UNITED NATIONS SYSTEM STAFF COLLEGE

Learn more and register at **www.unssc.org**

ONLINE

01 JAN 2026 - 31 DEC 2026

Reto de Marketing Verde

Climate and Environment

Sustainable development and the SDGs



LANGUAGE
Spanish

DURATION
2 Hours

ENROLL BY
31 Dec 2026

PRICE
Free

LOCATION
ONLINE

TARGET
Everyone

CONTACT sustainable-development@unssc.org

Un reto divertido e interactivo para poner a prueba sus conocimientos sobre lo que constituye una buena afirmación de sostenibilidad de un producto. Acepte el reto para comprobar hasta qué punto es capaz de identificar qué afirmaciones verdes tienen más probabilidades de promover la sostenibilidad y potenciar las decisiones de consumo sostenible, basándose en las recomendaciones de las "Orientaciones para el Suministro de Información Relativa a la Sostenibilidad de los Productos" del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y el Centro de Comercio Internacional (ITC).

Introduction

Hoy en día, los consumidores son cada vez más conscientes del impacto que sus decisiones de consumo pueden generar en el medio ambiente. Por ello, buscan mejores opciones de productos para reducir su huella medioambiental.

Las empresas son conscientes de este cambio en los patrones de consumo y ven en este cambio de mentalidad una oportunidad de mercado, creando mensajes que puedan captar la atención de estos nuevos consumidores potenciales. Sin embargo, el mercado está repleto de una amplia gama de productos y una gran variedad de reclamos ecológicos. Es importante que tanto las empresas como los consumidores sepan cómo comunicar y comprender la información sobre sostenibilidad de los productos y evitar la información engañosa y confusa, así como el ecoblanqueo, etc.

Para reforzar las buenas prácticas y aumentar la concienciación sobre la importancia de proporcionar información clara y fiable a los consumidores, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Centro de Comercio Internacional (ITC) lanzaron en 2017 las Orientaciones para proporcionar información sobre la sostenibilidad de los productos. Las Orientaciones pretenden beneficiar tanto al consumidor como al productor, esbozando cómo las empresas pueden proporcionar información de calidad para potenciar las decisiones de consumo sostenible, y sirviendo de referencia para gobiernos, organismos de normalización y etiquetado y ONG.

Basándose en estas orientaciones, y en colaboración con el PNUMA y CI-SCP, la UNSSC se enorgullece de presentar el Reto de Marketing Verde, un reto de aprendizaje que pone a prueba sus conocimientos sobre lo que constituye una buena afirmación de sostenibilidad de un producto de una forma competitiva y divertida.

Objectives

El reto en línea pretende:

- Apoyar la acción transformadora de la información sostenible al consumidor.

- Dar a conocer a los participantes en el reto las orientaciones y principios que podrían reforzar sus afirmaciones de sostenibilidad.

- Articular las normas que mejorarían las afirmaciones de sostenibilidad.

- Facilitar la comprensión de cómo aplicar los 10 principios de las afirmaciones sostenibles a sus productos y etiquetado para que ofrezcan afirmaciones de sostenibilidad mejores y más auténticas en sus productos.

- Identificar las barreras y los facilitadores para aplicar los principios a sus propias etiquetas para reconocer cómo reforzar sus propias afirmaciones de sostenibilidad.

Course methodology

El producto de aprendizaje en línea está diseñado para ofrecer los máximos resultados de aprendizaje a través de inversiones de tiempo óptimas en materiales de aprendizaje de alta calidad cuidadosamente seleccionados y especialmente adaptados para hacer avanzar la comprensión de los participantes sobre cómo comunicar mejor sus afirmaciones medioambientales.

El formato de la formación será un reto a su propio ritmo.

Course contents

Los participantes reciben una serie de retos basados en ejemplos reales que demuestran buenas o malas prácticas en las afirmaciones de sostenibilidad de los productos. Los comentarios sobre sus elecciones establecen el vínculo con las orientaciones en las que se basa el reto.

Target audience

1- Directores comerciales y de marketing de pequeñas y medianas empresas del sector privado que deseen hacer, o ya hagan, afirmaciones de sostenibilidad en sus productos.

2- Miembros de organizaciones de la sociedad civil que abogan por la sostenibilidad de los productos.

3- Consumidores.

Cost of participation

Este reto en línea es **gratuito**.