



## **Orientaciones para el suministro de información relativa a la sostenibilidad de los productos**

### **Herramienta de autoevaluación**

*Este cuestionario fue traducido al español por el equipo que apoya el proyecto Impulsando el Consumo Sostenible en América Latina (ICSAL) en Costa Rica*

#### **Objetivo**

Esta es la versión impresa de la herramienta de autoevaluación basada en las Orientaciones de las Naciones Unidas para proporcionar información relativa a la sostenibilidad de los productos. El objetivo principal de esta herramienta es ofrecer una oportunidad para que las organizaciones se autoevalúen y mejoren la forma en que se comunican con los consumidores sobre la sostenibilidad del producto (a través de declaraciones de marketing, etiquetas, normas voluntarias, declaraciones de productos, etc.). Esta herramienta también sirve como herramienta de evaluación comparativa para las organizaciones que actualmente están desarrollando información sobre la sostenibilidad de nuevos productos. En última instancia, con esta herramienta de autoevaluación, el Programa de información al Consumidor tiene como objetivo alentar a las organizaciones a alinear sus comunicaciones de sostenibilidad de productos con las Orientaciones, creando una comunidad internacional de buenas prácticas. El objetivo de esta herramienta es que usted promueva un proceso de reflexión dentro de su propia organización y equipos, obteniendo conocimientos e ideas sobre cómo mejorar su trabajo actual.

#### **Cómo completar la herramienta**

Esta herramienta sirve como una lista de verificación que sigue los 10 principios de las Orientaciones y le permite analizar una información de sostenibilidad de un producto específico (una afirmación) de su elección (existente o en desarrollo).

Dado que las preguntas cubren diferentes aspectos de una afirmación (metodología, participación de las partes interesadas, comunicación, etc.), puede ser necesario que se comunique con otros departamentos relevantes en su organización.

Debe proceder de la siguiente manera:

1. Incluya su información personal y seleccione la afirmación de sostenibilidad del producto que analizará en el ejercicio (las declaraciones pueden adoptar varias formas, como etiquetas, estándares voluntarios y certificación, declaraciones de productos, calificaciones, declaraciones de marketing, huellas, evaluaciones del ciclo de vida, y otras



- formas de comunicarse con los consumidores sobre cuestiones ambientales, sociales y económicas relacionadas con los productos).
2. Progresar a través de la herramienta de autoevaluación reflexionando sobre la afirmación en relación con la mentalidad de las Orientaciones.
  3. Avances en la reflexión sobre la afirmación en relación a los Principios Fundamentales.
  4. Avanzar hacia los Principios Aspiracionales.
  5. ¡Aprende, reflexiona y crece!

Si surge alguna pregunta en algún momento, puede ponerse en contacto con nosotros en [ciscp@un.org](mailto:ciscp@un.org).

Información general del participante	
Género	
Nombre	
Apellidos	
Posición en la empresa	
Nombre de la empresa	
Sector al que pertenece	
Cantidad de empleados	
Producto con el que desea participar	
País/es en el que la empresa/organización tiene su sede	
País donde se vende el producto (si no a nivel mundial)	
Dirección de correo electrónico	
Teléfono:	
Dirección	
Sitio web (opcional)	
Producto con el que desea participar	
Nombre del producto	
¿Ha realizado para ese producto un Análisis de Ciclo de Vida (ACV)?	
¿Su producto ha sido desarrollado desde el punto de vista de pensamiento de Ciclo de Vida (ACV)?	

Especifique ¿qué etapas de la vida del producto puede/desea evaluar?	
Análisis de Hotspots	
Especifique cómo se identificaron los puntos críticos	
<b>Integración de la sostenibilidad</b>	
¿Cómo se ha incorporado la sostenibilidad en este producto?	
Los análisis de sostenibilidad ¿son específicos para el producto para que los consumidores puedan distinguir el nivel de producto y la información de marca?	
¿Cómo se hace?	
<b>Principios Fundamentales</b>	
<b>Principio de Fiabilidad:</b>	
1a) ¿Existe una base científica en su proceso de sostenibilidad y lo que se ha medido o evaluado?	
1b) ¿Los gobiernos, las ONG o los competidores son seleccionados, las normas y los datos aprobados o aplicados; o proporcionados o respaldados por instituciones científicas fiables?	
1c) ¿Cómo verificó la información/datos?	
1d) Si la meta ambiental se basa en un cambio esperado en el comportamiento de los consumidores (por ejemplo, mejorar la huella ambiental mediante el uso de menos detergente o tasas de reciclaje más altas), ¿qué proporciona la evidencia del cambio de comportamiento? Las pruebas	

podrían ser proporcionadas por investigaciones/encuestas de consumidores primarios, casos comparables, estudios científicos, encuestas de consumidores de terceros o suposiciones, por ejemplo.	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su producto cumplir con el principio?)?	
Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto cumple con los principios de sostenibilidad, o los desafíos más importantes que ha reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Principios de Pertinencia</b>	
2a) Analice desde el punto de vista ambiental, el rendimiento de su producto. Puede asegurarse de que si ha definido previamente hotspots - o aspectos relevantes - del producto mediante la realización de evaluaciones del ciclo de vida o estudios de huella?	
2b) ¿Existen otros aspectos importantes de sostenibilidad en los que el producto está o podría estar funcionando mal?	
2c) ¿El rendimiento del producto, en el que se basa la etiqueta, supera los requisitos reglamentarios de los grupos de producción y (cuando sea necesario) también de los países de consumo?	
En general, ¿es fácil para su producto cumplir con el principio?	

<b>Principio de Claridad</b>	
3a) La conexión entre la etiqueta y el producto es lo suficientemente clara como para que los consumidores no puedan pensar que la etiqueta también es válida para productos similares/todos de la misma marca	
3b) Los límites de la etiqueta se inician claramente.	
3c) Todos los métodos visuales de comunicación (por ejemplo, símbolos, pictogramas) son claros e inequívocos	
3d) La información es clara y concisa	
3e) El lenguaje simple y no técnico se utiliza para la información basada en texto para que los consumidores puedan entenderla fácilmente.	
3f) Las imágenes se utilizan de una manera que no es probable que esté mal	
3g) La etiqueta no es exagerada	
3h) ¿Están disponibles detalles adicionales en otros lugares (por ejemplo, en línea) para apoyar una mejor comprensión de la etiqueta (más detallada, la información técnica se puede hacer disponible aquí para aquellos que la buscan; véase también Principio 5: Accesibilidad)?	
3i) Para información cuantitativa: ¿Se proporciona el contexto o un sistema de referencia, para que los consumidores puedan comprender mejor el impacto de su consumo (por	

ejemplo, comprender una huella de carbono más alta y más baja)?	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su afirmación cumplir con el principio?)?	
Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Principio de Transparencia</b>	
4a) ¿Puede el consumidor rastrear la información/datos detrás de la reclamación y cómo se generó (por ejemplo, a través de un estudio científico, un proceso de múltiples partes interesadas, una empresa, etc.)?	
4b) ¿Está disponible una lista de los organismos/partes interesadas involucrados en el proceso de desarrollo de producto y etiquetas?	
4c) ¿Puede la información subyacente (datos detrás de la etiqueta) ponerse a disposición del público y/o al menos a un organismo competente (en el caso de información que se considere confidencial)?	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?	

Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Principio de Accesibilidad</b>	
5a) ¿Es el producto fácilmente accesible en el momento y lugar que el consumidor lo necesita, por ejemplo, durante las opciones de investigación de compra, el punto de compra o uso (según corresponda)? (en una escala de 0-5)	
5b) ¿La etiqueta es lo más cercana posible al producto y accesible sin la ayuda de dispositivos externos (por ejemplo, escáneres, sitios web; aunque estos pueden ayudar más adelante)? (en una escala de 0-5)	
5c) ¿Conoce alguna barrera (intencionada o no) que afecte al acceso a la información (por ejemplo, tamaño de fuente pequeño, lenguaje técnico o datos)?	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?	
Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Principios Deseables</b>	
<b>Tres dimensiones de la sostenibilidad</b>	

<p>6a) ¿Comunica más de una dimensión de sostenibilidad en su producto o combina afirmaciones complementarias en más de una dimensión (por ejemplo, sobre el desempeño ambiental y social), o planea hacerlo en el futuro?</p>	
<p>Por favor, explique.</p>	
<p>6b) Si comunica la sostenibilidad general de su producto, ¿aborda los puntos críticos en las tres dimensiones de sostenibilidad, de modo que el cambio de carga, teniendo en cuenta los impactos ambientales, sociales y económicos pertinentes impida el llamado cambio de carga: por ejemplo, mejorar el rendimiento climático de los productos cárnicos (mediante la creación de unidades ganaderas por área) podría conducir a efectos adversos sobre el bienestar animal y los patrones de uso de la tierra insostenibles evitados?</p>	
<p>En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?</p>	
<p>Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha reconocido al cumplir con este principio.</p>	
<p><b>Cambio de comportamiento y repercusiones a largo plazo</b></p>	
<p>7a) ¿Se identificaron previamente los intereses de los consumidores (por ejemplo, qué temas preocupan por</p>	



los consumidores con respecto a este producto/sector)?	
7b) ¿Se supervisan los cambios de comportamiento de los consumidores?	
7c) ¿Se supervisa el impacto ambiental o social que se deriva del comportamiento del consumidor?	
7d) ¿Intenta establecer una relación a más largo plazo con el consumidor para que el cambio de comportamiento se sostenga y no sólo se adopte a corto plazo o para una decisión única?	
7e) ¿Incorpora la información de sostenibilidad de su producto en un contexto más amplio? Por ejemplo, alentar activamente a los consumidores a adoptar patrones de consumo más sostenibles para el cambio de comportamiento a largo plazo	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?	
Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Enfoque innovador y utilización de múltiples canales</b>	
8a) ¿Utiliza diferentes canales de comunicación/puntos de contacto Por ejemplo, en el paquete, los medios (sociales), las marcas de	

marca de la tienda para dirigirse a diferentes grupos de consumidores?	
8b) ¿Tienen los consumidores la posibilidad de interactuar (entre sí o con usted)?	
8c) ¿El consumidor también se dirige de una manera humorística o entretenida en lugar de simplemente estar informado?	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?	
<b>Principio de Colaboración</b>	
9a) ¿Ha considerado las normas de sostenibilidad voluntaria existentes (uso por ejemplo las Normas Map de LA CCI para revisar los criterios y la posible aplicación a sus necesidades)?	
9b) ¿Involucró a las partes interesadas pertinentes (socios) en la recopilación de pruebas y el desarrollo de su producto?	
9c) ¿Emplea canales de comunicación conjuntos con socios (por ejemplo, para ayudar a generar confianza, coherencia y comprensión de su producto)?	
En general, ¿cómo evaluaría su producto contra este principio (es decir, ¿es fácil para su empresa cumplir con el principio?)?	
Por favor, justifique, explicando cómo y por qué cree que su producto ha cumplido con este principio, o los desafíos más importantes que ha	

reconocido para cumplir con este principio.	
<b>Otros colaboradores</b>	
10a) ¿Existen iniciativas dirigidas por el gobierno o por terceros en las que usted podría o ya podría participar y en las que puede basar su comparación de productos? (opcional)	
10b) Si opta por la comparación de productos, ¿se aseguró de que se tenga en cuenta todo el ciclo de vida del producto, de modo que no se omitan las etapas de importancia, como el uso y la eliminación del producto? (opcional)	