

La rotisería, ubicada en Las Condes, tiene clientes que se lo repiten varias veces en la semana

La historia de Black Chicken, el pollo asado más gourmet: "Le pusimos glamour"

Fueron parte de los premios Uber Eats 2024. En un principio, cuando les vendían a sus vecinos de Rapel, hacían delivery en bote.

WILHEM KRAUSE

En esos días de marzo del 2020 en los que el Covid ató con sus restricciones a todo Chile, Llige Yang y Daniel Fosk estaban pasando el fin de semana en Rapel. Pandemia mediante, esa estancia acabó durando nueve meses. En esa época, Fosk tomó varios cursos de cocina en línea: allí aprendió a preparar un pollo asado con técnicas de alta gastronomía: elaborado por 24 horas, marinado, con inyecciones y cocinado a baja temperatura. Piense en un pavo para Navidad.

En un principio fue hit entre la familia de Fosk, luego con algunos vecinos, y después con los amigos de ellos. "Imaginate que conocíamos a seis vecinos, que a la vez conocían a otras personas que se habían ido a vivir a Rapel. El pollo se empezó a viralizar y cada vez llegaba más gente. Lo íbamos a dejar en el bote, a veces en el auto, camino de ripio, fue una tremenda aventura. Yo estaba full en el WhatsApp contactando a los clientes, ofreciendo toda la semana", explica Yang, quien es profesora de alemán de profesión, pero que ahora está abocada al 100% al negocio.

A fin del 2020, de vuelta en Santiago, se instalaron con una cocina oscura en Cantagallo: se amplió la carta, el delivery, los empleados y los clientes. El cierre del 2022 fue con la apertura del primer local con servicio en mesa en Las Condes, en octubre esperan abrir otra sucursal. "Tenemos clientes en el presencial que vienen tres o cuatro veces a la semana. Son muy frecuentes. Por lo mismo tenemos varias opciones para distintas ocasiones de consumo, como calugas de pollo, ensaladas o arroz chaufa. El cliente tiene esa linda experiencia de ir a un restaurante en el que los dueños están presentes, siempre con las manos en la masa, y disponibles a cualquier cosa", explica Fosk.

Fosk, quien es escultor y antes tuvo una marca de ropa, explica que la base de este pollo es el Umami, el quinto sabor. Por lo mismo han ido ampliando la carta en la medida que sean cosas que les hagan sentido y sientan que está a altos estándares. "Ahora incorporamos un pisco sour a nuestro menú que



Llige Yang y Daniel Fosk destacan la propuesta de valor que sumaron a su marca y productos.

Los premios Uber Eats

Black Chicken fue parte de los premios Uber Eats del 2024, que tuvieron su última versión el miércoles pasado y en el que hubo 206 restaurantes nominados en 31 categorías. "La gran mayoría cuenta con una combinación de una operación impecable que se combina con altas ventas y excelentes calificaciones de los usuarios y los socios repartidores (...) aquí a la hora de nominar no se evalúa la "calidad" de un plato o un pedido de una tienda en específico, pero sí cuánto los usuarios valoran ese establecimiento, cuántos pedidos tiene y cómo son sus ventas y operación en general y la calificación que le entregan los socios repartidores", explica Marco Nannipieri, gerente general de Uber Eats para Chile. **Había bastante pollo asado, ¿es novedoso que esté saliendo tanto?** "Es una tendencia que vemos desde 2022 y que no se ha detenido hasta ahora. En este periodo hemos visto la exitosa aparición y expansión de varios restaurantes especializados en pollo en todas sus versiones: frito, asado, coreano, bbq, en sándwiches, alitas. De hecho, el pollo es el 7° tipo de comida más pedido en la aplicación".

nos quedó muy rico. De repente nos finca algo y nos obsesionamos por diseñar un buen producto y que se vaya transformando en algo excelente. Siempre nos lanzamos al mercado sin esperar al producto perfecto. Esa estrategia, de lanzarnos, ha sido súper ágil para nuestro crecimiento".

Daniel, ¿por qué pollo asado?

"El pollo asado es un producto súper versátil, súper democrático, que

conecta a la gente con emociones, un poco nostálgico. Mucha gente puede comer pollo todos los días o tiene la tradición de comer pollo los domingos en familia. Y también es nutritivo, con sabores bien potentes, bien umami".

Llige, a pesar de ser gourmet, el pollo lo mantienen a un precio competitivo, por Uber me aparece a \$16.990, que es más o menos a lo que está en todos lados.

"Eso está bien complejo. No es fácil competir con el alza al pollo entero en particular, porque vender por presa es una cosa, pero el pollo entero es otra. Han ido cayendo varios restaurantes que se dedican al pollo con papas fritas, porque no es muy viable. Nosotros apostamos también por la cantidad, abrimos todos los días, y aunque el fin de semana la estrella es el pollo rostizado con papas fritas, en la semana estamos más centrados en los oficinistas que piden otras cosas".

El pollo asado se puede ver como algo de los 90, como que no está con el glamour de otras preparaciones.

"Es que nosotros le pusimos glamour porque lo llevamos al siguiente nivel: contamos con una ensalada súper gourmet, con una vinagreta de autor, contamos con un empaque súper sofisticado, elegante, está nuestro uniforme, nuestro logo, cómo ambientamos el local. Trabajamos nuestra marca como una marca de ropa high-end; es que mucha gente puede vender una polera básica blanca, pero con una propuesta de valor distinta, al final uno genera una sensación y otra experiencia. Gracias a ese modelo, la percepción del cliente es distinta y ya no es como un pollo tradicional".