

Homero Blas Bustamante

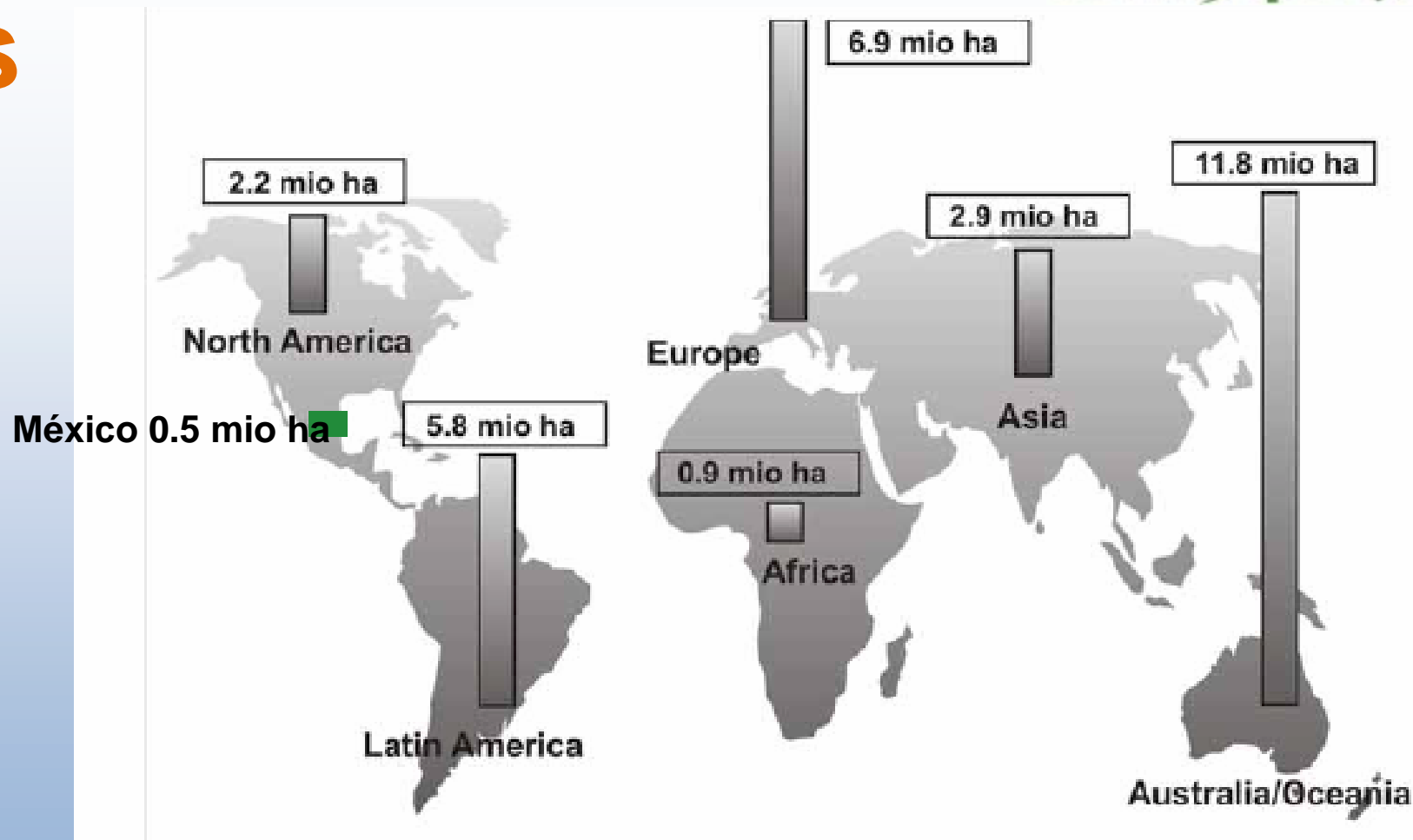


# Consejo Nacional de Productos Orgánicos (CNPO)



## Consejo Nacional de Promoción

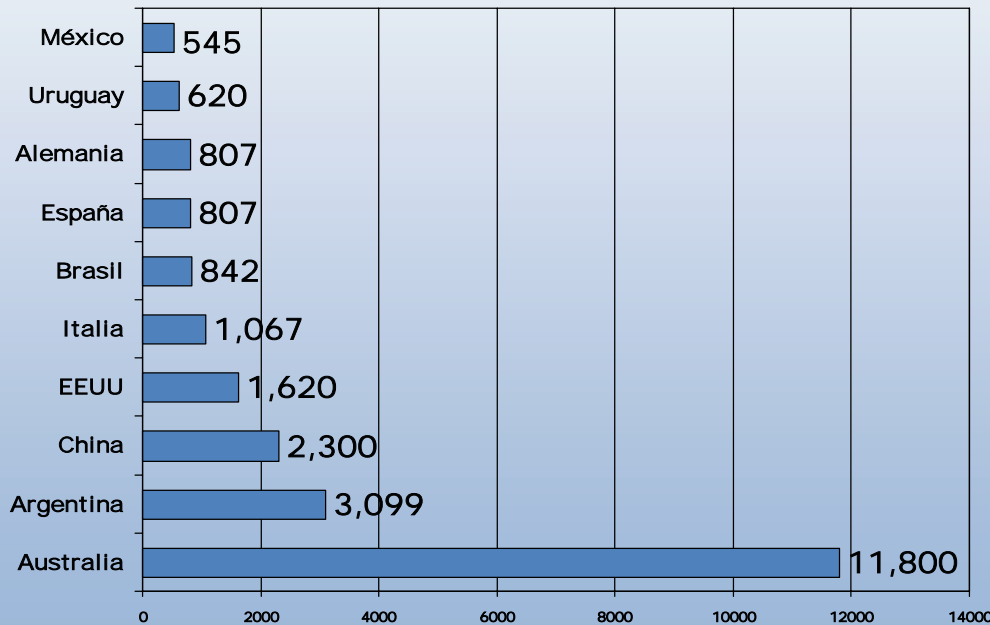
# 31 Millones de Has



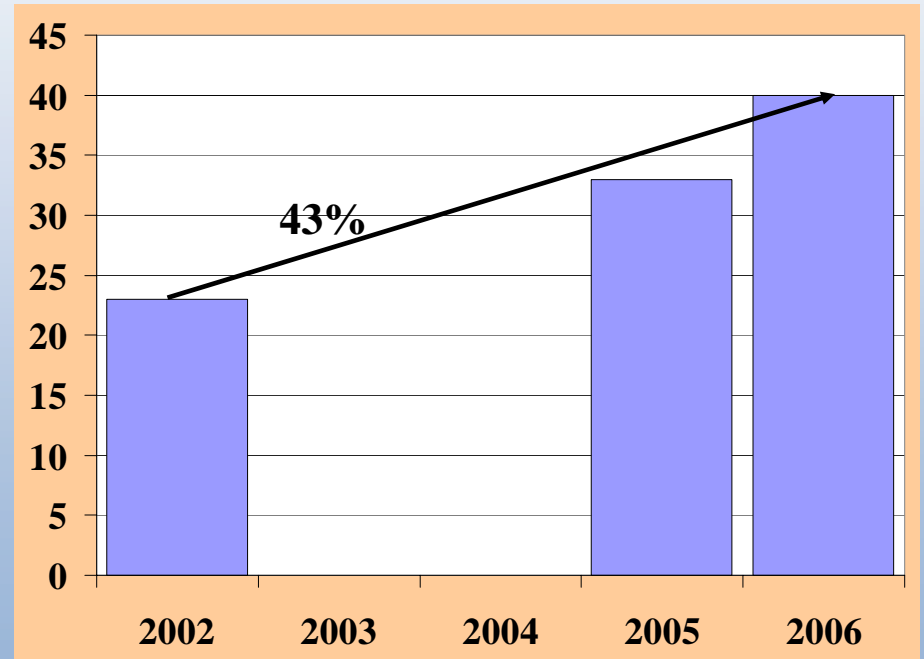
Fuente del gráfico: IFOAM

# 43% CRECIMIENTO 2002 a 2006

Principales Países por superficie (en miles)  
2007



Ventas Mundiales



Fuente: FIBL ,2007. Graficos CIESTAAM

POR UN...



# MEXICO ORGANICO

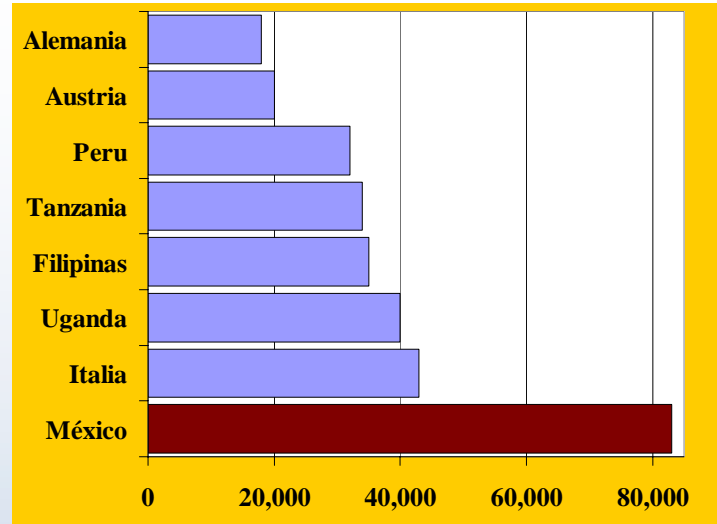
ME  
XI  
CO



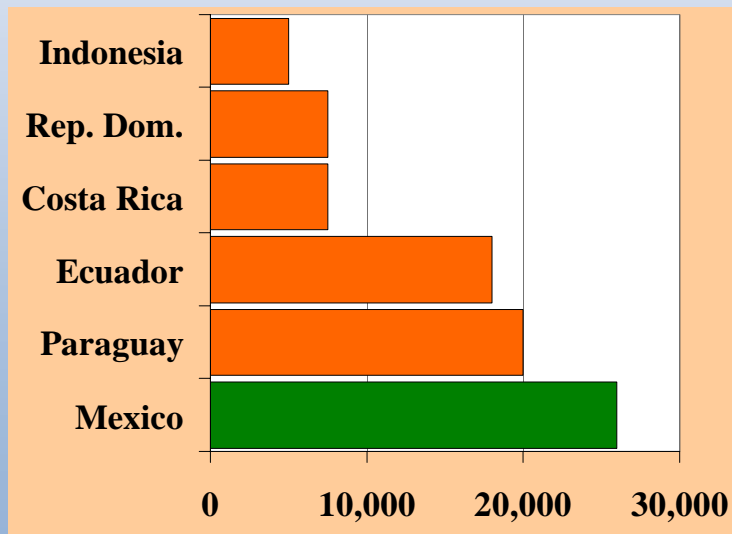
Sociedad Mexicana de Producción Orgánica AC

[www.somexpro.org](http://www.somexpro.org)

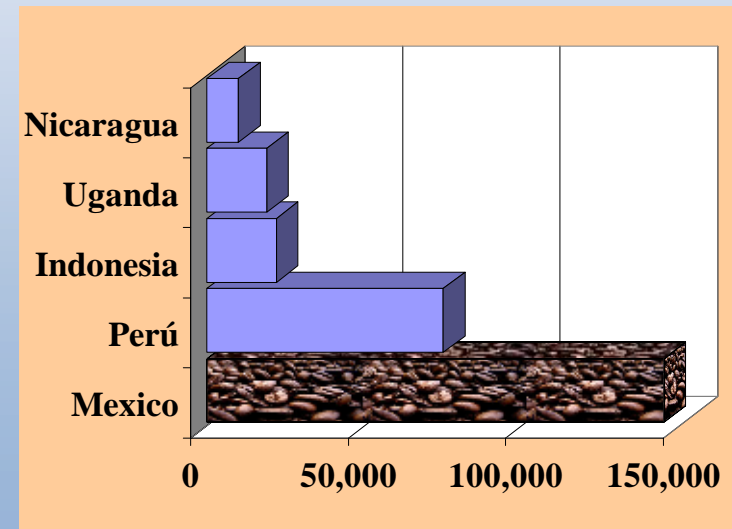
## PRODUCTORES



## FRUTAS



## CAFE

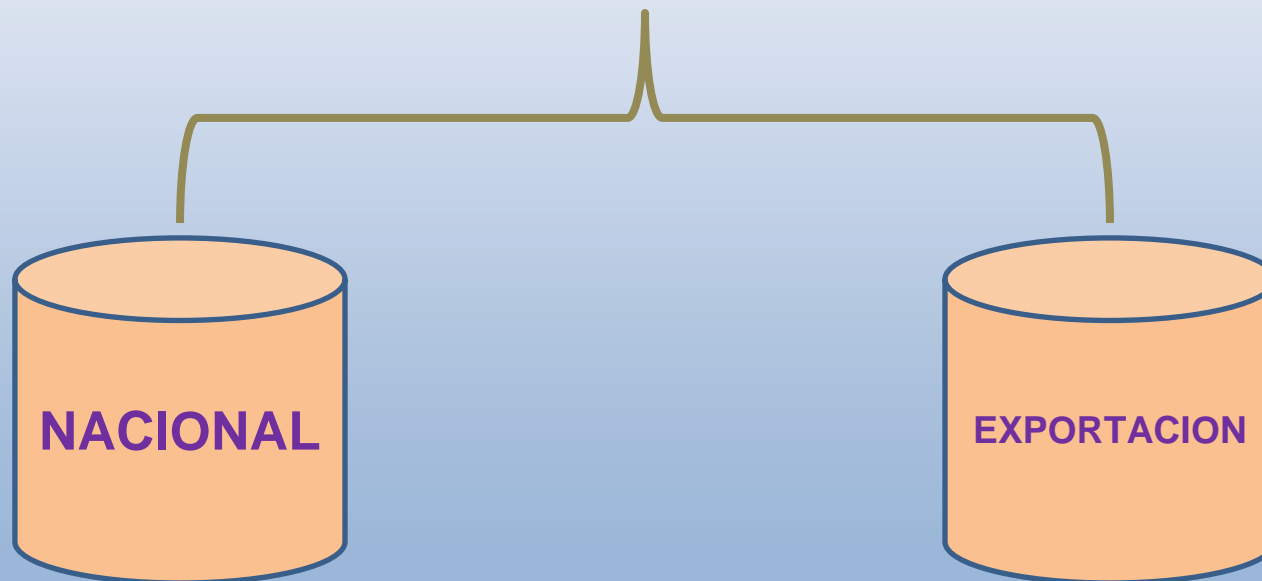


Gráficos de CIESTAAM

# BASES PARA LA PROMOCION

**MISMOS CRITERIOS PARA LA PRODUCCION**

**CERTIFICADO ORGANICO  
MEXICANO - LPO**



CONSEJO NACIONAL DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

# PRINCIPIOS

La producción orgánica se basa en:

1. El Principio de la salud
2. El Principio ecológico
3. El Principio de equidad
4. El Principio precautorio

# NACIONAL

1. Producción

2. Alimentación/Consumo

3. Organización

4. Certificación

5. Educación

6. Comercialización

Inmediato: Exporganicos- Consejo Nacional - PROMOCION

Sociedad Mexicana de Producción Orgánica AC



[www.somexpro.org](http://www.somexpro.org)



# ACTORES (gráfico de Pablo Muñozledo-Somexpro)



# INTERNACIONAL



## OPORTUNIDADES Y RETOS:

1. CALIDAD “MEXICO ORGANICO” USANDO EL DISTINTIVO NACIONAL
2. SISTEMA DE CONTROL CONFIABLE
3. EQUIVALENCIAS DEL SISTEMA DE CONTROL NACIONAL
4. PRODUCTOS TERMINADOS / VALOR AGREGADO
5. CONGRUENCIA CON LOS PRINCIPIOS

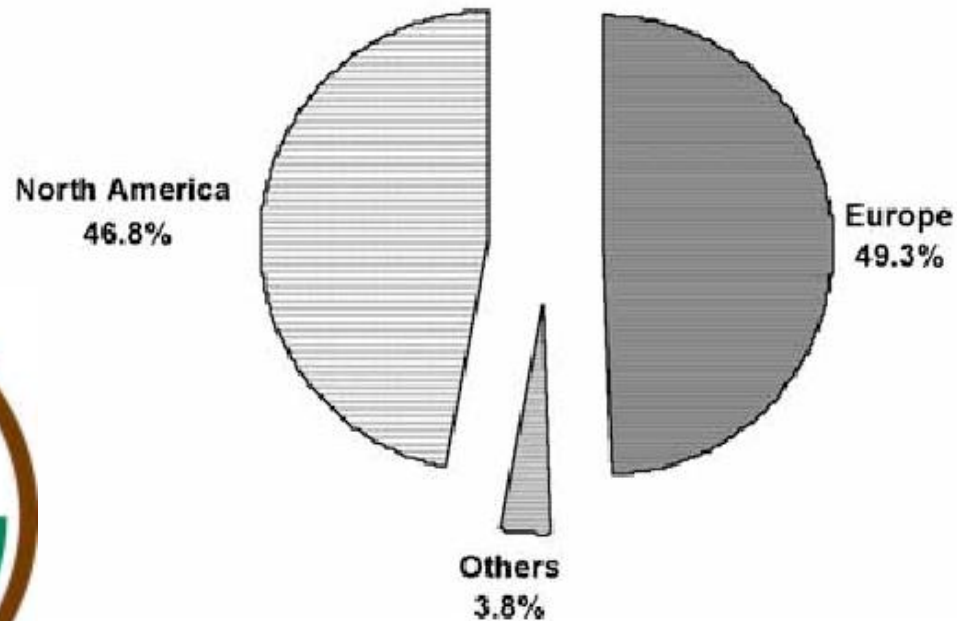
### Inmediato:

Atraer expos internacionales (Ej. BIOFACH México)

Participación conjunta en expos internacionales / Reglamentación

# Mercados importantes de orgánicos en el mundo

(Fuente: IFOAM).



# Sembrando un México Orgánico

Sept. 21-22  
2007



FORO NACIONAL 2008:

# Cosechando un México Orgánico

Objetivo:  
**Consumidor y  
credibilidad**



# Conclusiones:

1. México puede posicionarse como líder en América Latina en materia de productos orgánicos, si decide convertirse en el principal consumidor y luego proveedor de productos orgánicos a nivel internacional.
2. Las estrategias de promoción deben ser con la finalidad de concientizar a los productores y consumidores para adoptar prácticas de producción y consumo compatibles con la conservación del medio ambiente y socialmente responsable.
3. Se requiere avanzar en lo inmediato en la conclusión de las bases jurídicas que regularán los productos orgánicos que el consejo promoverá.
4. En esta primera fase de promoción se requiere la participación de todos los actores, además de los que intervienen en la cadena productiva, se debe incluir a los consumidores, instituciones de educación e investigación.



# SOCIEDAD MEXICANA DE PRODUCCION ORGANICA A. C.

[www.somexpro.org](http://www.somexpro.org)

Indianápolis # 70, Col. Nápoles, México D.F. C.P. 03810 Tel (55) 50254410  
Correo Electrónico [info@somexpro.org](mailto:info@somexpro.org)