

EL MERCADO y COMERCIO REGIONAL DE LAS LANAS MERINO

Por el Ing. Qco. Mario G. Elvira.
Director Técnico del Laboratorio de Lanas Rawson
EEA Chubut INTA

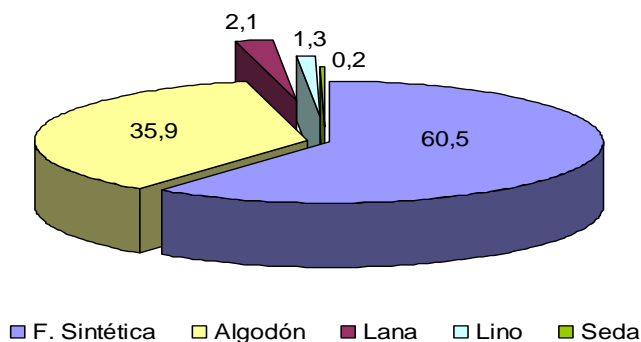
➤ Escenario mundial

La oveja y la lana. Una de las fibras más antiguas y nobles conocidas por el hombre. Ha tenido una larga e interesante historia, que va en paralelo con el avance de la civilización, en el mundo. Restos arqueológicos de ovinos descubiertos en Europa concluyen que la oveja fue el primer animal doméstico en Asia durante el período de transición entre la vieja y nueva era. Tiene no menos que 179 referencias bíblicas desde el antiguo testamento. Por sus atributos y referencia es llamada también “**la fibra de los Dioses**”.

En la actualidad, la lana está obligada a competir con un concierto apreciable de fibras naturales, de origen vegetal y animal, y/o sintéticas desarrolladas por el hombre, en un mundo donde se han producido grandes cambios en sus mercados y en los estilos de vida.

En este conjunto de fibras utilizadas para indumentaria, revestimientos y alfombras, la participación de la lana ha ido disminuyendo progresivamente, llegando actualmente al menos del 2% del total.

Participación Porcentual de las distintas fibras en la producción mundial (57,500.500 millones de kilos). Información del Mercado Mundial de Lanas - 2004



Fuente: IWTO-Woolmark Company

Por su escasa participación la fibra de lana está destinada a ser consumida en los países que cultural e históricamente han apreciado a la lana y en el segmento social de alto poder adquisitivo. **Esto implica una producción y manufactura con altos estándares de calidad.**

El paradigma de “vendemos lo que producimos” hoy ya no tiene lógica ni aceptación. Actualmente la cadena de la lana es traccionada desde la demanda. Quiere decir que las fibras en general no se venden hasta tanto una prenda o producto es comprado por el consumidor final, es decir “**la cadena de la demanda comienza en la tienda y no en el lomo de la oveja**”

Otra característica que identifica a la fibra de lana, es que su cadena textil es extremadamente larga por lo general desde que una oveja comienza la producción de lana, recién al año, está en condiciones de “corte” y luego de esta cosecha pasa un año mas hasta que algún consumidor final usa la prenda. En todo este proceso **se pierde, la perspectiva del comportamiento y demandas de estos consumidores finales**, quienes en definitiva marcan el rumbo a seguir por el resto de los integrantes de la cadena, y a

veces no bien interpretado en los primeros eslabones, donde no hay absoluta claridad de las necesidades y preferencias de estos consumidores.

En general esta cadena fue ajustándose en el tiempo a los requerimientos del mercado, procesando lanas cada vez mas finas, atendiendo fundamentalmente al comportamiento del usuario de la indumentaria que:

“Prefiere una prenda de vestir que sea liviana y cómoda, de buen diseño, cada vez mas informal, suave al tacto, comfortable para usar en contacto con piel, y que tenga fácil cuidado y mantenimiento”

El sector de la producción que mayor esfuerzo realizó en mejora genética, para ajustar sus lanas a los requerimientos de la demanda, fueron los productores de ovejas Merino y que deberán sin duda seguir innovando para competir con otras fibras destinadas a la alta gama de productos y prendas de vestir.

Productores y procesadores industriales primarios (topistas) necesitan de esfuerzos comunes entre ambos sectores que mejoren la competitividad y se propongan objetivos para satisfacer los requisitos actuales del consumidor final e interpretar sus perspectivas de cambio futuro.

➤ Mercado Regional de lana Merino

a) Caracterización de la Oferta:

La Argentina como país productor de lana fina merino, tiene una muy escasa participación en el mercado mundial, menos del 2%, con aproximadamente 33 Mkg de lana sucia.

La producción de esta lana merino junto a un porcentaje menor de raza corriedale en la región patagónica tiene un valor estratégico, geopolítico y social muy grande, debido a que es prácticamente el único producto agropecuario producido sobre el pastizal natural, dejando de lado los valles y zonas irrigadas. Es el motor económico de la gran mayoría de las comunidades pequeñas de toda la región y de la ocupación territorial patagónica. En términos cuantitativos, la Patagonia produce alrededor del 70% de la lana de la Argentina y casi la totalidad de lana Merino, es claramente la región donde ha perdurado una “tradición en la ganadería ovina”, con mayor adopción de tecnología para el mejoramiento genético de las majadas y métodos adecuados para la cosecha de la lana.

La calidad comercial de la lana Merino según los datos de las últimas 5 zafras laneras (2000-05), están representados en las tablas siguientes para cada una de las provincias productoras:

Calidad comercial de lanas Merino de Río Negro. Fuente: INTA- Prolana

	Nº datos	Rinde Peine %	Diámetro Medio Mic.	Nº datos	Largo de mecha mm.	Resistencia tracción N/Ktex
Pre- Parto	5486	57.10	19.95	4198	85.01	28.6
Post- Parto	2141	53.71	19.99	1359	90.67	22.1

La población ovina de Río Negro está distribuida a lo ancho de la provincia, en la parte sur de este a oeste. Los productores son en su mayoría pequeños productores con ovinos de raza Merino con lanas finas y superfinas.

Calidad comercial de lanas de Merino de Chubut. Fuente: INTA- Prolana

	N° datos	Rinde Peine %	Diámetro Medio Mic.	N° datos	Largo de mecha mm.	Resistencia tracción N/Ktex
Pre- Parto	961	62.77	19.69	586	84.15	32.91
Post- Parto	2181	57.03	19.80	1004	87.72	26.08

Chubut se caracteriza por ser la provincia que mas lana produce y de mayor precio. Su producción se sustenta sobre la raza Merino, con lanas finas y superfinas de alto valor en el mercado internacional. Posee productores de distintos estratos productivos representando el estrato de pequeño a medianos productores con menos de 1500 ovinos el 70 % del total, los cuales cuentan aproximadamente con un 20 % del stock ovino provincial. La provincia de Chubut posee así mismo un polo de concentración comercial, industrial exportador en la ciudad de Trelew, donde se concentra el 100% de la lana patagónica y un alto porcentaje de las extras regionales.

Calidad comercial de lanas Merino de Santa Cruz. Fuente: INTA- Prolana

	N° datos	Rinde Peine %	Diámetro Medio Mic.	N° datos	Largo de mecha mm.	Resistencia tracción N/Ktex
Pre- Parto	133	60.1	20.8	16	82.9	30.7
Post- Parto	447	51.9	20.4	38	87.9	24.5

La provincia de Santa Cruz se caracteriza por tener una distribución muy amplia de diámetros medios de fibras, es productora de Merino y Corriedale, y la población de merinos está localizada principalmente en la zona norte provincial.

En general la provincia se caracteriza por establecimientos ganaderos medianos a grandes con un promedio de 20.000 has. y aproximadamente 6000 animales de esquila.

En forma general, sin hacer distinción entre las provincias, **las lanas Merino de la Patagonia se destacan además por su excelente color original y brillo. (muy blancas y brillosas)**. Para vestimentas producidas con hilados de color natural o blanco está propiedad es fuertemente apreciada.

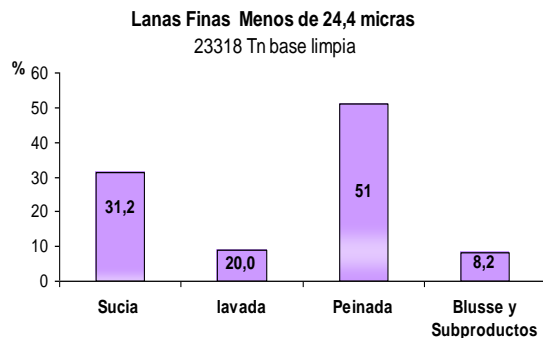
b) Caracterización de la Demanda

En nuestro país como en otras partes del mundo la cadena de industrialización quedó fragmentada. En el Polo Textil Lanero de Trelew, se concentran las barracas acopiadoras de lana sucia para la exportación o la industria y se localizan las principales industrias topistas (productoras de lana peinada) quienes son proveedoras de materias primas para las hilanderías localizadas en el exterior.

La capacidad instalada de las peinadurías supera el volumen de producción actual de lanas y por lo tanto hay una cierta capacidad ociosa.

Las peinadurías que últimamente se están instalando en los países asiáticos como China e India, debido al diferencial de costo de mano de obra a traccionado sobre la venta de materias primas sin valor agregado y en el caso de la lana Merino, los volúmenes exportables muestran que aún se está exportando una buena cantidad en estado sucio y lavado.

Exportaciones de lanas Finas (según el valor agregado). Zafra 2006/07 Fuente FLA

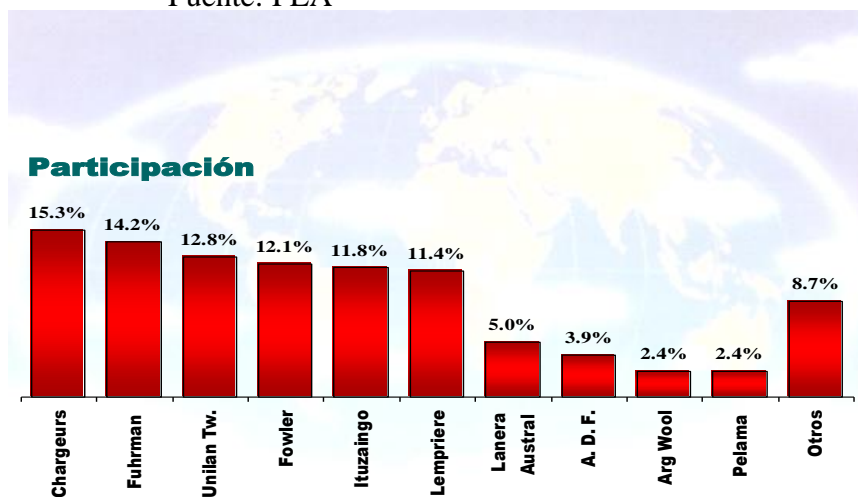


Principales Empresas Operadoras en el comercio nacional de lanas:

Las firmas que operan en el país comercializando y/o industrializando lana con cierto grado de peso son 10, el resto son firmas menores de escasa significación individual. Estas firmas participan en el mercado de la siguiente forma:

Distribución porcentual de las firmas exportadoras

Fuente: FLA



Según sea su especialidad las firmas tienen diferente peso comercial de acuerdo al grado de valor de las mercaderías exportadas.

En lanas sucias exportadas las firmas que se destacan son Lempriere (41%) seguida de Fowler y Fuhrmann con alrededor del 20% cada una

En lanas lavadas Chargeurs y ADF son las principales y ocupan un volumen de 35% entre ambas.

En lanas peinadas la firma Ituzaingo, Chargeurs, Fuhrmann y Unilán concentran el 70% de las exportaciones, con una participación equivalente entre ellas.

La Región Patagónica se ha beneficiado por la Ley de Puertos, que establecía un **régimen especial de reembolsos** por uso de puertos patagónicos según su ubicación geográfica y que iba decreciendo a 1% por año desde su implementación.

También existe un **régimen de reintegros** por exportaciones de lana, que está diferenciado por el grado de valor incorporado. Luego de la salida de la convertibilidad se ha establecido un **arancel de retención por exportaciones**.

En la actualidad, año 2008 los porcentuales vigentes son los siguientes:

Reembolsos por puertos patagónicos. Año 2008

Puerto	%
Puerto Madryn	0
Comodoro Rivadavia	0
Puerto Deseado y San Julián	1
Puerto Quilla, Río Gallegos y Río Grande	2
Ushuaia	3

Reintegros y Retenciones. Año 2008

	Sucia %	Lavada %	Peinada %
Retenciones	10	5	5
Reintegros	1.6 (*)	2.5	3.4

(*) Incluye Blousse y subproductos

La pérdida de las ventajas por el uso de puertos patagónicos, a tal punto que hoy ya no existe reembolso para mercaderías embarcadas en Pto Madryn y es apenas el 1% para Pto Deseado, seguirá agudizando la tendencia de exportar por puerto de Buenos Aires, tal como se viene observando en comparación con las dos últimas zafas laneras.

La ventaja del puerto central es el flujo de transportes marítimos y los costos de los fletes de ultramar por cada contenedor, pudiendo remitir lanas dos o tres veces por semana y a la mitad del valor flete desde Pto Deseado.

Se está impulsando un nuevo proyecto de ley para puertos patagónicos, que si bien no tiene las mismas características del anterior, dará un nuevo impulso a la industrialización regional (Polo Textil Trelew) y a las exportaciones desde Patagonia

c) Caracterización del Mercado

El mercado interno de lanas está sustentado sobre operaciones de compra venta de lanas que para el caso de lotes de lanas Merino el volumen por zafra es de aproximadamente entre 3000 y 3500 operaciones formales en la primera venta de lana sucia.

Muchos acopiadores locales, quienes le compran a los pequeños productores (minifundistas), acopian y venden a las mismas firmas industriales/ exportadoras.

En el mercado local regional, la forma más difundida de comercialización entre los productores Pymes y Micropymes es la modalidad de venta por medio de Licitación Privada.

En este modelo, el productor cuenta a priori con el/los análisis de lana correspondiente a su lote/s y los entrega anticipadamente a las firmas que quiere invitar a la licitación.

El productor ofrece a la venta el producto de toda su cosecha sobre la modalidad “al barrer”, que quiere decir con todo los tipos de lanas adentro.

En este modo de licitación, se evalúan las ofertas de las firmas invitadas y, por lo general, el productor vende a la mejor oferta (superado su valor base). La firma compradora le hace firmar un “Contrato de Oferta” donde se consigna la sociedad o razón social, el lugar de acopio o campo, los kilos de lana de vellón y no vellón involucrada en la transacción comercial, y cualquier otro dato particular de interés. En paralelo con este instrumento, el productor firma la “Aceptación de la Oferta” como

seguridad y compromiso asumidos hacia la firma compradora de venderle su producción al precio barrer establecido y declarado en este documento. También allí se establecen las formas de pago y entrega de la mercadería.

De cualquier modo, ninguno de los dos documentos tiene valor jurídico alguno y solo sirve a modo de poner en papel la oferta y el compromiso de respetarla de ambas partes. Existen también otras formas de comercialización, como las ventas “sobre el lomo”, anticipadas a la fecha de esquila; las ventas “a consignación” el productor envía a la barraca la mercadería sin liquidación definitiva u otros modos excepcionales de venta que rompen con el esquema “al barrer” pero que por su volumen representan experiencias aisladas (ej: Lana Camarones, OVIS XXI).

Durante la última zafra lanera 2007/08, se ha conformado una base de datos de operaciones comerciales de lotes de lana Merino, bajo la modalidad de licitación privada, que ha permitido analizar el comportamiento del mercado real y obtener algunas conclusiones.

La base cuenta con 314 datos de venta de lotes de lana Merino, vendidos a través de licitación con una forma general de pago del 50% al contado y el resto a 30 días con un diferimiento en el IVA de 180 días.

En estos lotes están representados todos los tamaños comerciales, con características de lana de todo tipo y las dos diferentes modalidades de esquila asociada a la calidad comercial, pre y post parto. La información disponible representa aproximadamente el 10% de las ventas de lanas Merino, de productores Pymes y Micropymes, ocurridas dentro de una economía formal en el ámbito de la Patagonia.

A modo de conocer como fue la evolución del mercado local versus lo ocurrido en el mercado de referencia de Australia, se tomó una canasta de ventas de lotes con valores entre 19,5 y 19,9 en cada una de las semanas y el promedio, llevado a precio de vellón limpio, se lo comparó con la evolución del mercado del este de Australia, vellón limpio y el valor de referencia del SIPyM, también como vellón limpio. (ver gráfico debajo)

Es importante saber que el precio de remate de Australia no es el valor que recibe el productor por su lana, al igual que el valor SIPyM y valor Argentina, que está expresado en este caso en u\$s / kg limpio y no expresa directamente el precio de venta del productor que vende sucio y “al barrer”

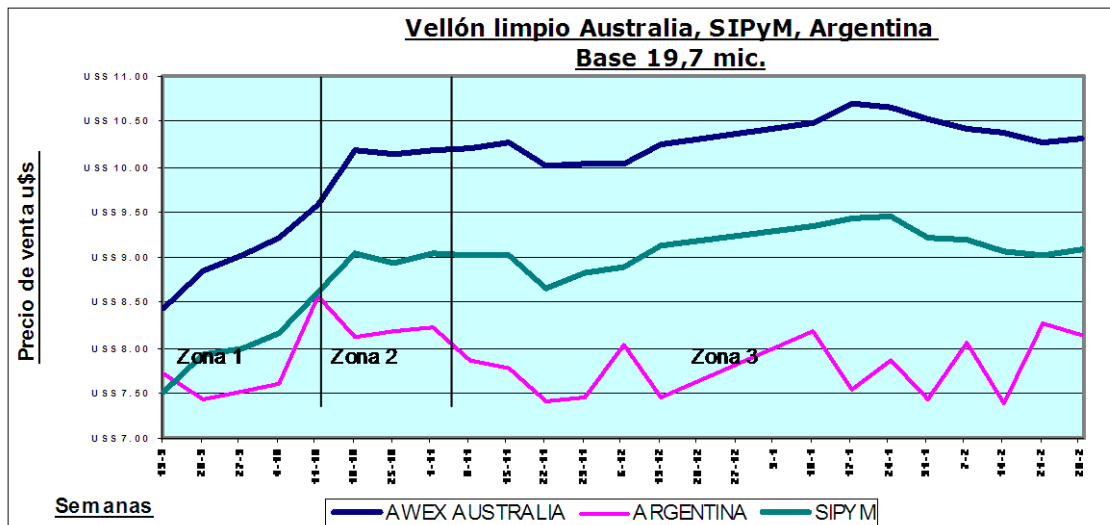
El valor SIPyM nos indica un precio orientativo de un lote de lana considerado como de muy buena calidad para el estándar de su raza, en largo, resistencia, color, rizo, estilo, contaminación y generalidades de venta, tal como tamaño del lote, condiciones de pago, distancia del campo a barraca, etc... El valor orientativo del SIPyM, se actualiza según las condiciones ocurridas en el mercado del Este de Australia, sin tener en cuenta lo que ocurre en realidad en nuestro propio mercado local.

Como resultados de la comparación podemos observar lo siguiente:

Zona 1: Representa el inicio de la zafra, escasa oferta, lanas pre-parto de muy buena calidad y fuerte competencia de firmas comerciales. Período del 1 de septiembre a 15 de octubre.

Zona 2: Mayor oferta de lanas, colas de pre parto e inicio de post-parto, se estabiliza el mercado, menor competencia entre firmas, comienza a separarse la brecha entre valor SIPyM y ventas reales.

Zona 3: Lanas por lo general post-parto de menor calidad, se profundiza la diferencia con el valor de AWEX y SIPyM comparado con la serie de venta reales, fundamentada especialmente en la calidad de la oferta de lana y un aumento considerable de la misma.



Fuente propia

Asumiendo que los lotes pre-parto en general ofrecen mejor calidad de lana, se compararon las ventas de estos lotes “al barrer” con el precio orientativo PROLANA (SIPyM) considerando a este valor como el precio a obtener por un lote que cumpla con todos los requisitos de calidad de lana, de tamaño y modalidad comercial.

Se separaron lotes vendidos en Zona 1, de aquellas operaciones ocurridas en Zona 2 y 3.

Los resultados fueron los siguientes:

Período	Nº datos	Diferencia Promedio %	Nº ventas Mayores (+) al SIPyM	Nº ventas Menores (-) al SIPyM	Máxima diferencia (+) %	Mínima diferencia (-) %
Inicio al 15 /10/07	68	- 1.74	18	50	12.6	- 16.4
De 16/10/07 al final	73	- 5.19	19	54	10.6	- 18.9
General	141	- 3.56	37	104	12.6	- 18.9

Fuente propia

El cuadro muestra, un promedio de ventas apenas por debajo del Valor SIPyM (-3.56%) y diferenciándose también en la oportunidad o el momento de zafra en que se produce la venta, con mejores precios al inicio de la misma, con menor oferta de lanas y mayor competencia en la demanda (Zona 1)

El mercado también diferenció en esta categoría de lanas, por el tamaño del lote a la venta y la distancia al centro de acopio y transformación (Parque industrial Trelew):

Tamaño de Lote Kgs.	Venta: Inicio al 15/10/07 Dif V.venta-Sipym) %	Venta: del 15/10/07 al final Dif V.venta-Sipym) %	General Dif V.venta-Sipym %
< a 15000	- 3.91	- 7.24	- 5.58
15000< X> 30000	- 0.52	- 6.02	- 4.79
> a 30000	+ 0.43	- 0.83	- 0.14

Fuente propia

Distancia	Nº datos	Dif Porcentual V.venta- Sipym %
Dentro de Chubut	120	- 2.48
Río Negro/ Santa Cruz	21	- 4.04

Fuente propia

Un análisis similar se produjo con la información de ventas de lotes Post-Parto, diferenciando en este caso un primer período: primeras ventas al mercado (aprox. el 15 /10) al receso de fin de año y el otro: lo vendido durante el año siguiente.

Período	Nº datos	Diferencia Promedio %	Nº ventas Mayores (+) al SIPyM	Nº ventas Menores (-) al SIPyM	Máxima diferencia (+) %	Mínima diferencia (-) %
15/10/07 al 15/12/07	96	- 8.12	4	92	+ 3.65	- 25.59
02/01/08 al final	73	- 12.93	0	73	-----	- 23.54
General	169	- 10.19	4	165	+ 3.65	- 25.59

Fuente propia

Es notoria la diferencia porcentual promedio (negativa) hallada entre el valor SIPyM y el lote vendido, producto de la menor calidad de lana ofrecida

Tamaño de Lote Kgs.	Venta: 15/10/07 al 15/12/07 Dif V.venta-Sipym) %	Venta: 02/01/08 al final Dif V.venta-Sipym) %	General Dif V.venta-Sipym %
< a 15000	- 8.79	- 13.88	- 11.09
15000< X> 30000	- 7.72	- 12.48	- 9.54
> a 30000	- 5.95	- 7.50	- 7.50

Fuente propia

También el mercado para las lanas post-parto, diferencia por tamaño del lote

Distancia	Nº datos	Dif Porcentual V.venta-Sipym %
Dentro de Chubut	138	- 10.47
Río Negro/ Santa Cruz	31	- 8.80

Fuente propia

No se observó en este caso diferenciación por distancia al centro de procesamiento.

Conclusiones Generales:

La lógica del mercado local produce claramente una diferenciación en precio, por la calidad comercial diferente entre lotes de lana pre-parto y los que provienen de esquilas post-parto.

Esta diferencia de calidad se sustenta en especial sobre la resistencia a la tracción de las mechas característica importantísima a la hora de industrializar la lana.

Buenas resistencias (esquilas pre-parto) logran excelentes largos de fibras en los tops (lana peinada)

También el mercado diferenció por tamaño del lote a la venta, con mejores ofertas hacia los lotes con volúmenes mayores. En cambio, no se observan diferencias por la distancia al centro de acopio.

Asumiendo siempre el valor del precio orientativo de PROLANA (SIPyM) como el valor aceptado para una lana de calidad (pre parto) y buen tamaño de lote (30000 kg barrer), las depreciaciones promedios para lotes inferiores, que se desprenden del análisis de los datos comerciales de la zafra 2007/08 pueden resumirse mediante el siguiente cuadro:

Depreciaciones	Reducciones porcentuales promedios.
Lotes pre-partos menores a 30000 kg	1% al 6%
Lotes post- parto	6% al 7.5%
Lotes post-parto menores a 30000 kg.	1.3% al 3.5%

Fuente propia

Estos rangos de reducciones indicados son relativos y fluctuarán en cada caso particular entre el máximo y el mínimo, según sea la capacidad negociadora del productor, oportunidad del negocio, el momento de la zafra en que sale a la venta, necesidad imperiosa de determinada firma por tal tipo de lana, etc...

Obviamente según condiciones de mercado pueden existir ventas con reducciones menores a estas o ninguna diferencia, tal como ocurriera en esta serie de datos donde, para el caso de lanas pre-parto se consignaron 37 ventas individuales superiores al valor del SIPyM, de un total de 141, la gran mayoría de ellas logradas al inicio de la zafra.

➤ **Perspectivas futuras para las lanas Merino producidas en la región Patagónica.**

Hoy en día, **la industria lanera, que incluye al productor, es una red compleja de empresas**, apuntaladas por tecnologías que abarcan la física, la química, la biología y la ingeniería. Todas estas disciplinas contribuyen al mejor entendimiento de las características y atributos diferenciales de la lana y también al desarrollo de nuevos procesos para convertir la lana en productos deseables.

La cadena de lana nacional, ocupa solo los primeros eslabones de la misma, donde las inversiones de capital son altas y tiene poco valor agregado. **La innovación tecnológica y tendencias de los consumidores requieren, que el segmento de la cadena Productor → Peinador debe actuar en forma integrada para satisfacer los requisitos de los hilanderos.** Estos últimos tendrán exigencias cada vez mayores, debido a que la fibra de lana se está convirtiendo en una fibra escasa, especial y de mucho valor, destinado al uso en prendas de vestir de alta gama y a consumidores con alto poder adquisitivo. Los requisitos cualitativos serán cada vez mas rigurosos y en especial en la primera etapa de la cadena donde la lana hasta el peinado está siendo procesada en estado puro (100% lana).

El “speciality” de lana Merino de Patagonia debe estar a la altura de las circunstancias **si quiere competir y mantenerse en el mercado mundial de la vestimenta**, tratándose de diferenciarse de otras producciones, sumando a la calidad algunas otras características a mi juicio diferenciales en este nuevo contexto mundial de responsabilidad social empresarial y especial cuidado del medio ambiente.

El concepto y percepción actual sobre la lana como una **“fibra amigable con el medio ambiente”, “fibra orgánica” “fibra verde”** podría ser superador si somos capaces de vincular la lana con el imaginario colectivo que propone el nombre de “Patagonia” del ambiente donde estas se producen y que ya está diferenciada y reconocida a nivel mundial.

Las **grandes extensiones territoriales donde se crían las ovejas** y la falta de otra alternativa productiva que la pueda sustituir, es otra gran ventaja competitiva en comparación con otros países productores.

La cultura ancestral en la cría ovina, el trato animal y la pureza racial existente en nuestras majadas de lana Merino, también se muestra como una ventaja frente a otros países.

Sobre este escenario, nuestro compromiso político, técnico y productivo debe ser **producir con un manejo sustentable de nuestro recurso natural, adoptar toda la tecnología disponible para ser parte activa de la cadena, desarrollar y sostener el recurso humano en el medio rural y mantener nuestra “cultura ovejera” a través de los cambios generacionales.**

Ing. Qco. Mario Elvira
Director del Laboratorio
de lanas Rawson
INTA - EEA. Chubut