**Oportunidades de mejoras hacia una ganadería sustentable**

En el Sector Ganadero de Expoagro 2024 edición YPF Agro, la Asociación Braford Argentina planteó los desafíos que tiene por delante esta producción en relación a la sostenibilidad.

Durante la realización de “Braford en Acción”, la jornada de actualización que organiza esta Asociación de criadores, se plantearon los “desafíos, oportunidades y demandas de la ganadería y la sustentabilidad”. Entre los disertantes, estuvo Diego Rodríguez, director Ejecutivo de la Asociación Braford Argentina; Juan Manuel Rial, gerente de Hacienda en Frigorífico ArreBeef; María Inés Di Nápoli, CEO de Plataforma PUMA; y Germán Busch, gerente de Agronegocios de Banco Galicia.

Rodríguez citó las posibilidades de balance de carbono neutros y balance de carbono negativos *“y en todos ellos lo que vimos es una oportunidad de mejora, que en todos se podían tomar decisiones utilizando diferentes herramientas desde la genética, desde el manejo, desde lo sanitario, para hacer que sea más eficiente y lograr tener un balance que nos permita demostrarlo y que sea una herramienta hacia adelante. Ese fue el primer paso”*, completó.

Sobre el particular sostuvo: *“el segundo paso es hacer esto expansivo, que llegue a todos, y de ahí la idea de un ecosistema, trabajar sinérgicamente y, en ese objetivo, es a donde empezamos a apuntar. Estamos pensando desde abajo para hacer esto escalable, y necesitamos herramientas”*, que es donde juegan plataforma Puma como herramienta de escalabilidad, y la financiación de Banco Galicia.

Desde el panel, el director Ejecutivo de la Asociación Braford Argentina, confirmó *“este trabajo ecosistémico que estamos haciendo junto con Galicia y con Puma, para todos nuestros productores, eso es lo que vimos desde Braford y es el desafío que nos planteamos para poder generar una herramienta que genere soluciones a los productores”*.

**Colaboración y sinergia**

María Inés Di Nápoli admitió: *“tenemos un desafío mayor porque nos dimos cuenta en este camino que si las empresas nos mostramos colaborativas y sinérgicas podemos lograr este objetivo de poder medir la huella”*.

*“Sin lugar a dudas hay oportunidad comercial y también para producir más y mejor, porque la huella no tiene que ver con otra cosa que, con el manejo productivo, es decir, si cambio mis indicadores productivos y los mejoro, voy a tener una mejor huella entonces, sin lugar a dudas, no es solo que voy a poder vender con una marca país, con una menor huella, sino que, además, voy a estar produciendo mejor”*, describió.

La CEO de Plataforma PUMA se centró en la experiencia que han capitalizado con la agricultura, para apuntar: *“en la ganadería tenemos que transitar juntos con los productores este camino, porque los productores están en el origen de la cadena de valor; después llega al frigorífico, pero sin lugar a dudas desde el origen de la cadena de valor tenemos mucho por hacer con una herramienta que, humildemente, lo único que hace es tender un puente y permitir escalabilidad en algo que se presenta como complejo para que cada productor pueda hacer un cálculo en Excel y cumplir los estándares globales”*.

“Con la tecnología damos escalabilidad, certeza, confiabilidad y la posibilidad de que haya una validación porque, si tenemos una huella de carbono de tal valor, la carne argentina tiene un respaldo de una certificadora y con los datos digitalizados facilitamos los procesos, la cadena de valor y la trazabilidad. Tenemos muchísimas oportunidades”, remarcó.

**Carne diferenciada**

Por su lado, Rial recordó *“cuando se empezó a hablar de deforestación en la Unión Europea, todos pensamos que nunca iba a llegar”*, añadiendo como dato saliente: *“en enero del 2025 ya no se va a poder entregar más carne europea de campos que hayan sido deforestados, y no solamente en lo que fue el momento del engorde, sino en toda la cadena posterior a esos animales, donde fueron recriados y donde fueron engordados”*.

*“El mercado está empezando a hablar de esto, empezó a hablar hace 5 años de lo que era la deforestación, y hoy en día ya es una realidad que a Brasil le pegó mucho más fuerte, y está preocupado por eso, y está haciendo un gran desarrollo para poder reforestar campos, o bien levantar la inhibición que tiene con esos establecimientos”*, mensuró.

Ponderó que Braford trabaja mucho en el norte por la característica de la raza, para advertir que *“en corto plazo va a empezar a demandar la Unión Europea, principalmente, que es el mercado con más conciencia ambiental que tenemos hoy en día, que el producto tenga un respaldo de que fue producido cuidando el medioambiente, después va a empezar con la parte humana también, que se hace con las responsabilidades sociales, empresariales, que muchas empresas en realidad ya lo están pidiendo, eso es parte de la sostenibilidad, y no solamente la huella de carbono, sino también la huella hídrica, hay muchos factores para los cuales trabajar”*, expresó.

**Finanzas responsables**

*“Nosotros ya empezamos a medir nuestra huella, a investigar nuestra huella. Una vez que cumpliste ese objetivo, además, adherís a ciertas prácticas de finanzas responsables, es un proceso de mejora”*, dijo Germán Busch.

*“Empecemos a ver qué alternativas hay para acompañar a nuestros clientes, a los productores, a ir en ese camino que vemos que va a venir hacia adelante, nosotros somos quien hace posible desde la producción hasta el final ese financiamiento, tenemos que acompañar a nuestros clientes, dándole soluciones, acercándolos a distintas alternativas, y sobre todo aprendiendo muchísimo”*, manifestó.

*“Sabemos que hay un mercado, cada vez que buscamos un banco multilateral, distintas alternativas de financiamiento que hay en el mundo, lo único que buscan es finanzas verdes, es decir, finanzas que realmente sean amigables, que tengan un impacto positivo en el ambiente, en lo social, entonces, claramente, es por ahí”*, aseguró.

Valorando el trabajo planificado expresó: *“si yo ya voy iniciando ese proceso, es como una posta, ya voy corriendo anticipadamente, cuando me toque el momento ya voy a tener, la masa crítica y voy a tener los clientes listos para aprovechar las oportunidades y esas oportunidades aparecen, y hay que estar listo para aprovecharlas”*, concluyó.