
Diseño Circular de Alimentos

Repensando productos para regenerar la naturaleza



Presentación

“Diseño circular de alimentos - repensando productos para regenerar la naturaleza” es una serie documental de 5 episodios que presenta casos de empresas de Brasil y Colombia que decidieron repensar sus productos y/o cadenas de suministro para que sean benéficos para la naturaleza.

La serie tiene como telón de fondo el informe "The Big Food Redesign", publicado por la Fundación Ellen MacArthur en 2021 y que aportó importantes datos sobre los retos del sistema alimentario actual y el poder que tienen las empresas de alimentación y bebidas y los minoristas para crear un nuevo sistema que ayude a la naturaleza a prosperar.

En la actualidad, el sistema alimentario es el segundo mayor emisor de gases de efecto invernadero después de la generación de electricidad, y la agricultura es responsable del 80% de la deforestación mundial. Además, tan sólo cuatro cultivos aportan el 60% de las calorías mundiales, y apenas se utilizan muchos ingredientes locales relevantes que podrían sustituir a otros de mayor impacto.

Presentación

Sin embargo, el informe también mostraba que las 10 principales empresas alimentarias y supermercados podrían transformar el 40% de la superficie cultivable del Reino Unido y Europa, las regiones analizadas. Esta transformación podría producirse reformulando los productos mediante un “diseño circular”.

Esta serie muestra la relevancia del diseño circular de alimentos para América Latina a través de casos de empresas de Brasil y Colombia. Los episodios muestran las estrategias que están adoptando las empresas para crear y comercializar productos que apoyan la biodiversidad y los biomas locales, ayudan a preservar los bosques y contribuyen a la calidad de vida de los agricultores y las comunidades tradicionales.

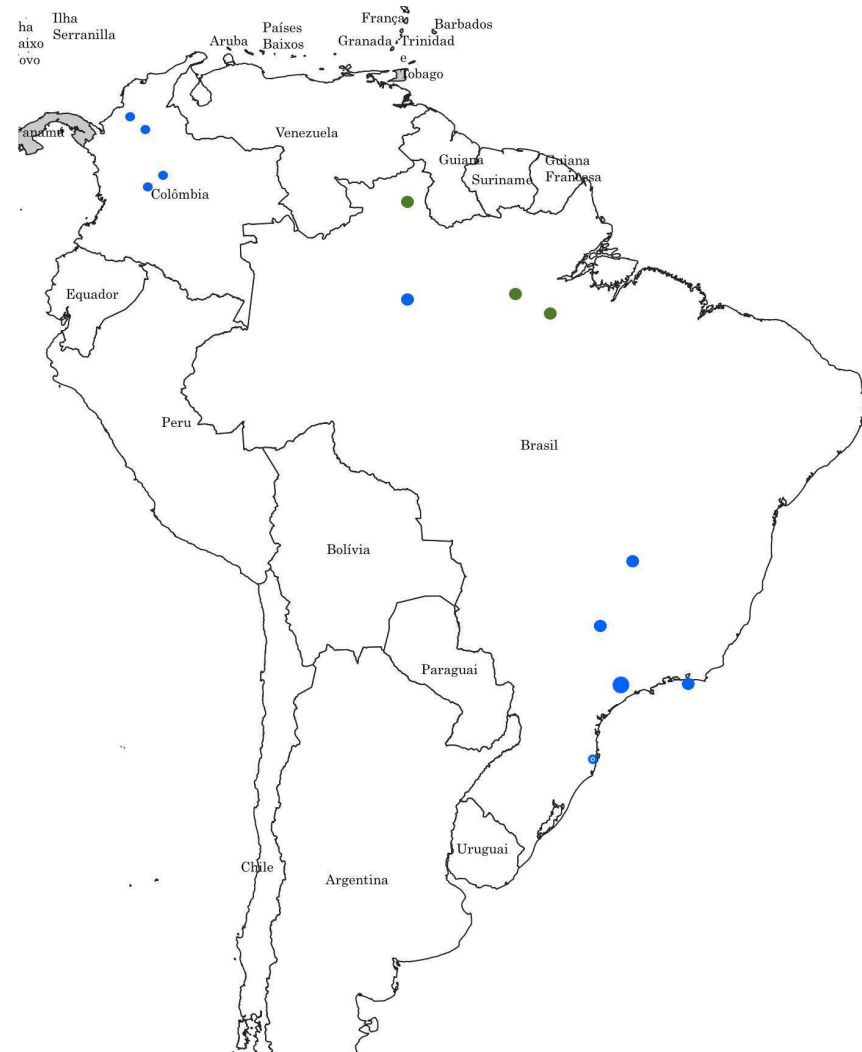
Con estos vídeos pretendemos inspirar a las empresas de la industria alimentaria y a los diseñadores de alimentos para que adopten medidas que conduzcan a un sistema alimentario que ayude a la naturaleza a prosperar. El modelo de diseño circular de alimentos es un marco encomiable en el que se pueden aplicar cambios con este fin.

Contenidos

La serie contó con la participación de 14 organizaciones, incluidas empresas líderes e innovadoras.

El rodaje tuvo lugar en São Paulo, Minas Gerais y Amazonas, en Brasil, y en Bogotá, Ventaquemada y Sincelejo, en Colombia.

Los episodios abordaron aspectos más característicos de América Latina, como la conservación de los bosques, la biodiversidad regional y la agricultura regenerativa a gran escala.



Veamos la serie completa:

Episodio 1

[Desarrollar alimentos para que prospere la naturaleza](#)

Episodio 2

[Cultivar la biodiversidad y la resiliencia](#)

Episodio 3

[Colaborar para preservar el bosque](#)

Episodio 4

[Regeneración de suelos a gran escala](#)

Episodio 5

[Ampliación del mercado de alimentos respetuosos con la naturaleza](#)

Episodio 1

Desarrollar alimentos para que prospere la naturaleza

El episodio introductorio explica qué es el diseño circular de alimentos y por qué es necesario para cambiar el sistema alimentario actual. También presenta brevemente cada uno de los episodios. Este episodio es una introducción y un punto de conexión entre todos los episodios.

El modelo y las cifras presentadas se trataron ampliamente en el informe [The Great Food Redesign](#).

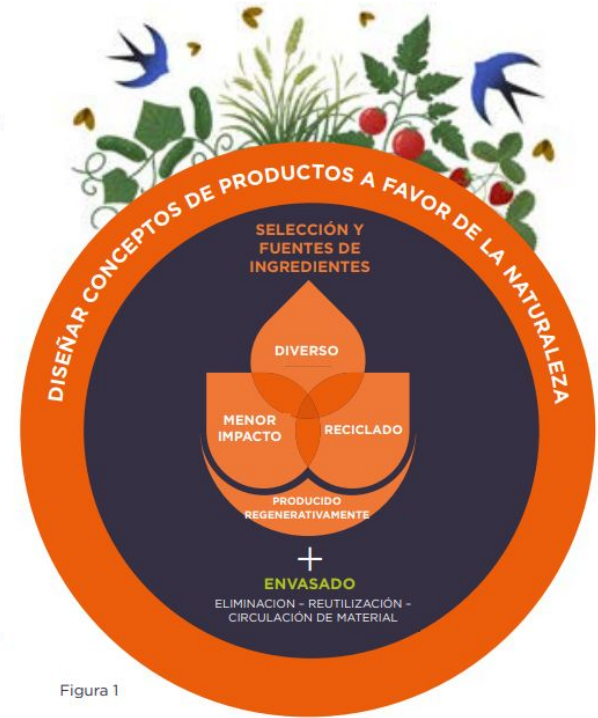


Figura 1

Episodio 2

Cultivar la biodiversidad y la resiliencia

El segundo episodio muestra cómo las empresas pueden aprovechar la biodiversidad local para crear productos alimentarios únicos, apoyando a las comunidades y biomas locales.

Principales entrevistados:

- **Pedro y Judy Briceño - Tesoros Nativos**

Tesoros Nativos es una empresa familiar colombiana que está recuperando especies de patatas autóctonas y vendiéndolas a restaurantes a un precio más elevado, además de desarrollar su propia línea de productos elaborados con patatas autóctonas: aperitivos y cervezas.

- **Alejandro Alvarez - Selva Nevada**

Selva Nevada vende helados, pulpas de fruta e infusiones elaborados con frutas de la biodiversidad colombiana cultivadas en sistemas agroforestales o recolectadas de forma sostenible en los bosques por las comunidades locales.

- **Andrea Mota y João Carlos Jr. - Coca Cola**

"Ojos de la selva" es un programa dirigido por Coca-Cola en el estado de Amazonas (Brasil) para apoyar a las comunidades locales en el cultivo del guaraná. Ofrecen asistencia técnica para los sistemas agroforestales de los socios y condiciones de pago adaptadas.



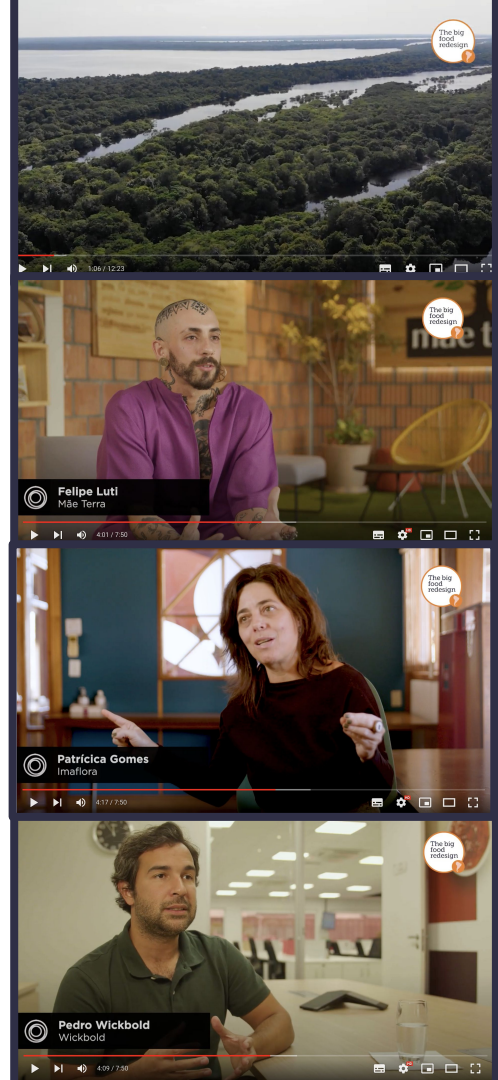
Episodio 3

Colaborar para preservar el bosque

El tercer episodio muestra cómo las empresas de Brasil contribuyen a evitar la deforestación estableciendo asociaciones comerciales éticas entre las empresas y las comunidades tradicionales que viven en la selva amazónica.

Entrevistados:

- **Patrícia Gomes - Imaflora**
Imaflora es la organización que coordina Orígenes Brasil, un programa que pone en contacto a las empresas con los productores de los bosques para establecer asociaciones de comercio justo y facilitar la trazabilidad de los ingredientes.
- **Pedro Wickbold - Wickbold**
Wickbold es una de las empresas que forman parte de la red Origins Brasil y compra nueces de Brasil y otros ingredientes a comunidades tradicionales para incorporarlos a su línea de panes.
- **Felipe Lucci - Mãe Terra**
Mãe Terra ha creado una mezcla para risotto que lleva varios ingredientes amazónicos, entre ellos 11 tipos de setas brasileñas recolectadas por la comunidad indígena yanomami, adquiridas a través de la red Origins Brasil. La empresa también da prioridad a la compra de ingredientes ecológicos y regenerativos, procedentes de pequeños agricultores.



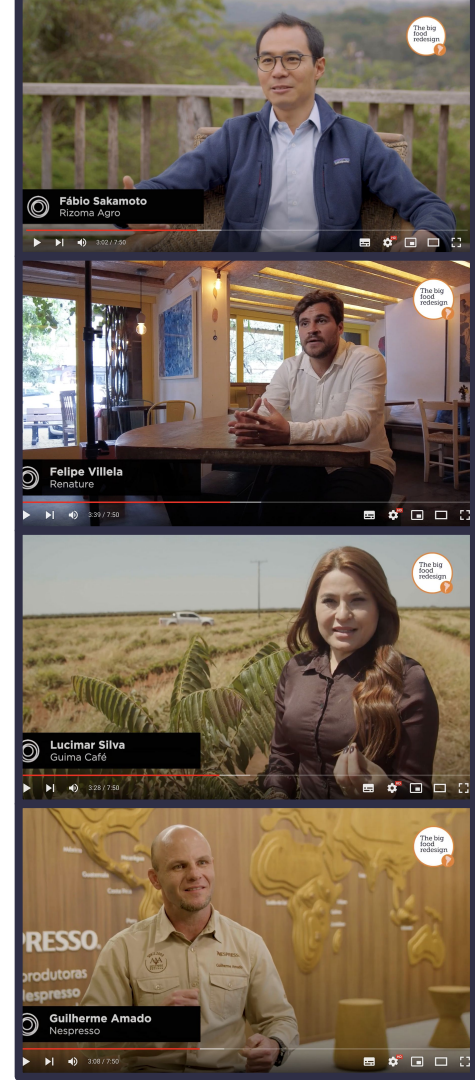
Episodio 4

Regeneración de suelos a gran escala

El cuarto episodio muestra empresas que han incorporado la agricultura regenerativa a su estrategia de desarrollo de productos. Explican los beneficios de este tipo de agricultura y también los retos para que se implante a gran escala.

Entrevistados:

- **Guilherme Amado - Nespresso Brasil**
Nespresso ha puesto en marcha un proyecto pionero para ayudar a los caficultores a pasar a una agricultura regenerativa en Brasil.
- **Lucimar Silva - Guima Café**
Guima Café es una de las explotaciones que abastece a Nespresso y cuenta con proyectos de agricultura regenerativa.
- **Felipe Villela - reNature**
ReNature se ha asociado con Nespresso para poner en marcha el proyecto de agricultura regenerativa en Guima Café. La empresa también tiene proyectos en transición en otros países latinoamericanos.
- **Fabio Sakamoto - Rizoma Agro**
Rizoma Agro es el mayor productor de cereales y leguminosas orgánicas regenerativas de Brasil. También cultivan cítricos (lima y limón) en sistemas agroforestales a gran escala.



Episodio 5

Ampliación del mercado de alimentos respetuosos con la naturaleza

El quinto y último episodio analiza el papel de los minoristas a la hora de hacer llegar estos productos a los consumidores y convertirlos en la norma. Los casos presentados también presentan estrategias para influir en los cambios en las zonas de cultivo.

Entrevistados:

- **Lúcio Vicente - Carrefour Brasil**

Creado en 2018, el movimiento Act for Food del Grupo Carrefour ha comenzado a repensar la cadena alimentaria, al considerar que sus prácticas actuales no serán suficientes para satisfacer las necesidades de una población creciente bajo una crisis climática. Dentro de esta estrategia, una de las iniciativas es traer productos "De nuestra tierra", que son producidos por comunidades locales y ayudan a preservar los biomas locales. Estos productos tienen un espacio y una comunicación diferenciados en el supermercado para atraer a los clientes. Carrefour también facilita el acceso del pequeño agricultor a su espacio en las estanterías, además de ofrecer diferentes condiciones de pago.

- **Romanna Remor - Viva Floresta**

Viva Floresta es un ecommerce centrado en productos regenerativos. Los productos seleccionados para la venta pasan por una curaduría especial. Al realizar una compra, los clientes también pueden destinar un porcentaje del precio pagado a apoyar una explotación agroforestal.

