



Agrosuper se consolida como la marca de pollo congelado más vendida en Puerto Rico y ahora mira el resto del Caribe

■ Pese al impacto de la gripe aviar en 2023, la empresa chilena se posiciona como la líder en su categoría, alcanzando un 30% de la participación de mercado de la isla.

POR PATRICIA MARCHETTI

Nos separan de Puerto Rico más de 6.000 kilómetros, una distancia que en barco se tarda 35 días, pero que valen la pena recorrer para muchos de productos de exportación chilenos. ¿La estrella? el pollo, proteína que en su versión congelada es la preferida de los hogares de la isla, tanto así, que este destino destronó a China como el tercer mercado de exportación del pollo de Agrosuper, después de EEUU y México.

Distribuido desde hace casi 20 años por Northwestern Selecta, la compañía pasó de un primer envío con tres contenedores a promediar actualmente 55 contenedores al mes.

Así, las exportaciones de pollo de Agrosuper a Puerto Rico han crecido un 57% en los últimos 10 años, llegando a representar en 2024 el 8% del volumen y el 11% del valor total de los envíos de la empresa de dicho producto.

Y aunque podría pensarse que la isla es un mercado menor por tener solo 3,2 millones de habitantes, el consumo per cápita de este tipo de proteína es uno de los más altos del continente, alcanzando los 53 kilos al año, casi 20 kilos más que en Chile.

Líder en su categoría

Entre los puertorriqueños se le conoce como “el pollo de la bolsa amarilla”, por el formato en el que llegó hace casi 20 años, irrumpiendo en un mercado con competidores exclusivamente estadounidenses.

“Fue la primera vez que un pollo congelado tenía parte de su paquete transparente y eso marcó la diferencia de inmediato, porque se podía ver el producto y llamó mucho la atención por su limpieza y tamaño”, relató a **DF** el jefe de ventas y desarrollo de negocios para el Caribe y Canadá de Agrosuper, Ernesto Devárez.

Actualmente, casi el 50% del pollo congelado que se consume en la isla proviene de Chile, donde la firma ligada a la familia Vial lidera con el 30% del *market share* de la categoría. Su competidor estadounidense más cercano, Tyson, le sigue con un 10%.

No solo se encuentra en las siete cadenas de supermercados de PR y 400 salas de venta entre *retailers* y el



canal tradicional, sino que también en restaurantes, como Denny's y Applebee's.

Uno de los pilares del éxito, aseguró Devárez, ha sido contar con un distribuidor como Northwestern, capaz de realizar entregas a diario en cada rincón de la montañosa y selvática isla.

Recuperación y futuro

Para dimensionar el 30% de la participación de mercado, el jefe de ventas detalló que el año pasado vendieron cerca de 9.000 toneladas en la isla (un 36% más que en 2023), moviendo US\$ 31 millones.

Sin embargo, el momento más alto para la compañía fue en 2022, cuando alcanzaron un 43% de participación. “Pero llegó la influenza aviar a inicios de 2023 en Chile, afectando los envíos. Entraron varias marcas norteamericanas a las góndolas aprovechando el espacio que estábamos dejando y tocamos un fondo de 25%”, recordó.

Ese año, las utilidades totales de Agrosuper cayeron un 75%.

Así, la estrategia actual gira en torno a recuperar el 40% del *market share* hacia fines de 2025, introduciendo alitas saborizadas –que servirán también de pilotaje

53 KILOS
 POR PERSONA
 ES EL CONSUMO ANUAL DE
 POLLO EN PUERTO RICO

“El proyecto de los trutros nace gracias a la reconversión de los planteles de pavo a pollo en Chile. Con eso, la empresa apunta a crecer un 7% en su producción de pollo, por lo que vimos la oportunidad de traer cortes que generalmente se quedan en Chile”, explicó Devárez.

Consultado por la posibilidad de abrir planteles productivos en Puerto Rico, indicó que es algo muy complejo de llevar a cabo, dada la poca mano de obra, la débil infraestructura eléctrica y las complicaciones propias de la isla.

abrir aún más mercados, como en Aruba, San Martín, Trinidad y Tobago y Jamaica.

“Veo varios Puerto Rico en el Caribe, hemos visto varias oportunidades en otras islas, que si bien no van a mover lo que mueve PR, veo mucho potencial”, comentó. A su juicio, Bermudas, Bahamas y las Islas Vírgenes podrían “convertirse en nuevos bastiones” de la empresa.

El jefe de ventas también supervisa el mercado en Canadá, al que Agrosuper llegó en 2013, pero no fue hasta el año pasado que la comercialización de pollo se disparó. ¿La razón? La

El golpe de la gripe aviar significó una caída en el market share de Agrosuper en Puerto Rico, desde el 43% al 25% en 2023. La firma aspira a recuperar el 40% hacia fines de 2025.

para evaluar su envío a EEUU– y cortes que nunca antes ha vendido la empresa en Puerto Rico.

Desde su llegada, la firma solo ha exportado tres cortes primarios –pechuga, filetitos y alitas– y los planes contemplan que en las próximas semanas llegue un primer envío de trutro corto y trutro largo.

El Caribe y Canadá

El pollo de la firma chilena se vende también en otras islas del Caribe, como Bermudas, Bahamas, Islas Vírgenes Británicas, Islas Vírgenes Americanas, Islas Gran Caimán, Turcas y Caicos, República Dominicana. Devárez tiene como misión evaluar la posibilidad de

ratificación del TPP11 en ese país. “El mercado en Canadá llegó a mover 2,5 toneladas y US\$ 9,6 millones en 2024, porque el tratado redujo las cuotas de entrada que tenía el producto. Cambió absolutamente el panorama y ahora nos dio manejo para ser realmente competitivos allá”.