

# Ricardo Ferrés:

## “El desarrollo de los arroceros uruguayos es un ejemplo”

Lic. Hernán T. Zorrilla



**SI NOS REFERIMOS AL ARROZ URUGUAYO, EN BUENA MEDIDA HABLAMOS DE SAMAN. Y SI HABLAMOS DE SAMAN, DECIMOS FERRÉS. EN ESTE 2022 SE CUMPLEN 75 AÑOS DE LA FUNDACIÓN DE LA ASOCIACIÓN CULTIVADORES DE ARROZ Y 80 AÑOS DEL ORIGEN DE SAMAN, DOS IMPORTANTES INSTITUCIONES QUE HAN CAMINADO DE LA MANO A LO LARGO DEL TIEMPO, SOSTENIENDO COMO ESTANDARTE LA EXCELENCIA, INNOVACIÓN Y DESARROLLO DEL SECTOR ARROCERO URUGUAYO. PARA RICARDO FERRÉS “EL ARROZ ES DIFERENTE”, Y SI BIEN SOLÍAN “PELEARSE” CON LOS PRODUCTORES EL DÍA DE LA NEGOCIACIÓN DEL PRECIO, HABÍA UN TRABAJO EN CONJUNTO Y UN INTERCAMBIO CONSTANTE ENTRE INDUSTRIA Y PRODUCTORES LOS RESTANTES 364 DÍAS DEL AÑO. PARA CERRAR, EXPRESÓ QUE SE DEBE SEGUIR CUIDANDO LA CALIDAD DEL ARROZ URUGUAYO, Y SOSTUVO QUE LA TRAYECTORIA DE SU FAMILIA EN EL RUBRO ES MOTIVO DE ORGULLO.**

**¿Cómo está viendo la actualidad de los agronegocios en este contexto mundial?**

Es indudable que nos tocó vivir una circunstancia sin precedentes, que nunca nos imaginamos. Primero la preocupación de la pandemia, que nos influyó mucho y ahora parece que “aflojó”, pero después recibimos la guerra que ha provocado cambios económicos a nivel mundial y ha influido en el Uruguay productivo. Es una situación que nunca me habría imaginado ver. El mundo cambió completamente.

**¿Piensa que la pandemia valorizó y reivindicó los alimentos y las materias primas, entre ellos el arroz?**

No sé. Lo que sí pienso es que el arroz fue impactado de forma muy diferente al resto de los productos. No estoy siguiendo el mercado del arroz con la misma información que tenía antes lógicamente, pero es seguro que tuvo un impacto diferente. El arroz no subió de precio en proporción a la soja o la colza, incluso el trigo.

**¿Qué sucedió particularmente con el arroz?**

El arroz es diferente, juegan un montón de aspectos. Creo que no podemos comparar la situación del arroz con la de otros commodities en el mundo. Es un producto demandado en las crisis mundiales,

pero debemos recordar que lo que se vende de arroz en el mundo es una parte muy pequeña de lo que se produce. También vemos lo que sucede cuando un país como Brasil empezó a mejorar su situación económica. Si aumenta el ingreso de la gente sensiblemente, crece el consumo de otros productos como la carne. Miremos lo que sucede con China.

### **Este año se celebran 75 años de ACA. ¿Qué recuerdos le trae?**

Siempre escuché a los mayores decir que la Asociación Cultivadores de Arroz tenía una importancia capital en el manejo del sector desde la interna, y todo tenía que ser armónico. Me acuerdo en primer término de Ricardo León Martínez, del ingeniero Ghiglia. Me crié en Saman con una relación fluida entre arroceros e industriales. Todo esto le dio al sector un prestigio que tiene bien logrado hasta el día de hoy, porque ni los sojeros ni los trigueros tienen esa organización. El arroz siempre fue diferente, y la ACA fue muy importante en todo este desarrollo.

### **El sector industrial estuvo vinculado al producto desde el inicio. Así se generó el precio convenio. ¿Siempre fue así?**

Desde el inicio estuvieron vinculados y con un diálogo muy cercano. Había mucha relación entre ACA y la industria. Quiero recordar también a Coduri, un personaje con una importancia tremenda como gerente de Casarone, con una actitud que siempre fue provechosa para el sector. La relación con la ACA en Saman la mamá de los mayores y tratamos de seguirla, a pesar de que hubo momentos duros en la relación. Pero era solo en un día, el de las negociaciones, el día que se hablaba del precio. Después estábamos todo el año con un intercambio de ideas constante y con aportes permanentes de un lado y de otro.

### **¿Confía en la madurez de la cadena?**

Lo supimos llevar. Papá siempre lo llevó bien y nosotros tuvimos una muy buena relación. Los productores de Saman salían de la ACA y al rato los veíamos en el molino. Por eso repito, salvo el día del precio, que era discutido y era duro, siempre nos llevábamos muy bien. Mostrábamos los números y cada uno peleaba por lo suyo.

### **¿Cómo definiría al productor arrocero uruguayo?**

Tengo un muy alto concepto del productor arrocero uruguayo. Se ha tecnificado enormemente. En general están trabajando en el campo, con la gente y a brazo partido. No veo eso en otras producciones, porque acá siempre se analizaba todo y el desarro-

llo de los arroceros uruguayos es un ejemplo para Uruguay. Tenemos rendimientos que nos ponen en los primeros lugares del mundo.

### **El apellido Ferrés está muy vinculado al sector. ¿Cómo analiza hoy la subsistencia del rubro?**

El arroz ha sido la punta de lanza que abrió otro tipo de productividades en el este del país, primero con la ganadería y ahora con otros cultivos. Pienso que va a haber una evolución, ahora veo que se está exportando arroz cáscara... La importancia que le ha dado el rubro a Saman y a mi familia me llena de orgullo. Hace poco estuvimos los 4 hermanos en la fiesta de los 80 años y fue muy emotivo que mucha gente viniera a saludarnos. Hay una huella muy importante del apellido que es motivo de orgullo.

### **¿Y cómo ve la situación de la industria?**

Veo un gran esfuerzo de la industria por no perder área. Los índices de la ganadería y la fuerza de la soja pueden generar una caída de la superficie arrocera, que de todos modos nunca va a desaparecer. Un mal negocio no le gusta a nadie y puede haber un descenso.

### **¿Un sueño para el sector en los próximos años?**

Es muy importante la pregunta porque va al fondo del asunto. Veo con preocupación lo que puede suceder si no cuidamos la calidad del arroz, ya que el buen nombre del arroz uruguayo se debe en buena medida al Bluebelle. Es un episodio que cambió la imagen del arroz uruguayo. Después pasamos al 144 y después al Merín. Podemos observar lo que sucede en el mercado al respecto. Si hay alguien que sabe cocinar el arroz son los iraníes y los islámicos. Es todo una ceremonia cuando lo cocinan, mucho más que nosotros porque lo preparan con más atención. Están acostumbrados y aprecian la calidad desde esos primeros momentos.

### **¿Uruguay debe defenderse siempre por calidad?**

Es que no tiene otra. En nuestra época, la facturación de Saman se debía solamente en un 4% o 5% al mercado interno. El negocio estaba en el mundo y queríamos tener arroz de buena calidad para colocar en Perú, México, Europa... En Irán colocábamos nuestro arroz con un paquete que tenía una redacción en persa que mostraba cómo lo producíamos. La gente conocía el origen y tenía una preferencia absoluta por Uruguay. Siempre tuvimos como referencia el 100 % grado B de Tailandia, que era el negocio que seguíamos. El arroz uruguayo debe seguir apostando a la calidad.