



¡ÚNETE a CONSUMA NATURALIDAD!

Apoya los productos autóctonos de nuestra tierra, apostando por el mantenimiento de nuestros mercados y la conservación de la biodiversidad.

*con  
suma  
naturalidad*



[www.felixrodriguezdelafuente.com](http://www.felixrodriguezdelafuente.com) [www.consumanaturalidad.com](http://www.consumanaturalidad.com)

Fundación Félix Rodríguez de la Fuente • General Oráa, 29 4º izq.  
28006 Madrid • T 91 389 62 64 • F 91 389 62 73  
[bioclifitecnico@felixrodriguezdelafuente.com](mailto:bioclifitecnico@felixrodriguezdelafuente.com)

Síguenos en Facebook y Twitter





## la Marca de Garantía ..... 4

- finalidad ..... 4
- aplicación ..... 5
- beneficiarios ..... 5
- canon ..... 6
- por qué surge esta Marca ..... 7
- datos que apoyan la Marca ..... 8



## campaña de comunicación ..... 10



## beneficios ..... 14



## proyecto ConSuma Naturalidad ..... 16



## la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente ..... 18

ConSuma Naturalidad es una iniciativa de la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente promovida por el Instrumento Financiero para el Medio Ambiente LIFE+ de la Unión Europea.

Se trata del único proyecto LIFE+, en la modalidad de Campañas de Comunicación e Información, aprobado en España en la Convocatoria 2009.




# la Marca de Garantía ConSuma Naturalidad

La **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad**, cuyo titular es la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente, constituye una herramienta fundamental en la diferenciación de los productos a los que ampara, dando al consumidor elementos de información complementaria sobre biodiversidad para facilitar una decisión de compra más comprometida y responsable.

**Garantiza el origen de la materia prima del producto** (razas autóctonas de ganado y especies o variedades vegetales autóctonas o locales en la Red Natura 2000 del territorio español), tanto en fresco como transformado, su calidad y características organolépticas excepcionales y **su relación con la conservación de la biodiversidad** silvestre, los ecosistemas, las tradiciones, la cultura rural y el paisaje humano y natural de nuestro país.

## finalidad



Sus principales objetivos son:

-  **Poner en valor** los productos derivados de nuestras razas autóctonas de ganado y especies o variedades vegetales autóctonas o locales.
-  Promover entre los consumidores el concepto de **consumo responsable para conservar la biodiversidad**.
-  **Aportar información a los consumidores** sobre la relación que existe entre la biodiversidad productiva y la biodiversidad silvestre.



## aplicación

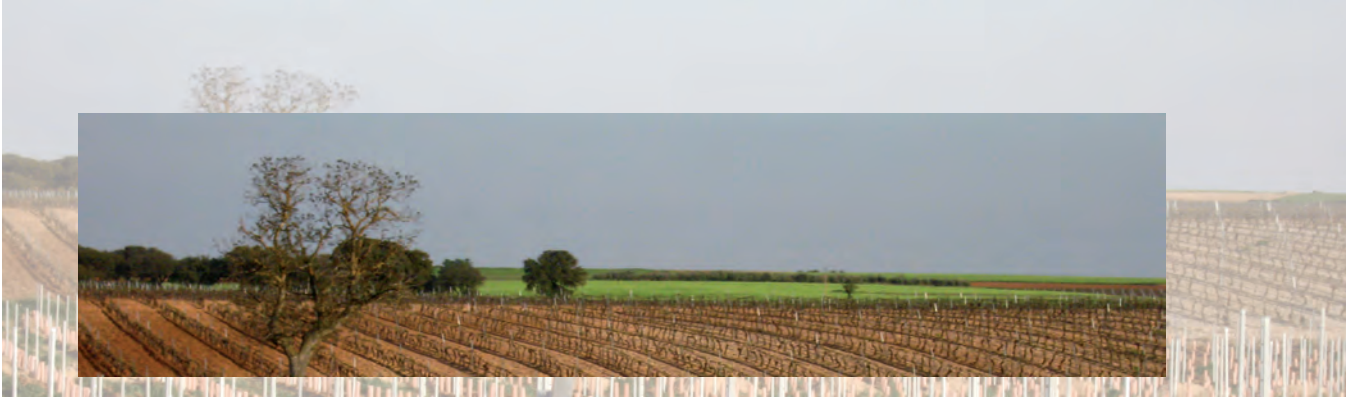
La Marca se aplicará:

-  **En etiquetas** de los productos en fresco o transformados.
-  **Como identificación** al productor, industria, cooperativa, distribuidor o restaurador que trabaje con productos de la Marca.

## beneficiarios

Pueden asociarse a la Marca:


-  **Productores y transformadores** de productos procedentes de razas autóctonas de ganado y especies o variedades vegetales autóctonas o locales.
-  **Distribuidores** de estos productos (cooperativas de consumo, mayoristas, minoristas, comercios,...).
-  **Restauradores** que elaboren recetas con estos productos (bares, restaurantes, hoteles, alojamientos,...).




## canon

## por qué surge esta marca

La **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad** está sujeta a un canon definido por:

 Una cantidad variable para las explotaciones agrarias, industrias, cooperativas, distribuidores, comercios y establecimientos de restauración que trabajen con productos de la Marca.

 Una cantidad que será calculada en función del número de referencias etiquetadas con la Marca.

Las empresas que se adhieran a la **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad**, abonarán dicho canon en concepto de **licencia de marca**, en la cantidad que se establezca en las tarifas aprobadas por la **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente**, fijadas en función de criterios objetivos de capacidad de producción y venta.

La **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad** ha sido registrada en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y posee una tramitación complementaria en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), conforme a lo dispuesto en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

La **biodiversidad** constituye la **variedad de seres vivos** presentes sobre el planeta, sus **diferencias genéticas** y el conjunto de **ecosistemas** que habitan.

El valor esencial de la biodiversidad reside en constituir el **resultado de un proceso natural complejo de evolución y adaptación de las especies** a lo largo de un período muy extenso de tiempo, con la **influencia del ser humano** como factor importante en multitud de ocasiones.

La **biodiversidad** de especies y ecosistemas, en muchas zonas geográficas, **está estrechamente relacionada con la actividad humana**, en especial la agraria, responsable de la **gestión** de buena parte del **territorio**.

La **erosión genética** sobre la biodiversidad productiva, tiene como consecuencia la **desaparición de especies y variedades de plantas cultivadas y razas autóctonas de animales domésticos** perfectamente adaptadas al medio natural en el que se originaron.

La **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad** responde a la necesidad de **evitar la pérdida de nuestra biodiversidad productiva** poniendo en valor sus productos, promoviendo el mantenimiento de su producción y el fomento de su consumo.



#### RAZAS AUTÓCTONAS DE GANADO Y ESPECIES O VARIEDADES VEGETALES AUTÓCTONAS O LOCALES.

La pluralidad de animales domésticos y de plantas seleccionadas durante milenios, y presentes además en la cultura y gastronomía tradicionales, constituyen la base de los recursos genéticos a los que la humanidad puede recurrir ahora y en el futuro para obtener alimentos.

Rasgos genéticos de adaptación de las diferentes razas, especies y variedades a las áreas de uso tradicional (resistencia a plagas, enfermedades, sequías, inundaciones, temperaturas extremas...), garantizan la alimentación humana y beneficios para la agricultura y ganadería, en un escenario de alta incertidumbre debido a fenómenos como el cambio climático o los desastres naturales.



## datos que apoyan la Marca

España es uno de los países europeos con mayor biodiversidad y superficie de Red Natura 2000.

Sin embargo, la ciudadanía desconoce que **nuestro país pierde anualmente un 5%** de razas ganaderas y variedades vegetales destinadas a la producción de alimentos, fundamentalmente.

Tampoco es muy conocida la estrecha relación que este hecho tiene con la pérdida de biodiversidad silvestre, ecosistemas y paisajes de alto valor ecológico, ligados a métodos de producción sostenible en áreas de Red Natura 2000.

La **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente** ha realizado un estudio de opinión entre agentes clave del territorio, relacionados con la producción agroalimentaria, y entre consumidores, obteniendo las siguientes conclusiones:

## opiniones de los agentes del territorio

Fotografía: Rosa Basurto©



Cerca del 98 % de los agentes clave del territorio están preocupados por el actual estado de nuestro patrimonio natural y la biodiversidad.

El 90% cree que los hábitos de consumo de la sociedad pueden afectar al deterioro del medio ambiente y con ello a la pérdida de biodiversidad.

Valoran positivamente la iniciativa ConSuma Naturalidad, por su objetivo de dar a conocer y promover el consumo responsable (cerca del 94%) y la conservación de la biodiversidad (más del 96%).

Identifican los problemas económicos y de comercialización como la principal barrera para los productores que pretenden conservar el medio ambiente y la biodiversidad.

## opiniones de los consumidores



Cerca del 84% de los consumidores están preocupados por la situación actual de nuestro patrimonio natural y biodiversidad.

Un 57% considera que sus hábitos de consumo pueden afectar de forma significativa a la pérdida de biodiversidad. Y más del 68% se interesa por el origen de los productos y esto condiciona su decisión de compra.

Más de la mitad de la población sabe que existen programas de conservación de nuestras especies protegidas, fundamentalmente del quebrantahuesos, lince ibérico, oso pardo y lobo.



# campaña de Comunicación



El lanzamiento de la **Marca de Garantía ConSuma Naturaleza** lleva asociado una innovadora **campaña de comunicación** dirigida a los consumidores, profesionales, prescriptores y medios de comunicación, con el objetivo de proporcionarles información y promover su participación activa en la conservación de la biodiversidad.

## acto de presentación

Esta Campaña se inició con un acto de presentación de la iniciativa **ConSuma Naturaleza**, celebrado el 27 de septiembre de 2011 en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, contando con la **presencia de numerosos colaboradores** del ámbito científico y divulgador, agentes del territorio vinculados al desarrollo rural y la producción agropecuaria, representantes de la administración estatal y europea, y medios de comunicación, y con una degustación final de una receta elaborada con materias primas procedentes de nuestra biodiversidad productiva.

## video corporativo

En el que se **explica**, de forma animada, la **relación** que existe entre los **productos** que consumimos y la conservación de los **recursos naturales** y la **biodiversidad**.

[10]

## talleres en el territorio

Desarrollo de diversos talleres con agentes del territorio **involucrados en la producción y promoción** de productos derivados de especies y variedades autóctonas y locales, con el objetivo de informarles sobre las acciones y beneficios de la iniciativa, fomentando su incorporación a la **Marca de Garantía ConSuma Naturaleza**.

## página web

Página web [www.consumanaturalidad.com](http://www.consumanaturalidad.com) orientada a mantener a los **usuarios informados** sobre el avance de la iniciativa, así como servir de herramienta de trabajo y colaboración para los grupos de interés.

## guía móvil

Aplicación para móviles que permite obtener **información geolocalizada sobre puntos de venta y restauración** en los que se puede comprar o consumir productos **ConSuma Naturaleza**.



[11]



Fotografía: GDR Ancares Caurel©

## códigos QR

Incorporación de Códigos QR en las **etiquetas e identificaciones señalizadas** con la **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad**, permitiendo al consumidor disponer de forma inmediata, a través de su teléfono móvil, de información *online* específica sobre el producto, la especie o variedad autóctona o local de la que procede y su relación con la biodiversidad silvestre o el proyecto y sus actividades.



## documentales promocionales

Grandes documentales sobre ganadería y agricultura, desarrollo rural, conservación de especies, ecosistemas, producción y consumo de productos alimentarios basados en nuestras razas autóctonas de ganado y especies o variedades vegetales autóctonas o locales, **rodados en nuestro territorio**.

## jornada para restauradores

Jornada en la Universidad Gastronómica del País Vasco (Basque Culinary Center, BCC), desarrollada mediante **diálogos –maridajes excepcionales–**, entre algunos de los principales chefs de renombre internacional y expertos en medioambiente y/o comunicación medioambiental, para dibujar el paisaje a través de recetas elaboradas con materias primas derivadas

[12]






de nuestra biodiversidad productiva y debatir sobre cómo llevar a la sociedad el mensaje **ConSuma Naturalidad** desde el sector de la restauración.

## descubriendo el paisaje

Folleto con **rutas diseñadas utilizando los itinerarios de los viajes que se realizan a través de los medios de transporte más habituales** en los que anualmente transitan millones de personas (principalmente en autobús y tren), donde se pueden encontrar las especies que garantizan el mantenimiento del paisaje y la biodiversidad en España, publicitando además los productores adscritos a la Marca que se encuentren en esos corredores de transporte.

## otras acciones de comunicación

-  Asistencia a **Ferias agroalimentarias** para presentar la iniciativa.
-  Producción de **materiales promocionales** y de *merchandising* como folletos informativos, marcapáginas, bolsas, delantales, etc.
-  **Publicidad en espacios públicos**, mediante el uso de soportes de mobiliario urbano, paneles publicitarios, marquesinas y vehículos del transporte público.



[13]

# los Beneficios

Las acciones de campaña para los consumidores y la difusión de la **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad** impulsarán el incremento de las ventas de estos productos, así como el mantenimiento de las producciones basadas en nuestra biodiversidad productiva.

La preferencia del consumidor por los productos **ConSuma Naturalidad** dará como resultado que productores, transformadores, distribuidores y restauradores apuesten por los mismos para **mejorar sus negocios**, contribuyendo además a la conservación de la biodiversidad.

**CONSUMA NATURALIDAD** es una marca creada por la **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente** y avalada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Gracias a la marca **CONSUMA NATURALIDAD** los productos que la lleven gozarán de una **mayor visibilidad para el consumidor**.

**CONSUMA NATURALIDAD** busca establecer un criterio de **consumo responsable** entre los consumidores, a partir de una ambiciosa **campana de información y promoción** de sus productos.



[14]



[15]





# proyecto ConSuma Naturalidad



El desarrollo de la **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad** se encuadra en el proyecto BIOC x LIFE de la **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente**, promovido por el Instrumento Financiero para el Medio Ambiente LIFE+ de la Unión Europea, con el **objetivo** general de **fomentar la conservación de la biodiversidad productiva y silvestre**, impulsando la producción y el consumo de productos derivados de razas autóctonas de ganado y especies o variedades vegetales autóctonas o locales **producidas en nuestro país**.

El proyecto se desarrolla en **tres líneas de actuación** con el fin de contribuir al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, del paisaje, de la cultura y las tradiciones, evitando que se abandonen áreas tradicionales de producción y su actividad económica:



## Promoción de canales de comercialización:

- Selección de especies, variedades y productos.
- Desarrollo de la **Marca de Garantía ConSuma Naturalidad**.
- Elaboración de un sistema de calificación adicional.



## Trabajo con los agentes del territorio

- Encuesta.
- Creación de una base de datos.
- Campaña de información para los agentes.



## Divulgación de la importancia del consumo de los productos **ConSuma Naturalidad**, para la conservación de la biodiversidad

- Encuesta a la población.
- Portal Web y acciones de divulgación y comunicación.
- Campaña de información a consumidores.



# la fundación Félix Rodríguez de la Fuente

La **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente (FFRF)**, titular de la **Marca de Garantía ConSuma Naturabilidad**, es una entidad privada, sin fines de lucro, independiente y de interés público, constituida en 2004 con el objetivo fundamental de **salvaguardar y proyectar el legado del gran naturalista**.

**Implicar a la sociedad en una participación activa** en las soluciones y construir un futuro de convivencia y equilibrio con el medio natural.

## nuestra Misión

Concienciar a la sociedad para que se implique en generar un cambio que mejore y enriquezca la vida del hombre, en el sentido más profundo de la palabra, y la de la tierra que lo sustenta.

## nuestros Objetivos

**Difundir el legado documental que Félix Rodríguez de la Fuente** dejó tras años de intensos y reconocidos trabajos en la conservación, estudio y difusión del hombre y su entorno natural.

**Identificar y poner en red actores relacionados con la ciencia y el medio natural** en nuestro país.

Desarrollar **actividades de comunicación que conciencien al público** sobre la trascendencia de restablecer una relación constructiva y sostenible con el medio natural.

## líneas Estratégicas

### El Hombre y la Tierra.

Reconocer a personas o grupos de personas que viven cerca de la tierra, de sus recursos y velan por su cuidado.

### La Huella de Félix.

Recuperar el legado de Félix Rodríguez de la Fuente y revitalizarlo.

### Concienciados.

Acercar a la sociedad cuestiones relativas al conocimiento científico y natural.

## nuestra Visión

Es la de Félix: “ser un espacio independiente de referencia para el encuentro y la comunicación de todos los agentes del ámbito urbano, rural y natural, relacionadas con la biodiversidad, con el objetivo de trabajar en común por la conservación y la gestión sostenible del territorio”.

