



LANA: FIBRA NATURAL, RENOVABLE Y AUTOSUSTENTABLE. DEL CAMPO A LA TIENDA.

Sr. Pedro Otegui, Lanas Trinidad.

Lana en el Mundo

• La lana significa el 1,5% del consumo de fibras a nivel mundial, más y más una fibra especial y menos commodity.

- Población mundial:
Año 2008 - 6.700 millones
Año 2027 - 8.000 millones
- ¿Aumentará la demanda de fibras? Sí.
- ¿Aumentará el consumo de lana frente a otras fibras?
Sí, pero depende de nosotros.

Ventajas de la lana

- **Es natural, renovable y autosustentable**
- Hidroscópica
- Biodegradable
- Eficiente en energía
- No requiere de lavado constante
- Reciclable
- Durable
- **Es segura**
- Resistente a la combustión
- Protege de los rayos ultravioletas
- Reduce la electricidad estática
- **Es saludable**
- Permite la respiración del cuerpo
- Buen control de la humedad
- Eficiente térmicamente (abriga en invierno y es fresca en verano, 4 estaciones)
- Reduce el ruido

Usos de la lana

De lana gruesa, pesada, de uso estratégico militar para la 1era y 2da Guerra Mundial en zonas de invierno frío.

--- Hasta 1960: Guerra de Korea impulsa el desarrollo del sintético

Actualmente:

Vestimenta

Lanas finas y medias

- Ropa formal/informal
- Ropa deportiva

- Ropa térmica al cuerpo
- Abrigo para exterior
- Accesorios
- Hilados para tejer a mano...

Usos interiores

Lanas medias y gruesas

- Alfombras
- Tapicería
- Colchones
- Frazadas
- Acolchados
- Filtros

Permite ventilar mejor los espacios y utilizar menos calefacción.

Textiles técnicos

- Telas resistentes al agua/fuego (caso bomberos, militares)
- Revestimientos resistentes al fuego para interiores de aviones, barcos, cines, y otros centros cerrados de grandes superficies
- Aislante térmico y de sonido
- Cueros curativos

De las otras fibras

- Algodón: > 40% del mercado mundial. No es hidroscópico y, al igual que la oveja, siente la competencia por el uso de la tierra para producir alimentos.
- Sintéticos derivados del petróleo. ¡Recurso natural NO renovable!!
- Ambos deben lavarse mucho más seguido que las prendas de lana.

Panorama mundial:

Cambios en las economías

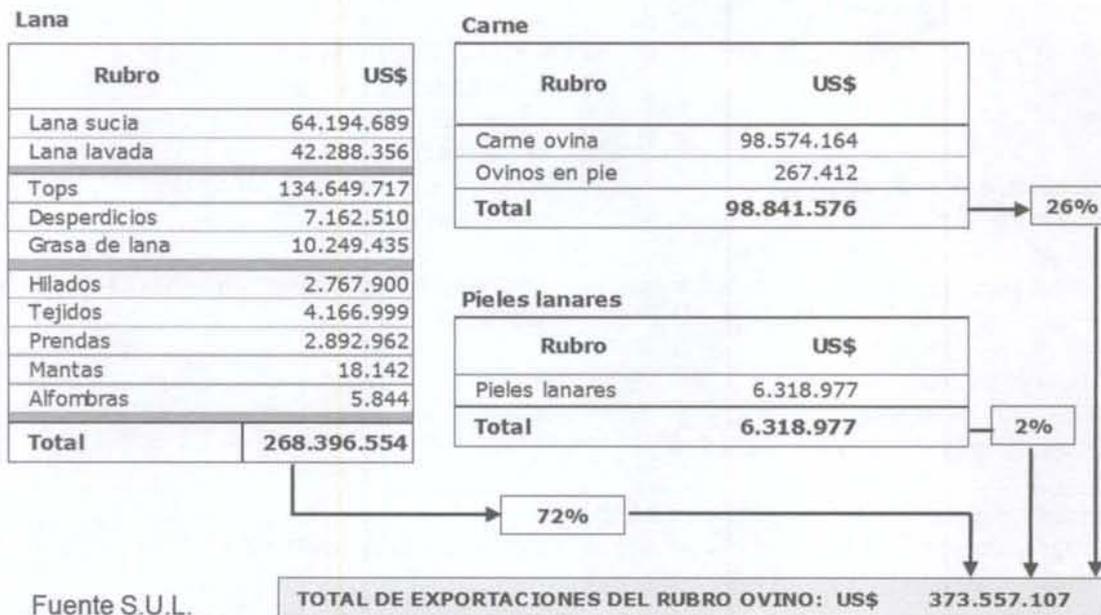
- Mejora en Estados Unidos.
- China creciendo a menor ritmo.
- Europa devalúa y busca un nuevo equilibrio.
- Rublo con fuerte devaluación.
- Dólar australiano se devalúa.
- Real también se devalúa.
- Uruguay buscando nuevo equilibrio.

El Ovino en Uruguay



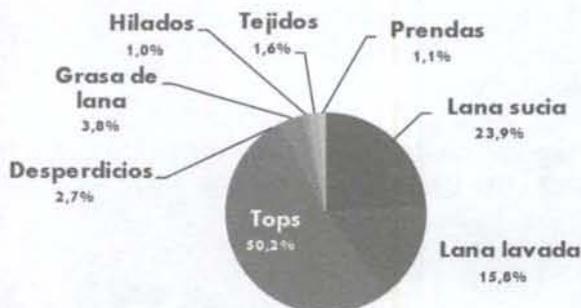
- Tiene cerca de 8 millones de animales.
- Perfecta combinación de sol y temperatura: 2°C a +30°C.
- Lluvias: promedio de 1.300 mm al año.
- Abundante agua fresca: ríos, lagos y lagunas.
- Excelente calidad y genética.
- Sistemas de medición objetiva, buen manejo a nivel de campo, correcta cosecha de la lana, SUL, INIA, LATU, CMPP (y WTO).
- Pasturas verdes naturales.
- No hay nieve, desiertos, montañas o vientos extremos.
- Las ovejas viven en potreros relativamente chicos o medianos (de 50 a 500 Hás).
- Las ovejas son controladas al menos dos o tres veces por semana.
- Bienestar animal y no operación de mules.

Exportaciones Rubro Ovino Año móvil Febrero 2014 a Enero 2015 US\$ 373 millones



Fuente S.U.L.

Exportaciones de lana y productos de lana Año móvil Febrero 2014 a Enero 2015



Fuente S.U.L.

268.396.554

Peinaduras de lana del Uruguay: Una posición de liderazgo

- 2° Exportador Mundial de lana peinada en tops
- Tecnología actualizada y moderna
- Personal con experiencia
- Trabajo año completo

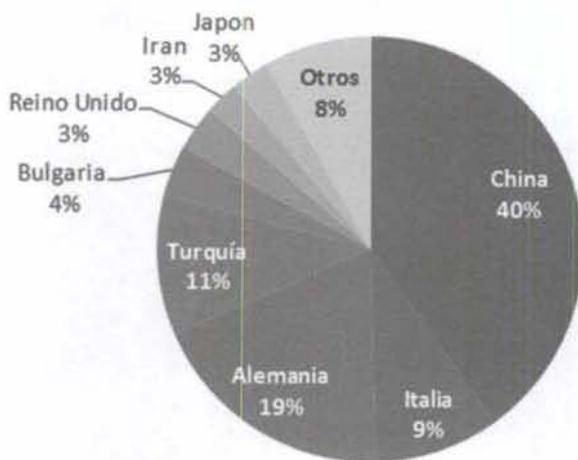
Uruguay es reconocido en el mundo por productos de calidad y servicio pre y post venta.





¿Uruguay tiene mercados para el tops de lana peinada?

Noviembre 2013 a Octubre 2014



Fuente CMPP

¡La oveja es un 4x4 todo terreno!

- ¿Qué recursos le damos a cada uno?
- ¿Novillo en pradera vs. oveja en basalto superficial?

1. ¿Qué lana producir?

- La que permita el campo.
- En su raza, la más fina y blanca posible.

2. La meta es producir estos 4 rubros en cantidad, calidad y equilibrio, ofertando también, al igual que el vacuno, la carne y el cuero por raza y calidad.

Desafíos

- El consumidor se preocupa más por el origen del producto que está adquiriendo: bienestar animal, polución, cuidado del medio ambiente (agua y su recuperación), energías renovables, temas laborales.
- Ciertos mercados permitirán la importación o ingreso de productos que provengan de países donde se apliquen las mismas reglas de juego.
- Mercosur anestesiado. Importancia y urgencia de nuevos acuerdos económicos.
- Aprovechar las ventajas del Uruguay natural frente a países con climas más difíciles, geografías complicadas

Lana peinada en tops

Uruguay es el 2º exportador de lana peinada en tops a nivel mundial, que sigue siendo una materia prima en un punto intermedio de la cadena textil:

Nuestros clientes son hilanderos, tejedores, y luego viene la confección hasta que se llega al producto final en la tienda.

Tenemos clientes que con nuestras lanas hacen productos para empresas que fabrican asientos para autos, para aviones, y distintas variedades de tejidos de plano y punto.

Referentes

- Suedwolfe Group, Alemania
www.suedwollegroup.com
- Safil, Italia
www.safil.it
- Merino, New Zeland
www.nzmerino.co.nz
- Ice Breaker, New Zeland
www.icebreaker.com
- Smart Wool, EE.UU.
www.smartwool.com
- Ibex, EE.UU.
www.ibexwool.com
- Manos del Uruguay, Uruguay
www.manosdeluruguay.com.uy

Uruguay en la Federación Lanera Internacional Institucional:

- CMPP
- SUL
- LATU
- INIA

Participa de proyectos:

- Animal welfare - Ing. Marcia del Campo
- Sustainable practices / LCA - Ing. Ignacio Abella
- Product wellness - Ing. Ignacio Abella
- Co-financia: CMPP, SUL y CRILU
- Sustainable practices / LCA (SUL / CMPP)
- Product wellness (SUL / CMPP)
- Campaign for the wool (SUL / CMPP / CRILU)
www.iwto.org

Uruguay en la Campaña Promocional de la Lana (The Campaign for Wool)

