de la mujer. Se trata de productos bajos en calorías, cero por ciento grasa y con Bio-Balance, un ingrediente desarrollado exclusivamente por Soprole, que ayuda a regular el tránsito intestinal. Es un producto que fue pensado para “sentirse bien por dentro y verse bien por fuera”.

Históricamente, Soprole ha desarrollado productos específicos para satisfacer las necesidades de los niños. En esta línea, Huesitos es su marca estrella, y ofrece leche y yogurt altos en calcio, especiales para el consumo de los niños de 6 a 9 años. Además, esta marca se ocupa también de prevenir la obesidad infantil, ya que sus productos están hechos con leche semidescremada.

Se suman a los éxitos en innovaciones las generadas con Dos Álamos, marca que ha sido relanzada como “el experto en quesos de Soprole”. Este reposicionamiento ha permitido entregar toda la experiencia de la marca Dos Álamos en el mercado quesero, teniendo el prestigio de la marca Soprole como respaldo.

DESARROLLOS RECIENTES

Innovadores estrenos han marcado los últimos lanzamientos de Soprole. En yogurt destacan Next Bio Balance, 1+1 Triple, Gold Stracciatella y Uno al Día 0%. En postres están Suspiro Limeño, Manjarate Crocante y Alverre. Mientras, en otras categorías destacan Margarina Mix, crema espesa en botella de larga duración, quesos laminados preempacados Dos Álamos y el reciente ingreso al mercado de las aguas con la marca Next. Todas estas últimas innovaciones han tenido gran acogida por los consumidores.

PROMOCIÓN

Memorables campañas ha realizado Soprole durante sus 56 años de historia. Inolvidable es el slogan: “Lo podemos lograr”, de los años 80, que se transformó en el himno de la perseverancia, la superación y el esfuerzo de los chilenos. Con esta campaña, la Empresa demostraba que las pequeñas grandes cosas, hacen finalmente una gran diferencia.

Durante más de 20 años Soprole ha comunicado la marca en distintas acciones e iniciativas siempre orientadas a la familia chilena. Muchos de estos comerciales ya forman parte del imaginario colectivo, como “Homenaje (1986)” una apología que destaca a la gente de nuestro país o “Despierta (1985)”, que recalca la frescura de los distintos productos de Soprole. Además, sobresalen la picardía y originalidad del comercial de arroz con leche, la ternura de los niños de PetiFort y también algunos personajes inolvidables, como la cariñosa abuelita de la sémola con leche.

A principios del año 2006 Soprole relanzó la campaña “Lo Podemos Lograr”, con excelente percepción por parte de nuestros consumidores,

renovando el compromiso con los chilenos por lograr los nuevos desafíos del Chile moderno.

VALORES DE MARCA

Soprole alimenta a la familia con productos de primera calidad, innovadores, sanos y ricos, y lo hace promoviendo valores como el esfuerzo, la superación, la perseverancia y la solidaridad entre otros.

La empresa, además, está constantemente realizando donaciones de alimentos a distintas instituciones nacionales con el fin de ayudar a las familias más necesitadas. De esta manera, cuando el país o alguna región específica se ven afectados por fenómenos climáticos o de otro tipo, Soprole está siempre apoyando a los más necesitados con sus camiones repletos de productos.

Respecto de los jóvenes y niños la empresa no sólo está pensando en su correcta nutrición, sino también en su formación integral. En este sentido, Soprole apoya de manera decidida el deporte escolar como una forma de forjar la voluntad y los valores de quienes serán los adultos del mañana. Para esto ha desarrollado un programa de apoyo al deporte escolar que es la iniciativa más importante a nivel nacional de apoyo directo y fomento a la práctica del deporte entre los escolares.

Para llevar adelante esta iniciativa, Soprole ha establecido alianzas con distintos clubes y organizaciones del país, lo que le permite tener un programa en el cual, durante el 2005, participaron más de 30 mil deportistas -provenientes de 1.900 establecimientos educacionales de Chile- en 95 torneos, en ajedrez, atletismo, básquetbol, fútbol, mountain-bike, natación, triatlón y voleibol. Soprole es conocedor del esfuerzo y sacrificio que deben realizar muchas veces los deportistas escolares, y por eso ha establecido becas anuales al mejor deportista y estudiante de cada una de las disciplinas durante cada año. En los últimos cinco años se han otorgado 43 becas.



LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE SOPROLE

- Una de las características preferidas por los consumidores del exquisito postre Manjarate de Soprole, es la gota de chocolate que trae en su interior. Lo que mucha gente no sabe, es que la idea original del producto no la incluía. Originalmente era un mousse de manjar con una cobertura de chocolate en la superficie. Dado el proceso de elaboración aplicado, en el producto final se generaba una bola de chocolate en el centro, lo cual evidentemente fue considerado como un defecto. Para resolver esta situación se hicieron múltiples intentos de mejoras en el proceso productivo, y finalmente los ingenieros de Soprole pudieron corregir este “problema”. Sin embargo, inmediatamente se generaron masivos reclamos por parte de los consumidores porque Soprole había eliminado la “sorpresa de chocolate”. Esto obligó rápidamente a volver al proceso original y reponer la gota de chocolate, con lo que este “problema” se transformó en un elemento único y distintivo que se mantiene en todas las versiones de Manjarate hasta el día de hoy.

