

Reglas generales de los premios

GSQA-GOV-001 · 2.0 · 2026-10-19

1. Alcance y elegibilidad

Gold Standard Quality Awards responde a una sola cuestión: si existen pruebas fiables de que un producto supera los requisitos regulatorios aplicables en su mercado objetivo. Cumplir todos esos requisitos es la condición mínima de entrada. Para recibir el premio, al menos un indicador esencial, directamente relacionado con el uso principal, la calidad o la seguridad del producto, debe superar de forma acreditada el requisito correspondiente. El tamaño de la marca, sus ventas y su precio no sustituyen las pruebas del producto.

2. Sin cuotas de adjudicación

Hay un nivel de premio, sin puntuación, votación, clasificación ni niveles pagados. La nacionalidad de la marca, el tamaño, las ventas, la publicidad, los asesores y los honores previos no reemplazan estos requisitos.

3. Responsabilidades del solicitante

Los solicitantes deben tener derecho a enviar el material relevante y autorizar su publicación, garantizar que el modelo corresponda a la configuración en venta y revelar resultados adversos y cambios materiales. Gold Standard Quality Awards es responsable de la verificación y las decisiones basadas en la evidencia real. Su trabajo no libera a los fabricantes, importadores o vendedores de sus responsabilidades legales.

4. Hacer verificable la inversión en calidad

Las ventajas de los productos desarrollados con un serio compromiso con la calidad a menudo permanecen dentro de los estándares técnicos y los informes de prueba. Es posible que los consumidores no los entiendan y que las empresas tengan dificultades para explicarlos con claridad. Gold Standard Quality Awards verifica la evidencia artículo por artículo para que se pueda verificar la inversión en la calidad de un producto específico.

5. Reconocimiento de productos, no reputación de marca.

La verificación se refiere a un modelo definido, configuración, uso previsto y mercado objetivo. Las marcas ya establecidas y las nuevas están sujetas a las mismas condiciones. La publicidad, las ventas, la reputación y otros honores no pueden reemplazar la evidencia completa.

6. Cumplimiento y desempeño más allá del requisito

Primero se deben cumplir todos los requisitos aplicables. Los parámetros básicos identificados de antemano deben mostrar un margen medido fiable y comparable, vinculado a las cláusulas estándar y páginas de informe pertinentes. Un resultado favorable en un parámetro no puede compensar un fallo en otro requisito obligatorio.

7. Verificación basada en evidencia y decisiones independientes

No hay votación, clasificación o puntuación, y el programa no establece ningún estándar técnico de producto separado. Los verificadores proporcionan conclusiones razonadas. Una persona autorizada que no haya realizado la verificación del caso toma la decisión de forma independiente. Los intereses deben ser revelados y los conflictos gestionados mediante la recusación.

8. Registro público, certificado y licencia de marca.

Un premio produce un acta pública de premio, un certificado electrónico y una licencia de marca limitada al alcance declarado. Cada hallazgo está respaldado por informes, datos y cláusulas. La validez es de 12 meses. La renovación es gratuita pero requiere una verificación renovada.

9. Alcance y limitaciones definidos

El reconocimiento no se extiende a toda una marca, no establece el primer lugar en una categoría, no constituye una recomendación de compra ni implica un cumplimiento mundial irrestricto. El producto aún debe completar todos los registros, declaraciones, certificaciones y otras formalidades de acceso al mercado requeridas por la ley en el mercado de destino.

10. Autoridad para aplicar

Podrán postularse titulares de derechos de marca, fabricantes, importadores y organizaciones debidamente autorizadas. Los agentes deben proporcionar una autorización genuina que cubra el producto, la presentación del material, la publicación y las representaciones en cuestión. Las marcas de todos los países están sujetas a las mismas condiciones.

11. Identidad del producto e imágenes genuinas.

Debe quedar claro el nombre del producto, marca, modelo, configuración, uso previsto y mercado de ventas. Se requieren fotografías originales del producto, con imágenes de la placa de identificación y de la configuración crítica cuando sea necesario. Las familias de modelos requieren una explicación adicional de las diferencias y evidencia que establezca la cobertura de la prueba.

12. Cumplimiento de todos los requisitos aplicables.

Los requisitos y ediciones aplicables deben identificarse para la categoría de producto, uso, configuración y mercado específicos. Cualquier inaplicabilidad deberá estar justificada. No se podrá

otorgar ningún premio mientras falte un requisito obligatorio o subsista una falla no resuelta.

13. Evidencia confiable de rendimiento central superior

Al menos un parámetro central directamente relevante para el uso principal, la calidad o la seguridad del producto debe mostrar un margen medido comparable por encima del requisito aplicable. Los parámetros deben identificarse antes de la verificación; Los datos favorables no relacionados no se pueden seleccionar retrospectivamente.

14. Documentación consistente y completa.

Los informes completos, calificaciones institucionales, material en idioma inglés, notariado, autenticación y autorización deben corresponder al mismo modelo, número de informe y versión. Una portada, páginas pasajeras seleccionadas o una carga exitosa no establecen una verificación exitosa.

15. Divulgación de hechos adversos

La fabricación, el ocultamiento, las calificaciones no válidas, las discrepancias entre modelos, los intentos de comprar un premio o la falta de autoridad para solicitarlo impiden un premio. Los retiros del mercado, sanciones y disputas importantes sobre calidad o seguridad deben compararse con el modelo y el mercado objetivo. No se toma ninguna decisión de adjudicación antes de que se aborden los problemas críticos no resueltos.

16. Sin tarifas de programa en ninguna etapa

No se cobran tarifas por controles de elegibilidad, solicitudes formales, verificación de documentos, decisiones de adjudicación, correcciones, registros públicos, certificados electrónicos, licencias de marcas, renovaciones, cambios, quejas o reconsideraciones.

17. Sin niveles de premios pagados ni decisiones de prioridad

No hay niveles de oro, plata o bronce, condiciones de membresía paga, paquetes de publicidad obligatorios ni decisiones aceleradas pagadas. Las donaciones, compras, financiación y patrocinio no se pueden canjear por un premio. El apoyo financiero no crea ningún derecho a reconocimiento.

18. Servicios externos contratados por los solicitantes

Los solicitantes seleccionan de forma independiente proveedores elegibles para servicios de pruebas, traducción, notarización y apostilla, y pagan a esos proveedores directamente. Gold Standard Quality Awards no designa ni recomienda organismos de prueba asociados, no participa en sus cargos ni recibe comisiones.

19. Los pagos y las garantías no pueden sustituir la verificación.

Los agentes y asesores deberán estar en posesión de una autorización real. Sus cargos no afectan la

decisión independiente de Gold Standard Quality Awards. Las reclamaciones de asignaciones internas, pagos designados o premios garantizados deben documentarse e informarse.

20. Registros, tramitación y correcciones

En los asuntos regulados por este documento se conservarán el número de solicitud o expediente, el producto y mercado concretos, la versión aplicada, los documentos y páginas de referencia, las personas responsables, las fechas relevantes, los motivos y las notificaciones oficiales. Los datos personales y los secretos comerciales se tratarán conforme a los permisos de acceso. Las dudas sobre un registro podrán plantearse mediante los cauces de corrección, reclamación o reconsideración disponibles para el solicitante legitimado. La presentación no modifica por sí sola una decisión o licencia vigente. El resultado será el que conste en la notificación oficial y el registro actual.

21. Entrada en vigor, aplicación y versiones

La versión 2.0 de este documento se publica y entra en vigor el 19 de octubre de 2026. Se aplica a los asuntos pertinentes presentados formalmente después de esa fecha. Las solicitudes anteriores conservan su versión original y las reglas correspondientes. Los cambios sustanciales se notificarán por separado y se tramitarán conforme al régimen transitorio; no se incorporarán nuevas condiciones retroactivamente a decisiones anteriores. El texto de la web y el descargable deberán coincidir. Las versiones sustituidas indicarán cuál las reemplaza, y las correcciones de nombre o redacción se registrarán separadamente de las modificaciones sustanciales.