

LOS GRUPOS FOCALES

POR: JOSE M. HUERTA, PH.D. ESPECIALISTA EN EVALUACIÓN

ORIGEN DE LOS GRUPOS FOCALES

Se originaron de la necesidad. Hacia 1930s, los científicos sociales empezaron a investigar los problemas que de por sí tenía la entrevista tradicional en la que el encuestador podía ejercer una gran influencia en la manera en que el entrevistado respondía, además de las limitaciones que ya tenían las preguntas cerradas. Las preguntas cerradas limitan las alternativas de respuestas, por lo que el participante está limitado en la manera en que podía responder. Mientras que las entrevistas de preguntas abiertas de metodología no tradicional ofrecen a los participantes una mayor flexibilidad en la manera en que desean responder.

Recientemente, los grupos focales están siendo muy utilizados para la investigación de mercado, debido a que producen resultados confiables a un costo razonable y en poco tiempo. También los políticos usan mucho la estrategia para determinar la manera en que las personas visualizan sus respectivas campañas políticas.

Los científicos sociales finalmente están re-descubriendo el valor de la técnica ante un excesivo énfasis en la investigación cuantitativa o basada meramente en números, la cual era la práctica preferida entre los científicos sociales tradicionales. Sin embargo, la corriente moderna acepta mucho más el auge de lo cualitativo, y en muchos casos se prefiere la combinación de ambos paradigmas.

IMPORTANCIA DEL GRUPO FOCAL

El grupo focal es una herramienta muy útil para la planificación de los programas y la evaluación de los mismos. El secreto consiste en que los participantes puedan expresar libremente su opinión sobre diferentes aspectos de interés en un ambiente abierto para el libre intercambio de ideas. Otro de los aspectos positivos estriba en el hecho de proveer participación a las personas involucradas en los respectivos programas.

La actividad la puede dirigir cualquier persona que sea adiestrada y adquiera las destrezas requeridas, y tenga un interés genuino en llevar a cabo la mencionada dinámica grupal. Se recomienda que los diferentes grupos de interés, como en el caso de los agricultores, amas de casa, jóvenes 4-H y líderes de la comunidad tengan como moderadores y asistentes de moderadores a personas que sean parte de su grupo. De esta forma, los participantes se mostrarán más dispuestos a participar y a cooperar, por lo que los resultados tendrán mayor credibilidad, ya que los comentarios se generaron en un clima de mayor

confianza. En adición, los participantes estarían más comprometidos a utilizar los hallazgos resultantes del proceso. De la misma manera que no se recomendaría el utilizar a un hombre de moderador cuando todos los participantes son mujeres. O que haya entre el mismo grupo de participantes supervisores y supervisados.

CARACTERÍSTICAS DE LOS GRUPOS FOCALES

- Los participantes tienen ciertas características homogéneas.
- Se proveen datos de índole cualitativo.
- La discusión es enfocada en un aspecto específico.
- Es sumamente importante la percepción de los usuarios y consumidores sobre productos, servicios y oportunidades.
- El propósito no es el de establecer consenso, sino el de establecer las percepciones, sentimientos, opiniones y pensamientos de los usuarios sobre productos, servicios y oportunidades.
- Puede constituir un buen foro para facilitar un cambio sistémico adecuado en la organización.
- Es un proceso adecuado para facilitar el aprendizaje de los miembros de la organización.

USOS DEL GRUPO FOCAL

- Antes de comenzar el programa, para efectos de la planificación (incluyendo la planificación estratégica) estudio de necesidades, diseño de programa, generar información para los cuestionarios o investigación de mercado.
- Durante el programa, como el caso de las encuestas a los participantes, evaluaciones formativas o para reclutar nueva clientela para los programas existentes.
- Al final del programa; esto sucede cuando se utilizan los grupos focales como un suplemento a las evaluación final o sumativa.
- Después del programa; se puede utilizar en las evaluaciones de seguimiento para observar el efecto del programa a mediano o largo plazo, y para establecer las lecciones aprendidas y los puntos débiles y fuertes que tuvo el programa.

VENTAJAS DEL GRUPO FOCAL

- Es un proceso social, donde se ofrece la oportunidad de interactuar con otras personas.
- En nuestra cultura Hispana, la gente prefiere y responde más a este tipo de actividad que a otras donde haya menos interacción, como en el caso de los cuestionarios individualizados, o el caso de los cuestionarios escritos.
- Esta técnica no excluye a aquellos participantes que tengan limitaciones en la lectura y la escritura.
- Los participantes pueden decidir sus opiniones después de escuchar a otros.
- El grupo focal es un proceso vivo y dinámico, el cual ocurre naturalmente, a diferencia de las condiciones controladas de los procesos experimentales.
- Provee suficiente flexibilidad para explorar asuntos no anticipados de antemano, a diferencia de otras investigaciones más estructuradas, como es el caso de la encuesta por correo.
- Tiene mayor credibilidad que otras técnicas, debido a que la estrategia y los hallazgos son fácilmente entendibles por los participantes y por aquellos que van a utilizar la información.
- Otra ventaja es que los costos son bajos en relación a otras técnicas.
- Tienen el potencial de proveer resultados rápidos.
- Provee al investigador la alternativa de aumentar el número de participantes en relación a otras investigaciones cualitativas, como el caso del estudio de caso.

LIMITACIONES DE LOS GRUPOS FOCALES

- El investigador tiene menos control en una entrevista de grupo de la que pueda tener en una individualizada.
- Los datos son más difíciles de analizar, especialmente porque los comentarios deben de ser analizados según el contexto de la discusión.
- La técnica requiere de entrevistadores diestros. El éxito de la actividad va a residir en gran parte de las destrezas del moderador.
- Los grupos pueden variar considerablemente. La composición de cada grupo focal tiende a tener unas características especiales, para las que el moderador debe estar preparado.
- A veces resulta difícil reunir a las personas.

- La dinámica debe ofrecerse en un ambiente que invite al intercambio de ideas. Esto puede representar algún tipo de problema de logística y a menudo se requiere ofrecer algunos incentivos para los participantes.

PLANIFICACION DEL GRUPO FOCAL

- Es necesario determinar el propósito de la actividad. Entre otras cosas se debe establecer la razón por la cual se va a llevar a cabo el estudio, a quiénes les interesa la información, los tipos de información que son importantes, quiénes van a ser los usuarios de la información, determinar el tipo de información requerida, y la razón por lo que la misma es requerida.
- Determinar la población a participar. Entre estos pueden ser los miembros de grupos específicos, consejos asesores, empleados, consumidores o clientes de algún producto o programa específico. Se espera que los participantes en un mismo grupo sean lo más homogéneos posibles y no se conozcan entre sí. El propósito es que los participantes se puedan expresar libremente sin herir susceptibilidades. Sin embargo, aún cuando los participantes se conozcan, es posible desarrollar buenos grupos focales si el moderador provee un ambiente apropiado para el mismo. El tamaño de cada grupo debe fluctuar entre 4-10 personas, con un número óptimo de 6-8. Esto es debido a que en un grupo mayor muchos participantes podrían cohibirse de participar, mientras que en un grupo demasiado pequeño pudiera haber pocas ideas representadas.
- Desarrollar un plan y estimar los recursos requeridos. Esto usualmente incluye el desarrollar el plan, desarrollar las preguntas, identificar y reclutar a los participantes, probar el proceso, primer GF segundo GF tercer GF cuarto GF(este último, de ser necesario) análisis, borrador, borrador final, presentación oral del informe. Por lo general, se deben llevar a cabo al menos 3 grupos focales sobre el mismo tema con las mismas preguntas. Grupos focales adicionales pueden justificarse si los grupos incorporan informaciones muy diferentes. En este caso, se deben realizar otras sesiones hasta que dejen de aparecer nuevos hallazgos.

LA REDACCIÓN DE LAS PREGUNTAS

1. Sería muy deseable contar con un grupo mixto donde haya personas con conocimiento del tema a discutirse y también con alguien conocedor de técnicas para redactar cuestionarios. Este grupo debe reunirse para escribir inicialmente las preguntas que surjan del grupo, que debe constituirse entre 4-7 personas. Las preguntas deben ser abiertas, de manera que éstas generen pensamiento crítico, y que cada uno tenga la suficiente flexibilidad para elaborar sus respuestas. Preguntas que se contesten con una palabra o

con un sí o un no se deben evitar. Ejemplos de preguntas son los siguientes: ¿Qué opinas del programa? ¿Cómo te sentiste en la conferencia? ¿Dónde conseguiste la nueva información? ¿Qué aspectos te gustan más de la propuesta o proyecto?

2. Una vez se sobrepase el número de 20 preguntas, se debe proceder a establecer prioridades, de manera que el número final fluctúe entre 6-8 preguntas.
3. Durante este proceso no se debe descartar el añadir preguntas que no habían sido previamente consideradas, o el modificar preguntas existentes.
4. Una vez se haya llegado a un consenso sobre las preguntas a incluirse, se debe establecer una secuencia lógica de las mismas.
5. Antes de que las preguntas puedan ser utilizadas en el grupo focal, se deben probar las mismas con una población similar a la del estudio. El objetivo es probar el instrumento en condiciones reales con una población parecida. Esto se conoce como el proyecto piloto.
6. Tras el proyecto piloto, se deben realizar las modificaciones pertinentes, en el caso de que esto sea necesario. La duración de un grupo focal debe fluctuar entre 1 ½ y 2 horas de duración.

FUNCIONES DE LOS DIRIGENTES DE LOS GRUPOS FOCALES

FUNCIÓN DEL MODERADOR ANTES DEL GRUPO FOCAL

- Familiarizarse con el tema a tratarse
- Coordinar el reclutamiento de los participantes.
- Coordinar la logística de los grupos focales.
- Practicar la introducción.
- Sentirse cómodo con las preguntas.
- Estar descansado.

FUNCION DEL MODERADOR DURANTE EL GRUPO FOCAL

- Llegar temprano.
- Determinar la ubicación de las personas. Se recomienda una mesa redonda y un cartón donde se escriba el primer nombre de los participantes. En cuanto a la ubicación de las personas, el más tímido debe colocarse al frente del moderador, para que se sienta confiado a hablar. El más

inquieto debe sentarse justamente al lado del moderador con el propósito de que se tranquilice un poco.

- Dar la bienvenida al inicio del grupo focal.
- Comenzar y terminar en el tiempo previsto (1½ a 2 horas).
- Guardar su opinión.
- Controlar reacciones verbales y no verbales.
- Al final, pregunte si algo se ha quedado.

FUNCIONES DEL ASISTENTE EN EL GRUPO FOCAL

- Conseguir los materiales (libreta, grabadora, cintas, cartones, incentivos para los participantes, etc...)
- Conseguir y preparar los refrigerios.
- Hacerse cargo del arreglo del salón.
- Dar la bienvenida a los participantes.
- Sentarse en el lugar designado. Se recomienda que sea en una mesa cerca de los participantes.
- Verificar la grabación.
- Tomar nota de la discusión.
- No participar en la dinámica.
- Realizar preguntas cuando se lo indique el moderador.
- Proveer un resumen de la actividad.
- Proveer insumos al informe del moderador.

PROCESO DEL ANALISIS DEL GRUPO FOCAL

- Preparar entre 3-6 páginas de resumen de la dinámica. Se debe hacer tan pronto como la actividad haya finalizado. Se deben separar alrededor de 4 horas para la actividad.
- Transcripción total de la actividad, con exactamente las mismas palabras utilizadas por los participantes. Esto deberá hacerlo una secretaria o voluntario que tenga las destrezas requeridas. La transcripción deberá hacerse lo antes posible, con el fin de que la discusión efectuada esté lo más fresca posible en la mente de los participantes. Esto se debe realizar escuchando la grabación pregunta por pregunta, y observando el siguiente formato sugerido.

Fecha del Grupo Focal	
Lugar del Grupo Focal	
Número y tipo de participantes	
Nombre del Moderador	
Nombre del Asistente Moderador	

RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS

P2. Cuál fue el problema y cómo obtuvo la respuesta?

Resumen Breve/Aspectos Claves	Frases Notables

P3. ¿Qué aspectos considera cuando solicita ayuda?

Resumen Breve/Aspectos Claves	Frasas Notables

- Compartir el análisis con el asistente de moderador. El asistente de moderador debe sentirse cómodo con el informe.
- Enviar copia del borrador a los participantes del grupo focal para obtener sus reacciones
- Realizar el informe final, incorporando las recomendaciones de los participantes.
- Informar de manera oral los resultados de la actividad.

EJEMPLO DE UNA INTRODUCCIÓN AL GRUPO FOCAL

Buenas tardes y bienvenidos a nuestra sesión. Gracias por sacar un tiempo para participar en esta discusión del Servicio de Extensión Agrícola. Me llamo _____ y trabajo para _____. Me asiste _____. Cada uno de ustedes tiene experiencia en el tema. El propósito del estudio es el de _____. La información que nos provean será muy importante para tenerse en cuenta para futuras decisiones que debe tomar el Servicio de Extensión Agrícola.

En esta actividad no hay respuestas correctas o incorrectas, sino diferentes puntos de vista. Favor de sentirse con libertad de expresar su opinión, aún cuando esta difiera con la que expresen sus compañeros.

Se les pide que por favor hablen alto. Estaremos grabando sus respuestas, ya que no queremos perdernos ninguno de sus comentarios. Si varios participantes hablan al mismo tiempo, la grabación se perderá. Estaremos llamando a cada uno por el primer nombre. El informe final no incluirá los mismos para asegurar la confiabilidad. Tengan en cuenta que estamos tan interesados en los comentarios negativos como en los positivos. En algunos casos los comentarios negativos son aún más útiles que los positivos.

Nuestra sesión durará unas dos horas, y no tomaremos ningún receso formal. Colocaremos tarjetas en la mesa al frente de Usted, para que nos ayuden a recordar los nombres de cada cual. Para romper el hielo, vamos a averiguar algo sobre Ustedes, su nombre, organización, lugar de trabajo, y díganos por favor lo primero que le viene a su mente cuando escucha el término de Agricultura Sustentable.

Referencia:

Krueger, Richard A. (1988). Focus Group: A Practical Guide for Applied Research, Sage, California.

EJEMPLO DE PREGUNTAS DE UN GRUPO FOCAL

Fecha: 27 de noviembre de 1997

Lugar: Finca Alzamora, Recinto Universitario de Mayagüez

Actividad: Grupo Focal

Tema: Opiniones sobre la aplicabilidad de las prácticas de Agricultura Sustentable en la región montañosa central

Nombre del moderador _____

Asist. del moderador _____

Participantes: 8 agrónomos que laboran en la empresa de café

Preguntas:

1. ¿De las prácticas que se llevan a cabo en la empresa del café, cuáles propenden más hacia la sustentabilidad?
2. ¿Cuáles son los aspectos limitantes para la adopción de prácticas de sustentabilidad en la empresa del café?
3. ¿Qué ventajas tienen las fincas de la región montañosa central para lograr su permanencia como unidades sustentables y económicamente viables?
4. ¿Cuál es la manera más viable de obtener una sincronización entre las prácticas de agricultura sustentable y las políticas agrarias del Departamento de Agricultura?
5. ¿Cuál es la metodología más adecuada para capacitar al agricultor en aspectos de sustentabilidad con el fin de que éste adopte las prácticas?
6. ¿Cuál sería el procedimiento más adecuado de establecer vínculos entre el agricultor, el investigador y el divulgador?
7. ¿Cómo ustedes trabajarían para lograr un desarrollo socio-económico íntegro y sustentable en las comunidades que atienden?

8. EJEMPLO DE FORMA DE RECLUTAMIENTO POR TELÉFONO

MIEMBROS 4-H ENTRE 9-14 AÑOS MUNICIPIO DE ARECIBO

Nombre del entrevistado _____ Fecha _____

Dirección _____ TEL: _____

Hola, me llamo _____ estoy llamando de la oficina del Servicio de Extensión Agrícola de _____. Estamos llevando a cabo una pequeña encuesta y quisiéramos hablar con miembros 4-H. ¿Están ellos disponibles?

Si están disponibles, continúe, si no lo están, termine la conversación.

El Servicio de Extensión Agrícola está llevando a cabo un estudio sobre la educación no formal de los jóvenes 4-H, y quisiera hacerle algunas preguntas. Las preguntas tomarán menos de 2 minutos. ¿Podemos comenzar?

1. ¿Vive en el pueblo de Arecibo?

- () Sí (continúe)
- () No (termine)

2. ¿Eres miembro activo 4-H?

- () Sí (continúe)
- () No (termine)

3. ¿A qué categoría de edad pertenece?

- () menos de 9 años (termine)
- () de 9-11 años (reclute al menos 8)
- () 12-14 años (reclute al menos 8)
- () 15 años o más (termine)

La oficina local del Servicio de Extensión Agrícola está patrocinando una reunión con jóvenes 4-H para discutir aspectos de la educación informal. Esto no es una reunión de ventas, sino es estrictamente un proyecto de investigación. Nos gustaría discutir sus tópicos de interés en un grupo. La reunión será el próximo 6 de mayo a las 3:30 en el centro comunal del barrio de Domingo Ruiz de Arecibo. ¡Habrán refrigerios! . ¿Asistirás?

- () Sí (confirme nombre y dirección)
- () No (Agradezca su tiempo y termine)

Si aceptó la invitación, le estaré enviando una carta en unos días confirmando su participación. Si necesita alguna ayuda sobre la manera de llegar al lugar, o si desea cancelar, favor de llamar a nuestra oficina al teléfono: _____

Muchas gracias por su atención, y hasta pronto.

Cordialmente,

Dr. José M. Huerta
Especialista en Evaluación

EJEMPLO DE CARTA DE INVITACION PARA LOS GRUPOS FOCALES

Encabezado oficial de la Agencia

Nombre y dirección
del participante

Fecha

Muchas gracias por haber aceptado la invitación para asistir a la reunión pautada para el próximo 6 de abril en el centro comunal del barrio Domingo Ruiz de Arecibo. La reunión comenzará a las 3:30 PM y concluirá con unos refrigerios y confraternización social a las 5:00 PM.

Debido a que estaremos hablando con un número limitado de personas, el éxito y la calidad de la discusión estará basado en la cooperación de las personas que asisten. Debido a que ha aceptado la invitación, se espera que asista para de esta manera contribuya a que el proyecto de investigación sea un éxito. De la misma manera, tendrá la oportunidad de proveer sugerencias para el mejoramiento de las actividades de los clubes 4-H de las que usted participa.

La discusión a la que asistirá será una reunión de un grupo pequeño de jóvenes 4-H. Discutiremos diferentes tipos de actividades, y nos gustaría conocer su opinión sobre el tema. Esto es un proyecto de investigación que auspicia la Universidad de Puerto Rico a través del Servicio de Extensión Agrícola, por lo que todo tipo de ventas y contribuciones económicas estarán estrictamente prohibidas. También garantizamos la confidencialidad de sus opiniones. El informe final será totalmente anónimo, y sólo servirá para documentar las opiniones de los miembros 4-H del municipio de Arecibo sobre sus actividades. Al final de la sesión, cada participante recibirá un pequeño presente por su participación.

Si por alguna razón no puede participar, favor de llamar cuanto antes a la oficina, para así poder realizar las gestiones para sustituirlo. Nuestro teléfono es _____

Espero tener la oportunidad de saludarle personalmente el próximo 6 de abril.

Cordialmente,

José M. Huerta, Ph.D.
Especialista en Evaluación SEA
Moderador del Grupo Focal

Revisado en febrero de 2005

REFERENCIAS

- Fetterman, D. & Kaftarian, S & Wandersman, A, (1996). Empowerment Evaluation. Sage Publications.
- Greenbaum, Thomas L. (1993). The Handbook for Focus Group Research, Lexington Books, New York.
- Hammond, Meryl (1986). Creative Focus Groups: Uses and Misuses, Marketing & Media Decisions, 21(8),154,156.
- Krueger, Richard A. (1988). Focus Groups: A practical Guide for Applied Research, Sage, California.
- Lydecker, Tony H. (1986). Focus Group dynamics: Association Management, 38(3),73-78.
- Patton, M. (1987). How to use qualitative methods in evaluation. Center for study of evaluation, University of California, Los Angeles, Sage Publications Inc.
- Patton, Michael Q. (1980). Qualitative Evaluation Methods. Beverly Hills, CA: Sage.
- Patton, Michael Q. (1982). Practical Evaluation, Beverly Hills, CA: Sage
- Steward, D. W. & Shamdasani, P.N. (1990). Focus Group: Theory and Practice, Sage, California.
- Templeton, Jane F. (1994). Focus Group: A Strategic Guide to Organizing, conducting and Analyzing the Focus Group Interview, Irwin, Illinois and New York.