

Protocolo global sobre la Sostenibilidad del Packaging

Un proyecto global de The Consumer Goods Forum

La red global que atiende las necesidades de compradores y consumidores

Un idioma global para el Packaging y la Sostenibilidad

Preguntas frecuentes

QUÉ

1- ¿Qué es el GPPS?

GPPS es la sigla en inglés de *Global Protocol on Packaging Sustainability*, es decir, Protocolo global sobre la Sostenibilidad del Packaging. El GPPS permite a la industria de los artículos de consumo evaluar mejor la sostenibilidad relativa del Packaging. Está compuesto por dos elementos:

El **Marco**: “Un idioma global para el Packaging y la Sostenibilidad: un marco y un sistema de medición para nuestra industria”, que ofrece un idioma común o armonizado y describe la plataforma del sistema.

El **Protocolo**: el "Protocolo global sobre sostenibilidad del Packaging", que describe parámetros e indicadores para la sostenibilidad del Packaging.

Estos documentos se encuentran disponibles en inglés, sin cargo, en

<http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com/com>. Se han realizado seminarios por Internet para presentar el marco y el sistema.

2- ¿Existe algún documento informativo que explique el GPPS?

El documento titulado “Un idioma global para el Packaging y la Sostenibilidad - Un marco y un sistema de medición para nuestra industria” explica los aspectos generales, las metas y la forma en que el Packaging puede contribuir a mejorar la sostenibilidad. Puede consultarse en inglés en

<http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com>. Se han realizado seminarios por Internet para presentar el marco y el sistema.

3- ¿Qué significa GPPS y quién es responsable del proyecto?

GPPS es la sigla en inglés de *Global Protocol on Packaging Sustainability*, es decir, Protocolo global sobre la Sostenibilidad del Packaging. La última versión es la 2.0, publicada en septiembre de 2011. El Consumer Goods Forum (CGF), una red global de CEO de más de 650 fabricantes, comerciantes, proveedores de servicios y otros grupos de interés en más de 70 países, se encarga de su mantenimiento. El CGF tiene un Pilar de Sostenibilidad que conduce el trabajo sobre la sostenibilidad del Packaging. En

<http://globalpackaging.mycgforum.com/http://http://globalpackaging.mycgforum.com/globalpackaging.mycgforum.com> puede consultarse más información.

4- ¿Qué compañías participaron del desarrollo del GPPS y de los parámetros que utiliza?

El Consumer Goods Forum cuenta con más de 650 comerciantes minoristas, fabricantes, proveedores de servicios y otros participantes en más de 70 países. El proyecto que en un primer momento surgió para crear el GPPS fue el Proyecto global de Packaging, que reunió a unas 100 empresas que se agruparon para trabajar con expertos en Packaging y Sostenibilidad a fin de definir los parámetros e implementar proyectos piloto para evaluar su utilidad. El Protocolo fue diseñado de forma colectiva por un grupo diverso de comerciantes minoristas y fabricantes, con la ayuda de proveedores de materiales para Packaging y fabricantes de envases y embalajes, bajo la dirección de un equipo rector que incluía a representantes de los minoristas Wal-Mart, Target y Tesco, y de los fabricantes Kraft Foods, Procter & Gamble, Nestlé y Unilever. Se basa en pautas previas sobre la sostenibilidad del Packaging desarrolladas por la Organización Europea del Packaging y el Medio Ambiente (European Organization for Packaging and the Environment, EUROPEN) junto con ECR Europa, y en trabajos

similares sobre parámetros para el Packaging desarrollados por la Coalición del Packaging Sostenible de Green Blue (Green Blue's Sustainable Packaging Coalition, SPC) en los Estados Unidos.

5- ¿Para qué sectores comerciales se desarrolló el GPPS? ¿Está incluido el grupo de las B2B, por ejemplo?

El GPPS se desarrolló para empresas que operan dentro del sector de los artículos de consumo y sus industrias de Packaging. La comunicación B2B es una de las áreas que este protocolo aspira a facilitar, pero los resultados también pueden utilizarse para la comunicación interna de las empresas, o para la comunicación con los consumidores y otros participantes.

6- ¿Para qué tipos de envases se desarrolló el GPPS?

El protocolo fue desarrollado en primer lugar para el Packaging de artículos de consumo, aunque, de todas formas, puede aplicarse para los envases y embalajes de todo tipo de artículos.

7- ¿Este es el sistema final o se lo mejorará o actualizará más adelante?

El Consumer Goods Forum tiene pensado actualizar el GPPS y el Marco cuando sea pertinente hacerlo. Podrán consultarse las últimas versiones en <http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com/mycgforum.com>.

8- El GPPS parece complicado. ¿Se hará una versión "light"?

Nos hemos esforzado mucho para que los documentos sean lo más accesibles posible. No se ha planificado ninguna versión "light", pero debe tenerse en cuenta que el protocolo puede aplicarse para un análisis simple (empleando una cantidad limitada de indicadores) para registrar un cambio o llegar hasta un diseño y análisis de todo el sistema. La pregunta comercial que se formule dictará el grado de complejidad.

9- ¿Cuánto cuesta obtener el GPPS?

El GPPS y el documento Marco pueden obtenerse sin cargo alguno en el sitio web del Consumer Goods Forum <http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com>.

10- ¿Dónde consigo los documentos?

Visite <http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com>.

11- ¿Existe alguna diferencia entre los parámetros del GPPS y las normas ISO (en proyecto) sobre el Packaging y el medio ambiente?

Sí. Los parámetros del GPPS no son una norma y las normas ISO no contienen parámetros. Sin embargo, los dos documentos son compatibles, puesto que varios de los atributos ambientales del GPPS están basados en las normas ISO y en las normas europeas (CEN) (EN 13427 – 13432). El GPPS no tiene la intención de reemplazar ninguna de las normas y pautas existentes, con las que es necesario cumplir para toda comunicación externa relacionada con el desempeño en cuanto a la sostenibilidad del Packaging y los productos. El GPPS utiliza parámetros internacionales preexistentes donde los hay.

POR QUÉ

12- ¿Por qué debería elegir mi compañía el GPPS para su estrategia de sostenibilidad (o parte de ella)?

La intención es lograr un idioma unificado para analizar la sostenibilidad del Packaging. El Consumer Goods Forum representa a más de 650 compañías: es importante tener un sistema común. El GPPS asegura que el diálogo detallado entre los socios comerciales se base en términos, medidas y valores en común. Para cada

parámetro se incluye una definición clara, algunos ejemplos, orientación sobre su uso y enlaces a productos de la industria existentes, si corresponde. Los beneficios esperables incluyen mayor eficiencia, mejor control de costos, mejor toma de decisiones, relaciones más sencillas y una mejor comunicación con muchos interesados. Además, las compañías aprenden acerca de cómo sus envases pueden tener un menor impacto ambiental y controlan sus avances.

13- ¿Por qué se desarrolló el GPPS? ¿Los sistemas existentes no alcanzan?

El GPPS se desarrolló como consecuencia de haber identificado una necesidad de pautas claras y unificadas para ayudar a los decisores corporativos a formarse opiniones equilibradas e informadas acerca del papel del Packaging en el desarrollo sostenible. Los beneficios esperables incluyen mayor eficiencia, mejor control de costos, mejor toma de decisiones, relaciones más sencillas y una mejor comunicación con muchos interesados. Además, las compañías aprenden acerca de cómo sus envases pueden tener un menor impacto ambiental y controlan sus avances. El GPPS no está reinventando un sistema nuevo, aplica métodos y definiciones existentes, dentro de lo posible. Optar por el GPPS garantiza que el diálogo con sus socios comerciales se base en un conjunto definido de términos, medidas y valores en común. Para cada parámetro se incluye una definición clara, algunos ejemplos, orientación sobre su uso y enlaces a productos de la industria existentes, si corresponde.

14- ¿Los parámetros del GPPS son una norma?

No son norma en el sentido de haber sido desarrollados por un ente normalizador, pero conforman el idioma común para el Packaging y la Sostenibilidad, según lo propuesto por las compañías del Consumer Goods Forum.

15- ¿El GPPS reemplazará las tablas de puntuación del Packaging actuales para eliminar la duplicación y facilitar la armonización?

No es la intención del proyecto establecer tablas de puntuación para la industria. Es de esperar que toda empresa u organización que desarrolle una tabla de puntuación con respecto a la sostenibilidad y el Packaging aplique dentro de ella los parámetros e indicadores del sistema de medición del GPPS. De esta manera, las compañías que trabajan con envases o embalajes pueden contar con una manera más armonizada de analizar la sostenibilidad del Packaging. A medida que más y más compañías comiencen a aplicar el GPPS, creemos que se convertirá en la forma preferida de analizar las cuestiones de sostenibilidad para el Packaging debido a su simplicidad, integridad y eficiencia.

16- ¿Quiénes usarán (o están usando) los parámetros del GPPS y para qué?

Todos los participantes de la cadena de suministro pueden usarlo. Las preguntas comerciales que pueden responderse a través del GPPS incluyen comparar dos o más soluciones de Packaging, evaluar parte del proceso del Packaging, los aportes de los proveedores, etc. El análisis puede ser simple (con una cantidad limitada de indicadores) para registrar un cambio, o puede tratarse de un análisis de optimización para una unidad funcional dada, ser un análisis comparativo de uno o más formatos, materiales o procesos del Packaging, o constituir un diseño y análisis de todo el sistema.

17- ¿Por qué se denomina “Protocolo global sobre la Sostenibilidad del Packaging” en vez de “Protocolo global sobre el Packaging sostenible”?

En realidad, no existe algo denominado “envase sostenible”. Sin embargo, el Packaging puede ser parte integral de una estrategia de sostenibilidad y, por lo tanto, contribuir a la sostenibilidad. El GPPS sirve como base común para analizar la sostenibilidad del Packaging entre muchas partes interesadas.

IMPLEMENTACIÓN

18- ¿Qué beneficios consigue mi compañía utilizando o implementando este protocolo? ¿Qué tiene para ofrecernos?

Permitirá simplificar las conversaciones sobre la sostenibilidad del Packaging con sus socios. Una manera armonizada de medir los parámetros evita malentendidos y la duplicación del trabajo. Los beneficios esperables incluyen mayor eficiencia, mejor control de costos, mejor toma de decisiones, relaciones más sencillas y una

mejor comunicación con muchos interesados. Además, los usuarios aprenderán cómo contribuyen los envases y embalajes que utilizan a reducir el impacto ambiental, y los datos de la aplicación de los parámetros pueden ser el marco de referencia para medir el progreso hacia el logro de las metas de la compañía en pos de un Packaging más sostenible.

19- ¿La implementación del GPPS puede ayudar a que mi compañía comunique su sostenibilidad a los consumidores y proveedores?

El GPPS incluye un idioma común y otorga un sistema armonizado para los parámetros sostenibles. Ofrece una plataforma que simplifica la comunicación con todos los participantes. Asimismo, dentro del pilar de Sostenibilidad del Consumer Goods Forum, una corriente de trabajo abocada a la realización de un "glosario" está desarrollando un conjunto de términos comunes relacionados con la sostenibilidad que puede utilizarse para la comunicación con los consumidores.

20- ¿Todos mis socios comerciales relacionados con el Packaging deben aceptar usar este sistema antes de que mi compañía pueda implementarlo? ¿Es necesario que un mínimo de socios implemente el GPPS para que el sistema funcione?

El GPPS puede ser implementado por uno o varios socios, no existe el requisito previo de que otros socios lo implementen para que funcione para su compañía. Según las preguntas comerciales que haya elegido, seleccionará los parámetros que desee medir. La información, tanto como la documentación acerca del GPPS, puede compartirse con sus socios comerciales para que utilicen los mismos términos y definiciones. El GPPS ofrece una manera armonizada de calcular y presentar los datos, lo que debería facilitar la colaboración. Por empezar, no necesita tener la aprobación previa de otros socios y la participación de los socios no es un requisito previo explícito. No obstante, cuanto mayor sea la cantidad de socios que también decidan aplicar el GPPS, más fácil será la comunicación.

21- ¿Cómo decide mi compañía qué parámetros utilizar?

La selección de parámetros depende absolutamente de la pregunta comercial que uno desee analizar y de la meta y la estrategia que la compañía se haya trazado en cuanto a la sostenibilidad. La cantidad de parámetros puede ir desde uno solo a todos, según el nivel de amplitud deseado para el análisis. Puede hacerse un análisis simple (una cantidad limitada de indicadores) para registrar un cambio, un análisis de optimización para una unidad funcional dada, un análisis comparativo de uno o más formatos, materiales o procesos del Packaging, o un diseño y análisis de todo el sistema. Para decidirse, podría tener en cuenta lo que necesita de los demás participantes de la cadena y lo que desea comunicar.

22- ¿Cómo sería un ejemplo de lo que significa una “decisión comercial” que impulsa el uso del GPPS?

Ejemplo A: Los cosméticos en la Unión Europea suelen distribuirse a través de canales que no exigen envases listos para la venta, por lo que las cajas externas estándar son las comunes de cartón. Pregunta comercial: ¿Un Packaging especial para la venta contribuiría a un mayor nivel de sostenibilidad o a uno menor?

Ejemplo B: Pregunta comercial: ¿Cuál es el impacto de los distintos materiales (vidrio frente a plástico) en la huella de carbono?

Ejemplo C: Pregunta comercial: ¿Ofrecer varios formatos (para la misma unidad funcional) afectará la sostenibilidad del Packaging?

23- ¿Es obligatorio usar todos los parámetros?

No, la cantidad de parámetros depende de la pregunta comercial y del nivel de amplitud que se busque con el análisis.

24- Para aplicar los parámetros del GPPS, ¿necesitamos herramientas para LCA?

No es necesario usarlas para todos los parámetros. Algunos parámetros del GPPS se basan en métodos de Evaluación del Ciclo de Vida (LCA) y para estos parámetros sí ayudaría el uso de herramientas para LCA.

25- ¿Quién está a cargo de recopilar la información para un producto determinado?

Esta es una decisión interna de su compañía. Se recomienda recopilar no solo la información necesaria para los

parámetros, sino también documentar la fuente de dicha información. Esto facilita el rastreo. Debe documentarse todo nivel de incertidumbre sobre los datos o su origen.

26- ¿Existe alguna manera automatizada de intercambiar los parámetros del GPPS para un producto con los socios comerciales?

GS1 está trabajando para permitir esta función. Las empresas que deseen obtener más información o que estén interesadas en participar de estas tareas pueden comunicarse con GS1 o el Consumer Goods Forum a través de <http://globalpackaging.mycgforum.com/http://globalpackaging.mycgforum.com>.

27- ¿Por qué son importantes los indicadores como “discriminación” y “trabajo infantil” para la sostenibilidad del Packaging?

Porque las empresas que no respetan la legislación sobre trabajo infantil o que discriminan no pueden contribuir a prácticas sostenibles a largo plazo y, en consecuencia, no aportan a la sostenibilidad del Packaging. La sostenibilidad no solo tiene en cuenta factores económicos y ambientales, sino también factores sociales. El GPPS recomienda a las empresas seguir las pautas vigentes sobre responsabilidad social corporativa.

28- ¿Algún parámetro es obligatorio?

No, deben elegirse los parámetros que mejor correspondan a las preguntas comerciales que desee responder y con la idea de facilitar las conversaciones sobre la sostenibilidad, tanto internamente como con otros socios comerciales y con los consumidores.

29- ¿Cuáles son los objetivos con respecto a la calidad de los datos para la información que debo recopilar?

La calidad de los datos debe ser lo suficientemente alta como para sostener la confianza en las decisiones que piensa tomar con la información. Una mayor calidad generará más confianza.

30- No dispongo de datos primarios para todo el envase. Parte de los datos es primaria, pero el resto se basa en promedios de la industria. ¿Qué puedo hacer?

Use los datos primarios que tenga, pero recurra a los datos promedio de la industria cuando sea necesario. Según los objetivos comerciales y las preguntas clave por responder, los datos promedio de la industria pueden ser tan buenos, o incluso mejores, que los primarios, también según su calidad. Sin embargo, en ambos casos, es importante ser transparente sobre qué fuentes se utilizan.

31- ¿Debo usar datos primarios o datos promedio de la industria?

Cuando cuente con ellos, use datos primarios.

32- ¿Cómo mido los datos primarios?

Los datos primarios surgen directamente de mediciones realizadas de las operaciones específicas de su compañía que son pertinentes para la pregunta comercial que usted formula o de su propia cadena de suministro. Los datos secundarios (o datos promedio de la industria) provienen de bases de datos como Ecoinvent, GaBi, Plastics Europe e IDEMAT.

33- ¿Cómo consigo datos promedio de la industria?

Los datos promedio de la industria (datos secundarios) pueden obtenerse de varias bases de datos: Ecoinvent, GaBi, Plastics Europe e IDEMAT.

34- ¿Puedo usar datos antiguos? ¿Qué antigüedad es demasiada?

La antigüedad de los datos es uno de muchos factores que afectan su representatividad. La antigüedad solo implica un problema si las circunstancias subyacentes se han modificado de forma tan significativa que cabe dudar sobre si los datos son una representación razonable del sistema actual. Por lo tanto para considerar un dato "demasiado antiguo" es necesario analizar la estabilidad de los procesos de producción. Así como la transparencia es importante con respecto al origen de los datos, también lo es en cuanto a su antigüedad.

35- ¿En qué nivel puedo pasar por alto aspectos del envase, p. ej., aditivos, etiquetas, etc.?

La meta es abarcar lo más posible. Si se trata de un nivel que tiene un impacto significativo, debe tenerse en cuenta.

Con frecuencia en una evaluación LCA puede optarse por omitir un componente cuyo impacto estimado sea inferior al 1 %. Si la comunicación al público no es una meta inmediata de su proyecto, podría pensar en dejar de lado los puntos que considere, con un grado de certidumbre razonable, que no provocarían cambios en los resultados. Debe tenerse en cuenta que por lo general es posible hacer una estimación bruta con datos genéricos, práctica que puede preferirse a la omisión de componentes.

36- ¿Debo obtener datos de varios proveedores y, si es así, cómo los registro?

Si se recopilan datos de varias fuentes, lo mejor es hacer un promedio ponderado para que el resultado indique el promedio que se aplica a su provisión de material.

37- Recibí datos en un formato que no puedo utilizar, ¿qué hago?

Expresé los datos en la unidad funcional por la que se decidió.

Pida a quien le proporcionó los datos que les cambie el formato.

Haga las suposiciones necesarias (y documéntelas) para manipular los datos hasta llegar al formato deseado (por ejemplo, si necesita el peso, tal vez deba suponer una densidad para realizar la conversión del volumen).

RECURSOS

38- ¿El GPPS tiene un sitio web con enlaces a todos los documentos y recursos?

Sí, todas las versiones más recientes del GPPS, el Marco y los documentos de apoyo pueden obtenerse en el sitio web del Consumer Goods Forum:

<http://globalpackaging.mycgforum.com/http://http://globalpackaging.mycgforum.com/globalpackaging.mycgforum.com>.

39- ¿Dónde puedo encontrar los datos que necesito para calcular los parámetros?

Los datos para calcular los parámetros pueden provenir de varias fuentes distintas y es importante para un trabajo que estará en curso año tras año que se registre el origen de los datos para cada parámetro. Las bases de datos, tanto públicas como privadas de las empresas, constituyen una buena fuente. Los proveedores y otros socios comerciales pueden brindar información.

40- ¿Dónde puedo obtener más información acerca del GPPS para implementarla en mi compañía?

En la siguiente dirección URL pueden encontrarse los recursos:

<http://globalpackaging.mycgforum.com/http://http://globalpackaging.mycgforum.com/globalpackaging.mycgforum.com>.

41- ¿Con quién puedo comunicarme si tengo más preguntas acerca del GPPS? ¿Hay una mesa de ayuda?

Puede enviar un mail a

<mailto:r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com>

hagedorn@theconsumergoodsforum.com.