

Áreas sensibles en la aplicación del Test de Producto

Comité de Ética de AEDEMO
Enero, 2013

Son frecuentes las consultas recibidas en el Comité de Ética sobre condiciones a tener en cuenta para testar productos de categorías “sensibles” (con restricciones en su publicidad, venta, etc.)

Cualquiera que sea la Categoría, son de aplicación las pautas generales que este Comité expuso en su documento *“El Test de Producto. Cuestiones a tener en cuenta para una buena práctica”*.

Tratándose de un producto de naturaleza sensible convendrá, simplemente, ser particularmente cuidadoso en muchas de esas recomendaciones.

En cualquier caso, se publican a continuación algunas recomendaciones específicas en el caso de ciertas categorías de producto sobre las que se vienen planteando frecuentes dudas por parte de nuestros socios.



Recomendaciones generales para los test de producto que adquieren especial relevancia en caso de productos sensibles. (Ver documento “El Test de Producto. Cuestiones a tener en cuenta para una buena práctica”)

Protocolo previo Cliente – Investigador: delimitación de responsabilidades en el proceso y responsabilidad última del Cliente ante los consumidores que se utilicen en el test.

Información al Consumidor previa al uso del producto: naturaleza del producto, componentes, posibles efectos secundarios, etc.

Conservación y manipulación de los productos.

En Categorías con limitaciones legales a su publicidad y/o consumo, evitar cualquier práctica, a lo largo del estudio, que pudiera interpretarse como incitación al consumo.

En Categorías destinadas al público infantil (prueba de producto por parte de menores): autorización, tras conocimiento suficientemente informado, de adulto responsable del menor.

Ver también, “Pautas ESOMAR sobre la entrevista a niños”

El Público

- ✓ Mayor de 18 años.
- ✓ Consumidor habitual de la Categoría.
- ✓ Que no esté, en los momentos del estudio, bajo tratamiento farmacológico que pudiera contraindicar el consumo de alcohol.

La Captación

- ✓ Asegurarse de las anteriores condiciones.
- ✓ Queden expresadas en cuestionario (preguntas realizadas para filtrar a los participantes y respuestas obtenidas de ellos)
- ✓ Advertencias claras (escritas) sobre la naturaleza del producto, especialmente su graduación alcohólica.
- ✓ Recomendaciones acerca de los efectos que puede tener el consumo (por ej., recomendación de no conducir, realización de determinadas actividades de riesgo)

Estas advertencias y recomendaciones son particularmente importantes en casos de test en el que el propio entrevistado va a administrar el consumo de prueba (por ej., test en hogar con entrega de muestras)

La Prueba

PRUEBA EN HOGAR:

- ✓ Advertencias y recomendaciones escritas ya comentadas.
- ✓ Incluir la prohibición por ley de su consumo por menores.
- ✓ Recomendar la prueba mediante cantidades aceptables por el consumidor sin alteración de sus facultades

PRUEBA EN HALL:

- ✓ Cantidades a dispensar aceptables; puede tomarse como referencia el máximo a partir del cual pudiera elevarse el nivel de alcohol en sangre por encima de lo permitido para la conducción.
- ✓ Prever facilitar al entrevistado el uso de transporte alternativo a su propio vehículo
- ✓ Terminado el test retirar producto sobrante y no obsequiar con producto de la Categoría.

El Público

- ✓ Mayor de 18 años.
- ✓ Consumidor habitual, 10 y más cigarrillos/día (conviene excluir fumadores “leves”, por debajo de esa cantidad)

La Captación

- ✓ Asegurarse de las anteriores condiciones.
- ✓ Queden expresadas en cuestionario (preguntas realizadas para filtrar a los participantes y respuestas obtenidas de ellos)
- ✓ Advertencias claras (escritas) sobre el producto. Incluir los contenidos con los mismos criterios obligados para la venta.
- ✓ Advertencia sanitaria sobre los efectos del tabaco.

La Prueba

- ✓ En la entrega de producto, advertencias y recomendaciones escritas ya comentadas.
- ✓ Incluir la prohibición por ley de su consumo por menores.
- ✓ Incluir en envase que se trata de muestra no autorizada para la venta
- ✓ Recomendar la prueba mediante cantidades similares al consumo habitual de cada entrevistado.
- ✓ Cantidad a dispensar no excesiva, mínima suficiente para el objeto de la prueba.
- ✓ Terminado el test retirar producto sobrante y no obsequiar con producto de la Categoría.

Los Ensayos Clínicos así como otros estudios observacionales sobre medicamentos no son parte de la Investigación de mercados. Han de realizarse de conformidad con la legislación aplicable y atenerse a las normas de procedimiento del Código Español de buenas prácticas de FARMAINDUSTRIA (2010)

www.farmaindustria.es



Para la Investigación de Mercados de productos farmacéuticos en general, el marco de autorregulación está constituido por el Código EphMRA (European Pharmaceutical Market Research Association) www.ephmra.org

En Categorías de esta naturaleza y susceptibles de investigación de mercados conviene extremar, en la relación investigador – consumidor, el cuidado en la comunicación de principios generales como voluntariedad, anonimato y la información a facilitar sobre el estudio.

Así mismo, debe considerarse imprescindible un completo acuerdo, escrito, de protocolo entre cliente e investigador sobre el producto y su utilización en el estudio.

El Público

- ✓ **Cumpliendo las características adecuadas al consumo de la categoría, deberá cuidarse que el participante no presente alguna circunstancia específica por la que no sea recomendable el uso del producto (su estado de salud, su práctica, en el momento del estudio, de otros consumos que aconsejen la no concurrencia, etc.)**

La Captación

- ✓ **Protocolo Cliente – Investigador: El Cliente debe expresar toda la información sobre el producto (ingredientes/componentes, instrucciones de uso, condiciones de almacenamiento, posibles efectos secundarios, etc.) así como asegurar el cumplimiento de la normativa legal, sanitaria o de cualquier otro tipo que proceda.**
- ✓ **Misma información escrita al consumidor.**
- ✓ **El Cliente será plenamente responsable de los posibles daños o perjuicios causados por el uso del producto.**
- ✓ **El entrevistado aceptará, por escrito, la prueba; manifestará que conoce y entiende el uso que debe hacer del producto y las posibles precauciones a tener en cuenta.**

La Prueba

- ✓ **Ha de estar prevista, y en conocimiento del consumidor, vía de atención (tfno., dirección, etc.) ante posibles acontecimientos adversos en el uso del producto. Dicha atención ha de ser prestada por el Cliente.**
- ✓ **Retirar producto sobrante.**
- ✓ **Mantener ante el consumidor –durante un tiempo razonable- la vía de atención ofrecida durante la prueba por si se le presentara cualquier inconveniente, aun terminada la prueba, que pudiera tener relación con el producto.**

Hasta aquí, aquellas categorías consideradas “sensibles” por estar sometidas a ciertas restricciones legales en el mercado real o por su proximidad a la farmacología. Son, como se introducía, las que vienen llegando al Comité de Ética, con más frecuencia, como fuente de dudas en el estudio del producto a través de su prueba.

Pero también convendría considerar que otros productos merecen atención especial, en el caso de su uso experimental por parte de los consumidores, dado su potencial riesgo de efectos no deseados sobre la salud o el bienestar del usuario. En la práctica, y para cualquier producto de incidencia sobre el organismo del individuo participante, podemos hablar de algunas recomendaciones comunes relativas a la captación del público, la comunicación cliente-investigador-consumidor y la atención al consumidor a lo largo de su participación en el estudio.

No se trata, como se verá, de hablar de procedimientos específicos para esta o aquella categoría sino, simplemente, de atender a la delicadeza de una situación por la naturaleza de sus posibles consecuencias.

Alimentación

Aseo e Higiene
personal

Cosmética

- ✓ Al margen de los criterios generales para la selección del público, considerar y tener en cuenta las condiciones particulares (aun cuando sean circunstanciales) del individuo que pudieran desaconsejar su participación en la prueba del producto.
- ✓ Es responsabilidad del cliente –y debe documentarse- el correcto estado del producto así como al cumplimiento de los requisitos de carácter legal y/o sanitario para su consumo.
- ✓ Igualmente, el potencial usuario debe recibir toda la información necesaria sobre el producto, esta ha de ser la suficiente para que el individuo pueda tomar una decisión informada en cuanto a prestar su colaboración. El investigador es responsable de que el entrevistado reciba dicha información.
- ✓ En caso de manipulación del producto (re-ensados por ej.) esta debe ser llevada a cabo por el personal competente de la organización del cliente.
- ✓ En caso de almacenaje y traslado de productos que requieran de condiciones especiales (temperatura, por ej.) el investigador es responsable de disponer dichas condiciones (salvo que en protocolo previo se haya convenido otra cosa)
- ✓ El entrevistado debe recibir, junto con las instrucciones e informaciones generales, una vía de comunicación –preferentemente con el cliente- para el caso de sufrir efectos indeseados por el consumo del producto.
- ✓ En los casos de test en hall, el uso del producto (aplicación, degustación, etc.) ha de hacerse en condiciones controladas y de acuerdo con los requisitos legales en materia de salud e higiene. Asegurar dichas condiciones es responsabilidad del investigador.

“El éxito de la investigación de mercado depende de la confianza del público en que ésta se realice honradamente y con objetividad, sin intromisiones indeseables ni molestias para los entrevistados”

CÓDIGO INTERNACIONAL ICC/ESOMAR PARA LA PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE MERCADOS