

II. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO PARA LAS LANAS MERINO FINAS, SUPERFINAS Y ULTRAFINAS

J.L. Trifoglio¹
Publicado en Diciembre 2006

II.1. SITUACIÓN ACTUAL

La lana continúa siendo una fibra con poca participación en el mercado mundial de fibras. Sólo satisface en la actualidad el 1.9% del Consumo Mundial de Fibras Textiles, según se puede apreciar en la Figura 1.

El 8% del total de lana producida en el mundo, es superfina, es decir menor o igual a 19.5 micras, de los cuales el 85% se produce en Australia, considerando solo a los principales países productores de lana. Le siguen en orden de importancia, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Argentina y Uruguay.

Durante los últimos 15 años, en Australia, se ha registrado un cambio en el perfil de su producción, debido a la crisis de la lana de la década de los noventa, después de la caída del Esquema de Precio Piso, que deteriora la ecuación de rentabilidad del productor lanero.

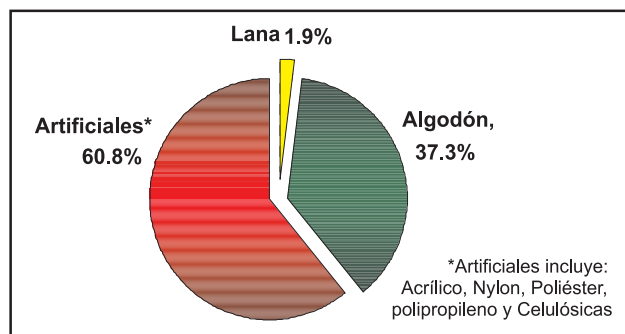


Figura 1. Consumo Mundial de Fibras Textiles.

Mientras algunos productores se volcaron a otros rubros alternativos más rentables dentro de la agropecuaria, otros, encontraron en la lana superfina y ultrafina un rubro que les permitió tener mayores ingresos, debido a los altos valores que se pagaban por ese tipo de lanas.

Si comparamos la zafra 1992/93 y la actual, observamos un importante incremento en la producción de las lanas de 19 micras y más finas, registrando un aumento del 142%. Sin embargo, se observa en ese mismo período un retroceso en la producción de los demás micronajes.

No obstante ello, durante los últimos 4 años, la producción de lana en Australia de 19.5 micras y más finas, se ha mantenido estable en su participación porcentual respecto del total de lana producida en ese país, en el entorno del 30%.

¹ Área de Economía y Difusión, SUL.

En las últimas zafras, otro factor que también ha influido en el incremento de la producción de las lanas del mencionado micronaje, ha sido la severa sequía que está afectando algunas de las más importantes zonas productoras de lana, provocando un afinamiento por hambre, aunque este hecho no ha sido la causa determinante del mencionado aumento. Profundizando en el análisis de las cifras de producción de lana en Australia en el período 2000/01 a 2005/06, observamos que las lanas de 16.5 micras y más finas han tenido un crecimiento importante, variando del 350% al 870%, según el micronaje.

En la Figura 2, observamos el comportamiento de los precios en el mercado lanero australiano, más precisamente en los centros del Este, durante las últimas 11 zafras y hasta el pasado 30 de noviembre, apreciándose claramente, que cuando los precios de estos tres tipos de lanas seleccionados se tonifican, porcentualmente lo hacen por lo general, en mayor medida las lanas más finas.

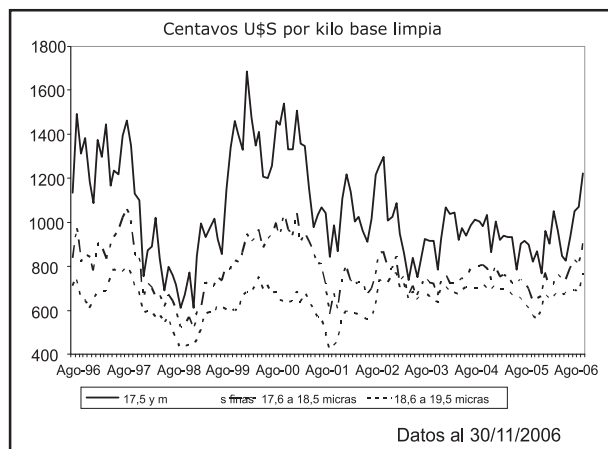


Figura 2. Australia: Precios en remates.

Si analizamos la diferencia de los precios de las lanas de 19 y 22 micras durante un período más amplio, observamos que también se ha registrado una diferencia importante, ubicándose en un 49% de promedio durante las zafras 91/92 y el mes pasado, más allá de que en la actualidad se ubique en el entorno de 21% y pese al fortalecimiento del mercado, pero esto es sin duda algo coyuntural y debido al descenso en la producción de lanas de 21 a 23 micras en el principal mercado productor de lanas, provocando una competencia comercial importante en ese sector de micronajes (Figura 3).

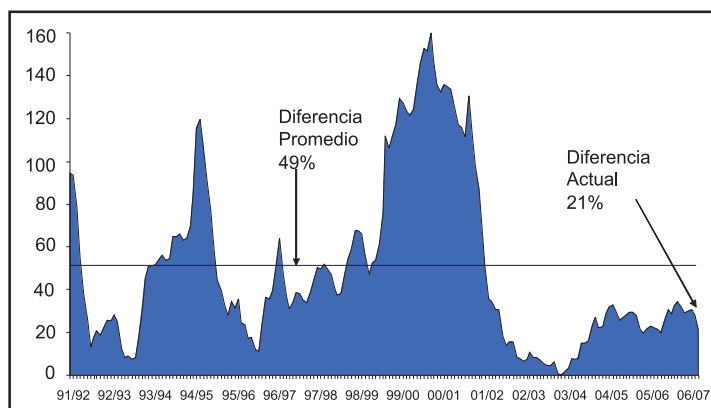


Figura 3. Australia: Diferencia de precios 19 vs 22 micras.

Las lanas de menos de 15 micras presentan un panorama diferente en donde los precios registran diferencias sustancialmente mayores. Una décima de micra y una mayor resistencia a la tracción son determinantes en la conformación del precio de este tipo de lanas.

A continuación podemos observar en el Cuadro 1, los precios máximos pagados en el mercado australiano de las últimas zafas, incluyendo la primera mitad de la actual zafa 2006/07, así como también otras características de esos fardos, que en algunos casos, son depositados por seguridad en las bóvedas de los bancos.

Cuadro 1. Precios máximos (U\$S/kg) pagados y características, de las lanas ultrafinas en Australia.

Zafa	Diámetro de fibra (micras)	Contenido Vegetal (%)	Rendimiento al peinado (%)	Resistencia (N/KTex)	Largo de mecha (mm)	Precio U\$S/kg	
						Base sucia	Base limpia
06/07*	12.4	0.1	80.9	48	61	783	968
05/06	11.7	0.1	63.0	31	64	527	837
04/05	12.0	0.1	74.5	40	68	2303	3092
03/04	12.6	0.1	76.3	45	77	519	680
02/03	12.8	0.1	73.7	35	65	252	342
01/02	12.7	0.1	76.0	54	67	419	552

Nota: * al 07/12/2006.

Durante la zafa pasada, la producción de lanas ultrafinas en Australia de 14 micras y más finas, han totalizado la cantidad de 46 toneladas, registrando un aumento del 715% respecto a la zafa 2000/01. Durante este período, se han registrado precios récord, por lanas en el entorno de 12 micras de excelente calidad, que son adquiridas por empresas especializadas en el proceso de industrialización de este tipo de lanas, que satisfacen a consumidores muy sofisticados y con un poder adquisitivo extremadamente alto.

II.2. USO Y TENDENCIAS DEL MERCADO CONSUMIDOR

El 55% de las lanas de 19.5 micras y más finas, tienen como uso final la vestimenta para caballero (trajes, sacos, pantalones, etc.), y el 20% en vestimenta para damas (trajes, polleras, pantalones, etc.), mientras que el resto tiene otros usos (ropa interior, tejidos de punto finos, etc.).

Los principales mercados consumidores de estos productos son por orden de importancia: Japón, Italia, Alemania y Estados Unidos, aunque también son importantes, pero en menor medida: Reino Unido, Francia, Corea del Sur, China y Taiwán.

Todos los que estamos involucrados en el negocio de la lana, así como de cualquier otro producto, debemos pensar en satisfacer al consumidor final, de él dependemos todos, aunque algunos en mayor o menor medida. Por eso debemos producir lo que el consumidor desea, crearle la necesidad y también hacerle conocer las características y cualidades del producto.

El consumidor final de productos de lana tenía en el pasado reciente (y en algunos casos aún tiene), la percepción de que dichos productos producen picazón, que son demasiado calurosos en verano y por sobre todas las cosas, las damas, aludieron a que es difícil de lavar y secar.

A través de la campaña piloto que se está desarrollando en Estados Unidos, financiada tanto por el sector productivo como industrial de la mayoría de los principales países involucrados en la Cadena Textil Lanera (Uruguay incluido a través de la CMPP y CLU), se comenzó a promocionar el uso de la lana, a los efectos de modificar esa percepción, demostrando que es suave, fresca en verano, que respira mejor, que tiene mucho mejor look y toque, y también que es fácil de usar, que ya existen prendas de lana que se pueden poner en el lavarropas y secarropas y no pierden sus características y en especial que no encojen.

En ese sentido, se está centrando parte de la campaña publicitaria en dar a conocer las ventajas de los productos de lana confeccionados con Merino Australiano y a la vez, tirar por tierra, esa percepción que se tenía de la misma.

Prácticamente 7 millones de dólares se han invertido en esta campaña piloto y ya se están comenzando a ver los resultados, un número importante de las más representativas tiendas del Hemisferio Norte que está apoyando la misma, a través de una mayor demanda, pero también de una mayor capacitación de sus vendedores, para poder asesorar a los consumidores.

III.3. PERSPECTIVAS DEL MERCADO

Si bien se deben analizar muchos factores para poder realizar un pronóstico del comportamiento del mercado para los próximos años, entre los más importantes se destaca el crecimiento económico de los principales países consumidores.

En ese sentido, se prevé que este año culminará con un crecimiento similar al del año 2004, pero inferior al del 2005 y 2007. Durante el año 2006, hemos observado una recuperación sostenida de Japón, mientras que Estados Unidos está mostrando signos de debilitamiento. Por su parte, Alemania, Italia y Francia están también creciendo, mientras que el Reino Unido está mostrando signos de recuperación. El principal mercado consumidor de lanas, China, continúa registrando niveles de crecimiento económico muy destacados, aumento de las exportaciones de textiles, pero principalmente con un aumento importante del consumo privado. Para el año 2007, se prevé un debilitamiento de la economía mundial, más allá de que el mismo no va a ser muy significativo, a causa del crecimiento de China y Japón (Figura 4).

48

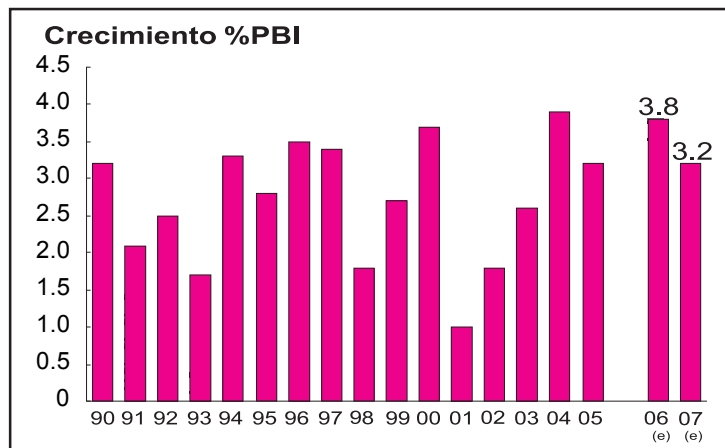


Figura 4. Crecimiento económico mundial.
Fuente: Consensus Forecasts, The Woolmark Company.

The Woolmark Co, realiza diferentes estudios sobre cual será el probable desarrollo del mercado en los años próximos, teniendo en cuenta el comportamiento de diferentes factores y sus posibles variaciones. En tal sentido, elabora tres escenarios probables, uno optimista, uno pesimista y uno central. Este último, con un porcentaje muy alto de probabilidades de cumplimiento, indica que podría haber un crecimiento de los precios promedios para la actual zafra con respecto a la anterior, una corrección a la baja, para la siguiente, pero sin llegar a los niveles de la zafra 2005/06 y un nuevo crecimiento en la zafra 2008/09. Es decir, que al menos en ninguna de las próximas zafras, el valor promedio del Indicador de Mercado del Este, principal referencia del mercado lanero internacional (IME), llegará a valores inferiores a los registrados en la zafra pasada.

Tomando en cuenta el probable comportamiento de los precios de las lanas de 19 y 22 micras, y basados en los pronósticos de The Woolmark Co, es factible que la tendencia en la diferencia entre los mismos durante las próximas zafras se vaya incrementando, según se puede apreciar en la Figura 5.

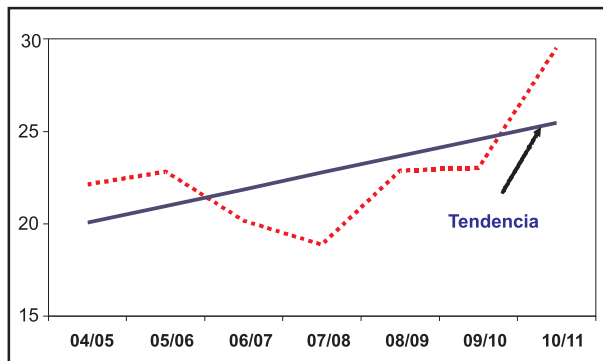


Figura 5. Proyección de diferencia % de precios 19 vs 22 micras.
Fuente: The Woolmark Company.

II.4. CONSIDERACIONES FINALES

Más allá de que puede haber variaciones en los pronósticos, y de que la oferta de lanas superfinas y ultrafinas en el principal país productor de lana del mundo continúe aumentando, en este sector del mercado lanero, se prevé que el comportamiento del mismo, va a estar dado por el impulso de la demanda, que exigirá prendas de excelente calidad y por las cuales está dispuesta a pagar un precio diferencial.

Por otra parte, el consumidor final de este tipo de productos, también está comenzando a demandar cada vez con más fuerza, productos confeccionados con fibras naturales, que sean amigables con el medio ambiente y producidas e industrializadas en un entorno ecológico.

