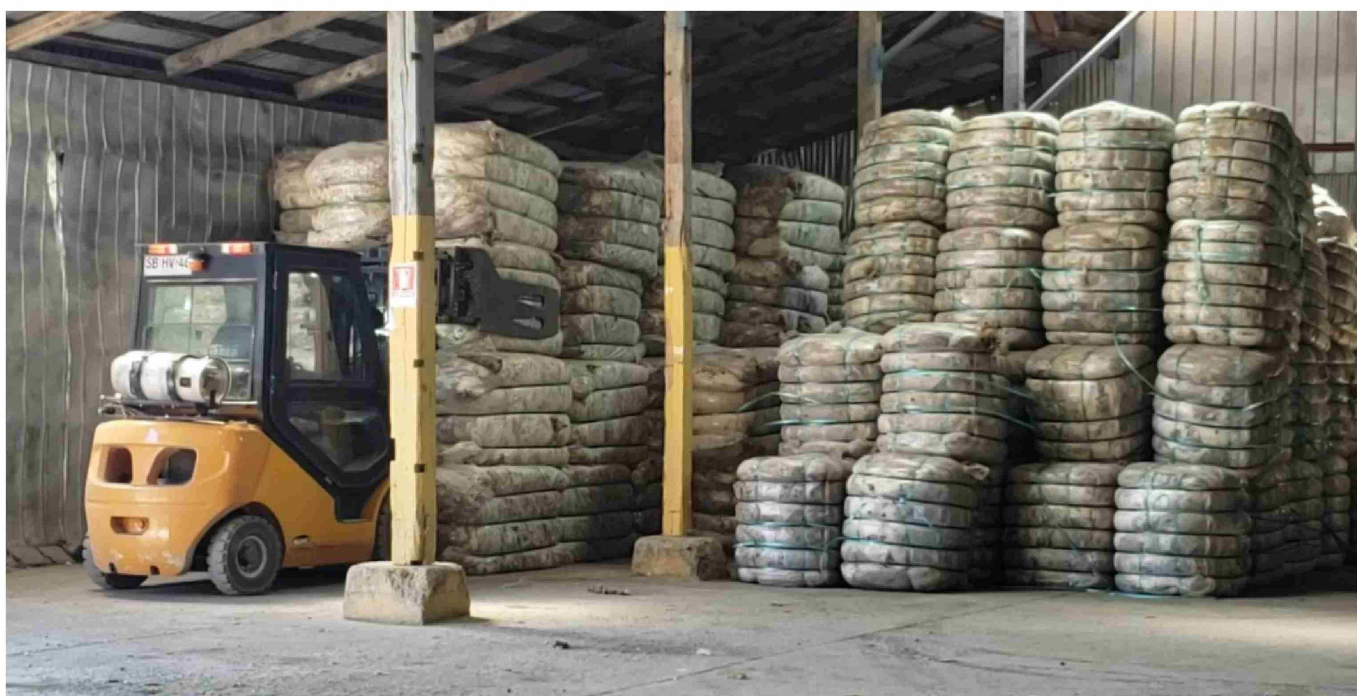


GANADERÍA AUSTRAL Y MERCADOS INTERNACIONALES

El renacimiento del Oro Blanco: La estrategia de Magallanes para liderar el mercado global de la lana

● A través de la consolidación del Consorcio Lanero y una alianza estratégica de certificación con el laboratorio uruguayo LATU, la Asociación de Ganaderos de Magallanes (Asogama) elimina barreras logísticas históricas, reduce costos en un 40% y abre las puertas del gigante mercado de la India para la fibra austral.



F. Cumare - G. Pérez
 periodistas@elpinguino.com

La ganadería ovina en la Región de Magallanes, históricamente el motor económico del extremo sur chileno, se encuentra hoy en un punto de inflexión que determinará su viabilidad para las próximas décadas. Tras enfrentar un escenario global marcado por la inestabilidad de precios y el encarecimiento de la logística post-pandemia, la Asociación de Ganaderos de Magallanes (Asogama) ha desplegado una hoja de ruta ambiciosa. No se trata

simplemente de sobrevivir a una crisis coyuntural, sino de una reingeniería total de la cadena de valor que busca eliminar las brechas de competitividad que han castigado al productor local por más de treinta años.

Durante gran parte de su historia moderna, el ganadero magallánico ha lidiado con un mercado "imperfecto". A pesar de producir una de las fibras más blancas y puras del planeta, el aislamiento geográfico y la falta de poder negociador individual derivaron en una realidad dolorosa: los productores recibían

precios que, en ocasiones, representaban apenas la mitad de los valores transados en Australia. Esta distorsión no solo afectaba la rentabilidad, sino que amenazaba la continuidad generacional del campo, desincentivando la inversión en genética y tecnología ante retornos que no alcanzaban a cubrir los costos de producción.

La respuesta de Asogama, liderada por su presidente Gerardo Otzen, ha sido contundente y estratégica. El gremio ha asumido un rol activo como articulador comercial, transformándose en

el puente necesario entre las estancias de la Patagonia y los centros textiles de Asia y Europa. El plan de acción se sostiene sobre tres pilares fundamentales: la drástica reducción de los costos de certificación de calidad, la reapertura del Consorcio Lanero para consolidar una oferta masiva y potente, y la apertura de mercados estratégicos, con la India emergiendo como el nuevo gran aliado para la fibra regional.

El diagnóstico gremial fue claro desde el inicio: el problema no era la calidad del producto, sino el costo de demostrarla.

Históricamente, certificar un lote de lana implicaba enviar muestras a laboratorios en Nueva Zelanda, un proceso que podía tardar hasta 45 días y que, sumado a los fletes internacionales, elevaba los costos a niveles prohibitivos para los pequeños productores. Esta barrera invisible obligaba a muchos a vender "al bulto", perdiendo el valor agregado de la finura de su fibra. Hoy, esa barrera ha caído gracias a una alianza estratégica con el laboratorio uruguayo LATU.

Esta transformación ocurre en un momen-

to donde el consumidor global exige, más que nunca, trazabilidad y ética. Magallanes no solo exporta lana; exporta una forma de vida en armonía con uno de los ecosistemas más prístinos del mundo. Por ello, la estrategia incluye el desarrollo de la marca de origen "Magellan Wool" y certificaciones de bienestar animal (RWS), buscando que cada kilo de lana que salga de la región lleve consigo el sello de la excelencia y el respeto por el entorno. Es una apuesta por la diferenciación en un mundo de productos genéricos.

Fecha: 12-04-2026
 Medio: El Pingüino
 Supl.: El Pingüino
 Tipo: Noticia general

Pág.: 18
 Cm2: 352,1
 VPE: \$ 421.828

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:

5.200
 15.600
 No Definida

Título: El renacimiento del Oro Blanco: La estrategia de Magallanes para liderar el mercado global de la lana

El liderazgo actual de Asogama ha entendido que la unión no es solo una consigna romántica, sino una necesidad comercial. El Consorcio Lanero ha vuelto a operar con una estructura moderna, aprendiendo de las lecciones del pasado para evitar que la fragmentación de la oferta debilite los precios. Al agrupar a cientos de productores, el gremio logra atraer a compradores globales que antes no consideraban a

Magallanes debido a la atomización de su mercado. Hoy, las licitaciones regionales cuentan con el interés de gigantes de la industria que buscan calidad y volumen en un solo lugar.

La reciente visita de delegaciones comerciales de la India a las estancias magallánicas simboliza el éxito de esta nueva visión. Los compradores de WoolIndia han quedado impresionados no solo por la finura de la lana,

sino por su blancura característica, un atributo técnico que facilita los procesos de tintorería y que posiciona a la fibra regional en un nicho premium. Esta apertura de mercado es el resultado de una gestión diplomática y gremial que busca diversificar los destinos de exportación, reduciendo la dependencia de los mercados tradicionales europeos que hoy enfrentan sus propias crisis.

Hacia el futuro, el desafío es la sostenibilidad de este modelo. La competitividad no es una meta, sino un proceso continuo. El compromiso de Asogama es mantener esta estructura operativa para que el beneficio llegue a todos: desde el gran productor hasta el pequeño ganadero de Tierra del Fuego. Magallanes está decidido a recuperar su lugar como líder mundial en la producción de lana de calidad, y lo está haciendo con ciencia, unidad y una mirada ambiciosa puesta en el horizonte global, asegurando que el "oro blanco" siga siendo el orgullo de la Patagonia.

Logística y certificación

La designación de Asogama como representante exclusivo del laboratorio uruguayo LATU es, quizás, la noticia más disruptiva para el sector en la última década. Gerardo Otzen explica la magnitud de este cambio:

"Es una noticia extraordinaria para el mundo productor acá en Magallanes. Fundamentalmente, para

vender lana hoy tienes que certificar de alguna manera la calidad, específicamente la finura de la fibra. Históricamente, teníamos que mandar la lana a un laboratorio en Nueva Zelanda, lo que implicaba un flete altísimo y una demora de un mes o un mes y medio para tener el resultado".

El impacto económico es directo y cuantificable. Según Otzen, el ahorro no es solo de tiempo, sino de capital de trabajo esencial para el ganadero:

"El cambio es radical. La demora desde que se toma la muestra hasta que llega el resultado no debería ser más allá de una semana o una semana y media. Además, los costos son menores. Vamos a tener un certificado un 30% o 40% más barato de lo que se está pagando hoy día. Estimamos que el costo estará por debajo de los US 300 por certificado".

El consorcio lanero

El ingeniero agrónomo Juan Gysling, pieza clave en la organización del Consorcio Lanero, destaca que la estructura actual busca proteger al productor de las imperfecciones

históricas del mercado local, donde la falta de información jugaba en contra del ganadero.

"Retomamos toda esa experiencia de los años 90 y volvimos a organizar algo con mayores resguardos para que el sistema permanezca en el tiempo. El objetivo comercial es poder mantener una organización de los ganaderos inserta en la comercialización de lana para proteger el mercado nuestro, sobre todo para los medianos y chicos. Cuando no existe una organización de este tipo, la intermediación va comiéndose las diferencias de precio internacional con los locales".

Gysling es enfático en que la transparencia es la mejor herramienta contra la especulación:

"Legamos a la situación de que nos estaban pagando un 50% del valor de los precios informados por el mercado australiano. El mantener esto funcionando va a favorecer a todo el mercado. Lo que tiene que entender el ganadero es que para que esto se mantenga en el tiempo, necesitamos una masa crítica suficiente de lana; así vamos a ser



GERARDO OTZEN, PRESIDENTE DE ASOGAMA.

capaces de mantener el sistema funcionando”.

India: El nuevo horizonte de la fibra austral

La apertura del mercado indio no es una casualidad, sino un movimiento calculado para encontrar demanda allí donde se valora la especificidad de la lana magallánica. Gerardo Otzen detalla la estrategia de “ataque” global:

“Nosotros como Asogama gestionamos la apertura del mercado indio, con lo que abordamos globalmente el problema de encontrar oferta para nuestros productores. Ante una crisis como la que tuvimos, reaccionamos con todo: bajando los costos de certificación y potenciando las licitaciones. Actualmente tenemos 11 compradores interesados”.

La visita de WoolIndia a la región ha permitido que los compradores vean en terreno las condiciones únicas de producción. El seremi de Agricultura, Juan Ignacio Cavada, subrayó la importancia de estos vínculos:

“Esta visita constituye una oportunidad concreta para fortalecer vínculos comerciales y diversificar destinos de exportación. Los representantes de WoolIndia destacan por importar fibras de alta calidad; la blancura de nuestra lana facilita los tintes en el mundo textil, lo que nos posiciona como referentes mundiales”.

“Magellan Wool”: Hacia una marca de clase mundial El paso final de esta estrategia es la consolidación de la identidad. Asogama no solo quiere vender lana analizada, sino lana con “apellido”. La colabora-

ción con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual es el camino para lograrlo.

“Estamos trabajando en la certificación orgánica RWS para obtener un diferencial de precio y, junto a la Asociación de Ganaderos de Tierra del Fuego, estamos muy avanzados en la certificación de origen ‘Magellan Wool’. Queremos que la lana de Magallanes tenga un sello especial y una comercialización de clase mundial”, concluye Otzen.

La ganadería de Magallanes ha dejado de esperar soluciones externas para empezar a construirlas desde su propia base gremial. Con ciencia, nuevos mercados y una unidad fortalecida, el sector ovino se prepara para una nueva era de prosperidad.



SEREMI DE AGRICULTURA, JUAN IGNACIO CAVADA JUNTO A UNA DELEGACIÓN DE COMPRADORES PROVENIENTES DE LA INDIA.

“ Esta visita constituye una oportunidad concreta para fortalecer vínculos comerciales y diversificar destinos de exportación”.

Juan Ignacio Cavada, seremi de Agricultura.

“ Vamos a tener un certificado un 30% o 40% más barato de lo que se está pagando hoy día. Estimamos que el costo estará por debajo de los US\$ 300 por certificado”.

Gerardo Otzen, presidente de Asogama.

“ Retomamos toda esa experiencia de los años 90 y volvimos a organizar algo con mayores resguardos para que el sistema permanezca en el tiempo”.

Juan Gysling, ingeniero agrónomo.