



El Test de Producto

Cuestiones a tener en cuenta para
una buena práctica

Comité de Ética de AEDEMO

Revisión Junio 2012

Protocolo previo

- Antes de la aprobación del estudio, cliente e investigador han de acordar de forma explícita:
 - ✓ Todo lo relativo a la seguridad de los productos tanto en la cesión de los mismos como en su almacenamiento y custodia.
 - ✓ Delimitación de responsabilidades mutuas (cliente e investigador) ante el público que participe en el estudio.
 - ✓ Garantías del fabricante hacia el investigador sobre el buen estado de los productos y sus óptimas condiciones para el uso.
 - ✓ Garantías del investigador hacia el fabricante sobre confidencialidad, el cuidado y buen tratamiento en el uso de los productos.
 - ✓ Previsión sobre el destino de productos (sobrantes, retirados tras las entrevistas, etc.) al término del estudio: destrucción, devolución, etc.

La captación del público para la muestra

- Dada la naturaleza de este tipo de estudios deberá ponerse especial énfasis en aquellas normas generales de nuestros Códigos de conducta:
 - ✓ Información veraz y suficiente sobre el objeto de la investigación.
 - ✓ Explicación clara sobre las tareas que se van a pedir al entrevistado en todo el proceso del estudio.
 - ✓ En el caso de menores, es imprescindible la autorización del responsable (padres, tutores, etc.). Este debe tener la oportunidad – antes de prestar su colaboración – de conocer (observar, probar, etc.) el producto que se va a estudiar.
 - ✓ No deben utilizarse este tipo de técnicas para enmascarar promoción de productos, posteriores ventas, etc.

Conservación y manipulación del producto

- Cualquier manipulación necesaria para el Test de Producto (cambios de envase, preparación para el uso, etc.) deberá realizarse por el personal del fabricante, adecuado para ello, (máxime en productos alimenticios, cosméticos, etc.).
- Si el Test requiere de alguna manipulación del producto en el mismo instante del uso por parte del entrevistado, el Instituto ha de formar cuidadosamente a sus entrevistadores en las condiciones en que debe hacerse.
- Así mismo, el instituto es responsable de unas adecuadas condiciones ambientales y de su personal (salubridad, higiene, etc.) para la conservación y manejo del producto.
- En caso de utilizarse productos identificados competencia del cliente del estudio (generalmente adquiridos en la misma distribución), no deben alterarse en su composición, contenido, presentación, etc. Si se estuviera en un Test de Producto no identificado, los productos de la competencia se “cegarán” para ocultar su marca, pero teniendo en cuenta lo anterior.

El producto en los entrevistados

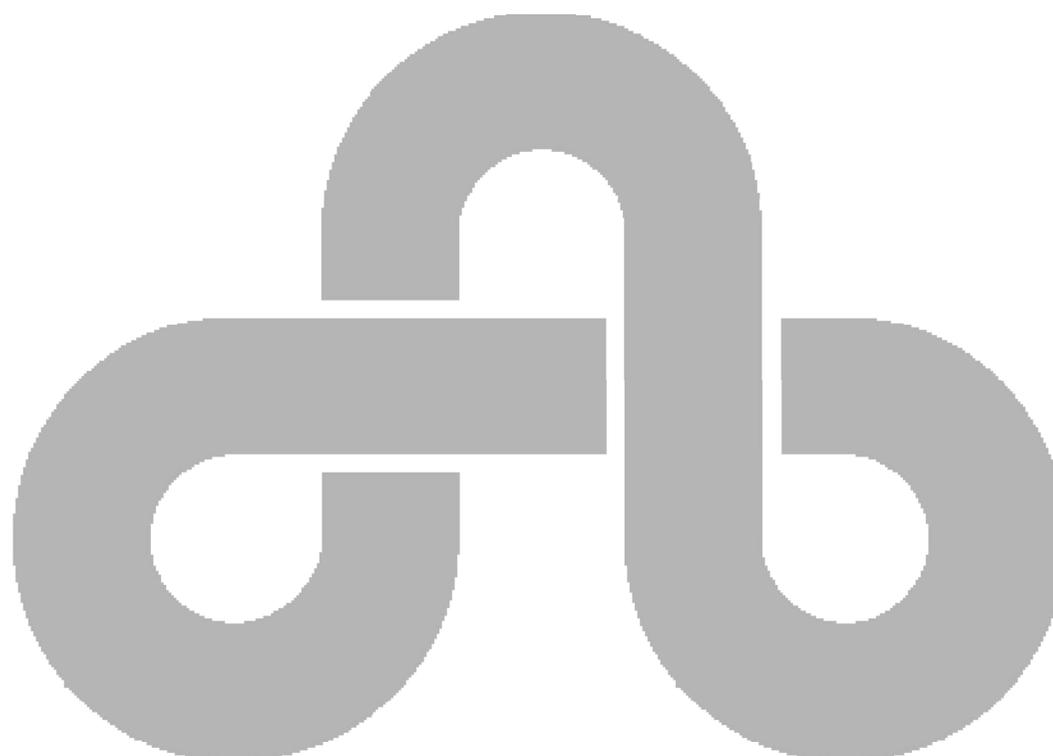
- Si es necesario cualquier transporte de los productos (entre ciudades, al hogar de los entrevistados, etc.) el Instituto es responsable de poner los medios adecuados para el mismo y según los requerimientos del producto que se trate.
- El investigador, respaldado por los acuerdos establecidos con el cliente, es responsable de aportar las garantías necesarias sobre el producto a los entrevistados.
- En la entrega a los entrevistados, aún cuando se trate de un Test “ciego”, los productos han de presentar las advertencias y recomendaciones mínimas que las leyes exijan a los productos en venta (registro de fabricante, caducidad en alimenticios, precauciones para productos químicos, etc.).
- Es recomendable, al margen de lo anterior, facilitar a los entrevistados una nota explicativa sobre el producto, su composición básica, las instrucciones de uso y cualquier otra observación relevante.
- Así mismo, debe facilitarse al entrevistado un contacto (persona y teléfono) en el Instituto para cualquier consulta o comunicación que desee hacer a lo largo del uso del producto o tras el mismo.

Particularidades

- Según las distintas categorías de productos, deberán cuidarse aspectos particulares para los Test de Producto, cuestiones especialmente sensibles por la naturaleza del producto y/o el público objetivo que ha de participar en la investigación.

Por ejemplo...

- ... Alimentación y Bebidas*
- ... Bebidas Alcohólicas*
- ... Tabaco*
- ... Cosmética*
- ... Aseo personal*
- ... Limpieza del Hogar*
- ... Industria Farmacéutica*
- ... Etc., etc.....*



aedemo 
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión



Entença, 332-334, 8º 5ª
08029 Barcelona
93 363 10 50/ FAX: 93 363 10 56
aedemo@aedemo.es
www.aedemo.es