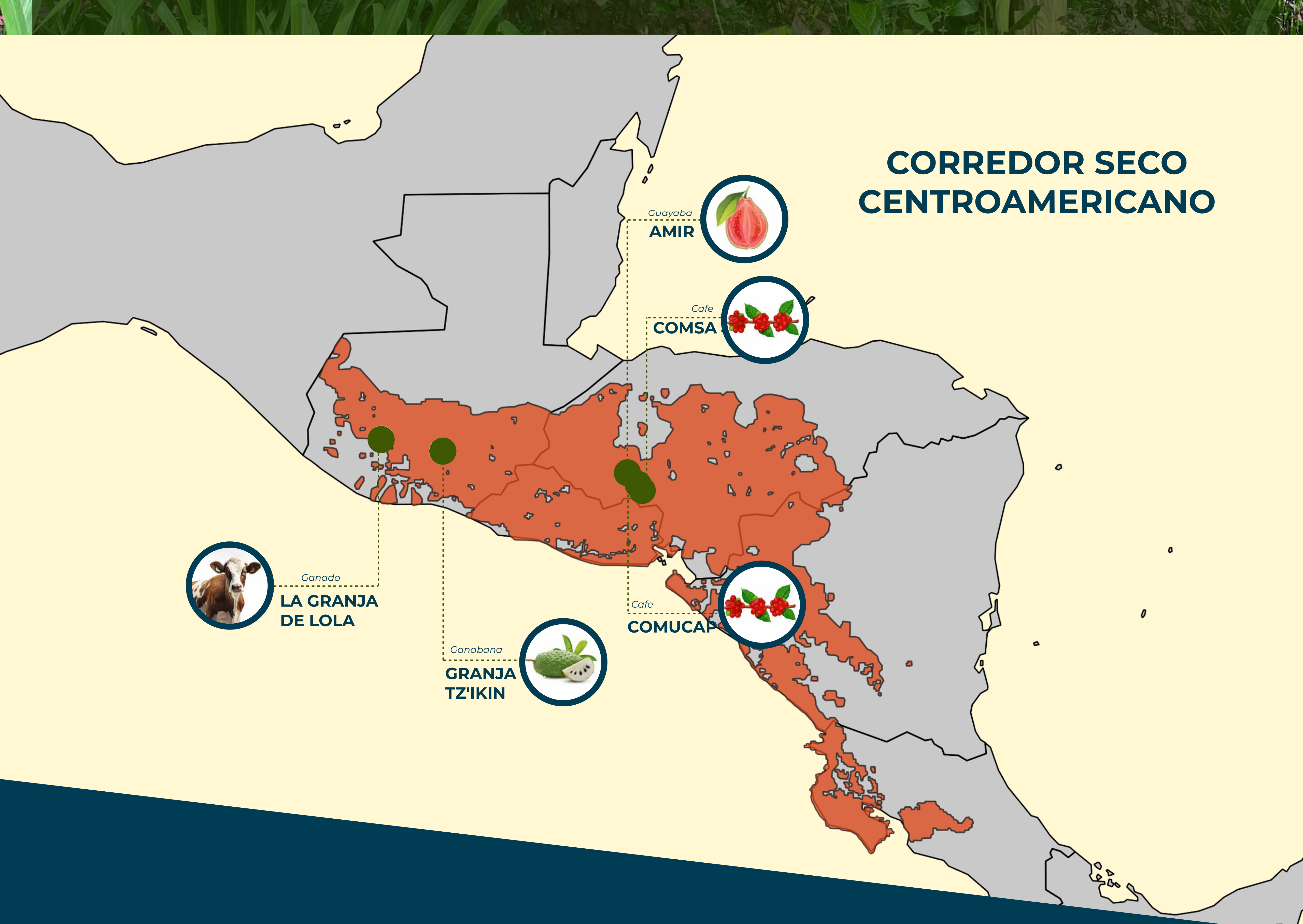
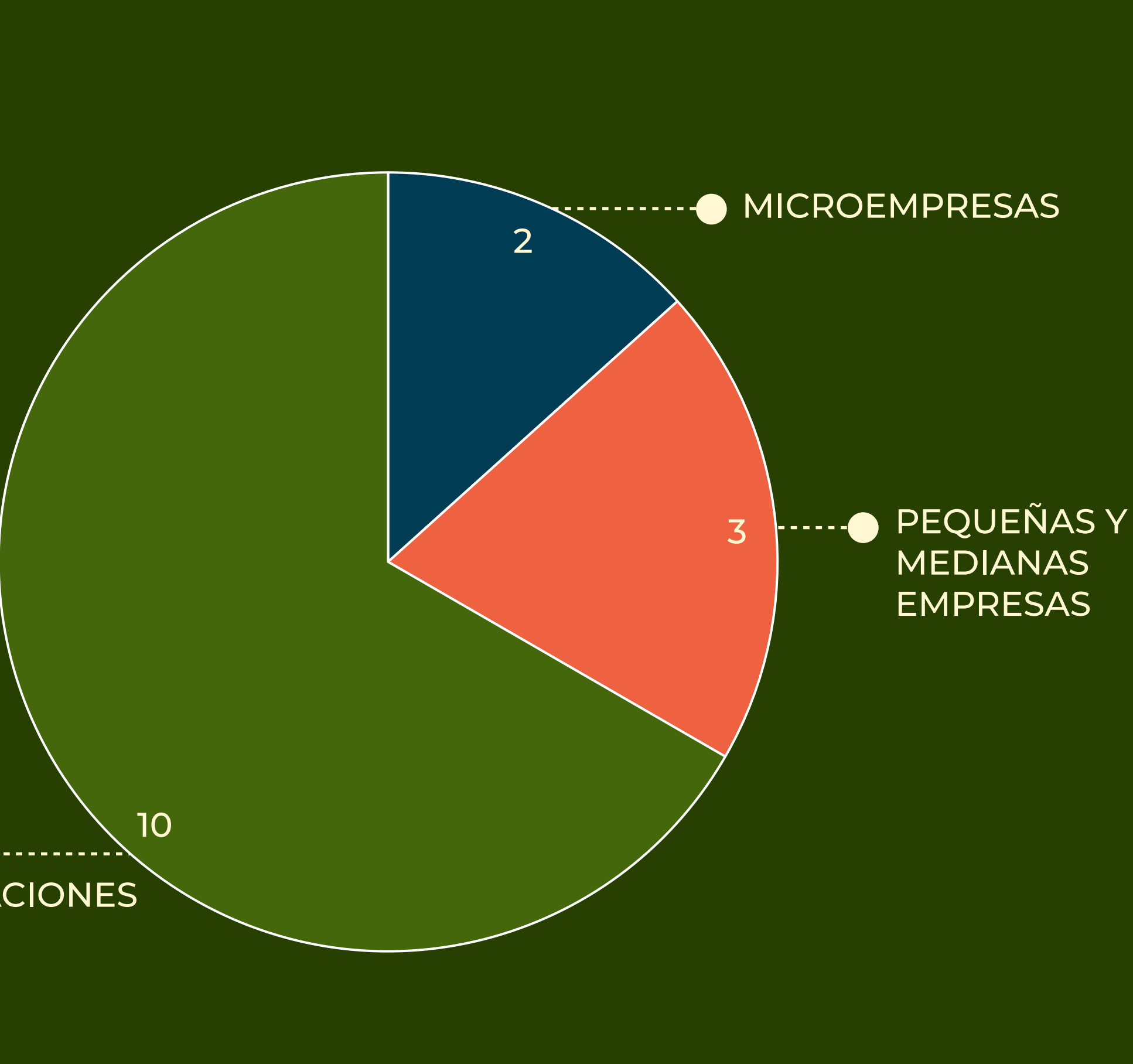


¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENEN ALGUNOS DE LOS NEGOCIOS VISITADOS POR EL CONSORCIO NAR?

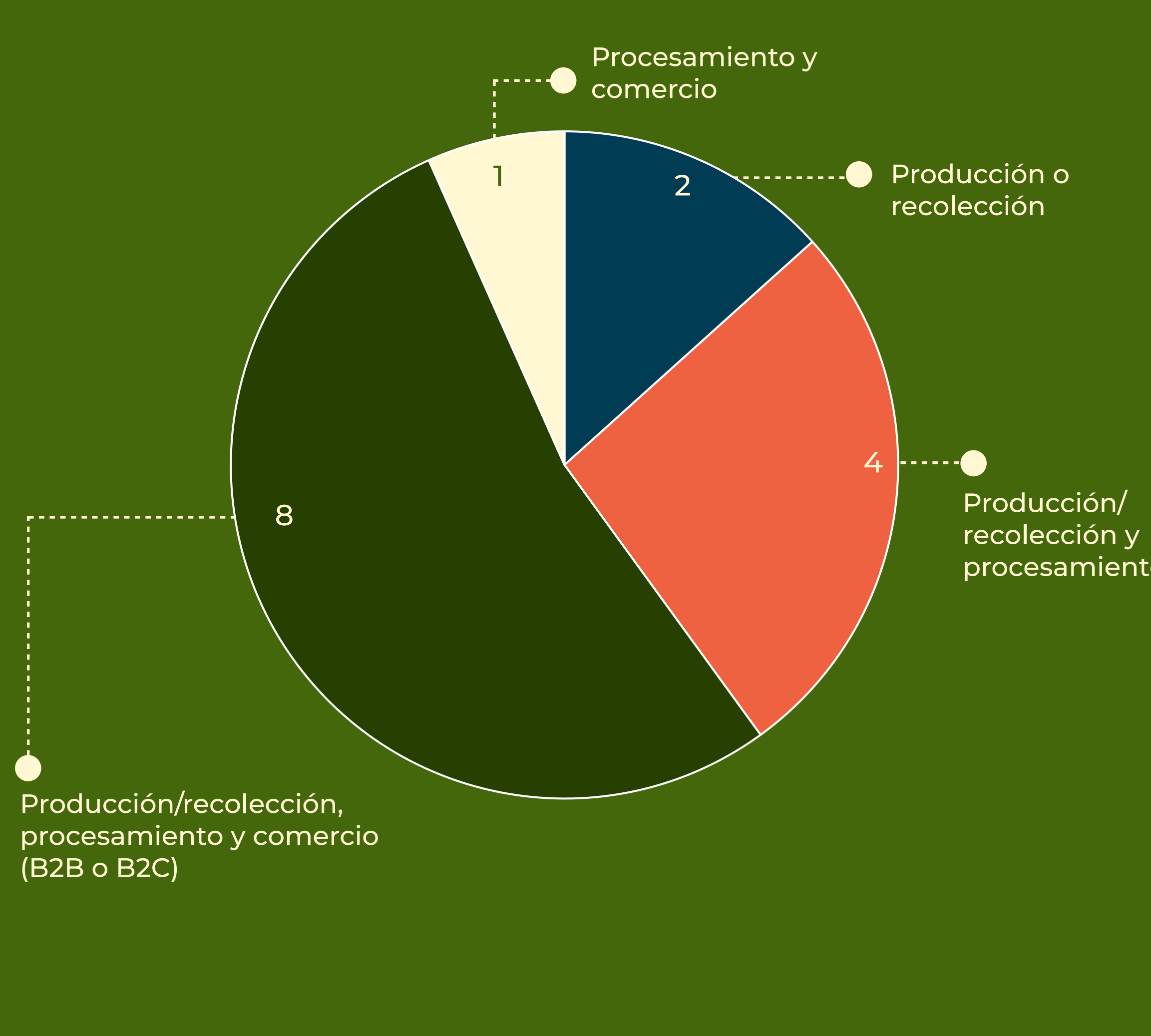
En el marco del Consorcio, se han realizado visitas a campo para conocer 15 negocios seleccionados, entre los 180 mapeados. El objetivo de estas visitas fue conocer un poco mejor las características vinculadas al enfoque regenerativo, buscando entender la diversidad de realidades, acciones y limitaciones de éstos.



TIPOS DE NEGOCIOS



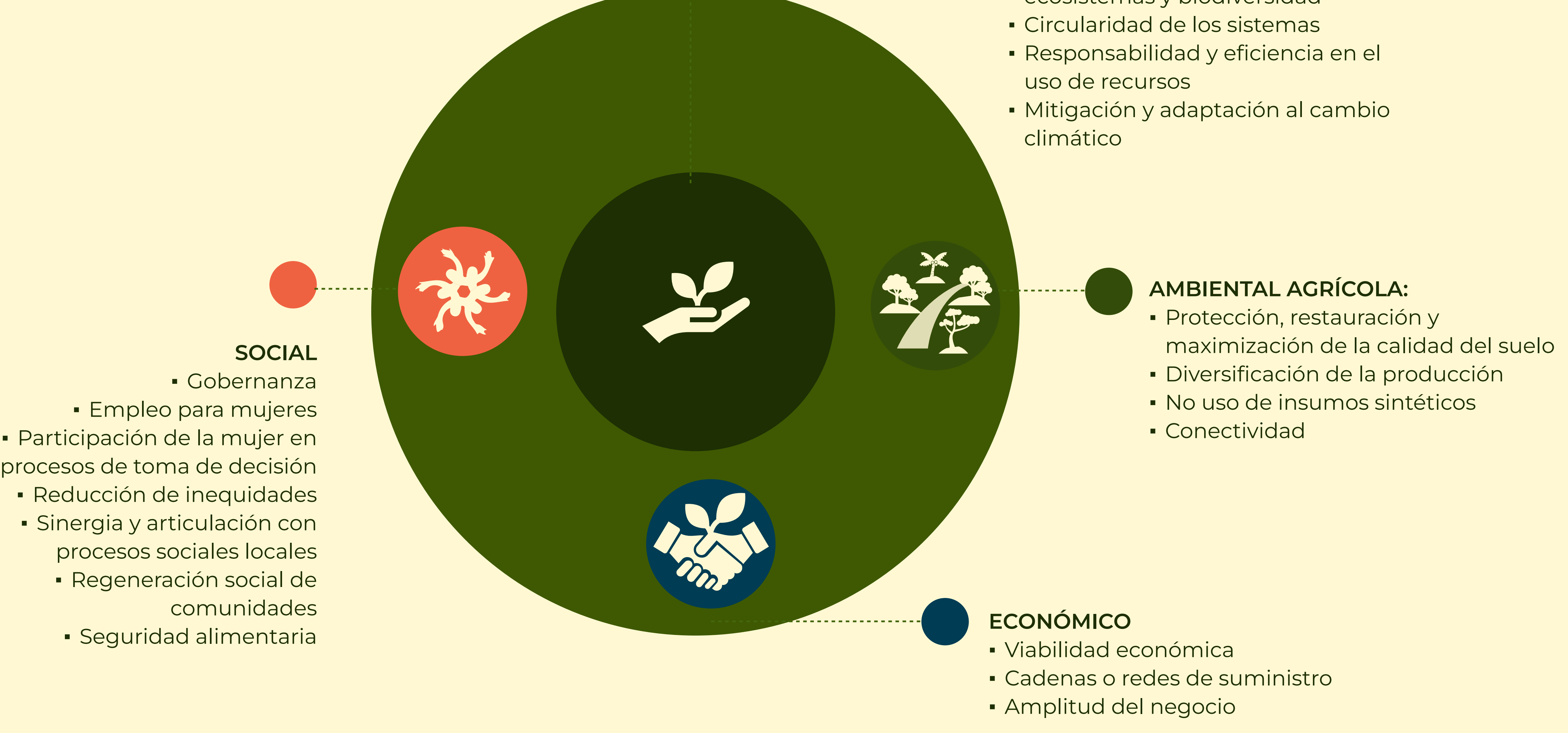
EN QUÉ ESLABÓN DE LA CADENA SE ENCUENTRAN



ÁREA PROMEDIO DE LOS NEGOCIOS AGROPECUARIOS ESTUDIADOS



¿QUÉ ATRIBUTOS SE ANALIZARON EN ESTOS NEGOCIOS?



¿QUÉ MOTIVA A ESTOS NEGOCIOS A CAMINAR HACIA UN ENFOQUE REGENERADOR?

Para que un negocio se lance a trabajar bajo la óptica regenerativa hay inúmeras motivaciones que Tiltonell (2022) * agrupa en tres orígenes:



PARA LOS NEGOCIOS ESTUDIADOS ¿CUÁLES HAN SIDO LAS MOTIVACIONES?

CÓMO "FILOSOFÍA" DEL NEGOCIO

- Nacen con un compromiso intrínseco hacia a la promoción de la seguridad alimentaria haciendo frente al paradigma de la producción degenerativa de alimentos.
- Existen bajo la identidad de pueblos del bosque y moldean sus prácticas de desarrollo a este sentido de pertenencia.
- Nacen o se transforman con un "sentido de existencia", que busca aportar al sistema socio ecológico al cuál pertenecen y existen con el propósito de generar impacto positivo.

CÓMO UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO

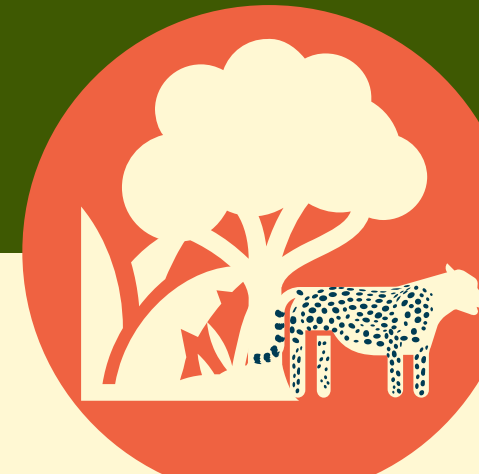
- Encuentran en ese enfoque una manera para sostener, en el tiempo, los recursos que utilizan.
- Encuentran la oportunidad de generar cambios hacia una vida más saludable y perciben la transformación de la conciencia colectiva en su territorio.
- Escogen ese enfoque como aliado para enfrentar problemas de violencia contra las mujeres.
- Son influenciados por programas externos, gubernamentales u otros, que aportaron alternativas productivas que tienen impacto positivo en su existencia.
- Ven en la regeneración elementos clave para el desarrollo de un mercado que genera impacto positivo en la sociedad.

CÓMO UNA ESTRATEGIA DE MERCADO

- Se inspiran en desarrollar alternativas diferentes de mercado, para no repetir el modelo de producción históricamente realizado en sus territorios.
- Se motivan a través del impulso del mercado, que los lleva a entender más a fondo el enfoque.

Tiltonell, P., El Mujtar, V., Felix, C., Kebede, Y., Laborda, L., Luján Soto, R., & de Venta, J. (2022). Regenerative agriculture—Agroecology without politics? Frontiers in Sustainable Food Systems, 6, 844261. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.844261>

¿CUÁLES SON LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y SOCIOECONÓMICAS ACTUALES DE ESTOS NEGOCIOS?



CONECTIVIDAD DEL PAISAJE

12 de los 15 negocios visitados percibieron degradación creciente en la cobertura vegetal o biodiversidad en los paisajes donde están insertados. Señalan que sus acciones están regenerando estas condiciones degradadas de la cobertura que predomina alrededor de sus negocios.



ESTADO DE LOS SUELOS

Según la percepción de los negocios sobre su propia finca, los tipos de suelo observados han sido:



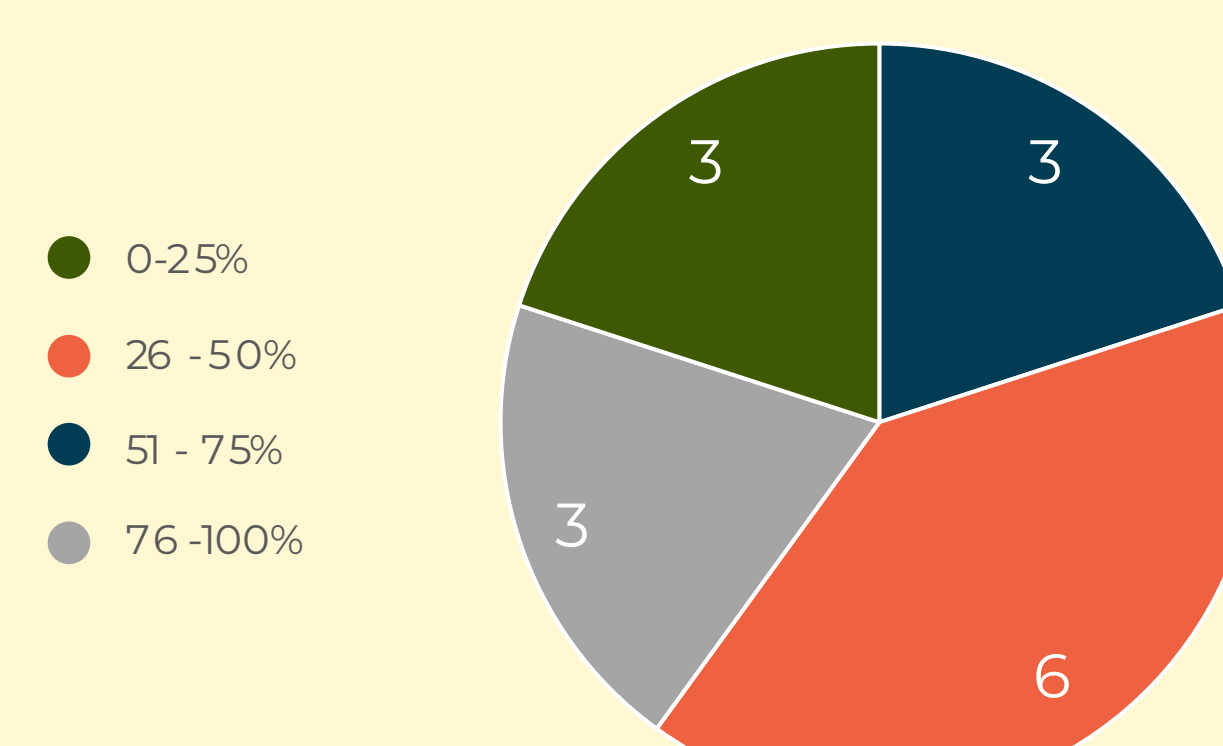
ACCESO A AGUA

9 de los 15 negocios no cuenta con fuentes de agua, sea natural (ríos, arroyos, otros) o de captación, aprovechando principalmente la lluvia directa en el sistema en el cual trabaja.



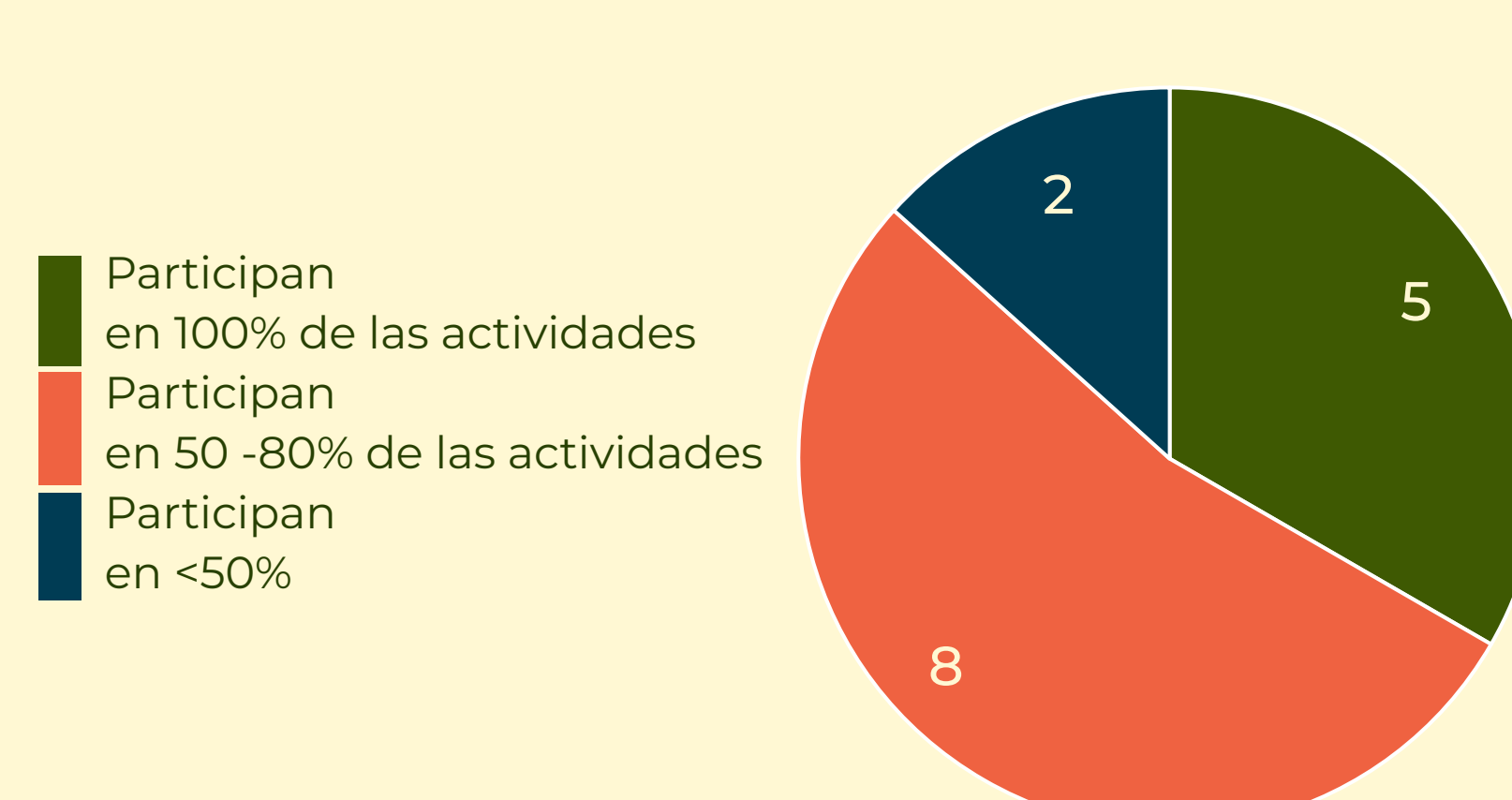
ENFOQUE DE GÉNERO

Proporción de mujeres que trabajan en los negocios:



Participación de la mujer en actividades del negocio:

13 de las 15 iniciativas involucran a las mujeres en más del 50% de las actividades realizadas por el negocio. Su participación se centra en los sectores de gerencia y administración de los negocios.

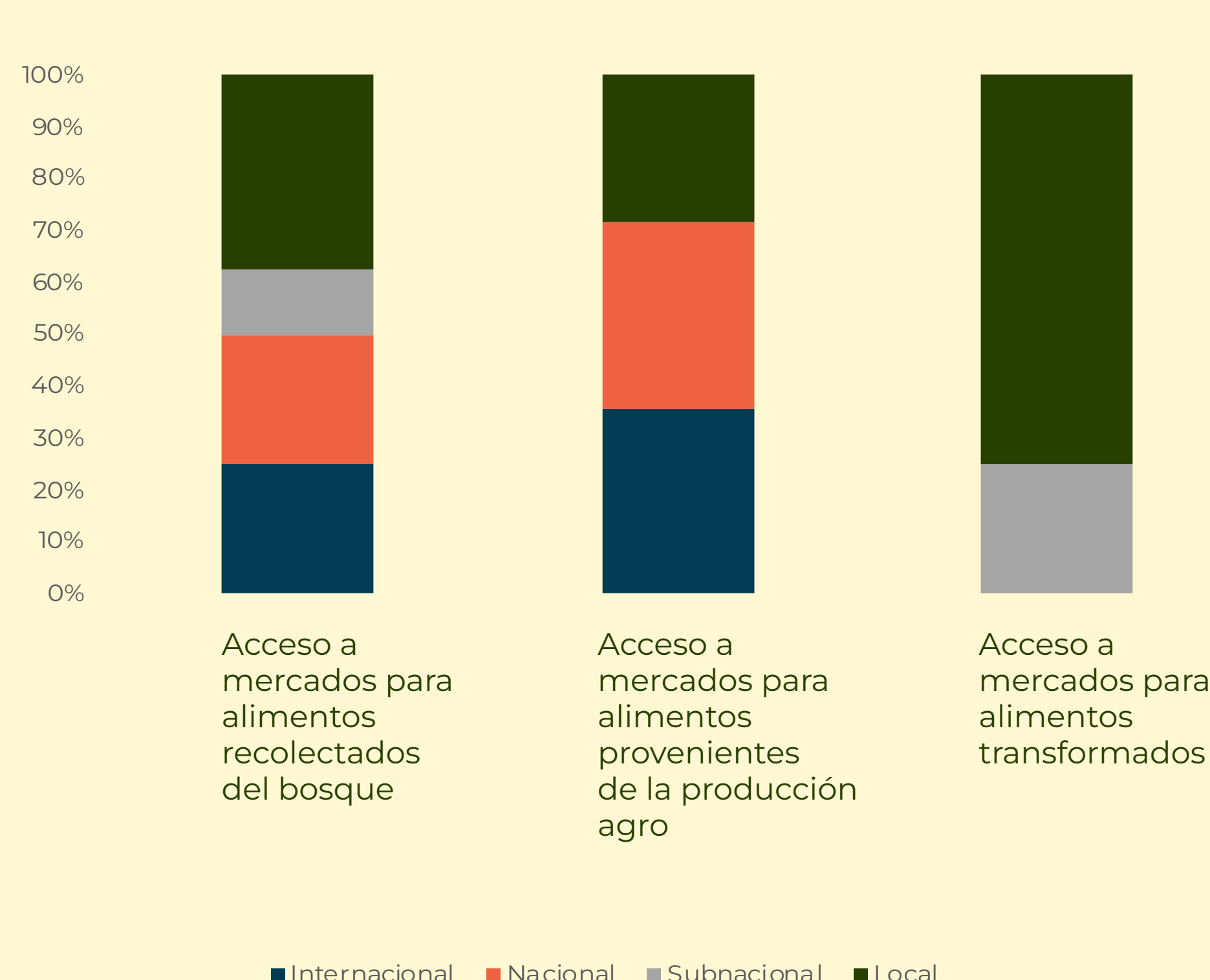


Acciones para fortalecer el enfoque de género en los negocios

- 8 Algunos negocios no cuentan con acciones directas para fortalecer este enfoque
- 4 Cuentan con enfoque de género en el negocio
- 3 Son negocios creados o fortalecidos a partir del enfoque de género aplicado



TIPOS DE MERCADOS SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO



CAPACIDADES DE INVERSIÓN

Para infraestructura

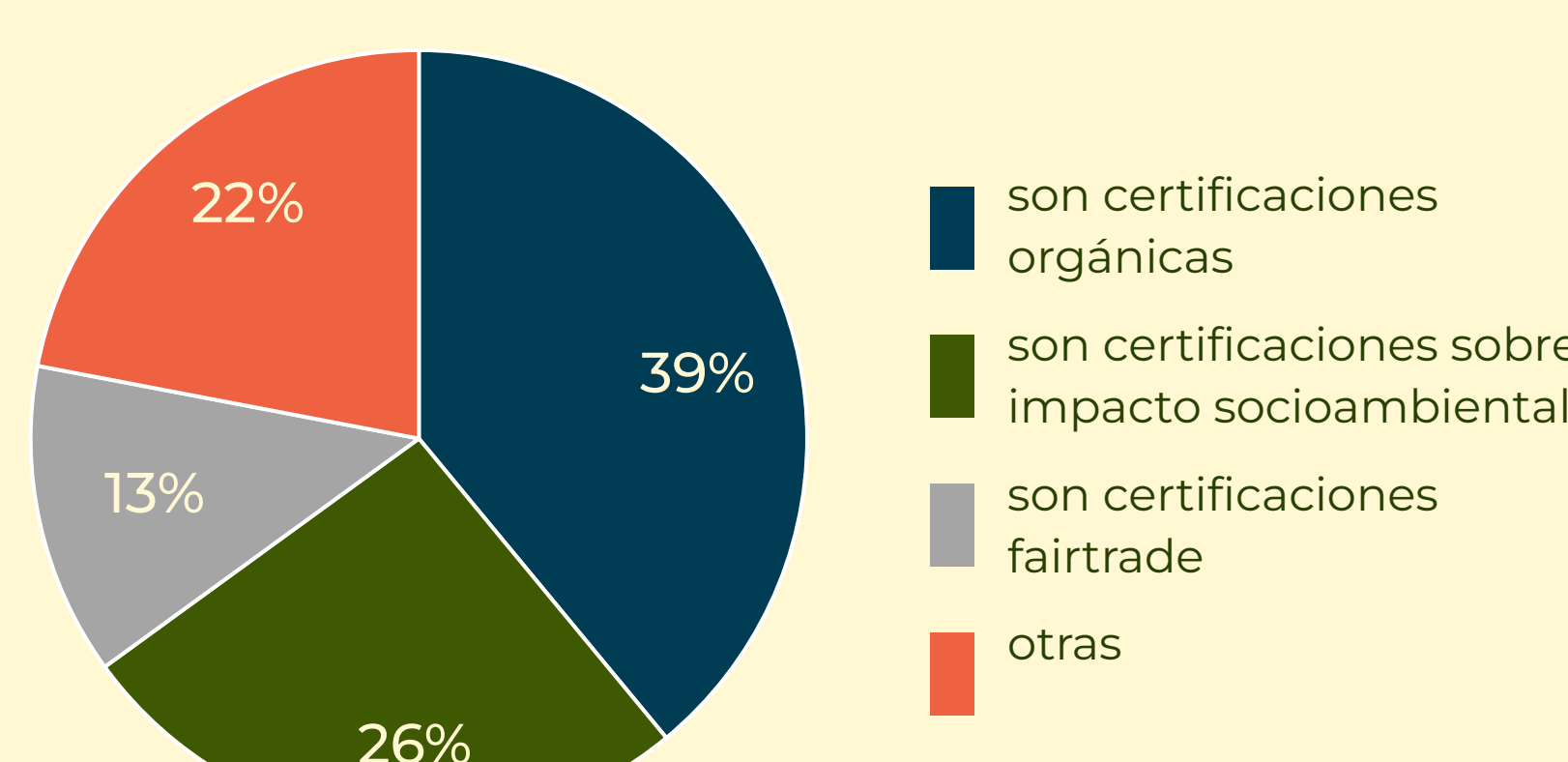


Para la siguiente fase productiva del negocio



CERTIFICACIÓN

De los 15 negocios, 7 cuentan con certificaciones. 6 negocios son certificados orgánicos. Del total de tipos de certificación:



RENDIMIENTOS Y COSTOS

No fue posible levantar información completa de los rendimientos y costos de los negocios en las visitas a campo. Sin embargo, en las entrevistas realizadas previamente a las visitas de campo:

- 7 se declararon viables económicamente
- 6 se declararon parcialmente viables
- 2 se declararon no viables aún

Los costos productivos y costos de mano de obra representan más de 70% de los costos de 12 de los 15 negocios.

¿QUÉ DESAFÍOS TRANSVERSALES SUFREN ESTOS NEGOCIOS?



INFRAESTRUCTURA Y LOGÍSTICA

- Costos altos de transporte en zonas alejadas en la Amazonía.
- Capacidad limitada de entrega en tiempo a clientes.
- Malas carreteras para el transporte de productos.
- Dificultad para instalar infraestructuras cerca de las comunidades.



MANO DE OBRA ESPECIALIZADA

- Dificultad de encontrar personal técnico de campo, local, capacitado en manejo ecológico de producción.
- Alto costo de mano de obra capacitada, proveniente de otras regiones.
- Competencia con otros negocios por mano de obra especializada.



TECNOLOGÍA APROPIADA

- Faltan maquinarias adaptadas a sistemas de producción complejos y es caro adaptarlas.
- La diversidad y cantidad de insumos biológicos en el mercado es limitada y cara.
- Métodos de certificación caros.



INVESTIGACIÓN Y CONOCIMIENTO

- Existe un vacío de investigaciones y generación de conocimientos asociados a los diferentes aspectos de una producción ecológica, en diferentes territorios.
- Faltan investigaciones acerca de la diversidad de usos para especies del bosque, que permita a un negocio explorar sus beneficios.
- Falta expandir conocimientos acerca de insumos biológicos.
- Es débil el conocimiento acerca de combinaciones exitosas de cultivos en sistemas complejos de producción.



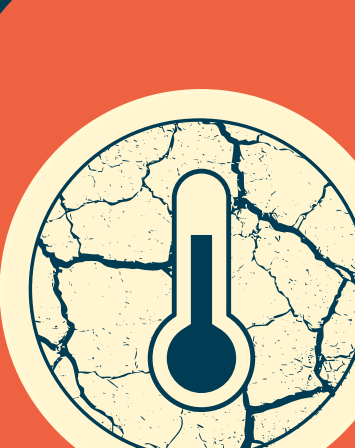
RENTABILIDAD Y PLAZOS

- La falta de conocimiento e insumos base para el planeamiento de un negocio regenerativo rentable, vuelve incierta la inversión.



IDIOSINCRASIA

- Resistencia del personal técnico o mano de obra de campo para cambiar su modo de manejar los sistemas, vinculados normalmente a un modelo de producción regenerativo.



MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO

- Los impactos de acciones degenerativas, en áreas vecinas que afectan el negocio, tales como deforestación, uso de agroquímicos, degradación de suelos y recursos hídricos.
- Diversidad de fauna que afecta la producción debido a la presión sobre escasos recursos naturales alrededor de las fincas.
- Condiciones climáticas adversas cada vez más frecuentes, demandando necesidad de adaptación constante.