

**Título: Agrosuper pone sus fichas en Europa del este y comienza con exportaciones a ocho nuevos países.**

# Agrosuper pone sus fichas en Europa del este y comienza con exportaciones a ocho nuevos países



La compañía busca seguir diversificando sus envíos. Desde 2023, abrió Georgia, Rumania, Bulgaria, Lituania, Estonia, Croacia, Hungría y Macedonia del Norte.

POR MARTÍN BAEZA

Con su negocio de carnes, Agrosuper está realizando una nueva apuesta para seguir ampliando sus destinos de exportación.

“Nos pusimos como objetivo diversificar y profundizar nuestras ventas en Europa del este, y ya estamos exportando cerdo a sus principales países”, dijo Cristián Araya, *country manager* de la compañía en Europa. “Esto nos permite satisfacer las necesidades de consumidores a los que no estábamos llegando y, al mismo tiempo, seguir posicionando la producción nacional en este continente”, añadió.

Según explican desde la firma, en 2022 realizaban envíos a 11 países europeos, lo que ahora se elevó a 19 naciones.

Así, en 2023 Agrosuper comenzó con sus exportaciones a Georgia, Rumania, Bulgaria, Lituania, Estonia y Croacia, mientras que, durante el primer semestre de este año, también sumó a Hungría y Macedonia del Norte.

## Agrosuper internacional

De acuerdo a una presentación que realizó a sus inversionistas tras la última entrega de resultados, el negocio exportador de la empresa representó el 63% de los ingresos totales de la compañía durante el



primer trimestre de este año.

La compañía tiene una docena de oficinas internacionales repartidas por el mundo y presencia en 61 países, según esa misma presentación. En Europa, la oficina que tiene Agrosuper está ubicada en Génova, Italia.

En ese continente, al cierre de 2023 -en el que la firma reportó ingresos totales por US\$ 4.154 millones-, la venta total de Agrosuper alcanzó las 15.945 toneladas, equivalentes a US\$ 49,2 millones, según datos aportados por la compañía. Y entre enero y abril de este año, ya se habrían vendido 5.520 toneladas por US\$ 17,8 millones.

“En solo un año, los ocho nuevos países a los que se está exportando ya representan el 7% del volumen de venta de la oficina de Europa”, apuntaron desde Agrosuper.

Asimismo, con todo esto, el peso de Europa ya estaría llegando al 6% del total de las ventas internacionales de la productora de carnes.

## El nuevo destino

Araya remarcó que el objetivo de esta expansión en Europa del este es la diversificación. “Asimismo, gran parte de estos países se han desarrollado fuertemente en los últimos años, aumentando su poder adquisitivo, lo que se traduce en un mayor consumo y en una oportunidad para nosotros”, agregó el ejecutivo.

Respecto a los mercados en que ven más espacio y potencial, detalló que “los segmentos donde hemos experimentado mayor crecimiento y donde, al mismo tiempo, vemos una mayor expansión, son en el canal industrial (procesadores) y distribuidores en cuanto a volumen. Por otra parte, en el canal FoodService (restaurantes, hoteles, catering) estamos desarrollando productos para nichos específicos donde podamos entregar valor agregado a nuestros clientes formando alianzas comerciales”.

El *country manager* en Europa

señaló que abrir nuevos mercados nunca es “algo rápido” y que, a veces, la habilitación de esto puede llegar a tomar años, por lo que se apoyaron del gremio ChileCarne en el proceso. Por otro lado, también comentó que trabajaron en conjunto con algunos clientes estratégicos para levantar demanda en “mercados foco” donde ellos tenían experiencia previa y Agrosuper no estaba llegando.

“Asimismo, nuestra oficina está compuesta por ocho personas de diferentes nacionalidades, que tienen trayectoria y un amplio conocimiento del mercado europeo. Gracias a esa *expertise*, estamos llegando a nuevos públicos, fortaleciendo nuestros canales de distribución y ampliando el portafolio de clientes en los mercados que vamos abriendo”, indicó Araya.

## Producción en Chile

El gerente descartó que los cierres en China, que afectaron a la compañía durante un período extendido, hayan determinado una necesidad para ir a otros mercados, sino que “Agrosuper históricamente ha tenido una vocación exportadora y todos los años, parte de nuestros focos y objetivos, están puestos en la diversificación de los mercados donde estamos presente. Si revisamos nuestras aperturas, se puede observar que año a año avanzamos en profundización de la venta en los países donde ya estamos presentes y, al mismo tiempo, en nuevas aperturas”.

Por ejemplo, expuso que en 2021 también comenzaron a exportar en Filipinas y que, en esa línea, ahora continúan y apuntaron hacia Europa del este.

Respecto a la opción de llegar a producir en el extranjero, una alternativa que desde hace años se ha analizado en la firma, Araya fue concreto: “Por ahora, nuestra producción se mantiene en Chile”.