

## **Bioplaneta: una opción para la comercialización de productos orgánicos**

Bioplaneta A.C., es una organización no gubernamental que surge de la necesidad de crear un canal estable de promoción y comercialización de productos y servicios que cumplan con dos criterios básicos: **comercio justo y producción orgánica sustentable**.

Además es una propuesta alternativa para abordar el ciclo producción-capacitación-abasto-consumo con base en una concepción y estrategia diferente a las de la economía de mercado convencional.

### **PREMISAS BASICAS**

#### **Sustentabilidad**

Toda actividad productiva o comercial debe promover o propiciar la conservación y/o rehabilitación ambiental; a su vez toda actividad de conservación ambiental deber ser sustentable.

#### **Equidad cultura**

Toda manifestación de cultura, ya sea global, local regional o tradicional tiene el mismo valor. El intercambio entre las diferentes culturas nos enriquece a todas. Los valores culturales que propician la sustentabilidad y el bien común, son el eje de unión entre las culturas.

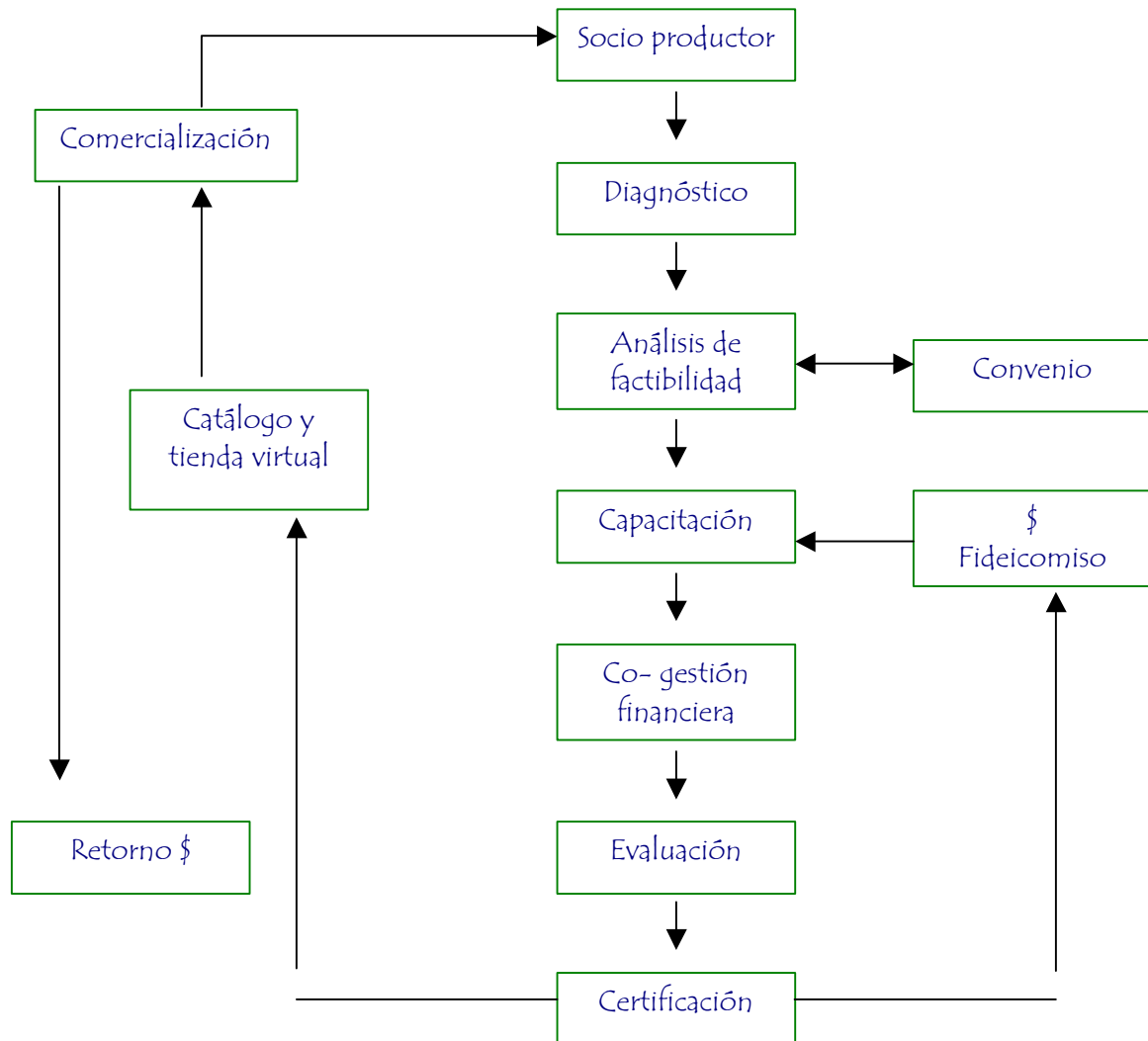
#### **Equidad en la valoración del trabajo/producto**

El costo de un producto no puede limitarse al valor del mercado (en la concepción actual del libre mercado) sino que en este se debe incorporar una valoración equilibrada de: la justa distribución de los beneficios, el trabajo físico, el trabajo intelectual, la habilidad personal o grupal, la tecnología y la riqueza por factores culturales, naturales y ecológicos.

## TEMAS PRIORITARIOS

- Areas ambientales prioritarias por su biodiversidad o que influyen en el cambio climático global (sumideros de carbono: selvas tropicales, humedales, etc.)
- Promoción y consolidación de un comercio justo y sustentable
- Promoción de la salud personal, social y ambiental

## FLUJO DEL PROCESO





Desde hace varios años diversos grupos y personas con la misma visión han buscado promover y consolidar una Red de organizaciones e instituciones que capaciten a productores rurales sustentables, vincular al sector productivo primario con el industrial y el consumidor especial, con el fin de estimular los procesos de inversión y comercialización a escala nacional e internacional. La estrategia para realizar estos vínculos deberá partir del compromiso y la participación responsable de los sectores participantes, lo que permite abatir costos en la producción y contar con calidad y puntualidad, así como con una adecuada planificación.

Con el fin de solucionar el cuello de botella que es la comercialización de algunas de las pequeñas y medianas unidades de producción, en general asociadas a programas u organizaciones de los diferentes productores, se inicia un trabajo conjunto con diversas instituciones y agrupaciones, en la búsqueda de alternativas comerciales no convencionales, como es la elaboración de un catálogo virtual en Internet.

Este plan busca dar algunas soluciones locales al problema de la comercialización y para ello, traduce la participación en responsabilidad de la comunidad y en compromiso para vigilar un proceso de apropiación de recursos y prácticas de manejo sostenibles, articulando esfuerzos de diversos sectores y grupos de la sociedad. Tiene una visión integral que incorpora, tanto la perspectiva sobre vida digna, libre mercado, comercio justo y sustentable, como la de conservación y rehabilitación ambiental de áreas prioritarias, así como el aspecto de género y de los diversos grupos étnicos del universo que atiende.

La ventaja de orientar los esfuerzos de esta naturaleza, se debe a que es en el pequeño productor orgánico y sustentable en donde radica la fuerza y el interés por comercializar productos que provengan de procesos de producción sostenible, es decir, productos cultivados, elaborados y realizados de tal forma que no alteren en forma negativa, el entorno natural en el que se producen.

