



CCOF

Advancing organic agriculture through certification, education, advocacy, and promotion.

Declaraciones de Producto Orgánico en Sitios Web y Otras Herramientas de Mercadeo

Las declaraciones de producto orgánico en sitios web, redes sociales y otras herramientas de mercadeo deben ser veraces y no engañosas sobre el estatus de los productos orgánicos y no orgánicos. Los sitios web y las redes sociales se consideran información de mercado y pueden revisarse bajo el estándar [NOP 205 Subtítulo D Información de Mercado](#) (205.300-311). Como las regulaciones son más específicas para etiquetado de producto empacado, la revisión de los sitios web suele ser un poco subjetiva. Nosotros revisamos sitios web, redes sociales, y otro tipo de herramientas de mercadeo utilizando los lineamientos descritos a continuación. En algunas ocasiones podemos comprar productos en línea o suscribirnos a ciertos servicios para revisar las herramientas de mercadeo en línea. Las operaciones que no sigan estos lineamientos pueden recibir notificaciones de incumplimiento.

Qué revisa CCOF:

- Revisamos todos los sitios web de las operaciones certificadas por CCOF con ventas en línea.
 - Para negocios de comercio electrónico que sólo vendan en línea, su sitio web formará parte de su Plan de Sistema Orgánico (OSP). Los cambios de productos orgánicos o representación comercial en el sitio web deben ser comunicados a CCOF.
 - Para negocios con puntos de venta físicos y ventas en línea, revisamos los sitios web durante las inspecciones anuales.
- Revisamos cualquier sitio web o información de mercadeo relacionado con una queja o investigación.
- Podemos revisar el mercadeo en redes sociales, incluidos los anuncios en línea y los resultados de los motores de búsqueda.
- Podemos revisar las tiendas en línea de terceros o canales de venta digitales administrados o establecidos por la operación certificada por CCOF, como las tiendas de mercado de Amazon.
- Es posible que revisemos otras herramientas de mercadeo como anuncios dirigidos al cliente.
- Las revisiones de sitios web, redes sociales, y otras herramientas de mercadeo que requieran más de una hora de trabajo, se facturarán a la tarifa por servicios técnicos según el Manual de Servicios de Certificación de CCOF.
- En general no revisamos canales de venta que no sean administrados por la operación certificada por CCOF, como revendedores o distribuidores.
- En general no revisamos materiales promocionales como camisetas, utensilios de cocina y otros materiales de mercadeo.

Qué busca CCOF:

- Buscamos la declaración “orgánico” así como el sello Orgánico del USDA, el nombre y sello de CCOF en los sitios web y otras herramientas de mercadeo, especialmente en las páginas web donde se puede ordenar el producto incluido el “carro de compra”.

- En las páginas en las que los consumidores pueden comprar productos en su sitio web, cada producto individual debe tener declaraciones precisas y específicas en el punto de venta. El consumidor debe poder determinar si un producto específico es orgánico o no antes de realizar la compra.
 - Listar un producto orgánico en su sitio web antes de que CCOF haya aprobado el producto y lo haya añadido a su certificado orgánico, puede constituir un incumplimiento.
- Sólo declaraciones verídicas sobre los productos que están certificados orgánicos pueden hacerse en la página de inicio del sitio web, en cualquier otra página del sitio web, o en otras herramientas de mercadeo. Las declaraciones deben ser específicas y reflejar los productos que aparecen en el certificado orgánico.
 - Ejemplo de declaración en cumplimiento: “Nuestro procesamiento de todos los productos orgánicos está certificado.”
 - Ejemplos de declaraciones fuera de cumplimiento: “Ingredientes orgánicos” cuando no todos los ingredientes son orgánicos.” “Nos esforzamos por usar ingredientes orgánicos,” es una afirmación generalizada que no da información específica a los consumidores de cuáles son los productos certificados.
- No se recomienda usar declaraciones de porcentajes ya que éstas son potencialmente engañosas y difíciles de probar. Si usted incluye una afirmación sobre el porcentaje de productos orgánicos ofrecidos, su afirmación debe ser específica y su sitio web o su OSP deben explicar cómo calcula ese porcentaje. No se requiere una explicación si calcula por peso o volumen de fluido como se describe en NOP 205.302.
 - Ejemplo de declaración en cumplimiento: “el 70% del número total de productos que compramos son orgánicos. La cantidad real de ingredientes orgánicos incluidos en su entrega puede ser inferior al 70%.”
 - Ejemplo de declaración fuera de cumplimiento: “Nos esforzamos por ofrecer por lo menos 70% de productos orgánicos.” No es claro para el consumidor cuál porcentaje de los ingredientes que reciben son orgánicos.
- Usted debe poder describir a un inspector de CCOF cómo verifica sus declaraciones orgánicas. Es posible que se requiera que incluya su proceso de verificación en su sitio web y en su OSP.
 - Ejemplo de declaración en cumplimiento que requiere verificación: “Siempre ofrecemos huevos orgánicos.”
- Para negocios de comercio electrónico sólo en línea:
 - Ya que el sitio web funciona como una etiqueta al detal, la declaración “Certificado Orgánico por CCOF” (o una frase similar) debe aparecer en el sitio web por lo menos una vez en una fuente legible.

Uso del sello Orgánico del USDA o del logo de CCOF:

- El sello del USDA o el logo de CCOF pueden usarse para representar su negocio como certificado orgánico.
 - El sello del USDA puede usarse sólo si usted tiene por lo menos un producto “Orgánico” o “100% Orgánico”. El sello del USDA no puede usarse si usted sólo ofrece productos “Hecho con Ingredientes Orgánicos...”

- El logo de CCOF puede ser usado por cualquier operación certificada por CCOF, incluyendo las operaciones que sólo ofrecen productos “Hecho con Ingredientes Orgánicos...”
- Si usa ambos, el sello del USDA y el logo de CCOF, el sello del USDA debe ser más prominente.
- Si también ofrece productos no orgánicos, el sello del USDA o el logo de CCOF deben estar acompañados de una explicación clara y visible de cuáles productos están certificados. Para los sitios web, esto incluye el uso del sello del USDA o el logo de CCOF en la página de inicio/destino así como en los encabezados, pies de página y menús de navegación. La declaración debe estar respaldada por su certificado orgánico.
 - Una explicación escrita de la declaración debe aparecer junto al sello del USDA o el logo de CCOF, incluso si se incluye un hipervínculo a una página diferente que describe más detalladamente la misma declaración.
 - La declaración escrita debe ser legible y el tamaño de la fuente similar a la del sello del USDA.
 - Cuando se usan ambos, el sello del USDA y el logo de CCOF, la declaración escrita debe aparecer, por lo menos cerca del sello del USDA.
 - Las ventanas emergentes (pop-outs) y los vínculos que se activan al pasar el ratón (hover-over) no son suficientes para explicar la declaración.
- Si usted ofrece productos orgánicos y no orgánicos, y productos individuales aparecen o se pueden comprar en una página (o en una vitrina de venta al detal o en restaurantes) que exhibe el sello del USDA, el logo de CCOF u otra declaración orgánica, el estatus orgánico de cada producto debe ser claro. Los productos no orgánicos deben ser representados de tal manera que una persona razonable no asuma que el producto no orgánico es orgánico. Ejemplos de uso en cumplimiento:
 - El sello del USDA en el encabezado de la página junto a la declaración “todos los productos a continuación son orgánicos”, todos los productos que aparecen en la página están certificados orgánicos. Una página separada para productos no orgánicos no incluye en sello del USDA en el encabezado.
 - Para productos orgánicos y no orgánicos que aparezcan en la misma página, el sello del USDA aparece junto a los productos orgánicos individuales, pero no junto a los productos convencionales. El sello del USDA no se incluye en el encabezado de la página.
 - El sello del USDA en el encabezado de la página junto a la declaración “Ofrecemos ambos, productos orgánicos y no orgánicos”, y “Orgánico” está escrito junto a los productos certificados, pero no junto a los no certificados.
- Cuando se usa el sello del USDA en relación con productos específicos, incluidas las páginas de pedido o los carros de compra, el sello sólo podrá ser usado en productos “Orgánicos” y “100% Orgánicos”.
- Cuando el sello del USDA o el logo de CCOF aparezcan en una imagen o fotografía, todos los productos o ingredientes en esa imagen deben ser elegibles para mostrar el sello/logo, por ejemplo, estar certificados como “100% Orgánicos” o “Orgánicos” (sello del USDA), o certificados como “Hecho con ingredientes Orgánicos...” (logo de CCOF).
 - Si no todos los productos o ingredientes en la imagen están certificados, no puede usar el sello del USDA ni el logo de CCOF a menos que se incluya una explicación clara y

conspicua de cuáles productos están certificados como orgánicos, como se describe anteriormente.

- Ejemplos en Cumplimiento:
 - Envuelto (wrap) de pollo preparado o batido orgánico preparado que contiene sólo ingredientes certificados orgánicos, todos descritos en su OSP. El sello de USDA o el logo de CCOF pueden usarse sin una explicación adicional.
 - Kit para preparación de un tazón de Salmón con vegetales ó la mezcla preparada. Todas las verduras son orgánicas, pero el salmón no es orgánico. Se puede usar el sello del USDA o el logo de CCOF sólo si se hace una declaración clara y visible del estatus orgánico de los ingredientes (por ejemplo, Orgullosamente hecho sólo con verduras orgánicas).