



Enero de 2019

Requisitos para el uso de las marcas registradas FSC por parte de entidades no certificadas – documento de referencias cruzadas entre la V1-0 y la Guía de uso de marcas registradas FSC® para titulares de licencias promocionales.

Este documento de referencias cruzadas se ha elaborado para ayudar a los actores sociales a examinar los cambios entre el estándar FSC-STD-50-002 V1-0 y la Guía de uso de marcas registradas FSC para titulares de licencias promocionales. El documento de referencias cruzadas identifica y pone de relieve las diferencias entre el estándar y la guía definitiva. Los cambios se identifican por una codificación de colores (consulten la siguiente leyenda).

Leyenda	
	Sin cambio. El requisito es idéntico al de la versión anterior del estándar.
	El propósito del requisito no ha cambiado. El requisito se ha simplificado o se ha reformulado para mejorar la comprensión.
	Nuevo requisito o el requisito ha cambiado en relación con la versión anterior del estándar.
	Se trata de un requisito que proviene de otro documento.
	Requisito que se eliminó o no se incluyó.

FSC-STD-50-002 (V1-0)	Guía de uso de marcas registradas FSC para titulares de licencias promocionales	
1 Usos aplicables de las marcas registradas FSC por parte de entidades no certificadas		
1.1 Este estándar abarca los siguientes usos de las marcas registradas FSC por parte de entidades no certificadas, en lo sucesivo denominadas “organizaciones”:	El requisito se ha actualizado con aclaraciones adicionales, incluyendo información ampliada sobre el uso de las marcas	

<p>a) Uso promocional por parte de organizaciones que, según el estándar FSC-STD-40-004, no están obligadas a tener la certificación FSC (por ej., para promover productos FSC o promover al FSC como sistema);</p> <p>b) Con fines educativos o de investigación;</p> <p>c) Por organizaciones de medios de comunicación (por ej., en boletines de prensa, publicidad por televisión);</p> <p>d) Para promover servicios de certificación por parte de entidades de certificación y sus filiales.</p>	<p>registradas y ejemplos de los tipos de organizaciones que son elegibles (página 5).</p>	
<p>2 Requisitos generales</p>		
<p>2.1 El Forest Stewardship Council A.C. (FSC) es propietario de tres marcas registradas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El logotipo FSC con la “marca de aprobación y árbol” (en lo sucesivo: el “Logotipo FSC”) • Las siglas “FSC” • El nombre “Forest Stewardship Council”. 	<p>Los diseños gráficos incluidos como representaciones visuales de las marcas registradas FSC y de las marcas registradas ‘Bosques para Todos para Siempre’ se agregaron a partir de la nota aclaratoria FSC-ADV-50-004 (página 8).</p>	
<p>2.2 Las marcas registradas FSC no deberán usarse de manera que pudieran ocasionar confusión, malas interpretaciones o pérdida de credibilidad para el sistema de certificación FSC.</p>	<p>Estos requisitos se han reformulado usando un lenguaje más positivo y proactivo (páginas 34 y 35).</p>	

<p>2.3 Los productos certificados FSC que se pretende promover deberán llevar la etiqueta FSC en el producto. El FSC Internacional deberá determinar, caso por caso, las excepciones a esta norma.</p>	<p>El propósito de este requisito no ha cambiado. Se le ha simplificado/reformulado para mejorar la comprensión (páginas 20 y 26).</p>	
<p>2.4 El nombre “Forest Stewardship Council” en los materiales de la organización no deberá sustituirse por una traducción.</p> <p>NOTA: Se puede incluir una traducción del nombre entre corchetes, pero no deberá sustituir las palabras “Forest Stewardship Council”.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado con fines de aclaración y simplificación, además de que se agregó un texto a manera de ejemplo (página 19).</p>	
<p>2.5 Las marcas registradas FSC no deberán usarse junto a marcas de otros sistemas de certificación forestal de una manera que implique una equivalencia o que sea desventajosa para las marcas registradas FSC en términos de tamaño o colocación.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado con fines de aclaración y simplificación, además de que se agregó un ejemplo (página 34).</p>	
<p>2.6 El FSC se reserva el derecho de suspender o rescindir el contrato de licencia si la organización no cumple los requisitos de marcas registradas FSC tal y como lo establece este estándar.</p>	<p>Estos requisitos se han ampliado con un aviso legal (páginas 33 y 35).</p>	
<p>2.7 La interpretación de los requisitos de este estándar es a criterio exclusivo del FSC.</p>		
<p>3 Solicitud del uso de las marcas registradas FSC</p>		
<p>3.1 Las organizaciones que deseen obtener autorización para usar las marcas registradas FSC, deberán solicitarla:</p> <p>a) A su Prestador de Servicios de Marcas Registradas (TSP) en su región o país, o</p> <p>b) A falta de un TSP, al FSC Internacional.</p> <p>NOTA: En caso de duda, aconsejamos que la organización se ponga en contacto con el FSC Internacional para obtener más información.</p>	<p>El propósito de este requisito no ha cambiado. Se le ha simplificado/reformulado para mejorar la comprensión (página 7).</p>	

<p>3.2 Las organizaciones que quieren hacer un uso comercial de las marcas registradas FSC deberán firmar un Contrato de Licencia de Marcas Registradas (TLA) con un TSP o con el FSC Internacional, según corresponda. Las organizaciones educativas o de investigación y los medios de comunicación no tienen la obligación de firmar un TLA para usar las marcas registradas.</p> <p>NOTA: El uso de las marcas registradas FSC que hagan las Entidades de Certificación y sus filiales está cubierto por el Contrato de Acreditación en relación al TLA.</p>	<p>El requisito ha cambiado comparado con la versión anterior del estándar (página 5) y la nota sobre las entidades de certificación y sus oficinas de afiliados se ha eliminado.</p>
<p>3.3 Las multinacionales o los grupos de empresas bajo la misma propiedad pueden optar por uno de los siguientes:</p> <p>a) Firmar un TLA individual con un TSP en cada uno de los países donde operan;</p> <p>b) Firmar un solo TLA para el grupo completo con el TSP del país donde se localiza la oficina matriz o el país que el FSC Internacional le asigne.</p>	<p>Estos requisitos se han eliminado. Los requisitos identificados como procedimientos FSC internos se eliminan y se incorporarán a un documento de procedimientos operativos internos, eliminando así información de la guía que los titulares de licencias promocionales no necesitan.</p>
<p>3.4 En los casos de sociedades controladoras o casas matrices (las cuales no están obligadas a tener la certificación FSC) que son propietarias de varias empresas certificadas o cuando las sucursales certificadas de la misma sociedad no comparten un código de licencia común, éstas deberán: ya sea buscar la autorización de sus EC o deberán firmar un TLA para fines promocionales (por ej., la elaboración de materiales de comercialización para el grupo entero) bajo las siguientes condiciones:</p> <p>(a) El TLA deberá estar celebrado con el FSC Internacional o con quien éste les haya asignado.</p> <p>(b) En caso de que subsidiarias empleen materiales promocionales producidos por la sociedad controladora o por la casa matriz, éstas deberán conservar una copia de la autorización de marcas registradas obtenida por la casa matriz por si sus entidades de certificación (ECs) se la solicitan.</p>	

<p>(c) En caso de que existan tanto operaciones certificadas como operaciones no certificadas, las marcas registradas no deberán usarse de manera a dar la impresión que corresponden a las operaciones no certificadas o a la compañía en su conjunto.</p>		
<p>3.5 Una vez firmado el TLA, la organización recibirá un código individual de licencia, el cual deberá incluirse en todos los usos futuros de las marcas registradas FSC. La organización no deberá usar el código de su proveedor para fines promocionales.</p>	<p>Estos requisitos no han cambiado, pero se les ha reformulado en aras de la claridad (páginas 7 y 35).</p>	
<p>3.6 La organización deberá presentar las ilustraciones de todas las reproducciones nuevas de las marcas registradas FSC para que, según corresponda, su TSP o el FSC Internacional, las autoricen, a menos que se establezca de manera diferente. Los usos repetidos podrían no necesitar la aprobación previa si, a juicio del TSP o del FSC Internacional, el titular de la licencia ha demostrado un récord de usos correctos. En este caso, deberá establecerse un acuerdo para la revisión periódica.</p>	<p>El requisito para presentar todas las reproducciones nuevas no ha cambiado, pero se le ha reformulado en aras de la claridad. Hay requisitos adicionales relacionados con titulares de licencias que no requieren de una aprobación previa para sus materiales promocionales (página 32).</p>	
<p>4 Uso de las marcas registradas FSC para promover productos certificados FSC</p>		
<p>4.1 Las Organizaciones que desean promover productos certificados FSC deberán:</p> <p>a) Presentar las ilustraciones del material promocional para que su TSP las autorice (o el FSC Internacional, según corresponda);</p> <p>b) Ofrecer pruebas de que el producto está certificado FSC. Las pruebas deberán ser facturas, documentos de remisión o documentos equivalentes emitidos por el proveedor certificado FSC donde aparezca el número de certificación de cadena de custodia del proveedor, junto con declaraciones adecuadas de ventas FSC que indiquen claramente cuáles son los productos certificados.</p>	<p>El requisito para presentar el material gráfico no ha cambiado. Los criterios para presentar pruebas se han aclarado y podrían exigirse pruebas adicionales para demostrar que el producto está etiquetado FSC, pero solamente si el prestador de servicios lo solicita. Esto incluye la posibilidad de que el licenciatarario ya no tenga que presentar documentación o material gráfico para su aprobación mediante el establecimiento de su propio sistema de verificación con la anuencia de su prestador de servicios de marcas registradas (páginas 31 y 32).</p>	

	<p>Asimismo, hay condiciones según las cuales un licenciatario puede quedar exento del requisito de obtener material directamente de un proveedor certificado FSC (página 31).</p> <p>Además, hay un requisito nuevo para licenciatarios que deseen hacer declaraciones de servicios del ecosistema en productos etiquetados FSC 100%. Ellos tienen que presentar facturas con un documento de impactos o de certificación de servicios del ecosistema junto con sus pruebas (páginas 28 y 31).</p>	
5	Uso de marcas registradas FSC para fines educativos o de investigación	
5.1	Las organizaciones que deseen usar las marcas registradas FSC para fines educativos o de investigación no está obligadas a firmar un TLA. No obstante, deberán solicitar a un TSP o al FSC Internacional la autorización de usar las marcas registradas.	Este requisito no sufrió cambios, pero se le ha reformulado, se han agregado organizaciones de medios de comunicación y se aconseja contactar al FSC para obtener información adicional (página 5).
5.2	Cada autorización para usar las marcas registradas FSC se otorgará para un solo uso. Se les pide a las organizaciones educativas y de investigación que firmen y devuelvan un acuse de recibo de las marcas registradas FSC al momento de recibirlas.	Este requisito se ha eliminado. Los requisitos identificados como procedimientos internos FSC se eliminan y se incorporarán como un documento de procedimientos operativos internos, eliminando así del estándar información que los titulares no necesitan (página 5).
6	Uso de las marcas registradas FSC por parte de consultores, empresas de capacitación y sociedades inversionistas	
6.1	Las organizaciones comerciales que ofrecen capacitación sobre los sistemas FSC y los consultores deberán firmar un TLA para obtener la autorización de usar las marcas registradas FSC en los materiales de capacitación y el panel promocional FSC con fines promocionales.	Estos requisitos no han cambiado pero se han reformulado en aras de la claridad en cuanto a la elegibilidad y uso de las marcas registradas FSC para consultores, empresas de capacitación y sociedades de inversión (páginas 5 y 13).

<p>6.1.2 No deberán dar a entender que el FSC avala una capacitación a menos que se haya acordado de manera distinta y deberán asumir plena responsabilidad por la precisión de cualquier referencia al FSC. También deberán incluir un descargo de responsabilidad que diga: “El FSC no es responsable del contenido de la capacitación ofrecida por [nombre de la organización]”.</p>		
<p>6.2 Las sociedades inversionistas deberán firmar un TLA para obtener autorización de usar las marcas registradas FSC y el panel promocional FSC con fines promocionales al promover productos de inversión para bosques certificados FSC.</p> <p>6.2.1 Toda declaración hecha por las sociedades inversionistas deberá ir acompañada de un descargo de responsabilidad que diga: “El FSC no se hace responsable ni respalda ninguna de las afirmaciones sobre beneficios financieros relativos a la recuperación de las inversiones”.</p>		
<p>7 Uso de las marcas registradas FSC por parte de organizaciones de medios de comunicación</p>		
<p>7.1 Las organizaciones de medios de comunicación no están obligadas a firmar un TLA y están en libertad de usar las marcas registradas FSC siempre y cuando la información no sea incorrecta.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado y se aconseja a las organizaciones de medios de comunicación que contacten al FSC para obtener información adicional (página 5).</p>	
<p>7.2 Un TSP o el FSC Internacional proporcionará, previa solicitud, las marcas registradas FSC a las organizaciones de los medios de comunicación.</p>	<p>Requisito eliminado. Los requisitos identificados como procedimientos FSC internos se eliminan y éstos se incorporarán a un documento de procedimientos operativos internos.</p>	
<p>8 Uso promocional por parte de entidades de certificación (ECs) y sus filiales</p>		

<p>8.1 El uso de las marcas registradas FSC por las ECs y sus filiales deberá ser autorizado por un aprobador capacitado en marcas registradas de la EC o deberá ser enviado directamente al FSC Internacional.</p>	<p>Los requisitos para entidades de certificación acreditadas por el FSC y los requisitos para sus oficinas de afiliados se han reformulado para agregar claridad y permanecen en esta guía (página 29).</p>
<p>8.2 La EC deberá solo hacer publicidad o promover sus servicios o las actividades que estén dentro del alcance de su acreditación FSC.</p>	
<p>8.3 El código de licencia de las marcas registradas deberá usarse en los certificados FSC y en todos los materiales o documentos publicitarios o de capacitación emitidos por la EC en relación con la certificación FSC.</p>	
<p>8.4 En los casos en que la EC tenga filiales para la prestación, en nombre suyo, de servicios de certificación, todo uso de marcas registradas FSC o referencia al FSC en los materiales promocionales deberá mostrar de manera visible las palabras: “a cargo de prestar servicios de certificación FSC en asociación con [nombre de la EC]” en los materiales.</p>	
<p>8.5 Solo las EC están autorizadas a usar las marcas registradas FSC (por ej., el panel promocional FSC) en sus tarjetas de presentación junto con la siguiente declaración: “Entidad de certificación acreditada por el FSC®”.</p>	<p>Las oficinas de afiliados dejan de estar autorizadas a usar las marcas registradas FSC (por ej., el panel promocional FSC) en sus tarjetas de presentación (página 29).</p>
<p>9 Requisitos gráficos para uso de las marcas registradas FSC</p>	
<p>9.1 La organización deberá usar el siguiente diseño FSC, según corresponda:</p> <p>a) Las Organizaciones a las que se les otorgue un código de licencia deberán usar los elementos del panel promocional FSC. La Figura 1 muestra los elementos gráficos y textos del panel promocional. Mediante acuerdos con el TSP o el FSC Internacional, según corresponda, se podrían autorizar diseños alternativos. La declaración promocional y la dirección de la página Web podrían omitirse por razones de espacio.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado y se agregan elementos visuales en aras de la claridad. Diseños alternativos están permitidos siempre y cuando todos los elementos obligatorios aparezcan en los materiales promocionales. Este requisito también se ha actualizado para incluir la marca ‘Bosques para Todos para Siempre’ y sus elementos (página 12).</p>

b) A las organizaciones educativas, de investigación y de medios de comunicación no se les otorga un código de licencia y deberán usar el logotipo FSC que se muestra en la Figura 2.

Se han eliminado las referencias a instituciones educativas, de investigación y de medios de comunicación y se han eliminado los códigos de licencias.

Figura 1: El panel promocional FSC y sus elementos

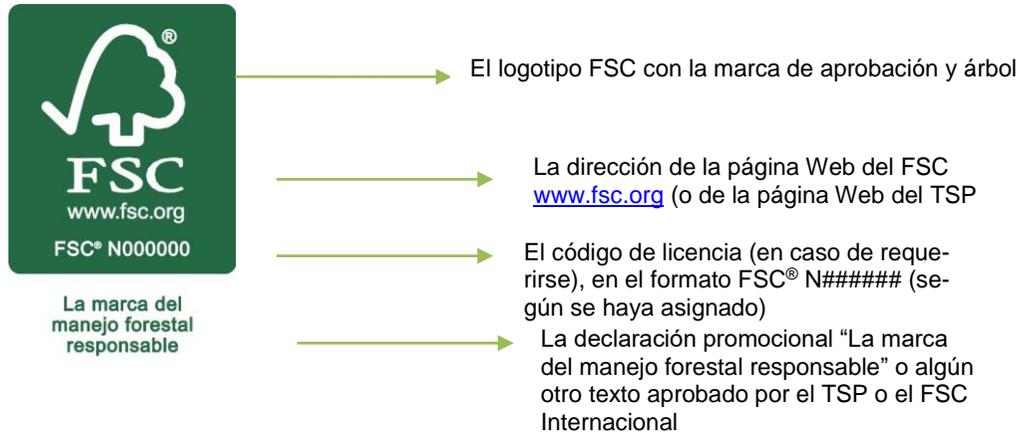


Figura 2: El logotipo FSC



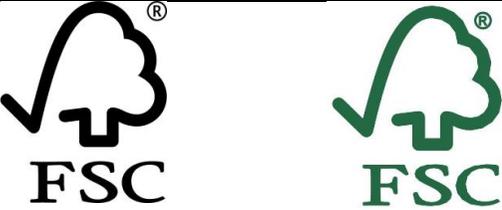
9.2 La declaración promocional "La marca del manejo forestal responsable" debería usarse con el panel promocional FSC y el logotipo FSC. No obstante, podría omitirse por razones de espacio o cuando el FSC aparezca definido o descrito en el texto adjunto.

El propósito de este requisito no ha cambiado, pero se ha reformulado (página 12).

<p>9.3 Cuando las marcas registradas FSC se estén utilizando para identificar productos certificados particulares en un catálogo o en una página Web, el panel promocional puede aparecer una sola vez. Una declaración aclaratoria, como por ejemplo “Busque los productos certificados FSC” deberá incluirse cuando los productos no estén todos en la misma página del panel promocional. Cada uno de los productos certificados deberá identificarse individualmente, usando una de las marcas registradas FSC (es decir, el logotipo, el nombre o las siglas).</p>	<p>El propósito de este requisito no ha cambiado. Se le ha simplificado/reformulado con ejemplos visuales agregados. Se proporciona orientación adicional sobre cómo usar las marcas registradas en materiales promocionales digitales (por ej., páginas web), redes sociales y en el punto de ventas (páginas 20 a 24).</p>	
<p>10 Las marcas registradas en forma de texto</p>		
<p>10.1 En textos o en artículos pequeños donde no se puede usar el panel promocional o el logotipo FSC, se podrían usar elementos mínimos (‘FSC®’ o ‘Forest Stewardship Council™’ cerca del código de licencia).</p>	<p>Este requisito se ha eliminado.</p>	
<p>10.2 En los materiales promocionales, solo deberán usarse las ilustraciones de las marcas registradas FSC y la declaración promocional señaladas en este estándar. Si una organización desea incluir más información sobre el FSC, ésta debe presentarse al TSP o al FSC Internacional, según corresponda, para su autorización.</p>	<p>Esto ha cambiado: ahora, la guía enumera declaraciones promocionales adicionales estandarizadas para uso en materiales promocionales (página 13).</p>	
<p>10.3 Los símbolos (® o ™ en superíndice) que representan el estatus del registro de una marca registrada FSC en el país en donde se distribuirán los materiales promocionales FSC (consulte el Anexo 1),</p> <p>a) deberán ir adjuntos al uso del logotipo FSC.</p> <p>b) deberán agregarse a las siglas “FSC” o al nombre “Forest Stewardship Council” la primera vez que estos elementos se usen o en su aparición más destacada en cualquier texto (por ej., FSC® o Forest Stewardship Council™).</p> <p>NOTA: En el caso de materiales que se distribuirán a escala internacional, el símbolo de marca registrada dependerá de la ubicación de las oficinas centrales de la organización.</p>	<p>El lenguaje de este requisito se aclara. El requisito para el uso del símbolo ™ se ha modificado para convertirlo en una recomendación, además de que se agregó una aclaración sobre el número de usos por material. Se hace referencia al estatus de registro de las marcas registradas FSC en el portal de marcas registradas FSC y en las herramientas de marketing (página 18).</p>	

<p>10.4 Al referirse al FSC o a los productos certificados FSC, el término preferido es “responsable” en lugar de “sostenible”, por ej., “manejo forestal responsable”.</p> <p>NOTA: Según el párrafo 5.5 de la norma ISO 14021:1999: “Los conceptos involucrados en las sostenibilidad son muy complejos y siguen estudiándose. En este momento, no hay métodos determinantes para medir la sostenibilidad o confirmar su logro. Así pues, no deberán hacerse declaraciones acerca de haber alcanzado la sostenibilidad”.</p>	<p>Este requisito se ha eliminado.</p>
<p>11 Requisitos de tamaño, fuente y colocación</p>	
<p>11.1 El tamaño mínimo del logotipo FSC en un panel promocional o cuando el logotipo no lleva fondo no deberá ser menor a 10 mm medidos desde la parte superior del árbol hasta la base de las siglas “FSC”.</p>	<p>El tamaño mínimo del logotipo FSC se ha reducido a 6 mm (página 16).</p>
<p>11.2 En los siguientes casos, el logotipo FSC podría usarse con un tamaño mínimo de 7 mm:</p> <p>a) Cuando el tamaño del papel sea A5 o menor.</p> <p>b) Cuando el logotipo FSC se use para señalar productos individuales certificados FSC (por ej., en catálogos o folletos).</p>	<p>Este requisito se ha eliminado.</p>
<p>11.3 Deberá haber suficiente espacio libre alrededor del panel promocional y/o del logotipo FSC para asegurar que permanezca despejado. El espacio libre mínimo se calcula aplicando la altura de las siglas FSC del logotipo (vea la Figura 3).</p> <p>Figura 3: Ejemplo de espaciado</p>  <p>The image shows the FSC logo centered within a square frame. The frame has a thick orange border. The word 'FSC' is written in white, bold, sans-serif font at the top, bottom, left, and right sides of the orange border. The logo itself is a green square with a white tree icon and the text 'FSC' and 'www.fsc.org' inside. Below the logo, the text 'FSC® N000000' is visible.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado en un lenguaje más proactivo y con ejemplos visuales adicionales (página 16).</p>

11.4 Todos los elementos del panel promocional deberán ser legibles.	El propósito de este requisito no ha cambiado (página 16).
12 Requisitos de color para el panel promocional FSC y el Logotipo FSC	
<p>12.1 El verde positivo es el color estándar preferido para el panel promocional, el cual debe reproducirse en el tono Pantone 626C (vea la Figura 4). El verde negativo o el negro y el blanco (positivos o negativos) pueden usarse como opciones (vea la Figura 5 y la Figura 6).</p> <p>Figura 4: Color Pantone 626C</p>  <p>Figura 5: Colores estándar para el panel promocional FSC</p>  <p>Figura 6: Colores estándar del logotipo FSC</p>	<p>Este requisito se ha simplificado y se le agregó flexibilidad para reproducir las marcas registradas FSC en otros colores, siempre y cuando se logre un contraste legible (páginas 15 y 15). Los colores estándar para las marcas registradas FSC se presentan visualmente (página 15).</p>

	
<p>12.2 Si la pieza impresa no usa colores verde, blanco o negro, el panel promocional FSC y el logotipo FSC podrían diseñarse usando el color más oscuro disponible, siempre y cuando el contraste permita la legibilidad.</p>	<p>Estos requisitos no han cambiado, pero se les ha reformulado en aras de la claridad y se han agregado ejemplos visuales (página 13).</p>
<p>12.3 Cuando ninguna de las opciones anteriores sea factible, el panel promocional FSC puede aparecer transparente sobre un fondo de color liso, sin figuras, siempre y cuando el contraste permita la legibilidad.</p> <p>NOTA: Los elementos del panel promocional FSC o del logotipo FSC también pueden usarse en blanco sobre un fondo oscuro y liso sin figuras, siempre y cuando el contraste permita la legibilidad.</p>	
<p>13 Restricciones para el uso de las marcas registradas FSC</p>	
<p>13.1 Las organizaciones no certificadas no deberán:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Aplicar las etiquetas FSC en ningún producto o en su embalaje; b) Incluir cualquier información acerca de la certificación FSC de productos en sus documentos de ventas o de remisión; c) Usar las marcas registradas FSC como parte del nombre del producto; d) Crear o usar diseños o ilustraciones promocionales similares al logotipo FSC y a las etiquetas FSC; e) Usar cualquier tipo de etiquetas de productos o paneles promocionales de propietarios de certificados en materiales promocionales. 	<p>Estos requisitos se han reformulado usando un lenguaje más positivo y proactivo (páginas 34 y 35).</p>
<p>13.2 Las organizaciones, excepto si son entidades de certificación y sus filiales, no deberán usar las marcas registradas FSC con fines promocionales en artículos de papelería, incluyendo tarjetas de presentación o en la parte superior de plantillas de documentos o materiales publicitarios.</p>	<p>Los requisitos para las entidades de certificación acreditadas por el FSC y los requisitos para las oficinas de afiliados se han reformulado en aras de una mayor claridad y permanecen en la guía. Las oficinas de afiliados ya no están autorizadas a usar las marcas registradas FSC (por ej., el</p>

	panel promocional FSC) en sus tarjetas de presentación (página 29).	
13.3 Las organizaciones no certificadas no deberán usar las etiquetas FSC en el producto. No obstante, en circunstancias excepcionales, a las organizaciones se les podría autorizar el uso de un ejemplo de etiquetas FSC en el producto con fines educativos mediante la autorización previa de su TSP.	Estos requisitos se han reformulado usando un lenguaje más positivo y proactivo (páginas 34 y 35).	
13.4 Las organizaciones no deberán usar las etiquetas de producto en materiales promocionales adheridas a ningún producto o su embalaje. No obstante, podrían adjuntar materiales promocionales al producto certificado siguiendo las normas gráficas establecidas en este estándar. NOTA: En las promociones en almacenes y páginas Web hay que tener cuidado y evitar dar la impresión de que los productos sin una etiqueta FSC también están certificados FSC (por ej., otros muebles de jardín no certificados exhibidos en el mismo establecimiento minorista). Se sugiere capacitar al personal.		
13.5 Lo siguiente está prohibido (vea la Figura 7): a) Cambiar las proporciones del panel promocional FSC o del logotipo FSC; b) Cambiar o agregar contenido al panel promocional FSC; c) Dar la impresión de que el logotipo FSC forma parte de otra información, como por ejemplo, de declaraciones ambientales que no tienen que ver con la certificación FSC; d) Colocar el logotipo FSC dentro de otro borde o fondo; e) Usar más de dos colores en el panel promocional FSC; f) Cambiar la forma del borde o del fondo del panel promocional FSC; g) Girar el panel promocional FSC o el logotipo FSC; h) Invadir el espacio libre que rodea al panel promocional FSC o al logotipo FSC; i) Combinar el panel promocional FSC o el logotipo FSC con las marcas propias del usuario de una manera que implique la existencia de una asociación; j) Colocar el logotipo FSC o el panel promocional FSC en un fondo con demasiadas figuras o imágenes o usar el logotipo como marca de agua.	Estos requisitos se han reformulado usando un lenguaje más positivo y proactivo, además de que se han usado ejemplos visuales actualizados (página 34).	

País			FSC	Forest Stewardship Council
Argentina		®	®	®
Australia		®	®	®
Bolivia		®	®	®
Brasil		®	®	®
Canadá		®	®	®
China		®	®	®
Estados Unidos		®	®	TM
Japón		®	®	®
México		®	®	®
Nueva Zelanda		®	®	®
Perú		®	®	TM
Rusia		®	Sin símbolo	®
Suiza		®	®	®
Unión Europea (UE)	Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslo-	®	®	®

<p>Actualización: Febrero de 2012</p>		<p>vaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido. República Checa, Rumania y Suecia</p>				
<p>Otros países/ distribución global</p>		<p>TM</p>	<p>TM</p>	<p>TM</p>		
<p>Requisitos para el uso de las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre por parte de entidades no certificadas - FSC-ADV-50-005 (V1-0)</p>						
<p>1. Requisitos generales</p>						
<p>1.1 El Forest Stewardship Council A.C. (FSC AC) es el propietario de las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre y de toda versión de éstas en los idiomas oficiales.</p> <p>Marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre en español:</p> <p>a) Completa b) Logotipo-y-texto</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">     </div>			<p>Esta aclaración se ha incorporado a la guía (página 15).</p>			
<p>1.2 Con el fin de usar las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre, la organización deberá haber firmado una enmienda al contrato de licencia de marcas registradas vigente que abarque el uso de las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre, o bien haber firmado un contrato de licencia de marcas registradas que abarque el uso de todas las marcas registradas FSC.</p>			<p>Este requisito se ha eliminado de aquí, ya que se trata de la duplicación de un requisito existente (página 5).</p>			

<p>1.3 Los usuarios no deberán traducir ni cambiar ninguno de los elementos de las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre.</p>	<p>Este requisito se ha reformulado en aras de la claridad y tiene ejemplos visuales (páginas 14 y 22).</p>	
<p>1.4 Todos los requisitos para el uso de las marcas registradas FSC contenidos en el estándar FSC-STD-50-002 (V1-0) deberán ser aplicables, a menos de que se señale de manera diferente en esta nota aclaratoria.</p>	<p>Este requisito se ha eliminado y no está incluido en la guía.</p>	
<p>1.5 La versión en inglés de las marcas registradas puede usarse en todos los países. El símbolo aplicado junto a la marca registrada deberá reflejar el estatus de registro de la marca registrada en el país de distribución previsto. El estatus de registro de las marcas registradas FSC para el país respectivo aparece señalado en el Anexo 1 del estándar of FSC-STD-50-002.</p>	<p>Estos requisitos se han reformulado en aras de la claridad y se agregaron ejemplos visuales (página 18).</p>	
<p>1.6 Las versiones en idiomas oficiales de las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre deberán usarse solo en países estipulados en el Anexo 1 con el símbolo de registro respectivo.</p> <p>NOTA: El Anexo 1 es un documento ‘vivo’ que se actualiza periódicamente conforme avanza el proceso de registro de las marcas. Les pedimos que busquen las versiones actualizadas del documento en el Portal de Marcas registradas FSC.</p>		
<p>1.7 La traducción del eslogan ‘Bosques para Todos para Siempre’ puede utilizarse en formato de texto dentro del mensaje y/o debajo de la marca registrada, respetando las zonas de exclusión. Las traducciones aprobadas para este fin aparecen en la sección de descargas de www.marketingtoolkit.fsc.org.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="241 1007 562 1190" style="text-align: center;">  <p>(slogan traducido)</p> </div> <div data-bbox="611 1007 994 1190" style="text-align: center;">  <p>(slogan traducido)</p> </div> </div>	<p>Este requisito se ha reformulado en aras de la claridad con ejemplos visuales (página 19).</p>	
<p>1.8 Cuando se usan marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre en materiales promocionales, además de la marca registrada, deberán incluirse los siguientes elementos:</p>	<p>Este requisito se ha reformulado en aras de la claridad y se agregó un ejemplo visual. El requisito de señalar el/los producto/s específico/s se ha eliminado (páginas 20 a 24).</p>	

<p>i. Una referencia clara al producto o productos específicos que se están promoviendo, y/o mensajes relacionados con el FSC acerca de los bosques. Se pueden encontrar ejemplos de mensajes en marketingtoolkit.fsc.org, y</p> <p>ii. El código de licencia de marcas registradas FSC.</p>	
<p>2. Reglas gráficas</p>	
<p>2.1. El tamaño mínimo para las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre, cuando están impresas deberá ser de:</p> <p>a) 30mm de ancho para la marca completa;</p> <p>b) 23mm de ancho para la marca de logotipo-y-texto.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>30mm</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>23mm</p> </div> </div>	<p>Los requisitos de tamaño para las marcas completas 'Bosques para Todos para Siempre' que llevan siluetas de personas y animales se han modificado para que midan 10 mm. El tamaño mínimo de la marca 'Bosques para Todos para Siempre' es de 6 mm de altura (página 16).</p>
<p>2.2. El tamaño mínimo para las marcas registradas Bosques-para-Todos-para-Siempre cuando se usan en pantallas deberá ser de:</p> <p>a) 150px de ancho para la marca completa;</p> <p>b) 100px de ancho para la marca de logotipo-y-texto.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>150px</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>150px</p> </div> </div>	<p>Este requisito se ha eliminado y no está incluido en la guía.</p>
<p>2.3. Las variantes de color permitidas para las marcas deberán ser:</p>	<p>Este requisito se ha actualizado utilizando un lenguaje más proactivo y menos restrictivo. Los ejemplos visuales están</p>

a) Verde oscuro y claro



b) Blanco y verde claro



b) Blanco y verde oscuro



d) Blanco



actualizados para evitar la confusión de los colores del fondo, tal y como aparece en la nota aclaratoria (página 15).

<p>e) Negro</p>   <p>f) Verde oscuro</p>  	
<p>2.4. Los colores verdes para reproducciones impresas deberán ser:</p> <p>a) Verde oscuro: Pantone 626C</p> <p>b) Verde claro: Pantone 368C</p>	
<p>2.5. Los colores verdes para reproducciones en pantallas deberán ser:</p> <p>a) Verde oscuro: R0 G92 B66</p> <p>b) Verde claro: R114 G191 B66</p>	<p>Estos requisitos se han vuelto a escribir en un lenguaje más simple (página 15).</p>
<p>2.6. No deberán usarse otros colores; las marcas no deberán reproducirse si los colores requeridos no están disponibles para materiales impresos o en pantallas.</p>	<p>Este requisito se han vuelto a escribir usando un lenguaje más proactivo (página 16).</p>
<p>2.7. Deberá haber suficiente espacio libre alrededor de las marcas. El espacio mínimo se calcula utilizando la altura de las siglas FSC del logotipo.</p>  	<p>Este requisito se ha vuelto a escribir usando un lenguaje más proactivo y cuenta con ejemplos visuales adicionales (página 16).</p>

2.8. Las marcas no deberán colocarse sobre fondos que interfieran con el diseño o que pudieran ser engañosos en cuanto a lo que se refieren.	El requisito no ha cambiado, pero se reformuló en aras de la claridad y cuenta con ejemplos visuales adicionales (página 13).	
	Nuevos requisitos/orientación en borrador	
-	Texto promocional	
-	Incluye orientación sobre cómo describir productos con declaraciones FSC usando modelos estandarizados de textos (página 13).	
-	Formulación de declaraciones de adquisiciones	
-	Incluye orientación sobre cómo formular declaraciones básicas de adquisiciones con criterios sobre qué producto es elegible para tales declaraciones y un requisito de que las declaraciones habrán de verificarse (páginas 25 y 26).	
-	Promoción de servicios del ecosistema	
-	Esta sección incluye orientación sobre quién puede hacer, y cómo hacer, declaraciones de servicios del ecosistema para licenciarios que son patrocinadores de servicios del ecosistema o compras de recursos ambientales externos (páginas 27 y 28).	
-	Anexo: Cómo describir al FSC y a productos con declaraciones FSC	
-	Incluye ejemplos de cómo describir al FSC y los productos con declaraciones FSC, así como las declaraciones de servicios del ecosistema (páginas 37 a 38).	