



## GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO

**Acción de control:** Conjunto de pautas y movimientos a seguir para comprobar el adecuado cumplimiento de los derechos del consumidor en sus relaciones con los comerciantes o profesionales de cada sector.

**Archivo documental de consumo:** Soporte donde se explican las bases de nuestro sistema económico de consumo.

**Bases de datos:** Conjunto de datos almacenados en ficheros informatizados, a los que se puede acceder con gran rapidez para actualizar, modificar, consultar o analizar su contenido.

**Boletín de empresa:** Documento que contiene información relevante para el cliente en materia de consumo.

**Buenas prácticas:** Conjunto de normas de actuación, no reguladas legalmente, adoptadas por un sector determinado, encaminadas a facilitar las relaciones entre los comerciantes o prestadores de servicios de ése sector y sus clientes.

**Campañas de inspección:** Conjunto de actividades programadas con la finalidad de comprobar el cumplimiento de la normativa de un determinado sector y de los derechos del consumidor.

**Código de barras:** Tipo de identificación basada en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información.

**Códigos de conducta:** Conjunto de normas de actuación escritas y aceptadas individualmente por cada uno de los miembros de un sector determinado, encaminadas a facilitar las relaciones entre los comerciantes o prestadores de servicios, de ése sector, y sus clientes.

**Comunicación:** Forma de obtener información primaria que implica realizar preguntas a una población o muestra de interés utilizando como instrumento un cuestionario.



**Comunicación no verbal:** Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes sin palabras, es decir, se da mediante indicios, signos y que carecen de estructura sintáctica verbal.

**Comunicación verbal:** Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes a través de signos orales y palabras habladas o escritas.

**Consultas:** Solicitud de información y aclaración de las dudas relacionadas con temas de consumo.

**Consumo ecológico:** Consumo de productos y servicios provenientes de procesos naturales que respetan y no degradan el medio ambiente.

**Consumo saludable:** Consumo de productos sanos y naturales, evitando aquellos que conducen a ciertas patologías poco recomendables que entrañan riesgos para la salud, con el fin de conseguir un adecuado desarrollo físico y mental.

**Consumo solidario:** Consumo de productos provenientes de puestos de trabajo con condiciones laborales adecuadas, y sin ningún tipo de discriminación social.

**Control de mercado:** Comprobación del funcionamiento y del cumplimiento de la normativa vigente en cada momento en la actividad comercial de un determinado sector.

**Copias de seguridad:** Reproducción de ficheros o datos o cualquier tipo de información de forma que estén disponibles en caso de que un fallo produzca la pérdida de los originales.

**Coste:** Valor monetario de los consumos de factores que suponen el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.

**Cronograma:** Gráfica cuyo eje de abscisas está dividido en fracciones cronológicas (días, semanas, entre otros.), de modo que registre las variaciones en el curso del tiempo del hecho estudiado, que se representa en el eje de ordenadas.

**Destrezas analíticas:** Capacidades globales de análisis de resultados en situaciones de conflicto entre consumidores o usuarios y comerciantes.

**Distribución de competencias:** Asignación de actividades a las administraciones públicas implicadas en materia de consumo.

**Divisas:** Toda la moneda utilizada en una región o país ajeno a su lugar de origen y que fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial.

**Estrategia de la organización:** Planes a seguir en el desarrollo de la actividad de control para cumplir con las directrices marcadas por la empresa u organización.



**Evaluación:** Valoración de resultados obtenidos una vez finalizada la acción de control o formación en materia de consumo.

**Formación en materia de consumo:** Conjunto de acciones formativas que se desarrollan para garantizar los derechos de los consumidores y usuarios.

**Frecuencia:** Número de veces que se programa una ruta de transporte en un determinado intervalo de tiempo.

**Hojas de reclamaciones:** Solicitud facilitada por la empresa/organismo para realizar la reclamación sobre la compra de un bien o prestación de un servicio.

**Imagen personal:** Conjunto de elementos físicos, formales y conceptuales que cada persona tiene de forma involuntaria o planificada y que proyecta sobre los demás generando una idea o creencia de sí mismo sobre estos.

**Información:** Datos que se deben facilitar a los consumidores de manera clara, concisa y didáctica sobre productos y/o servicios de consumo.

**Inspección:** Comprobación in situ del cumplimiento de la normativa vigente en relación tanto a los productos como a los establecimientos e instalaciones así como el cumplimiento de los derechos del consumidor.

**Intranet:** Una intranet es una red de ordenadores privados que utiliza tecnología Internet para compartir dentro de una organización parte de sus sistemas de información.

**Mecanismos extrajudiciales:** Mecanismos e instituciones a través de los que canalizar aquellas pretensiones legítimas que permiten soslayar las causas que inciden en la formación de la voluntad del consumidor de no ejercitar acciones judiciales.

**Medios de difusión:** Medios de comunicación utilizados para hacer llegar a sus destinatarios, de forma adecuada, la información sobre las distintas actuaciones en materia de consumo.

**Mercado:** Conjunto de compradores y vendedores de productos o servicios que realizan procesos de intercambio.

**Multimedia:** Cualquier sistema que utiliza múltiples medios de comunicación al mismo tiempo para presentar información.

**Muestra:** Subconjunto de elementos de una población de la que se quiere obtener información. Para que la muestra sea válida, debe ser representativa, es decir, que en su estructura se reproduzcan las características de la población.



**Objetivos de formación:** Metas que debe alcanzar el/os alumno/s al finalizar el proyecto formativo.

**Observación:** Procedimiento para obtener datos primarios, que supone la comprobación de una situación de interés registrándose hechos, acciones o comportamientos, por medio de una persona o de un instrumento mecánico o electrónico.

**Organigrama:** Gráfico de la estructura formal de una organización, señala los diferentes cargos, departamentos, jerarquía y relaciones de apoyo y dependencia que existe entre ellos.

**Parámetros:** Elemento o factor que caracteriza e identifica un aspecto susceptible de medida con el propósito de evaluar o establecer un control sobre tal aspecto.

**Plan de actividades:** Programa o conjunto de actividades previstas para conseguir los objetivos fijados para una adecuada información y educación de sus destinatarios.

**Promoción:** Actividades que tratan de estimular la demanda a corto plazo de un producto o servicio, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos.

**Propiedad intelectual:** Conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación.

**Publicidad:** Comunicación realizada por una persona física o jurídica, en el ejercicio de un actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.

**Secuenciación:** Sucesión de actividades y pautas a seguir en el desarrollo de las acciones de control y formación en consumo.

**Sistema de autorregulación:** Normas de mercado que permiten la adaptación y el funcionamiento autónomo del mercado sin necesidad de una regulación permanente.

**Técnicas de archivo:** Procedimientos para organizar y clasificar la información registrada.

**Tendencias:** Patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período. En términos del análisis técnico, la tendencia es la dirección o rumbo del mercado.

**Tesauro:** Diccionario utilizado en la catalogación de documentos.



**Toma de muestras:** Secuencia de la acción de control para la comprobación de la calidad y seguridad de un determinado producto puesto a la venta.