

RSPO

Normas de la RSPO sobre comunicaciones de mercado y declaraciones



Adoptado por la Junta Ejecutiva de la RSPO el 30 de noviembre de 2011

Este documento reemplaza el correspondiente a "Normas de la RSPO sobre comunicaciones y declaraciones" adoptado por la Junta Directiva de la RSPO el 31 de marzo de 2011.

CONTENIDO:

1. DEFINICIONES
2. TÉRMINOS GENERALES
3. NORMAS SOBRE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA
4. NORMAS GENERALES SOBRE LA COMUNICACIÓN RELACIONADA CON EL PRODUCTO
5. SISTEMA DE NORMAS ESPECÍFICAS SOBRE LA COMUNICACIÓN RELACIONADA CON EL PRODUCTO (POR SISTEMA DE CADENA DE SUMINISTRO)
 - 5.1. NORMAS PARA LOS SISTEMAS DE CADENA DE SUMINISTRO "IP"Y "SG"
 - 5.2. NORMAS PARA EL SISTEMA DE CADENA DE SUMINISTRO "MB"
 - 5.3. NORMAS PARA EL SISTEMA DE CADENA DE SUMINISTRO "B y C"
 - 5.4. NORMAS PARA SISTEMAS COMBINADOS DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO
6. NORMAS DE DISEÑO GRÁFICO
7. MÁS INFORMACIÓN

Traducido por



NORMAS DE LA RSPO SOBRE COMUNICACIONES DE MERCADO Y DECLARACIONES

1. DEFINICIONES

Productos de palma:	Cualquier producto cuyo origen sea derivado de la palma de aceite incluyendo aceite de palma, almendra, aceite de palmiste, y sus derivados tales como estearina de palma (palmiste), oleína, etcétera.
Productos de palma certificados RSPO:	Cualquier producto de la palma que contenga productos de palma cuyo origen es propiamente identificado mediante los sistemas de cadena de suministro definidos por la RSPO como son: "Identidad preservada", "Segregado", o "Balance de masas"; o productos de la palma cubiertos con certificados "Greenpalm" que hayan sido adecuadamente adquiridos y redimidos.
Comunicación relacionada con el producto:	La comunicación se refiere a los (grupos de) productos incluidos el empaque, las etiquetas, los anuncios, los volantes, los folletos, los afiches, los exhibidores, los boletines, los sitios WEB, los correos electrónicos, las cartas, las ofertas, las facturas, los reportes (anuales) o las entrevistas de medios.
Comunicación corporativa:	La comunicación hace referencia a compañías, organizaciones y marcas, incluidas las campañas publicitarias, los anuncios, los volantes, los folletos, los afiches, los exhibidores, los boletines, los sitios WEB, los correos electrónicos, los

	reportes (anuales) o las entrevistas de medios.
Comunicación frente al consumidor:	Las comunicaciones dirigidas al consumidor, por ejemplo las etiquetas, los catálogos, los volantes, los sitios WEB.
Miembro:	Una organización que es miembro de la RSPO ya sea "ordinario", "afiliado" o "asociado de la cadena de suministro", que ha pagado la tarifa de la membresía anual y, para el caso del miembro ordinario, ha presentado su reporte de progreso anual ante la RSPO.
Logo corporativo de la RSPO:	El logo de la organización de la RSPO, como por ejemplo las letras de la RSPO en cursiva y negrita, y de color naranja (<i>RSPO</i>).
Marca comercial de la RSPO:	 El logo de la RSPO se envió para su correspondiente registro de marca comercial: se trata de una palma redondeada en su parte superior acompañada por la palabra "RSPO".
Etiqueta de la RSPO:	Un cuadro con elementos visuales, uno de los cuales es la marca comercial de la RSPO que es impresa o digitalizada, y que la RSPO suministra para su uso en el producto o en las comunicaciones sobre el producto. Asimismo, las etiquetas pueden incluir una cita ("certificado"/"mixto") y una "declaración" acompañada por la URL: www.rspo.info .
Organismo de licencias de marcas:	Una organización que ha sido autorizada por la RSPO para emitir las licencias para el uso de su marca comercial.
Uso no-comercial del logo:	Uso del logo por parte de organizaciones que no venden productos que contengan aceite de palma, como por ejemplo

organizaciones no gubernamentales (ONG) u organizaciones industriales que promueven los productos de la palma de aceite certificados como sostenibles, los medios de comunicación y cualquiera que haya sido autorizado por la RSPO para utilizar el logo en actividades no comerciales.

2. TÉRMINOS GENERALES

- a. Este documento establece las normas de obligatorio cumplimiento para todas las comunicaciones de mercadeo relacionadas con la producción, adquisición, uso y venta de productos de palma certificados por la RSPO. Ello incluye los requisitos para el uso de la marca comercial de la RSPO.
- b. Estas normas protegen la reputación de la certificación y de la marca comercial de la RSPO.
- c. Las normas abarcan las comunicaciones para el consumidor y las comunicaciones de negocios a negocios (B2B).
- d. Estas normas especifican cuándo los miembros están autorizados a usar el nombre RSPO, el logo corporativo y la marca comercial de la RSPO. Antes de poder usar la marca comercial de la RSPO, los miembros deben firmar un acuerdo y adquirir una licencia de marca.
- e. Los minoristas que cumplan con estas normas pueden ser cubiertos para la comunicación en el producto por una licencia de marca de un fabricante de bienes de consumo, o pueden escoger usar su propia licencia; de cualquier manera, los minoristas necesitan su propia licencia de marca para usar la marca comercial de la RSPO en las comunicaciones sobre el producto y bajo el nombre o marca de su compañía.
- f. Los miembros pueden adquirir una licencia de marca comercial en el contexto de la compañía. Son libres de adquirir licencias de marca comercial a nivel de mercados individuales, sucursales o lugares.
- g. Los miembros pueden solicitar una licencia de marca comercial empleando un formato disponible en la WEB, en un vínculo que se encuentra en el Centro de Mercadeo en Línea de la RSPO. (www.rspo.eu/market).
- h. Las comunicaciones de mercadeo que involucren el nombre o la marca registrada de la RSPO Y que se sometan a todas estas normas serán tratadas como "autorizadas".

- i. Todas las otras comunicaciones de mercadeo que recurran al nombre y/o marca comercial de la RSPO serán consideradas como “no autorizadas”, por no estar sometidas a la normatividad de la RSPO.
- j. Las organizaciones miembro de la RSPO que lleven a cabo comunicaciones no autorizadas relacionadas con la RSPO pueden incurrir en la violación del código de conducta de la RSPO que prohíbe el uso de declaraciones engañosas o sin fundamentos.
- k. Cualquier organización que lleve a cabo comunicaciones no autorizadas en relación con la RSPO, podría ser considerada como engañosa ya sea por la RSPO o por terceras partes.
- l. La RSPO se reserva el derecho de publicar cualquier clase de comunicación de mercadeo no autorizada.
- m. La RSPO se reserva el derecho de tomar acción legal contra cualquier organización que esté comprometida en comunicaciones de mercadeo no autorizadas.

Las normas en este documento se hacen efectivas el día en que son publicadas en el sitio WEB de la RSPO (www.rspo.org). Las existencias de materiales de divulgación preparados antes de la fecha estipulada estarán cubiertas por las normas de la RSPO sobre comunicación y declaración (decisión adoptada por la Junta Directiva de la RSPO, el 31 de marzo de 2011). Los materiales de divulgación preparados después de la fecha de inicio acatarán las normas establecidas en este documento. Todo el material de divulgación acatará las reglas que han sido estipuladas en este documento en un periodo no superior a los 18 meses después de la fecha de inicio.

3. NORMAS SOBRE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

- 1. Para la comunicación corporativa, los miembros de la RSPO están **AUTORIZADOS** a:
 - a. Divulgar el estado de su membresía a la RSPO y su historia; por ejemplo: “miembro de la RSPO”, “miembro asociado de la RSPO”, o “miembro afiliado de la RSPO”.
 - b. Publicar una dirección electrónica de la RSPO (www.rspo.org o www.rspo.info).
 - c. Declarar que la organización apoya el trabajo de la RSPO.
 - d. Exponer la historia de la organización con respecto a la RSPO.
 - e. (Únicamente para miembros ordinarios) publicar el logo corporativo, **RSPO**, en un sitio WEB si está acompañado por el texto: “Revise nuestro progreso

en: www.rspo.org donde el enlace debe conducir a la página del perfil de los miembros en www.rspo.org.

2. En la comunicación corporativa, los miembros de la RSPO **NO ESTÁN AUTORIZADOS** a:

- a. Publicar la marca comercial registrada de la RSPO.
- b. Dar alguna declaración que pueda conducir a los consumidores a creer que la membresía a la RSPO implica la venta de productos de palma certificados.

3. En las comunicaciones corporativas, las **ORGANIZACIONES NO MIEMBROS NO ESTÁN AUTORIZADOS** a:

- a. Utilizar el nombre RSPO, ni el logo corporativo ni la marca comercial registrada de ninguna forma.

4. NORMAS GENERALES SOBRE LA COMUNICACIÓN RELACIONADA CON EL PRODUCTO

1. El uso de comunicaciones relacionadas con el producto, es voluntario.

2. En cuanto a las comunicaciones relacionadas con el producto, a los **MIEMBROS SE LES AUTORIZA** a referirse a la RSPO, si:

- a. Durante las auditorías pueden demostrar documentación de las comunicaciones, **Y**
- b. Cumplen con todas las normas relevantes de la RSPO, incluidas todas las que hacen parte de este documento.

3. En las comunicaciones que no están dirigidas al consumidor, los **MIEMBROS** están **AUTORIZADOS** a especificar los porcentajes de productos de palma adquiridos bajo los diferentes sistemas de cadena de suministro definidos por la RSPO.

4. Los miembros que tengan el propósito de comunicar en el empaque sobre el contenido certificado por la RSPO utilizando la marca comercial de la RSPO, **TIENEN** que adquirir una licencia de un ente emisor de licencias de la marca comercial de la RSPO, que sea aprobado por esta entidad (ver sección 5-6).

5. En comunicaciones relacionadas con el producto, **LOS MIEMBROS NO ESTÁN AUTORIZADOS A:**

- a. Declarar el estado de su membresía a la RSPO.

- b. Declarar el estado de la membresía a la RSPO de sus proveedores.
 - c. Utilizar cualquier otro registro de marca o logo diferente a la marca comercial de la RSPO en relación con el contenido del producto de aceite de palma certificado.
 - d. Publicar el logo corporativo de la RSPO.
6. En las comunicaciones relacionadas con el producto, **LOS NO-MIEMBROS NO ESTÁN AUTORIZADOS** a referirse a la RSPO o a utilizar su logo corporativo o la marca comercial de ninguna forma.

Excepción: los miembros de GREENPALM están autorizados a seguir las normas que se establecen bajo la sección 5.3.

5. SISTEMA DE NORMAS ESPECÍFICAS PARA LA COMUNICACIÓN RELACIONADA CON EL PRODUCTO

La RSPO ha definido cuatro sistemas de cadena de suministro para orientar el comercio de los productos de palma sostenible certificados, RSPO. Ellos son:

- 1. Identidad preservada (IP).
- 2. Segregado (SG).
- 3. Balance de masas (MB)
- 4. Reserve y declare (BC)

RSPO Mesa Redonda sobre Aceite de palma sostenible		Visualización de un resumen de las normas		
Opciones de etiquetado del sistema S.C.S	TM	TAG	Declaración, URL	
IP/SG		CERTIFICADO	Este producto contiene Aceite de Palma sostenible certificado www.rspo.info	
MB		MIXTO	Contribuye a la producción de aceite de palma sostenible certificado www.rspo.info	
B&C			Contribuye a la producción de aceite de palma sostenible , certificado www.rspo.info	

Legenda: naranja = mandatorio; verde = opcional

Una completa orientación sobre estos sistemas se encuentra disponible en el Centro de mercado en línea de la RSPO.

www.rspo.eu/market

5.1 NORMAS ESPECÍFICAS PARA LOS SISTEMAS DE CADENA DE SUMINISTRO “IP” Y “SG”

- 1. La utilización de la marca comercial de la RSPO está permitida solo si al menos el 95% de todos los componentes derivados de la palma en el producto está certificado por la RSPO.
- 2. El uso de la marca comercial de la RSPO es voluntario.

3. Con el objeto de hacer las declaraciones descritas en el recuadro, todos los componentes derivados de la palma en el producto tienen que obtenerse mediante los sistemas de cadena de suministro IP y/o SG (Tiene que ser atribuible a una fuente certificada).

4. A los miembros se les permite utilizar la marca comercial registrada de la RSPO en una de las siguientes formas:

a) Rodeada por el texto “aceite de palma sostenible certificado” (opción 1) por un círculo (opción 2).

b) Separadamente o como parte de una etiqueta que también incluye las palabras: “CERTIFICADO” y/o la declaración: “este producto contiene aceite de palma sostenible



certificado” www.rspo.info (opciones 3-8).

5. Donde quiera que la marca comercial de la RSPO sea publicada, el número de la licencia de marca registrada aplicable debe mostrarse inmediatamente debajo o al lado de la marca o de la declaración. El tipo de letra debe ser Calibrí, y el tamaño de la fuente de al menos 7 puntos (2,4 mm o 7/72 pulgadas).

6. En las comunicaciones hechas en el empaque, la marca comercial registrada de la RSPO puede estar impresa en cualquier parte del mismo. La declaración “Este producto contiene aceite de palma sostenible certificado www.rspo.info” no tiene que formar parte de la etiqueta de la RSPO.

7. En los términos y condiciones de la licencia de marca comercial registrada de la RSPO se encuentra mayor orientación sobre la utilización de la marca comercial.

8. Los mensajes **AUTORIZADOS** en la narrativa de las comunicaciones relacionadas con el producto:

a. Los productos de palma en este producto han sido certificados por provenir de unidades de producción certificadas por la RSPO.

b. Los auditores independientes han encontrado que las unidades de producción certificadas por la RSPO se han ceñido a los estrictos

lineamientos o directrices de responsabilidad social y ambiental de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO).

c. Al escoger este producto, usted apoya a la industria de palma de aceite certificado RSPO, y contribuye a la preservación de nuestros recursos naturales. Para mayor información: www.rspo.info.

d. Los productos de aceite de palma certificados como sostenibles por la RSPO se mantienen separados de otros productos de palma a lo largo de la cadena de suministro.

e. Desde las refinerías, los productos de palma certificados por la RSPO pueden ser trazados hasta las unidades de producción certificadas por RSPO.

f. La cadena de suministro completa es monitoreada por auditores independientes que han sido aprobados por la RSPO.

g. Las referencias a (o imágenes de) unidades de producción particulares certificadas por la RSPO, si las relaciones con estas unidades pueden ser comprobadas por los registros de la compañía.

5.2. NORMAS ESPECÍFICAS PARA EL SISTEMA DE CADENA DE SUMINISTRO “MB”

1. El uso de la marca comercial registrada por la RSPO se permite solo si al menos el 95% de todos los componentes derivados de la palma en el producto es certificado por la RSPO.
2. La utilización de la marca comercial registrada por RSPO es voluntaria.
3. A los miembros se les permite utilizar la marca registrada por la RSPO en las siguientes formas:

a. Rodeada por el texto “aceite de palma sostenible certificado” (opción 3-4) por un círculo (opción 1-2).

b. El logo **DEBE** ser parte de una etiqueta que también contenga la palabra “MIXTO”. La palabra MIXTO señala los productos de palma



originados bajo el sistema de cadena de suministro de Balance de masas (MB), el cual administrativamente equilibra las entradas y salidas de ciertos volúmenes de aceite de palma. La palabra "Mixto" en un producto no garantiza que el producto en sí mismo contenga el producto certificado; algo o todo puede residir en un producto que no tenga una declaración.

- c. El logo **PUEDA** ser parte de una etiqueta con la declaración; "contribuye a la producción de palma de aceite sostenible certificado www.rspo.info" (opciones 2-4);
4. Donde quiera que la marca comercial registrada de la RSPO se publique, el número aplicable de la licencia de la marca comercial debe mostrarse inmediatamente debajo o al lado de la marca o de la declaración. El tipo de letra debe ser Calibrí, y el tamaño de la fuente de al menos 7 puntos (2,4 mm o 7/72 pulgadas).
 5. En las comunicaciones mostradas en el empaque, la marca comercial de la RSPO puede estar impresa en cualquier parte del mismo. La declaración "Este producto contiene aceite de palma sostenible certificado www.rspo.info" no tiene que formar parte de la etiqueta RSPO.
 6. En los términos y condiciones de la licencia de marca comercial registrada de la RSPO se suministra mayor orientación sobre la utilización de la marca comercial.
 7. Los mensajes autorizados en la narrativa de las comunicaciones relacionadas con el producto:
 - a. Los productos de la palma en el producto final tienen su origen de acuerdo con las normas dictadas por la RSPO.
 - b. Los productos de palma de las unidades de producción certificadas por la RSPO fueron mezclados con productos de palma convencionales en la cadena de suministro.
 - c. El volumen de productos de palma en el producto final refleja un volumen equivalente de productos de palma que proceden de unidades de producción de palma certificadas por la RSPO. Las unidades de producción certificadas por la RSPO, analizadas por intermedio de auditores independientes, se han ceñido a los estrictos lineamientos o directrices de responsabilidad social y ambiental definidos por la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO).

- d. (Únicamente para las comunicaciones fuera del empaque), las referencias a (o imágenes de) unidades de producción particulares certificadas por la RSPO, si los registros de la compañía pueden comprobar las relaciones con estas unidades.
8. Los mensajes **NO PERMITIDOS** en la narrativa de las comunicaciones relacionadas con el producto:
 - a. Cualquier declaración que pueda conducir a los consumidores a creer que los productos de palma certificados por la RSPO (están certificados) son parte del producto.

5.3. NORMAS PARA EL SISTEMA DE CADENA DE SUMINISTRO “bc”

1. A los miembros de la RSPO o de “GreenPalm” que vendan productos de palma certificados bajo el sistema de cadena de suministro de *Reserve y declare* **NO SE LES PERMITE** utilizar la marca comercial de la RSPO. Se les **PERMITE** sin embargo utilizar el logo de GreenPalm si acatan todas las normas de GreenPalm.
2. También se les permite publicar la siguiente declaración: “Este producto contribuye con la producción de aceite de palma sostenible certificado. www.rspo.info”. En las comunicaciones del empaque, la declaración puede estar impresa en cualquier parte del envase.
3. En el caso de la producción de bienes de consumo fuera de origen (ej. la producción que no hace el propietario de la marca), se le permite al propietario de la marca hacer declaraciones sobre la base de certificados GreenPalm comprados y redimidos por el productor.
4. Los mensajes **PERMITIDOS** en la narrativa:
 - a. Greenpalm es un programa de certificación comercial que se encuentra diseñado para limitar los efectos sociales y ambientales colaterales de la producción de aceite de palma. El programa está avalado por la Mesa Redonda sobre de Aceite de Palma Sostenible (RSPO).
 - b. Para cada tonelada de productos de palma utilizados en la fabricación de los productos finales, se paga una prima voluntaria a las unidades de producción de palma de aceite que hayan obtenido la certificación de la RSPO. Auditores independientes han encontrado que las unidades de producción certificadas por RSPO se han ceñido a los estrictos lineamientos o directrices de responsabilidad social y ambiental

definidos por la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO). El aceite de palma en sí mismo es vendido, procesado y adquirido como comúnmente se hace.

- b. (Únicamente para comunicaciones fuera del empaque): las referencias a (o imágenes de) unidades de producción particulares certificadas por RSPO, si los registros de la compañía y de GreenPalm pueden demostrar la relación con estas unidades.

5. Mensaje **NO PERMITIDOS** en los textos:

- a. Cualquier cosa que pueda conducir a los consumidores a creer que los productos de palma certificados por la RSPO (están certificados) son parte del producto final.

5.4 NORMAS PARA SISTEMAS COMBINADOS DE CADENA DE SUMINISTROS

1. Se permite usar una comunicación sobre el producto solo si al menos el 95% de todos los componentes derivados de la palma en el producto final es certificado por la RSPO, y se ha originado en cualquier combinación de los sistemas de cadenas de suministro IP, SG, MB y BC.
2. El uso de la marca comercial de la RSPO está permitido solo si al menos el 95% de todos los componentes derivados de la palma en el producto final es certificado por la RSPO, y se ha originado en cualquier combinación de los sistemas de cadenas de suministro IP, SG, MB y BC.
3. Las normas aplicables a las comunicaciones relacionadas con el producto se derivan de las aquellas planteadas por el sistema de cadena de suministro "menos estricto". En este orden de ideas (del más al menos estricto): IP > SG > MB > B&C.
4. Ejemplo 1: de los ingredientes derivados de la palma en el producto X se tiene que: el 75% se originó bajo el sistema RSPO Segregado de cadena de suministro (SG) y el 25%, bajo el sistema RSPO de Balance de masas (BM) de la cadena de suministro.
 - a. $75\% + 25\% > 95\%$. Por tanto. Se permite la comunicación relacionada con el producto.
 - b. $SG\% + MB\% > 95\%$. Por tanto, puede usarse la marca comercial registrada RSPO.

- c. MB es menos estricta que SG. Por tanto, tienen que seguirse las normas de comunicación relacionadas con el producto para MB.

5. Ejemplo 2: de los ingredientes derivados de la palma en el producto se tiene que el 70% se originó bajo el sistema MB de cadena de suministro de la RSPO, 26%, bajo el sistema BC de cadena de suministro de la RSPO y 4% no corresponde a un origen de la RSPO.

- b. $70\% + 26\% > 95\%$. Por tanto, se permite la comunicación relacionada con el producto.
- c. $IP\% + SG\% + MB\% < 95\%$. Por tanto, no se permite el uso de la marca comercial de la RSPO. Deben seguirse las normas de comunicación relacionadas con el sistema de BC.

6. Resumen

Porcentaje certificado RSPO	Normas de comunicación en el producto.
$IP + SG + MB + B\&C > 95\%$	Comunicación permitida en el producto.
$IP + SG + MB > 95\%$	Comunicación permitida en el producto y uso de la marca registrada de la RSPO, permitida.
Únicamente combinación de IP y SG.	Marca RSPO + "Certificado" permitidos.
Únicamente combinación de IP, SG y MB.	Marca RSPO + "Mixto" permitidos.
BC parte de sistema mixto.	Normas de comunicación Greenpalm.

Nota: En las comunicaciones que no están dirigidas al consumidor, la compañía puede declarar el porcentaje de los diferentes sistemas de cadenas de suministro usados.

6. NORMAS DE DISEÑO GRÁFICO

- 5. Los miembros **NO ESTÁN AUTORIZADOS** a crear su propia imagen de la marca comercial de la RSPO. **DEBEN** utilizar las imágenes digitales suministradas por



el ente que otorga las licencias de la RSPO. A los miembros **NO SE LES PERMITE** modificar la imagen comercial; solo se les permite cambiar el tamaño. La imagen comercial es suministrada en tres versiones: negro, blanco y a todo color.

6. A los afiliados no se les permite modificar las declaraciones o crear nuevas traducciones. Si no existe la imagen comercial en algún lenguaje particular, un miembro puede solicitar la traducción y/o proponer una traducción. Una vez que ha sido aprobada la nueva traducción por la RSPO, se suministrará la actualización digital de la imagen comercial.
7. En las impresiones divulgadas de la marca registrada de la RSPO, el círculo (línea o palabras) alrededor de la marca comercial registrada de la RSPO debe medir por lo menos 10 mm (0,4 pulgadas) a través.
8. A los miembros no se les permite utilizar la marca registrada RSPO en una forma que sugiera que la marca registrada (también) cubre otras declaraciones que no son RSPO.

7. CÓMO APLICAR PARA OBTENER LA MARCA COMERCIAL REGISTRADA DE LA RSPO

1. Más información sobre la comunicación en relación con la RSPO y con su marca comercial registrada, se encuentra en el Centro de mercados en línea de la RSPO en <http://www.rspo.info/market/>. El sitio WEB contiene hojas de datos, presentaciones, listas de preguntas frecuentes e imágenes y videos que los miembros pueden usar y modificar en sus divulgaciones y comunicaciones. El sitio WEB también suministra información de contacto y cuenta con un enlace para aplicar a una licencia TM de la RSPO.
2. Para preguntas relacionadas con este documento, de la marca comercial registrada o una denuncia por el uso incorrecto de la misma, por favor sírvase contactar: communications@rspo.org.
3. Este documento será revisado regularmente.