



## Sumando adeptos

# La nueva realidad de la agricultura regenerativa

Esta forma de hacer agricultura suma productores y superficies cultivadas en diferentes países, que buscan trabajar más respetuosamente con el medio ambiente.



POR RODRIGO PIZARRO YÁÑEZ



### 'The Regen Foods', el sello de calidad que faltaba

La agricultura regenerativa no es una moda. Es una realidad en diferentes países del mundo y son miles los agricultores que están adoptando prácticas para trabajar la tierra de forma sostenible. Debido a ello, es que The Regen Foods Institute, presentó la certificación 'The Regen Foods'. Este nuevo sello tiene como objetivo certificar productos que se producen por los principios de agricultura regenerativa. A pesar de las muchas iniciativas que existen, ser solo sostenible no es suficiente para enfrentar los problemas ambientales. Por ello es que la agricultura regenerativa busca la manera de mantener la salud del suelo y restaurar el equilibrio en los paisajes agrícolas. Esta visión es esencial en un momento que la degradación del suelo y la pérdida de biodiversidad son preocupaciones crecientes. La certificación The Regen Foods se presenta como una herramienta clave para identificar y promover productos que cumplen con estos estándares. Al certificar que un producto ha sido elaborado bajo técnicas regenerativas, se crea un vínculo directo entre el productor y el consumidor consciente. Esto beneficia a los agricultores que adoptan estas prácticas y empodera a los consumidores para tomar decisiones informadas sobre su alimentación.

## 28.300 hectáreas

En transición hacia una agricultura regenerativa es la cifra que esperan conseguir las empresas estadounidenses General Mills y Ahold Delhaize, dentro de su cadena de suministro compartida a la agricultura regenerativa. Ambas empresas ayudarán a los agricultores con apoyo técnico y financiero para implementar prácticas de agricultura regenerativa, como cultivos de cobertura y gestión de nutrientes.

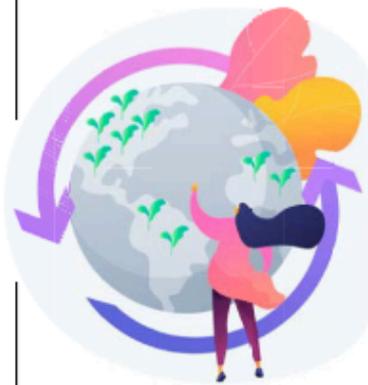


### Xfarm desarrollará la agricultura regenerativa en América Latina, Europa y Asia

Una agricultura más respetuosa con el medio ambiente. Esa es la premisa con que xfarm inició una ronda de recaudación de fondos de la Serie B. Y es que la empresa ha ido cumpliendo con sus objetivos y promesas con un enfoque que ayuda a los agricultores a monitorear las prácticas en las granjas con el fin de que puedan hacer su transición a una agricultura de menor impacto ambiental. "La agricultura regenerativa es compleja", afirmó Matteo Venotti, director ejecutivo de xfarm, añadiendo que "hay que medir, para mostrar no sólo la sostenibilidad ambiental, sino también medir los [beneficios] económicos para los agricultores". La empresa ha cerrado la compra de dos empresas en el último tiempo: la española Greenfield Technologies, que se encarga de caracterizar los suelos y la francesa SpaceSense, que usa los datos satelitales e inteligencia artificial para evaluaciones de sostenibilidad en los campos.

## 2 millones

de hectáreas bajo los manejos de la agricultura regenerativa habrá en 2025, según la firma ADM. Hasta el momento ADM ha realizado la transición de 1,1 millones de hectáreas, trabajando con más de 28.000 agricultores.



### Los diferentes niveles de la agricultura regenerativa

Kynetec, una firma de inteligencia de mercado, ha realizado recientemente un estudio sobre la adopción de la agricultura regenerativa, encontrando que las prácticas, los niveles de habilidades y equipos para realizarlas, e incluso la definición de agricultura regenerativa varían ampliamente de una región a otra, entre los 2.000 agricultores encuestados de Australia, Brasil, China, Alemania, India, Ucrania y Estados Unidos. "Muchos agricultores esperan que la agricultura regenerativa tenga un impacto positivo en el futuro, tanto en términos de sostenibilidad como de productividad, mejoré la productividad y medios de vida", sostiene el informe.

## 71%

de los consumidores

tienen poca o ninguna familiaridad con el término agricultura regenerativa, según un informe elaborado por Consumer Food Insights, de la Universidad Purdue, en EE UU. Pero hay personas que sí saben qué significa, aunque quizás no estén dispuestas a ayudar a pagar precios más altos por este tipo de productos, independientemente si hay o no, beneficios ambientales asociados.