

# ***Ofrecen conocer la historia de 16 cortes de carne que se venden en la góndola***

Con un clic se terminan las dudas al momento de elegir un corte de carne. Una cadena de supermercados ya ofrece a sus clientes la posibilidad de escanear un código QR desde el celular para acceder, de forma automática, a toda la información sobre el origen y proceso de producción de 16 cortes de carne. Se trata de Carrefour Argentina, que incorporó tecnología blockchain para que los consumidores puedan conocer la trazabilidad de la carne vacuna de su marca Huella Natural.



Es la primera cadena que presenta esta tecnología para el producto y está disponible desde el viernes último en más de 70 hipermercados y Market Carrefour ubicados en distintos puntos del país.

“Sabemos que la gente cada vez más se pregunta qué es lo que está comiendo y de dónde vienen las cosas y blockchain es la herramienta que nos permite poder ofrecerle al cliente la posibilidad de que al escanear un código QR pueda conocer toda la historia e información que hay detrás de ese producto que está consumiendo”, explicó Candela Arias, secretaria general y directora de Calidad y Seguridad Alimentaria de Carrefour Argentina en diálogo con LA NACION.

Detalló que fue un proceso que llevó más de un año y donde trabajaron varios equipos internos de Carrefour junto con productores, frigoríficos y todos los que integran la cadena de producción.

La tecnología blockchain está disponible en 16 cortes de carne vacuna de la marca Carrefour

Bife de chorizo, colita de cuadril, entraña, lomo, matambre, ojo de bife, peceto, roastbeef, tapa de asado y bife americano son algunos de los productos que contienen en su etiqueta un código QR que el cliente puede escanear con su celular. Luego debe ingresar el número de lote de la carne y automáticamente podrá ver todas las etapas de producción y distribución.

La propia tecnología de blockchain, que también ya se aplica en sucursales de la empresa en Francia, Italia, España, Bélgica, Rumania, Brasil y Taiwán, es inalterable. “Al tratarse de un sistema cerrado, una vez que se carga toda la información nadie la puede modificar”, explicaron desde la cadena.

### **La cadena de producción**

Los cortes son parte de la marca con la cual la cadena comercializa productos que responden a determinados estándares de cuidado ambiental y social y, en el caso de los productos frescos, a ciertos lineamientos con la agroecología, el bienestar animal y el respeto por el ambiente y la biodiversidad. En el caso de la carne se destaca la producción a campo abierto y con alimentación en base a pastizales.

Desde la compañía explicaron que para la producción se trabaja con pequeños y medianos productores de diferentes partes del país “a los que se le realizan controles exhaustivos”. Esto permite que la empresa conozca desde el momento en que el animal nace cómo se cría y de qué se alimenta. Después, dónde estuvo el día que se faenó, cómo y cuándo se llevó la carne a una cámara y de ahí a la góndola.

Toda esta información luego se puede ver con el código QR porque los actores que se encuentran involucrados en este proceso brindan la información correspondiente a cada etapa.

Arias subrayó: “Ahora con Blockchain podemos contar qué es lo que hay detrás de ese producto, porque cuando elegís un corte de Huella Natural no estás eligiendo cualquier pedazo de carne, sino que por detrás hay todo un trabajo que hacemos que es importante poder comunicarlo y contarlo”.

Agregó: “Esto además nos permite garantizarle al cliente no solo la calidad, sino también la seguridad alimentaria de ese producto. Es decir que se respetan absolutamente todos los controles en todo el proceso productivo”.

La incorporación de la tecnología, aclararon desde la cadena, no encarece el producto. Si bien ahora únicamente está presente en la carne, podrían extenderlo a más productos. “Primero tenemos que medir el impacto, ver cómo funciona y si genera interés en los clientes.

Obviamente después nos pondremos de desafío incluir a otros productos”, sostuvo la ejecutiva.

Esta iniciativa es parte de la campaña “Act for food” a través de la cual la cadena busca generar acciones concretas para que las personas puedan comer mejor. “Llevamos a cabo diferentes iniciativas con el objetivo de democratizar el consumo de alimentos saludables y orgánicos para ofrecer más productos, saludables y cuidadosos y respetuosos del medio ambiente; la biodiversidad y el bienestar animal, a un precio accesible”, concluyó Arias.

**Fuente: la Nación**

---

SRR 26-7-2021