

Los grupos focales



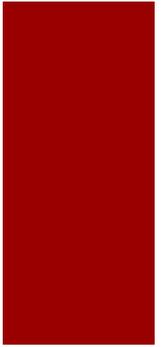
Annette López de Méndez, Ed.D.
Universidad de Puerto Rico
Facultad de Educación
Centro de Investigaciones Educativas

Definición de grupos focales

Cualquier discusión en grupo puede ser categorizada bajo grupo focal, siempre y cuando el investigador promueva y esté atento a las interacciones de los participantes en el grupo. (Kitzinger & Barbour, 1999)



Definición de grupos focales



Un grupo de personas que han sido seleccionadas y convocadas por un investigador con el propósito de discutir y comentar, DESDE SU PUNTO DE VISTA, el tópico o tema propuesto por el investigador (Powell et al, 1996).

También es considerado como un tipo de ENTREVISTA GRUPAL, ya que requiere entrevistar a un número de personas a la misma vez, sin embargo el grupo focal se centra en el análisis de la interacción de los participantes dentro del grupo y sus reacciones al tema propuesto por el investigador. (Morgan, 1997)

Definición de grupos focales

En un grupo focal LOS PARTICIPANTES HABLAN ENTRE ELLOS y no con el investigador o el moderador, por lo que requiere que se preste una atención especial a los siguientes elementos:

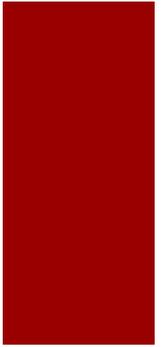
- las preguntas guías,
- materiales dirigidos a estimular la conversación y
- la selección de las personas que van a formar parte del grupo.

El moderador deberá estar atento a las diferencias en las opiniones, los debates, las dinámicas que surjan o el tipo de actividad en que se envuelva el grupo, ya sea para formar consenso, desarrollar una explicación, interpretar mensajes promocionales o sopesar prioridades que compiten.



Areas que utilizan los grupos focales

- Difusión, mercadeo y relaciones públicas, con el propósito de entender los deseos, intereses y necesidades de las personas.
- Investigación organizacional y desarrollo para ayudar a las empresas a solucionar problemas utilizando la investigación acción.
- Desarrollo comunitario y participativo (Freire, 1970) para facilitar la producción del conocimiento generado por los participantes.
- Investigación relacionada con la salud, la familia, la educación, conducta sexual, entre otros tópicos.
- Investigación en el área de las ciencias sociales para estudiar temas relacionados con la identidad, discriminación, entre otros.



Usos frecuentes de los grupos focales



- Durante las etapas preliminares o exploratorias de un estudio (Krueger, 1998).
- Para evaluar o desarrollar un programa.
- Al finalizar un programa para evaluar el impacto o generar nuevas ideas para investigar.
- Se puede usar como la metodología de un estudio o como complemento a otros medios de recopilar datos para triangular o validar la información (Morgan, 1997)
- Pueden ayudar a explorar o generar hipótesis, como desarrollar conceptos o preguntas para cuestionarios y guías de futuras entrevistas.

Trasfondo

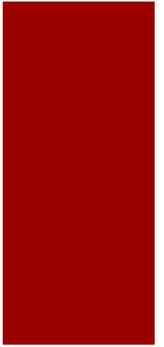
- Los grupos focales caen bajo el paradigma cualitativo de investigación: subjetivo, el propósito es entender y explicar.
- Es un método versátil de investigar, que puede ser utilizado de diferentes formas, dependiendo del enfoque o la tradición cualitativa (naturalista vs. estructurada) que informa la pregunta de investigación.
- Los grupos focales pueden trascender el objetivo de ser meramente descriptivos y proveer explicaciones, siempre y cuando se preste atención a la planificación y el diseño del proceso de investigación.

Características de los grupos focales

- Típicamente se componen de 6 a 10 personas, pero el tamaño puede variar entre 3 y 4 participantes hasta 12. Recomendable 6-8.
- Se llevan a cabo en serie, múltiples grupos con participantes similares son necesarios para detectar patrones y tendencias.
- Los participantes son homogéneos y preferiblemente por personas que no se conocen. La familiaridad inhibe la participación.



Características de los grupos focales



- Se utiliza para recopilar datos, contrario a otras interacciones grupales, no se busca consenso, lo que busca es determinar las percepciones, sentimientos y formas de pensar del consumidor con respecto a un producto, servicio u oportunidades.
- Hace uso de los datos cualitativos, que surgen de preguntas abiertas, donde el investigador asume el rol de: moderar, escuchar, observar y analizar los datos de forma inductiva.
- La discusión en el grupo focal se centra en el tópico que ha sido estudiado, las preguntas han sido planificadas y ordenadas.

Características de los grupos focales



- Se llevan a cabo en un ambiente cómodo, en una mesa redonda, frente a un micrófono o grabadora.
- Se utiliza un moderador que tiene buenas destrezas para manejar las discusiones de grupo, que utiliza un protocolo de preguntas y establece un ambiente relajado y permisivo para hablar.
- Se hace un análisis sistemático de las conversaciones e interacciones entre los participantes, se clasifica la información utilizando temáticas “a-priori” e “in-vivo” o “emergente”.
- Los resultados son presentados en informes que utilizan las citas directas de los participantes como evidencia.

Limitaciones de los grupos focales



- Los hallazgos no se utilizan para generalizar.
- El investigador tiene un control menor que la que se tiene durante las entrevistas.
- Produce datos que son difíciles de analizar.
- Requiere de un moderador con destrezas refinadas en cómo manejar los grupos.
- Los grupos pueden ser difíciles de organizar, algunas personas se pueden inhibir al estar en grupo.
- Los grupos focales no son totalmente anónimos o confidenciales, ya que la información se recoge de forma grupal.

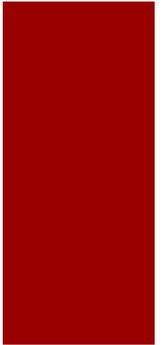
¿Cómo se organiza un grupo focal?



- Organice y planifique las preguntas (4 o 5 preguntas si es estructurado el grupo, sino 2 o 3 es más que suficiente).
- Determine cuántas sesiones aproximadamente necesitará (3 a 5 sesiones) y en que lugar se reunirán.
- Seleccione los participantes (6 a 12 personas) y cite los mismos a un lugar amplio y apropiado. Seleccione personas homogéneas en términos de género, edad, raza o orientación sexual, entre otros, pero que no piensen igual con respecto al tópico que se va a discutir.
- Separe aproximadamente 2 horas para un grupo focal, aunque usted planifica para 90 minutos, dejando tiempo adicional por si se prolonga la discusión.

¿Cómo se organiza un grupo focal?

- Organice y planifique las preguntas (4 o 5 preguntas si es estructurado el grupo, sino 2 o 3 es más que suficiente).
- Determine cuántas sesiones aproximadamente necesitará (3 a 5 sesiones) y en que lugar se reunirán.
- Seleccione los participantes (6 a 12 personas) y cite los mismos a un lugar amplio y apropiado. Seleccione personas homogéneas en términos de género, edad, raza o orientación sexual, entre otros, pero que no piensen igual con respecto al tópico que se va a discutir.
- Separe aproximadamente dos horas para un grupo focal, aunque usted planifica para 90 minutos, dejando tiempo adicional por si se prolonga la discusión.



¿Cómo se organiza un grupo focal?

- Use una grabadora para recoger la discusión. Tenga un colega que ayude a tomar notas, si usted va a ser el moderador.
- Establezca su rol como moderador, primeramente informando al grupo el propósito de la discusión. Luego haciendo que los participantes se sientan cómodos sin favorecer unos sobre otros, a la vez que facilita la interacción de las personas dentro del grupo a través del debate, garantizando que todos hablen, indagando sobre los significados y detalles, manteniendo las personas enfocadas en el tópico.
- Los grupos focales también se pueden organizar a través del Internet y realizarse en línea, usando “chats” o el correo electrónico.



Selección de los participantes

- Los participantes se seleccionan tomando en consideración criterios estructurales o sea las características representativas de las determinadas relaciones sociales en la vida real (muestreo teórico o intencionado), tales como: edad, sexo, clase social, población y otros. Lo que se desea es escuchar la voz del grupo, clase o conjunto determinado.
- No existe un número mágico de participantes, la cantidad dependerá de la comparación que se desea hacer, tema, el tipo de datos que se desea generar y como se espero analizarlos.
- Lo ideal es preparar una tabla con las características de la muestra ideal, sin perder de vista que un futuro, luego del grupo focal y su análisis, pueden surgir otras diferencias entre los participantes.

Selección de los participantes

FORMULARIO PARA CADA GRUPO FOCAL CON MUJERES EMBARAZADAS

Pueblo:

Municipio:

Localidad del Grupo Focal:

Horario Grupo Focal:

Mujeres	Edad	Meses de embarazo	Número de hijos
1.			
2.			
3.			

¿Cómo reclutar a los participantes?

- Preparar una lista de posibles candidatos
- Uno trae al otro
- Personas conocidas por los investigadores
- Nominaciones
- Muestreo utilizando el efecto de la bola de nieve
- Al azar se auscultan personas por teléfono
- Uso de servicios de selección y
- Anuncios en el periódico o tablones



Posibles Incentivos: pago monetario, comida, regalo, una invitación especial, oportunidad para compartir opiniones, un local atractivo y conveniente para reunirse, participar en un proyecto de investigación de importancia, formar parte de una comunidad existente, establecer relaciones sociales y personales. (Kreuger, 2002)

Selección del moderador

- Seleccione una persona que sea flexible, tenga conocimiento y dominio del tema y tenga características similares a los participantes.
- La persona debe estar mentalmente preparada: alerta, libre de distracciones, tener la disciplina para escuchar y estar familiarizado con el protocolo de las preguntas.
- Saber dialogar con los participantes, de manera que se genere un ambiente amigable y placentero.
- Saber presentar e introducir el tema: saludo, objetivo del grupo focal o para que estamos aquí, las reglas del juego e introducir la primera pregunta.
- Saber utilizar las pausas (5 segundos) y las preguntas para indagar: ¿puedes abundar un poco más? ¿podrías dar un ejemplo? No tengo claro lo que acaba de decir ...

Selección del moderador

- Estimular y controlar las reacciones de los participantes con el uso del lenguaje verbal y no verbal, como: ofrecer estímulos verbales cortos (uhum, si, aha...), mover la cabeza de forma afirmativa afirmar.
- Utilizar estrategias de control de grupo sutiles para manejar los “expertos”, los que tienden a dominar la conversación, los tímidos, los confusos, entre otros.
- Saber concluir la discusión: (a) resumir de forma afirmativa; (b) repasar el propósito u objetivo y preguntar al grupo si se ha quedado algo sin discutir; y (c) dar las gracias y despedir al grupo de forma amistosa.



(Krueger, 2002)

Otras consideraciones

- Tener un asistente para el moderador. Su función consistirá en manejar la logística, estar pendiente del equipo de grabación y hacer anotaciones cuidadosas (claras, consistentes, dirigidas a recoger citas extraordinarias, puntos clave y temas emergentes por pregunta, posibles preguntas de seguimiento, ideas, corazonadas, o posibles explicaciones que pueden ser utilizadas en el análisis, comentarios apasionados, lenguaje no verbal para apoyar, indicar que se está de acuerdo o en desacuerdo, entre otros.)
- Explicar las reglas: porque estamos aquí, porque fueron seleccionados, no hay contestaciones correctas sino diversas opiniones, tanto las respuestas negativas como positivas son importantes, uso del micrófono para grabar la discusión.
- Colocar los nombres en tarjetas y comenzar diciendo cada uno su nombre y dónde vive o de dónde viene.
- Grabar el diálogo que emerge en el grupo focal y hacer anotaciones

Las preguntas para el grupo focal

El éxito del grupo focal va a depender de la calidad de las preguntas, por lo que se tienen que pensar y planificar cada una de las siguientes preguntas:

- Preguntas para comenzar - que todos pueden contestar en unos 10-20 segundos y su propósito es identificar las características que comparten los participantes.
- Preguntas de introducción - tratan de evocar experiencias pasadas que conectan al participante con el tópico y promueven la conversación.
- Preguntas de transición - mueven el foco de la conversación hacia el tópico, facilita el que los participantes conozcan la visión que cada uno tiene.



Las preguntas para el grupo focal

- Preguntas claves - guían el estudio. Se presentan de dos a cinco preguntas, son las que se deben pensar y pilotear con cuidado, ya que serán a las que cargan el mensaje y las que se tendrán que analizar con detenimiento.
- Preguntas finales - se utilizan para que el participante exprese su posición final con respecto a áreas críticas o preocupaciones. Se pueden hacer preguntas de la siguiente índole: (a) De todo lo expresado, ¿qué es lo más importante para usted? (b) Después que el moderador ofrece un resumen se pregunta ¿Es este un resumen apropiado de lo discutido hoy? (c) Se ofrece una visión panorámica del propósito del estudio y se pregunta ¿Se nos ha quedado algo por decir?

Las preguntas para el grupo focal

Recomendaciones:

- Ofrezca al participante un trasfondo y suficiente contexto antes de presentar las preguntas.
- Haga preguntas abiertas, seguidas por preguntas específicas. Evite las preguntas que se contestan con si o no.
- No pregunte por qué, ya que le parecerá al participante que le están solicitando tomar posiciones y que al tomarlas favorecerá una posición tradicional. Es preferible preguntar preguntas específicas y dirigidas. Por ejemplo, en vez de preguntar: ¿Por qué llevó los niños al museo? Es mejor preguntar ¿Qué le motivó a llevar a los niños al museo? ¿Qué aspectos del museo le gusta más?
- Puede utilizar otras estrategias para preguntar, como lo son los ejercicios dirigidos a completar una oración o llenar mapas conceptuales.



Las preguntas para el grupo focal



Es importante hacer diferentes tipos de preguntas:

Abiertas: ¿Qué piensa del programa? ¿Qué es lo mas que le gusta del nuevo programa?

Evocan el pasado: Usted se graduó de este programa ¿Cuáles son las fortalezas que el programa le ofreció?

Invitan a la participación: reflexionen, demen un ejemplo, si les diéramos la oportunidad de seleccionar...

Dirigidas a: (a) abrir un tema; (b) introducir un tema; (c) pasar de un tema a otro /transición; (d) preguntar asuntos claves; (e) preguntas para terminar la discusión; (f) crear una secuencia que va de lo general a lo específico;

Las preguntas para el grupo focal

Para generar el protocolo de preguntas considere:

- Hacer una lista de preguntas potenciales
- Validar con otros las preguntas
- Pilotear las preguntas

Otras estrategias que se pueden utilizar en los grupos focales:

- Escoger entre las siguientes alternativas
- Hacer una lista
- Proyectarse, fantasear, soñar despierto
- Hacer un dibujo
- Desarrollar una campaña
- Hacer un juego de roles
- Preguntas dirigidas a hacerte sentir dueño de la situación:
¿qué podrías hacer si...?



El análisis del grupo focal

- Comenzar el análisis **mientras** esté llevando a cabo el grupo focal; escuche los comentarios inconsistentes, los comentarios que son vagos y tantee para entenderlos, considere al final hacerle a los participantes una última pregunta, de un resumen y solicite de los participantes que lo validen.
- Continuar el análisis **inmediatamente después que termine** el grupo focal (hacer un diagrama indicando la ubicación de los participantes en la mesa, dialogar con el asistente y anotador sobre lo sucedido, redactar un memo analítico, entre otros)
- Continuar el análisis **durante los días subsiguientes** (haga copias de las grabaciones, escuche las grabaciones, transcriba, clasifique, busque los temas emergentes, construya tipologías o diagramas, seleccione las citas, prepare el informe, comparta y dialogue con los colegas el análisis)

El análisis del grupo focal



Considere los siguientes aspectos al analizar:

- **Palabras** o conceptos utilizados por los participantes
- **Contexto**, examine cual fue el estímulo que produce el comentario
- **Consistencia**, que cambia y porque cambia el comentario
- **Frecuencia y extensión** del comentario
- **Intensidad**
- **Especificidad**
- Las **grandes ideas** o los hallazgos mas significativos

(Krueger, 2002)

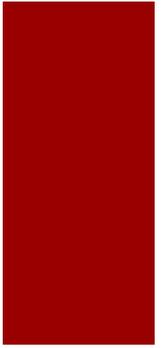
El análisis del grupo focal

RECUERDE que al terminar cada grupo focal hay que transcribir, analizar y resumir.

- Considere al analizar las palabras, el contexto, la consistencia o contradicciones, la frecuencia o la extensión del comentario, la intensidad, las respuestas específicas que abundan sobre una respuesta, busque las grandes ideas.
- Reducir los datos - preparar categorías, buscar patrones y agrupar los datos, seleccionar las citas que mejor representan los hallazgos, comparar notas, preparar un resumen. Importante: ser sistemático y disciplinado para que no se acumule la información.
- Luego de hacer y analizar todos los grupos focales proceda a preparar el informe. ¡Entonces sabrás todo lo que has aprendido!

¡Suerte!

⋮



Referencias



- Barbour, R. (2007). *Doing focus groups*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Goss J.D., Leinbach T.R. (1996). 'Focus groups as alternative research practice', *Area* 28 (2): 115-23.
- Hayes, Thomas J. & Tatham, Carol B. (Eds.). (1989). *Focus group interviews: A reader*. (2nd ed.) Chicago: American Marketing Association.
- Kitzinger J. (1994) 'The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants', *Sociology of Health* 16 (1): 103-21.
- Kitzinger J. (1995). 'Introducing focus groups', *British Medical Journal* 311: 299-302.
- Krueger, Richard A. (2002). *Designing and conducting focus group interviews*. University of Minnesota, MN: University of Minnesota.
- Krueger, Richard A. (1998). *Developing questions for focus groups*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Krueger, Richard A. (1998). *Moderating focus groups*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Krueger, Richard A. (1998). *Analyzing and reporting focus group results*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Krueger, Richard A. & Casey, Mary Anne (2000). (Third edition) *Focus groups: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Krueger, Richard A. & King, Jean A. (1998). *Involving community members in focus groups*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Merton, Robert K., Fiske, Marjorie, & Kendall, Patricia L. (1990). (Second edition) *The focused interview*. New York: The Free Press.
- Morgan, David L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Patton, Michael Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. (Second edition) Newbury Park, CA: Sage.
- Powell R.A. and Single H.M. (1996) 'Focus groups', *International Journal of Quality in Health Care* 8 (5): 499-504.
- Powell R.A., Single H.M., Lloyd K.R. (1996) 'Focus groups in mental health research: enhancing the validity of user and provider questionnaires', *International Journal of Social Psychology* 42 (3): 193-206.
- Vaughn, Sharon et al. (1996). *Focus group interviews in education and psychology*. Thousand Oaks, CA: Sage.