

La Producción de Lana Merino Fina y Superfina (<19.5 m) en Uruguay: Interrogantes y Perspectivas a 10 años de su inicio.

Cardellino¹, R.C.

I. Introducción

El Proyecto Merino Fino está próximo a cumplir sus 10 años de vida, habiendo transcurrido las diversas etapas planificadas con singular éxito. Parece apropiado en estas circunstancias plantearse una serie de interrogantes que son del caso analizar con miras al futuro del Proyecto y a las decisiones de los diferentes integrantes y componentes del mismo.

Algunas de estas interrogantes incluyen:

- a) existen riesgos de sobreproducción de este tipo de lanas a nivel nacional e internacional?
- b) existe suficiente demanda a nivel nacional e internacional?
- c) es preciso ir moviéndose hacia la producción de lanas aún más finas (ultrafinas)?
- d) cuáles son las perspectivas de precios para estos tipos de lana finas y superfinas?
- e) cuáles son las oportunidades de futuro para este tipo de negocio?

Con las limitaciones e incertidumbres del caso, se intenta esbozar algunas respuestas o sugerencias, en base a la información disponible.

II. Interrogantes y perspectivas en la producción de lanas merino finas y superfinas.

La producción mundial de lanas merino con diámetro inferior a 19.5 micras ha venido incrementándose, alcanzando en el momento actual un volumen estimado en 170 millones de kgs (base sucia). La mayor producción corresponde a Australia (85%), seguido de Nueva Zelanda, Sudáfrica y Argentina. La producción de este tipo de lanas en nuestro país alcanza un volumen estimado en 700.000 kg base sucia, siendo parte de una producción total de lana merino estimada en 18% de la zafra total (R. Cardellino, 2007). La importancia relativa de la producción de merino ha venido incrementándose sistemáticamente, debido a que la reducción del número de lanares correspondientes a otras razas fue mayor. Claramente las decisiones a nivel de los productores australianos son las que van a tener un efecto mayor en la oferta mundial de este tipo de lana, sumado a los efectos climáticos que terminan afectando la proporción de lanas finas por hambre, como ha sido el caso en los últimos años. Sin embargo en los últimos años la proporción de lanas finas en Australia, luego de un incremento sistemático, se estabilizó en torno a 35%, y es probable que se mantenga en esos niveles o que aún descienda si la situación climática en Australia se normaliza. La producción en NZ, localizada en la Isla Sur en la zona denominada como high country, con posibilidades muy limitadas de mejoramiento de la producción forrajera no se prevé que sufra cambios en los volúmenes de producción. Situaciones similares pueden observarse en la patagonia argentina (Chubut) donde se concentra la mayor parte de la producción de lanas merino en dicho país. En nuestro país existen señales bastante claras en el sentido de producir lanas más finas dentro del Merino, con lo cual se puede prever un aumento sostenido de este tipo de lanas en el futuro. El destino final de estas lanas peinadas en el país, tiene como principal cliente a los tejedores nacionales fabricantes de tejidos planos y también clientes del exterior por lana peinada: Colombia, Japón y también Europa. Un crecimiento del volumen de producción de este tipo de lanas hasta 2.5 millones de kg con un nivel de calidad similar a la de Australia no debería tener ningún problema de mercado.

En definitiva, no se prevé un aumento sustancial en la producción mundial de lanas finas y superfinas que pudiera producir una sobreoferta por encima de los niveles actuales. Es preciso aclarar, sin embargo que en años anteriores (2003-06) se produjo a nivel mundial una sobreoferta fundamentalmente en lanas

¹ Director, DELTA Consultores.
rocar@delta-animalproduction.com



PROYECTO MERINO FINO DEL URUGUAY - FASE I

Octava Entrega de Carneros del Núcleo Fundacional U.E. "Glencoe"- 2007

de 17 y 18 micras que no pudo ser acompañada por la demanda, derivando en escasos sobrepuestos sobre lanas merino no tan finas y medias.

La demanda global por lana en general ha venido disminuyendo durante los últimos años por diferentes motivos, pero claramente uno de los factores más importantes ha sido la falta casi total de promoción y marketing. La lana abandonó esta actividad y esta inversión con un costo muy elevado a nivel de reducción de la demanda final. Las tendencias de la moda a nivel mundial claramente apuntan a una preferencia muy marcada por parte del consumidor por prendas más livianas, más suaves, que se puedan usar sobre la piel, para lo cual se precisan lanas finas y superfinas. En este sentido, las preferencias del consumidor son coincidentes con la producción de este tipo de lanas. Moverse en la dirección del mercado constituye un elemento sustancialmente importante como soporte para un proyecto de esta naturaleza. "La dirección es más importante que la velocidad".

El grupo de trabajo de la Federación Lanera Mundial que analizó el problema de la debilidad de la demanda por lana recomendó como prioritario retomar la promoción de la lana, no en forma genérica, sino de manera más focalizada en determinados mercados y productos, en asociación con firmas y/o marcas internacionales. Estas recomendaciones dieron lugar a un Programa de Marketing en los Estados Unidos, financiado mayoritariamente por la Australian Wool Innovation (AWI), países afiliados a la FLI (incluido Uruguay) y ejecutado por la Woolmark Co. Los resultados de este programa fueron muy alentadores y positivos. Tuvieron como plataforma básica la fortaleza de la lana Merino Extrafina, como producto, como mensaje básico para los consumidores, con todas sus connotaciones de natural, ecológico, sostenible, fresco, suave," Premium". Los resultados finales en este programa de marketing que tuvo como socios a las empresas Sacks Fifth Avenue (New York) y Dillards, una cadena en el sur y medio oeste americano, fueron muy buenos resultando en mayor volumen de ventas y a mejores precios, con prendas innovadoras, excelente cobertura en los medios y un programa muy intenso de educación a nivel de los vendedores en las tiendas.

Las lecciones para el futuro indican que una inversión inteligente y profesional en marketing da buenos resultados y se está programando un esfuerzo similar en Japón. Como siempre, la mayor dificultad consiste en obtener los fondos necesarios para llevarlo adelante, pero existe ya una definición de los australianos a través de AWI, que es la organización que recibe el 2% de contribución de los productores, en continuar la inversión en marketing. Los tipos de lana afectados por estos programas serán fundamentalmente lanas Merino Finas y Superfinas, y no tendrán referencia al país de origen. Diversos estudios referidos a las preferencias del consumidor indican que éste no está interesado en el país de origen de la materia prima del producto. Este enfoque general que probablemente tome el marketing de la lana en el futuro, liderado por Australia, favorece indirectamente a la producción de este tipo de lanas en Uruguay.

Una pregunta bastante frecuente se refiere a la eventual necesidad de continuar avanzando hacia la producción de lanas aún más finas que las producidas hasta ahora, como una forma de obtener los sobrepuestos de estos tipos de lanas extra/ultrafinas, con diámetros menores a 15 -16 micras.

Es importante en primera instancia considerar que el mercado para ese tipo de lana constituye un nicho muy restringido y exclusivo, que debe ser analizado más detenidamente. Pero existen además una serie de interrogantes relacionadas con su producción, entre ellas, si se dispone del material genético apropiado, su productividad en nuestras condiciones de crianza, la posibilidad de su producción a cielo abierto o por el contrario la necesidad de su producción en condiciones de estabulación. Probablemente la sugerencia más sensata consista en un enfoque inicial a nivel de proyecto de investigación que incluya aspectos productivos y de mercados, y que se anticipe a futuras demandas.

No parece existir un apremio inmediato en avanzar hacia la producción de lanas ultrafinas (<15.5 micras). La prioridad debería centrarse en consolidar el proyecto actual de Merino Fino y Superfino, con una actividad de monitoreo e investigación más intensa en otras características de ese tipo de lanas (además del diámetro) que tienen una repercusión en el precio de gran magnitud: resistencia de la mecha, largo de fibras, color.



Durante los últimos años, los precios del mercado internacional han mostrado una reducción en los sobrepuestos históricos de lanas de 16, 17 y 18 micras sobre lanas de 21 y 22 micras. La explicación radica en una sobreproducción de este tipo de lanas en Australia exacerbada por las condiciones de sequía que derivaron en una proporción mayor de lanas muy finas por "hambre", en contraposición a una reducción de la producción de lanas de 20 y 21 micras. En las últimas 2 zafas sin embargo, el sobrepuesto de lanas de 19 micras sobre las de 21 micras, que en promedio ha sido de 48%, está volviendo a esos valores promedio, ubicándose en la actualidad en 27%. En general se prevé que una detención en el incremento del volumen de producción de lanas de menos de 19 micras, sumado a elementos positivos a nivel de demanda (crecimiento económico mundial, tendencia de la moda, precios al alza en fibras competidoras) debería ser suficiente como para mantener los precios de lanas finas y superfinas con valores atractivos para su producción.

Existen en definitiva, condiciones objetivas para mantener y aun aumentar los esfuerzos para consolidar las actividades desarrolladas en el marco del Proyecto Merino Fino y que cubren diferentes áreas. Los acuerdos comerciales existentes entre firmas peinadoras y los productores (Lanas Trinidad SA y SCMAU) y los programas de desarrollo incluidos en el Club Merino Fino de Central Lanera Uruguay, constituyen elementos que deben ser visualizados como muy positivos para fortalecer un proyecto de esta naturaleza, que le confieren un grado mayor de estabilidad y un involucramiento de otros actores de la cadena textil lanera del país. Ciertos temas como el de la posibilidad de incluir la producción de lanas orgánicas deberían comenzar a ser analizados a la luz de la importancia que comienzan a adquirir a nivel del mercado de vestimentas.

Por último, creemos firmemente que sería altamente beneficioso para el Proyecto comenzar con actividades locales de marketing y lobbying, que incluyeran algún grado de comunicación con otros productores y público en general, y los políticos, para hacer conocer el proyecto, sus actividades, pero por encima de todo "el producto". Esto desembocaría no solamente en una mayor masa crítica para el Proyecto, sino también seguramente habría más productores interesados, más apoyo a las organizaciones y técnicos involucrados y una mejor visualización por parte de la sociedad de la importancia del mismo.

