

Nomenclatura-diccionario

PANEA, B.

Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón, IA2.

Departamento de Producción y Sanidad Animal.

Avenida de Montañana 930, 50059, Zaragoza (España)

bpanea@aragon.es

Resumen

Este capítulo recoge algunos de los términos imprescindibles para quien quiera adentrarse en el campo de la calidad diferenciada. Se describen un total de 68 términos, ordenados alfabéticamente. El texto está originalmente escrito en español de España, por lo que algunas definiciones podrían necesitar alguna modificación para ajustarse al español de los países americanos. La lista no es exhaustiva, por lo que los lectores interesados en el tema pueden ampliar sus conocimientos a través de las referencias bibliográficas y existe también mucha información en Internet.

Palabras clave: **terminología, definiciones, conceptos.**

Introducción

Según la Real Academia Española de la Lengua, la nomenclatura se define como el conjunto de las voces técnicas propias de una disciplina. Por otro lado, un diccionario es un repertorio en forma de libro o en soporte electrónico en el que se recogen, según un orden determinado, las palabras o expresiones de una o más lenguas, o de una materia concreta, acompañadas de su definición, equivalencia o explicación.

Todas las materias tienen su terminología propia y conocerla es fundamental para trabajar correctamente. El uso de términos concretos y consensuados por todos los agentes que los utilizan favorece la fluidez y precisión del proceso de comunicación, ahorrando en muchas ocasiones recursos a la hora de transmitir la información de forma eficaz. Una terminología común facilita y fomenta la comunicación y posibilita la transferencia de tecnología (Hernández de la Rosa y Gil Hernández, 2013).

Este capítulo recoge algunos de los términos imprescindibles para quien quiera adentrarse en el campo de la calidad diferenciada. Para quien quiera profundizar en el tema, recomendamos la lectura de la bibliografía y la consulta en red.

Terminología

- Acreditación. Certificación del organismo de certificación.
- Agrupación. Cualquier asociación, independientemente de su forma jurídica, que esté compuesta principalmente por productores o transformadores que trabajen con un mismo producto.
- Alimento o producto alimenticio. Cualquier sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si ha sido transformado entera o parcialmente como si no.

- Aseguramiento de la calidad. Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que son necesarias para proporcionar una confianza adecuada de que un determinado producto satisfará las exigencias de calidad establecidas.
- Auditoría. Proceso sistemático, independiente y documentado que se realiza para comprobar, mediante el examen y la evaluación de evidencias objetivas, el grado de cumplimiento de un producto con los criterios de calidad prefijados.
- Auditado. Organización que es auditada.
- Auditor. Persona con la competencia para llevar a cabo una auditoría.
- Autoridad competente. Cualquier organismo designado como tal en cada Estado o región susceptible de constituir la zona de comercialización de un producto.
- Calidad. Grado de adecuación de ciertas propiedades (atributos de calidad) a los requerimientos particulares (especificaciones de calidad) establecidas por el consumidor para un uso dado. Nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a sus clientes, es conocido y aceptado por éstos, y determina las características del producto o servicio.
- Calidad diferenciada. Normativa específica que garantiza el cumplimiento de unos requisitos superiores a los exigidos para el resto de los productos.
- Característica específica. Cualidad de un producto que lo distingue claramente de otros similares de la misma categoría.
- Certificación. Procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía, por escrito, de que un producto está conforme con los requisitos especificados.
- Certificado. Documento emitido conforme a las reglas de un sistema de certificación que indica, con un nivel suficiente de confianza, que un producto está conforme a una norma. Acta en la que se da fe documental del cumplimiento de todos los requisitos exigidos.
- Cliente. Organización o persona que recibe un producto / servicio.
- Conformidad. Cumplimiento de un requisito.
- Consejo regulador. Organismo encargado de regular y normalizar la actuación de los agentes adscritos a una marca de calidad o de garantía de un producto, así como responsable del cumplimiento efectivo de las mismas. Desde un punto de vista jurídico, un Consejo Regulador es una corporación de derecho público representativa de intereses económicos y sociales, que actúa, en el ejercicio de determinadas facultades públicas, con el carácter de órgano desconcentrado de la administración.
- Control. Evaluación de la conformidad mediante observación y juicio acompañados si necesario de medidas, pruebas o calibración.
- Consumidor. Persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios.
- Corrección. Acción tomada para eliminar una no conformidad detectada.
- Denominación de origen. Denominación oficial asignada a ciertos productos como garantía de su procedencia y calidad.
- Denominación de Origen Protegida (DOP). Se aplica en la Unión Europea a aquellos productos cuya calidad o características se deben al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan siempre en esa zona geográfica delimitada de la que toman el nombre.

- Diseño. Apariencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación.
- Diseño novedoso. Se considerará que un diseño es nuevo cuando ningún otro diseño idéntico haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad.
- Diseño singular. Se considerará que un diseño posee carácter singular cuando la impresión general que produzca en el usuario informado difiera de la impresión general producida en dicho usuario por cualquier otro diseño que haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad.
- Distintivo. Insignia, señal o marca que distingue o caracteriza esencialmente algo.
- Especialidad Tradicional Garantizada (ETG). Se aplica en la Unión Europea a aquellos productos cuyos rasgos específicos diferenciadores se deben a que se producen a partir de materias primas tradicionales, o bien presentan una composición, modo de producción o transformación tradicional.
- Especificación. Documento que establece requisitos.
- Especificaciones técnicas. Documentos en los cuales se definen las normas, exigencias y procedimientos, a ser empleados y aplicados a un producto.
- Etiqueta facultativa. Toda aquella que incluya datos o menciones diferentes de los exigidos con carácter obligatorio por cualquier otra norma.
- Etiqueta. Cualquier soporte que se utilice en el punto de venta para suministrar información relativa al producto.
- Etiquetado. Menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto y que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín, que acompañen o se refieran a dicho producto.
- Evaluación. Proceso utilizado para verificar y medir el impacto de otros procesos en base al cumplimiento de objetivos preestablecidos y las características de productos y servicios. La evaluación no se realiza sólo sobre el resultado final obtenido, sino también sobre el proceso utilizado.
- Fraude. Acto tendente a eludir una disposición legal en perjuicio del Estado o de terceros.
- Garantía. Efecto de afianzar lo estipulado.
- Gestión de la Calidad. actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.
- Indicación Geográfica Protegida (IGP). Se aplica en la Unión Europea a aquellos productos que poseen alguna cualidad determinada o reputación u otra característica que pueda atribuirse a un origen geográfico y cuya producción, transformación o elaboración se realiza en la zona geográfica delimitada de la que toma su nombre.
- Label. Etiqueta
- Licencia. Documento, emitido conforme a las reglas de un sistema de certificación, mediante el cual un organismo de certificación otorga a un proveedor (u operador) el derecho a utilizar certificados o marcas para sus productos, conforme a las reglas de ese sistema particular de certificación.

- Logo o logotipo. Símbolo gráfico peculiar de una empresa, marca o producto.
- Marca. Todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos de una empresa de los de otras. Pueden ser palabras, imágenes, figuras, símbolos, dibujos, letras, cifras, formas tridimensionales, sonidos y cualquier combinación de los elementos anteriores.
- Marca de garantía. Signo utilizado por una pluralidad de empresas bajo el control y autorización de su titular que certifica que los productos a los que se aplica cumplen unos requisitos comunes, en especial en lo que concierne a su calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas o modo de elaboración.
- Marca corporativa. Conjunto de elementos que integran la identidad visual de una organización incluyendo logotipo, isotipo, colores y tipografía. En un sentido amplio, es el resultado de la estrategia de la organización para crear una imagen y actitud propias.
- Marca registrada. Nombre comercial de un producto que está reconocido por la ley y que solamente puede usar el fabricante que lo ha registrado.
- Marchamo. Señal distintiva que se pone en un objeto o en un producto después de haber sido analizado y revisado para permitir o facilitar su reconocimiento. Marca que se pone a ciertos productos, especialmente a los embutidos.
- Mercado. Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto.
- Modelo de utilidad. Creación técnica que incide en la forma, estructura o constitución de productos usuales y frecuentes, y que atribuye al producto conformado una mayor utilidad de la que tenía antes de imponerle esa forma nueva.
- Operador. Toda persona física o jurídica que actúa en alguna parte de la cadena alimentaria.
- Organismo de acreditación. Organismo tercero que procede a la acreditación de un organismo de certificación.
- Organismo de certificación. Entidad imparcial, gubernamental o no, que posee la competencia y fiabilidad necesarias para gestionar un sistema de certificación.
- Patente. Conjunto de derechos exclusivos, concedidos por el organismo competente al inventor de un nuevo producto o tecnología, susceptibles de ser explotados comercialmente por un período limitado de tiempo, a cambio de la divulgación de la invención.
- Persona natural o persona física. Individuo que al actuar en su propio nombre se ocupa de alguna o algunas actividades que la ley considera mercantiles.
- Persona jurídica. Es una entidad conformada por una, dos o más personas físicas, creada para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin fines de lucro, y que ejerce derechos y cumple obligaciones.
- Pliego de condiciones. Documento en que se exponen las condiciones a las que deben sujetarse las dos partes que formalizan un contrato.
- Política de la Calidad. Intenciones globales y orientación de una organización.
- relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección.
- Procedimiento. Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.
- Proceso. Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

- Producto. resultado de un proceso.
- Proveedor. Organización o persona que proporciona un producto o servicio.
- Regímenes de calidad. Identificación y, en su caso, protección de nombres y términos que indiquen o describan productos alimenticios referidos a las características de esos productos que les confieren valor añadido, como consecuencia de las técnicas agrarias, de los métodos de transformación utilizados para su producción, o de su lugar de producción o de comercialización.
- Registro. Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.
- Reglamento. Colección ordenada de reglas o preceptos que se da por la autoridad competente para la ejecución de una ley, o para el régimen de una corporación o agrupación.
- Requisito. Necesidad o expectativa establecida para un producto.
- Sello. Carácter peculiar o especial de algo, que lo hace diferente de los demás. Marca que queda estampada, impresa y señalada.
- Sistema. Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan.
- Sistema de calidad. Estructura, responsabilidades, actividades, recursos y procedimientos de una organización que permiten asegurar que los productos cumplirán los requisitos de calidad preestablecidos.
- Sistema de certificación. Sistema que recoge el reglamento de procedimiento y gestión para llevar a cabo la certificación.
- Sistema de Gestión. Sistema para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos.
- Términos genéricos. Nombres de productos que, pese a referirse a un lugar, región o país de donde procede originalmente el producto, se hayan convertido en el nombre común de dicho producto.
- Tradicional. Producto o método de producción que lleva en el mercado, o es parte de la cultura local, el período de tiempo lo suficientemente largo como para permitir su transmisión entre distintas generaciones.
- Trazabilidad o rastreabilidad. Posibilidad de encontrar y seguir el rastro a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un producto. Posibilidad de identificar el origen y las diferentes etapas de un proceso de producción y distribución de un producto.

Conclusiones

Todas las materias tienen su terminología propia y conocerla es fundamental para trabajar correctamente. En este texto se ha incluido una lista no exhaustiva que recoge 68 términos básicos a partir de los cuales se puede ampliar el conocimiento.

Nomenclature-dictionary

Summary

This chapter includes some of the essential terms for those who want to work on the area of quality brands. A total of 68 terms, alphabetically sorted

were included. Original text was written in Spanish from Spain and therefore, some definitions would to be adapted to fit the Spanish features from American countries.

Current list is not exhaustive and so, readers interested in the subject, can to delve on it from references or exploring the widespread information available on Internet.

Keywords: **terminology, definitions, concepts.**



Figura 1. Algunos logos de marcas de calidad diferenciada



Figura 2. Jamón de Huelva (DO)



Figura 3. Jamón de Huelva Jabugo (DO)



Figura 4. Lechazo asado de Castilla-León (IGP)



Figura 5. Ternasco de Aragón IGP (Pierna)



Figura 6. Ternasco de Aragón (IGP)



Figura 7. Ternera Gallega (IGP)