

FECARROZ

Federación

Centroamericana

de Arroceros

En el mes de agosto pasado se reunió en la localidad de Roatán (Honduras) la Junta Directiva de esta Institución que nuclea a la mayoría de los países de Centroamérica – Cos-

ta Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras – y que periódicamente sesiona en distintos lugares de dichos países.



Producen anualmente unas 1.100.000 ton. de arroz paddy e importan un 1.000.000 ton. de arroz equivalente cáscara, la mayoría de los Estados Unidos.

Esta Federación de industriales, comerciantes y productores tiene como finalidad el ordenamiento de su actividad arrocera fomentando el intercambio entre los países miem-

bros, participar en los mercados regionales, conciliar los intereses y gremiales del sector arrocero y unificar las leyes y decretos de comercialización del arroz especialmente del importado de los Estados Unidos, con quién tienen todos TLC.

Actúa a su vez como órgano de consulta de los distintos



De izquierda a derecha Sr. José Tudó (El Salvador), Sr. Byron Herrera (Guatemala), Sr. Ulises Espinoza (Nicaragua), Sr. Michel Hawit (Honduras) –Presidente- y Sr. Eduardo Rojas (Costa Rica).
De izquierda a derecha Sr. José Tudó (El Salvador), Sr. Byron Herrera (Guatemala), Sr. Ulises Espinoza (Nicaragua), Sr. Michel Hawit (Honduras) –Presidente- y Sr. Eduardo Rojas (Costa Rica).

países sobre políticas que tengan que ver con el rubro arroz de manera de ordenar y mejorar las condiciones del comercio arrocero.

Participan a lo largo de toda la cadena agroindustrial para alcanzar niveles de competitividad interna y buscando la integración del rubro arroz en dichos países.

Su Directiva está integrada por un miembro de cada nación y rotan todos los años en sus cargos.

En esta reunión el cambio de autoridad recayó en el Sr. Hawit representante de Honduras y referente del sector arrocero en su país, empresario industrial y productor.

Invitado por su Presidente Don Michel, concurrimos a



**SU CONFIANZA ES
NUESTRO MAYOR LOGRO**



<p>Montevideo Plaza Independencia 812 / Piso 3 Tel: +598 2908 0374</p> <p>José Pedro Varela Gral. Artigas s/n Tel: +598 4455 9014 / 9247</p>	<p>Rio Branco Cno. Los Saladeros s/n Tel: +598 4675 2036 / 2874</p> <p>Artigas Ruta 30 km 134.5 Tel: +598 4772 9230</p>
--	---



Roatán y realizamos una exposición sobre el Arroz Uruguayo, su calidad, su cadena agro exportadora, su producción sustentable y excelentes rendimientos, sin subsidios ni ayudas del Estado como sucede en estos países.

Presentamos las fortalezas de nuestro sistema productivo, la Institucionalidad que trabaja con objetivos comunes, racionalizando esfuerzos y con el sector productivo liderando muchos proyectos.

Una industria innovadora en calidad e inocuidad alimentaria, presente en más de 60 destinos y con un producto reconocido en el mundo entero.

Todo este trabajo en conjunto que realiza nuestra cadena

arrocera fue reconocido por todos los participantes, ya que además tuvimos luego de la exposición, las preguntas que abundaron y conversamos durante casi una hora ya que en esos países el trabajo en conjunto no existe, siendo muy difícil agrupar a todos los actores a pesar de los altos subsidios estatales que recibe toda la cadena.

Uruguay exporta a Centroamérica unas 20.000 toneladas anuales en sus variadas opciones, blanco, parboilizado y paddy. Los importadores prefieren el arroz cáscara para hacer funcionar sus industrias y además obtener la materia prima para mezclas de arroces y lograr los subsidios de cada Estado.

Es un mercado muy comprador de arroz de USA por sus tratados TLC y su cercanía, a pesar que se quejan por la mala calidad del mismo, con alto yesado y quebrados.

Hasta ahora dicho país prosigue exportando mezclas de arroces y con altos niveles de defectos pero con bajos precios ya que llegan sin aranceles ni impuestos.

Creemos que Uruguay debe posicionarse mejor en esos nichos de mercados con calidad, arroz cáscara y lograr los buenos precios que ellos remuneran por las bondades de nuestro producto.

Es un mercado difícil pero que conociéndolo y participando con los interesados en la compra en todos los eventos, conferencias, ferias alimenticias, promoción del producto, etc., uno comprende la importancia del marketing y la necesidad de compartir el día a día con los compradores.

