



Fomentado por:



Ministerio Federal
de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza,
Seguridad Nuclear y Protección de los Consumidores

en virtud de una decisión
del Bundestag alemán



Modelos de Negocio Regenerativos (MdNR)

MARCO CONCEPTUAL

Modelos de Negocio Regenerativos (MdNR)

Este marco conceptual, define un modelo de negocio regenerativo, ofreciendo principios específicos para empresas e individuos en las cadenas de valor agroalimentario. Aporta valor agregado mediante una caja de herramientas práctica para aplicar los principios centrales del MdNR.



Contenido

PAG 05

Introducción



PAG 07

Preguntas claves sobre modelo de negocio regenerativo (MdNR)



Contáctanos acerca de proyectos sobre modelos de negocio regenerativos: **Pedro Castro**
Email: pedro.castro@tnc.org

PAG 08 ●

Definición de modelo de negocio regenerativo (MdNR)



PAG 10 ●

Diversidad de modelos de negocio regenerativo (MdNR)



PAG 12 ●

Principios del modelo de negocio regenerativo

PAG 22

Caja de herramientas

PAG 26

Referencias

¿Qué es el Marco de Modelos de negocio regenerativos? (MdNR).

En los últimos años, **el modelo de negocio regenerativo se ha posicionado como una promesa de transformación en los sistemas agroalimentarios.** Su potencial para revertir daños ambientales, generar ingresos y fortalecer redes genera creciente interés. Sin embargo, la falta de una definición clara y compartida de lo que constituye un “modelo de negocio regenerativo”, dificulta su adopción, seguimiento y evaluación en distintos contextos. Por lo tanto, **es esencial establecer un marco conceptual que defina claramente los elementos que componen un modelo aplicable a las cadenas de valor agrícolas y pecuarias antes de su implementación.**

El actual marco fue creado con el respaldo de la **Fundación Gordon y Betty Moore y The International Climate Initiative (IKI).** Basado en los principios agroecológicos desarrollados por la estrategia de Agricultura y Ganadería Regenerativa (R2A-LAR) de The Nature Conservancy (TNC) en América Latina, y validado con el apoyo del equipo de **Orinoquía Foodscape** y del equipo de **Future Landscapes** en Colombia.

Este enfoque trasciende la sostenibilidad tradicional, que se centra en reducir el impacto negativo. Proponemos un modelo en el que las actividades de estos actores contribuyan positivamente al ecosistema. **Su propósito es crear sistemas que restauran y fortalecen las bases ecológicas y sociales de la producción,** fomentando prácticas que restauren el suelo, preserven la biodiversidad, mantengan la salud de los recursos hídricos y **fortalezcan la resiliencia de las comunidades rurales y los ecosistemas.**

El marco conceptual del modelo de negocio regenerativo añade principios específicos pensados para empresas e individuos que forman parte de las cadenas de valor, teniendo un gran **valor agregado, una caja de herramientas para poner en práctica los principios del marco conceptual MdNR.**



© Antonio Tita



El objetivo del **Marco de Modelos de Negocios Regenerativos** es apoyar a la cadena de valor agrícola en la adopción de prácticas regenerativas que:

- **Promover una mejor gestión y restauración de los ecosistemas** mediante la implementación de prácticas de manejo del suelo y del ecosistema que mejoren su salud, productividad y resiliencia, al mismo tiempo que se conservan o restauran los servicios ecosistémicos y la biodiversidad.
- **Previengan la degradación de los ecosistemas naturales a través de la conversión evitada** a usos que podrían deteriorarlos o destruirlos, como la agricultura intensiva, la urbanización, la minería o el pastoreo no planificado, protegiendo los ecosistemas existentes a través de la estrategia de conversión evitada.

Este marco conceptual, plantea una visión en la que las actividades desarrolladas por los negocios en el sector agrícola no solo buscan la rentabilidad económica, sino que se comprometen activamente con la restauración y el fortalecimiento de los sistemas naturales y sociales de los cuales dependen.

Preguntas claves sobre el MdNR

1. ¿POR QUÉ SURGE EL MDNR?

Los retos sociales y ambientales ya no pueden tratarse por separado de los económicos. Necesitamos modelos que integren rentabilidad, bienestar y regeneración.

2. ¿QUÉ BUSCA SOLUCIONAR EL MDNR?

El MdNR busca solucionar la desconexión entre el valor económico, social y ambiental, a partir de la inclusión de actores claves en las decisiones productivas y enfrentar el agotamiento de los recursos que no se regeneran.

3. ¿QUÉ PROPONE EL MDNR?

La guía para aplicar un modelo que crea, entrega y captura valor económico, ambiental y social al mismo nivel. Desarrollo que trae la restauración de los ecosistemas.



4. ¿QUÉ LO HACE DIFERENTE?

Es una herramienta viva, flexible, adaptable y abierta, que abre múltiples posibilidades de construcción junto a los actores. Hace posible los modelos de negocios regenerativos, reconociendo las realidades locales, el conocimiento del territorio y proponiendo un camino adaptable con criterios claros y principios prácticos.

5. ¿CÓMO SE CONECTA CON LA RENTABILIDAD?

Demuestra que cuidar y regenerar los recursos puede ser un buen negocio. Reduce riesgos, diversifica ingresos y mejora la eficiencia en el uso de los recursos.

6. ¿POR QUÉ AHORA?

Hacerlo es urgente y es posible, pues ya hay aprendizajes, herramientas y condiciones para pasar de la sostenibilidad a la regeneración.

Definición de modelo de negocio regenerativo. (MdNR)

Hablar de regenerativo es hablar de una forma más eficiente de producir, cuidar los recursos del negocio y de la naturaleza, y mejorar los resultados.





© Pedro Castro/TNC

“Para nosotros esto también es eficiencia. Es Mostrar con evidencia que se puede producir bien, y que eso tiene valor en el mercado.” *Juan Pablo, Grupo Moriche*

MODELO DE NEGOCIO

Es el conjunto organizado de actividades que una empresa realiza para crear, entregar y capturar valor, utilizando sus relaciones con clientes, socios, proveedores y otros actores relevantes. Este concepto explica cómo se estructuran los procesos internos, la oferta de productos o servicios y la gestión de recursos para generar ingresos y mantener la viabilidad económica.

GANADERÍA Y AGRICULTURA REGENERATIVA

Un enfoque para la gestión de los sistemas agroalimentarios que integra el conocimiento científico y local para conservar y restaurar activamente los ecosistemas y la biodiversidad dentro y alrededor de las áreas de producción, con el fin de reducir las huellas ambientales, fortalecer la resiliencia y mejorar la productividad, al mismo tiempo que se promueven la inclusión social, la salud humana y los medios de vida.

MDNR

Un modelo de negocio regenerativo puede implementarse en **uno o varios eslabones de la cadena de valor**, ya sea en la provisión de insumos y servicios, la producción, o la transformación. Su objetivo es crear, entregar y capturar valor, asegurando una **participación y distribución equitativa de beneficios** tanto para las **comunidades** como para la **naturaleza**. Así, busca que el desarrollo económico genere **impactos positivos netos en el bienestar social** y contribuya a la **restauración y conservación** del área de influencia de los negocios, promoviendo la prosperidad a largo plazo. Este enfoque requiere la **participación de todos los articuladores y actores relevantes del entorno**, incluso los consumidores, quienes colaboran de manera conjunta para alcanzar objetivos compartidos de regeneración y bienestar colectivo.

Diversidad de modelos de negocio regenerativo (MdNR)

**Regenerar no es solo ambiental. Es también
económico y social.**

**En el sector agroalimentario, en los diferentes
eslabones de la cadena, los modelos de negocio
toman diferentes formas por lo que enfrentan
diferentes retos para ser regenerativos.**

01. ESLABÓN DE INSUMOS / SERVICIOS

Buscan garantizar el uso eficiente de los recursos, asegurándose de que los insumos sean libres de contaminantes y no representen riesgos para el medio ambiente ni para la salud de las personas involucradas. Su función va más allá de la simple venta de productos, ya que también gestionan una logística adecuada y promueven la adopción de insumos limpios y seguros. Además, actúan como nodos de conexión entre diferentes cadenas y eslabones, facilitando el intercambio de conocimiento y buenas prácticas.

02. ESLABÓN PRIMARIO

Estos modelos buscan utilizar los recursos a su disposición (por ejemplo, bosque, agua, suelo) de manera regenerativa y abordar los efectos del cambio climático. Emplean prácticas que restauran la salud del suelo, mejoran la biodiversidad, recuperan las funciones ecológicas naturales incluidos los ciclos del agua con un impacto directo en la productividad, generando valor con los productos que comercializan y entregan a sus clientes.

03. ESLABÓN DE TRANSFORMACIÓN

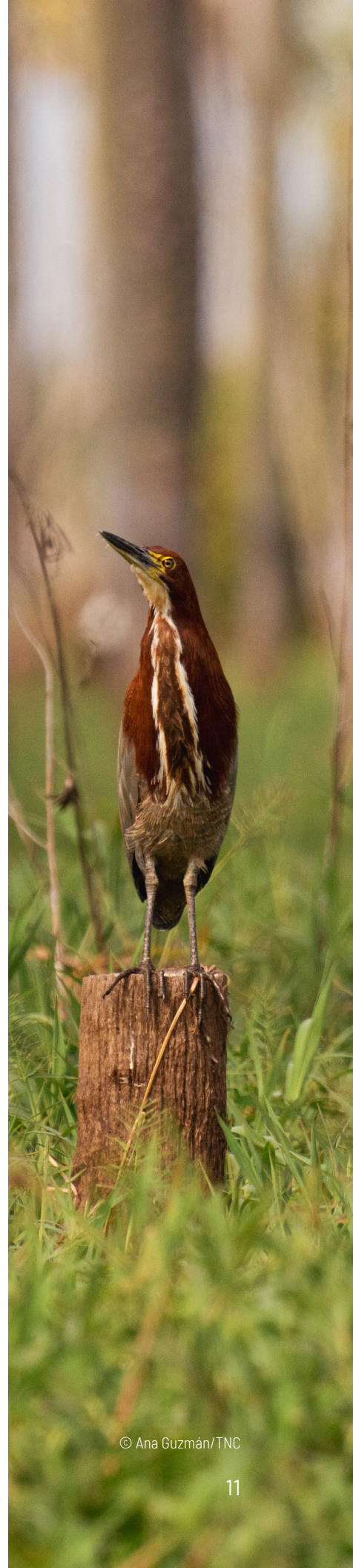
Buscan aprovechar los productos obtenidos de parte del eslabón primario, procurando por su inocuidad y adicionan valor al transformarlos en un producto más elaborado o acercar el producto al elemento que busca obtener el consumidor final. Tiene retos en cuanto a inversión en infraestructura y tecnología, así como el establecimiento de una logística compleja que les permita recolectar la materia prima de su proceso. Buscan además ser los más eficientes en cuanto a la generación de residuos y al uso de energía en sus procesos.

04. ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN

Buscan llegar a nuevos mercados y generan valor al ofrecer un producto fresco y que cumple con los requisitos del consumidor final, incluyendo temas de conveniencia y acceso. Pueden ofrecer la creación de plataformas virtuales para conectar consumidores finales con modelos de negocio del eslabón primario. Enfrentan barreras regulatorias y si están interesados en comercializar internacionalmente, las diferencias en estándares de sostenibilidad entre países pueden dificultar esta intención.

05. ARTICULADORES

Buscan que los distintos eslabones de la cadena adopten prácticas regenerativas que restauran ecosistemas y generen valor compartido. En sus propias operaciones también aplica procesos regenerativos, como el uso eficiente de recursos, la minimización de residuos y la integración de criterios ambientales y sociales en su gestión interna.



Principios del modelo de negocio regenerativo.

A man wearing a light blue short-sleeved shirt and a dark blue baseball cap is shown from the side, focused on sorting through a large pile of dark brown coffee beans. His hands are visible, carefully picking through the beans. In the background, another person wearing a similar cap is partially visible, also working with the beans. The scene is set in what appears to be a processing or sorting facility for coffee.

El presente Marco Conceptual del MdNR para el sector agrícola y pecuario surge como complemento para el marco R2A y la agroecología, buscando implementar sus principios, pero además adicionando principios propios enfocados en las empresas e individuos que desarrollan actividades en las diferentes cadenas de valor y que están buscando ser regenerativos.

Hablar de regenerativo es reconocer el conocimiento del territorio tradicional y científico para desarrollar nuevos métodos de producción y toma de decisiones.



© Pedro Castro

“Para los productores es clave que esto no se sienta como que tienen que cambiar toda su vida y todo lo que han hecho por años” *Leider, Fundación CIPAV*

Principios del modelo de negocio regenerativo.

01

USO DE RECURSOS BAJO ENFOQUE REGENERATIVO

Elementos claves:

- Resiliencia en uso de recursos.
- Economía circular.
- Bienestar animal.

02

DIVERSIDAD Y CULTURA LOCAL

Elementos claves:

- Sistemas productivos diversificados.
- Valoración de servicios ecosistémicos.
- Oferta variada y culturalmente relevante.



03

REDES Y LIDERAZGO

Elementos claves:

- Liderazgo regenerativo.
- Gobernanza inclusiva.
- Financiamiento sostenible.
- Coproducción de conocimiento.

04

REPORTE Y TRANSPARENCIA

Elementos claves:

- Recolección y medición de información.
- Identificación y gestión de riesgos.
- Comunicación y reporte transparente.
- Trazabilidad y mejora continua.

05

JUSTICIA Y ÉTICA

Elementos claves:

- Justicia social: compromiso con la equidad.
- Justicia ambiental: fomento de la armonía con el entorno natural.
- Justicia económica: desarrollo de modelos de comercio justo.
- Cumplimiento legal y ético.



Hablar de regenerativo es hablar de un modelo que genera valor en el territorio al conectar producción con bienestar ambiental, social y económico.



© Pedro Castro

“Queremos mostrar que esto, lo que vendemos, también reconoce al campesino, el proceso, la conciencia que tenemos del ambiente” *Juan, dirección de carnes Alkosto*

01. Uso de recursos bajo enfoque regenerativo.

Definición: Un modelo de negocio debe aplicar este principio buscando que, además de que se haga un uso eficiente de los recursos naturales como el hídrico, el suelo, entre otros; apoyen la regeneración de estos. Este uso bajo enfoque regenerativo se puede lograr por medio de prácticas que eviten no sólo afectar la disponibilidad de los recursos, sino que lleven a la restauración y conservación de su área de influencia. De igual forma, se busca que los modelos de negocio apoyen la generación de bienestar de animales que hacen parte de su proceso productivo como los que interactúan con él.

Ejemplos: Las prácticas ejemplificadas son orientativas y pueden variar según el contexto.

ACTOR	PRÁCTICAS	RESULTADOS
ESLABÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS	• Suministro de insumos libres de contaminantes y químicos tóxicos. • Logística eficiente y sostenible para distribución. • Promoción de productos limpios y de origen responsable.	• Reducción del uso de sustancias dañinas para el ambiente y la salud. • Minimización de riesgos sanitarios y ambientales.
PRODUCTORES	• Conservación de suelos con labranza mínima. • Reciclaje y reutilización de residuos agrícolas. • Riego por goteo, establecimiento de reservorios de agua, recirculación de agua en el proceso.	• Regeneración de condiciones de suelo saludables en términos de nutrientes y microbiota. • Aumento de la oferta de servicios ambientales. • Mayor resiliencia al cambio climático.
TRANSFORMADORES	• Recirculación de agua en plantas. • Reducción del uso de refrigerantes contaminantes. • Reducción de material categorizado como residuo.	• Reducción consumo y uso de agua en los procesos industriales. • Inexistencia de pasivos ambientales post transformación.
COMERCIALIZADORES	• Diseño de cadenas logísticas de bajo impacto (menos trasbordos, embalajes biodegradables). • Fomento de estaciones de refrigeración eficiente.	• Disminución de emisiones de GEI. • Disminución de presión sobre recursos no renovables.
ARTICULADORES	• Gestión eficiente de los viajes al clientes. • Herramientas de trabajo eficientes en consumo energético.	• Reducción de la huella de carbono. • Optimización del uso de recursos. • Disminución del consumo energético y los costos operativos.

02. Diversidad y cultura local.

Definición: Un modelo de negocio regenerativo debe ser diverso y culturalmente relevante promoviendo la conservación de la diversidad biológica, cultural y funcional en entornos agrícolas y pecuarios, protegiendo variedades genéticas de plantas y animales, reconociendo la pluralidad de personas y saberes locales, y asegurando funciones ecológicas y servicios ecosistémicos. Además, debe adaptar opciones de subsistencia al contexto socio ecológico y garantizar una oferta alimentaria variada, nutritiva y culturalmente pertinente, contribuyendo así a la resiliencia de las comunidades y ecosistemas.

Ejemplos: Las prácticas ejemplificadas son orientativas y pueden variar según el contexto.

ACTOR	PRÁCTICAS	RESULTADOS
ESLABÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS	• Suministro de semillas y materiales de origen local y diversificado. • Promoción de insumos adaptados a los ecosistemas y tradiciones locales. • Capacitación en el uso y conservación de variedades nativas.	• Conservación y difusión de la agrobiodiversidad local. • Fortalecimiento de la identidad cultural y gastronómica. • Reducción de la dependencia de insumos externos.
PRODUCTORES	• Integración de bancos de forrajero en terrazas altas. • Uso de pasturas variadas que previenen la erosión. • Policultivos en franjas para uso forrajero y venta local.	• Mejoramiento de las condiciones del suelo. • Control biológico de las plagas y la polinización. • Reducción de fertilizantes y plaguicidas químicos.
TRANSFORMADORES	• Desarrollo de líneas de productos diferenciados. • Revalorización de ingredientes y prácticas gastronómicas locales. • Acuerdos con fincas que fomentan la conservación de la biodiversidad.	• Mejora el valor reputacional del modelo de negocio. • Fomenta la biodiversidad en los agroecosistemas. • Apoya la sostenibilidad económica de los proveedores.
COMERCIALIZADORES	• Campañas educativas: "Come biodiversidad", "Origen regenerativo" • Promoción de productos locales.	• Mejora el valor reputacional del modelo de negocio. • Fortalece la integración de prácticas locales y tradicionales fortaleciendo la identidad cultural y soberanía alimentaria.
ARTICULADORES	• Mapeo de prácticas tradicionales locales para revalorizarse. • Apoyo al rescate de saberes campesinos.	• Fortalecimiento de la identidad cultural. • Promoción de soluciones adaptadas al contexto local.

03. Redes y liderazgo.

Un modelo de negocio regenerativo debe fomentar la construcción de relaciones sólidas, transparentes y colaborativas a lo largo de toda la cadena de valor, impulsando el liderazgo para la adopción de prácticas regenerativas, la innovación y el financiamiento sostenible. Este principio implica el compromiso activo de personas y organizaciones para restaurar y conservar su área de influencia, así como para inspirar a otros eslabones dentro de la cadena a hacer lo mismo. Además, debe promover la coproducción de conocimiento y la educación al consumidor a través de una gobernanza participativa.

Ejemplos: Las prácticas ejemplificadas son orientativas y pueden variar según el contexto.

ACTOR	PRÁCTICAS	RESULTADOS
ESLABÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS	• Alianzas con productores y proveedores para promover insumos regenerativos. • Capacitación conjunta en buenas prácticas y uso responsable de insumos.	• Mayor adopción de insumos y prácticas regenerativas. • Acceso a información y recursos compartidos. • Fortalecimiento de la cooperación y confianza entre proveedores y productores.
PRODUCTORES	• Asociaciones locales de productores regenerativos. • Planes compartidos de manejo de cuencas o sabanas. • Escuelas de campo lideradas por pares.	• Incremento en la regeneración de recursos. • Acceso a conocimientos y prácticas compartidas. • Desarrollo de prácticas culturalmente adecuadas.
TRANSFORMADORES	• Conformación de comités de mejora con proveedores. • Programas de formación compartida sobre prácticas regenerativas.	• Fortalecimiento de la cultura organizacional sostenible. • Reducción de costos operativos y adopción de tecnologías más limpias.
COMERCIALIZADORES	• Participación en plataformas multisectoriales (ej. redes de consumo responsable). • Implementación de innovaciones financieras para adoptar procesos regenerativos y mejorar su eficiencia.	• Fortalecimiento de la cultura organizacional sostenible. • Reducción de costos operativos y adopción de tecnologías más limpias. • Mayor cohesión en la cadena de valor.
ARTICULADORES	• Redes territoriales para escalamiento de prácticas regenerativas. • Promoción de alianzas público-privadas inclusivas.	• Adopción de prácticas regenerativas y fomento del aprendizaje colectivo. • Movilización de recursos para la regeneración.

04. Reporte y transparencia.

Un modelo de negocio regenerativo debe medir, verificar y comunicar de manera clara y transparente los impactos sociales, ambientales y económicos de sus prácticas. Para lograrlo, impulsa la adopción de políticas de transparencia, el monitoreo eficiente de sus resultados y la divulgación abierta de la información a todas las partes interesadas. Además, reconoce la importancia de contar con un sistema robusto de identificación y gestión de riesgos clave, así como de integrar sistemas de trazabilidad que permitan rastrear los productos a lo largo de toda la cadena de valor.

Ejemplos: Las prácticas ejemplificadas son orientativas y pueden variar según el contexto.

ACTOR	PRÁCTICAS	RESULTADOS
ESLABÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS	• Publicación de información sobre impacto ambiental y social de los insumos. • Uso de etiquetas inteligentes o códigos QR para rastrear productos desde el almacén hasta el productor.	• Mayor transparencia y confianza en la cadena de suministro. • Identificación rápida de riesgos y oportunidades de mejora. • Acceso a datos confiables para la toma de decisiones.
PRODUCTORES	• Fichas participativas con registros comunitarios. • Sistemas de trazabilidad por lote (GPS, QR). • Inventarios anuales de prácticas regenerativas.	• Datos confiables para decisiones informadas y estrategias regenerativas. • Mayor confianza y acceso a apoyo financiero sostenible. • Reducción de pérdidas y mayor resiliencia productiva.
TRANSFORMADORES	• Publicación de reportes de sostenibilidad. • Certificación de procesos (ej. GlobalGAP, Rainforest Alliance, carbono neutro)	• Reducción de costos y mejora de indicadores ambientales. • Prevención de sanciones regulatorias y mejora de la operación.
COMERCIALIZADORES	• Etiquetas inteligentes que muestren origen y prácticas. • Medición de huella de carbono por punto de venta.	• Mejora de percepción de marca y preferencia del consumidor. • Reducción de costos y mejora de indicadores ambientales.
ARTICULADORES	• Políticas de la compañía en temas regenerativos. • Capacitación a empleados sobre estrategia regenerativa.	• Mayor integración de la regeneración en la toma de decisiones. • Alineación del equipo con los objetivos regenerativos.

05. Justicia y ética.

Un modelo de negocio regenerativo debe garantizar que sus acciones respeten y promuevan el bienestar integral en tres dimensiones: ambiental, social y económica, trascendiendo el mero cumplimiento normativo. Socialmente, esto implica proteger derechos humanos, eliminar barreras estructurales y garantizar acceso inclusivo a recursos, considerando el enfoque de género y la familia. Ambientalmente, implica promover la protección del área de influencia y la adopción de prácticas regenerativas. Económicamente, busca implementar un comercio justo, asegurando que los beneficios se compartan de manera equitativa a lo largo de la cadena.

Ejemplos: Las prácticas ejemplificadas son orientativas y pueden variar según el contexto.

ACTOR	PRÁCTICAS	RESULTADOS
ESLABÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS	• Suministro de insumos a precios justos y condiciones equitativas. • Promoción de proveedores locales y pequeños. • Implementación de códigos de conducta éticos y transparentes.	• Reducción de desigualdades en el acceso a recursos. • Fortalecimiento de la economía local y de pequeños productores. • Prevención de prácticas abusivas y fomento de la transparencia.
PRODUCTORES	• Participación de comunidades indígenas y afros en la gestión productiva. • Empleo digno para mujeres y jóvenes en sistemas regenerativos. • Implementación de protocolos de trabajo justo y seguro.	• Protección de saberes ancestrales sobre el uso de recursos naturales. • Conciencia colectiva sobre el vínculo estrecho entre la salud humana y la del entorno natural.
TRANSFORMADORES	• Programas de inclusión laboral con enfoque de género. • Políticas de comercio justo con proveedores pequeños.	• Incremento de oportunidades laborales para grupos históricamente marginados. • Mejora en la remuneración y empoderamiento de productores pequeños y medianos.
COMERCIALIZADORES	• Alianzas con productores locales en condiciones vulnerables. • Desarrollo de canales de venta directa para pequeños productores.	• Aumento de valor agregado y acceso a mercados especializados. • Mayor confianza del mercado y socios comerciales en la cadena de valor.
ARTICULADORES	• Facilitación de mecanismos financieros adaptados (crédito inclusivo, seguros diferenciados). • Abogacía por políticas públicas más justas frente a recursos ambientales y sociales.	• Aumento del acceso a financiamiento para productores que adoptan prácticas regenerativas. • Incidencia en marcos normativos que favorecen la equidad y la protección ambiental.

Caja de Herramientas

Se presenta una caja de herramientas que tiene el objetivo de poner en práctica los principios de este marco conceptual. El Flujo diseñado para las herramientas sigue una estructura lógica que facilita a los modelos de negocio comprender su nivel de avance hacia un modelo regenerativo y los pasos a seguir para mejorarlo. Se organiza en cinco categorías secuenciales:

01. HERRAMIENTAS DE AUTODIAGNÓSTICO

- Lista de chequeo de uso de recursos bajo enfoque regenerativo.
- Lista de chequeo de redes y liderazgo.
- Lista de chequeo de reporte y transparencia.
- Lista de chequeo de alistamiento financiero.



02. HERRAMIENTAS TEÓRICAS

- Cartilla de design thinking.
- Cartilla de elementos esenciales para contratos comerciales.
- Requisitos legales para el sector agropecuario.
- Criterios aplicables a las salvaguardas.
- Código de ética regenerativa.
- Guía de reporte de impactos.

03. HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA FORTALECER EL MODELO DE NEGOCIO

- Canvas de modelo de negocio regenerativo.
- Análisis DOFA.
- Teoría de cambio.
- Lista de indicadores de desempeño.
- Sistema de seguimiento de indicadores.

04. GUÍAS SOBRE FINANCIAMIENTO VERDE

- Mapeo de financiamiento verde.
- Pasos para aplicación a recursos verdes.



05. HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN Y ESTRATEGIA FINAL

- Matriz de evaluación de modelo de negocio regenerativo.

Estas herramientas buscan ser de apoyo para los líderes de los modelos de negocio para determinar qué grado de regenerativo se encuentra la organización y dar una hoja de ruta para cumplir con los requisitos regenerativos.



© Pedro Castro

Para consultar las herramientas puede hacer click en el siguiente enlace: **Caja De herramientas.**

MODELOS DE NEGOCIO REGENERATIVOS (MDNR)



CONCEPTUAL FRAMEWORK

Un MdNR no solo busca rentabilidad económica: impulsa la restauración y el fortalecimiento de los sistemas naturales y sociales de los que depende.

El marco actual fue desarrollado con el apoyo de la **Fundación Gordon y Betty Moore** y la **Iniciativa Internacional para el Clima (IKI)**.

¿POR QUÉ AHORA?

Es urgente y posible: ya existen aprendizajes, herramientas y condiciones para pasar de la sostenibilidad a la regeneración.



¿QUÉ ES UN MDNR?

Un marco conceptual donde se define qué es un modelo de negocio regenerativo y que puede aplicarse en distintos eslabones de la cadena de valor.

- Insumos y servicios
- Producción primaria
- Transformación
- Comercialización
- Articuladores

Clave: participación de comunidades, empresas, consumidores y naturaleza, con distribución equitativa de beneficios.



PRINCIPIOS DEL MODELO DE NEGOCIO REGENERATIVO.

Generar valor en el territorio conectando producción con bienestar ambiental, social y económico.



01. Uso de recursos bajo enfoque regenerativo

- Resiliencia en recursos
- Economía circular
- Bienestar animal

02. Diversidad y cultura local

- Sistemas productivos diversificados
- Valoración de servicios ecosistémicos
- Oferta culturalmente relevante

03. Redes y liderazgo

- Liderazgo regenerativo
- Gobernanza inclusiva
- Financiamiento sostenible
- Coproducción de conocimiento

04. Reporte y transparencia

- Medición y trazabilidad
- Gestión de riesgos
- Reporte transparente
- Mejora continua

05. Justicia y ética

- Justicia social: equidad
- Justicia ambiental: armonía con la naturaleza
- Justicia económica: comercio justo
- Cumplimiento legal y ético

Caja de herramientas: Esta caja de herramienta permite a los líderes evaluar el grado de regeneración de su organización y trazar una hoja de ruta hacia un modelo verdaderamente regenerativo.



Referencias

- Ayuso, S. (2018). La medición del impacto social en el ámbito empresarial. Obtenido de Documento de Trabajo No. 26: <https://www.geaccounting.org/wp-content/uploads/2020/05/2018-Ayuso-Impacto-Social-VSI.pdf>
- CBI. (2021). Agriculture Criteria: Climate Bonds Initiative. Obtenido de Sitio web de Climate Bonds Initiative: <https://www.climatebonds.net/standard/agriculture>
- Centro para la Teoría de Cambio. (2023). What is Theory of Change? Obtenido de <https://www.theoryofchange.org/>
- Chaplin, S., Robinson, V., Le Page, A., Ward, D., Hicks, D., Scholz, E.-M., ... Le Cocq, J. (2019). Pilot Results-Based Payment Approaches for Agri-environment schemes in arable and upland grassland systems in England. Natural England and Yorkshire Dales National Park Authority.
- Daily, G. (1997). Nature's services. Washington: Island Press.
- DNP. (2017). Guía para la construcción y estandarización de la cadena de valor. Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas, Departamento Nacional de Planeación.
- FAO. (1996). Cumbre mundial sobre la alimentación. Plan de acción de la cumbre mundial sobre la alimentación (pág. 43 p.). Roma: FAO.
- FAO. (2018). Agricultura sostenible y biodiversidad: un vínculo indisociable. Roma: FAO.
- Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety. (noviembre de 2017). Step-by-Step Guide to Sustainable Supply Chain Management. Obtenido de https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Broschueren/nachhaltige_lieferkette_en_bf.pdf
- Fiel, E. (2014). Conceptualising Business Models: Definitions, Frameworks and Classifications. Journal of Business Models, 85-105.
- Hacienda San José. (2021). No Deforestation, No Development on Peatland, No Exploitation (NDPE) Policy Statement. Obtenido de
- Konietzko, J., Das, A., & Bocken, N. (2023). Towards regenerative business models: A necessary shift? Sustainable production and consumption, 372-388.
- Kreye, M. (24 de agosto de 2023). How a Forest Carbon Offset is Made and Sold: Universidad Estatal de Pensilvania. Obtenido de Sitio web de Universidad Estatal de Pensilvania: <https://extension.psu.edu/how-a-forest-carbon-offset-is-made-and-sold>
- Lecaros, J. A. (2013). La ética medio ambiental: principios y valores para una ciudadanía responsable en la sociedad global. Acta bioethica, 177-188.
- Mayne, J. (2017). Theory of change analysis: Building robust theories of change. Canadian Journal of Program Evaluation, 155-173. doi:DOI: 10.3138/cjpe.31122
- Ramírez, S., Galindo, M., & Contreras, C. (2015). Justicia ambiental: Entre la utopía y la realidad social. Culturales, 225-250.
- SAI Platform. (2021). Sustainable Agriculture Principles & Practices.
- Sanchez, C. (16 de julio de 2024). Crea, entrega y captura valor: los 3 ejes del product management: Cris Sanchez. Obtenido de Sitio web de Cris Sanchez: <https://www.crissanchez.me/newsletter-article/crea-entrega-y-captura-valor-los-3-ejes-del-product-management>
- Taplin, D. (2012). Principios de teoría de cambio: Una introducción a la Teoría de Cambio. Obtenido de <https://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/2021/04/2020.04.23-Taplin-y-Clark.pdf>
- WWF Indonesia & Indonesia Business Council. (junio de 2022). Guía de abastecimiento sostenible. Obtenido de https://www.wwf-scp.org/wp-content/uploads/2022/09/Guia-de-abastecimiento-sostenible_B14S_C5_web.pdf

**El riesgo ya no está
en cambiar sino en
quedarse igual.**





Fomentado por:



Ministerio Federal
de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza,
Seguridad Nuclear y Protección de los Consumidores

en virtud de una decisión
del Bundestag alemán

