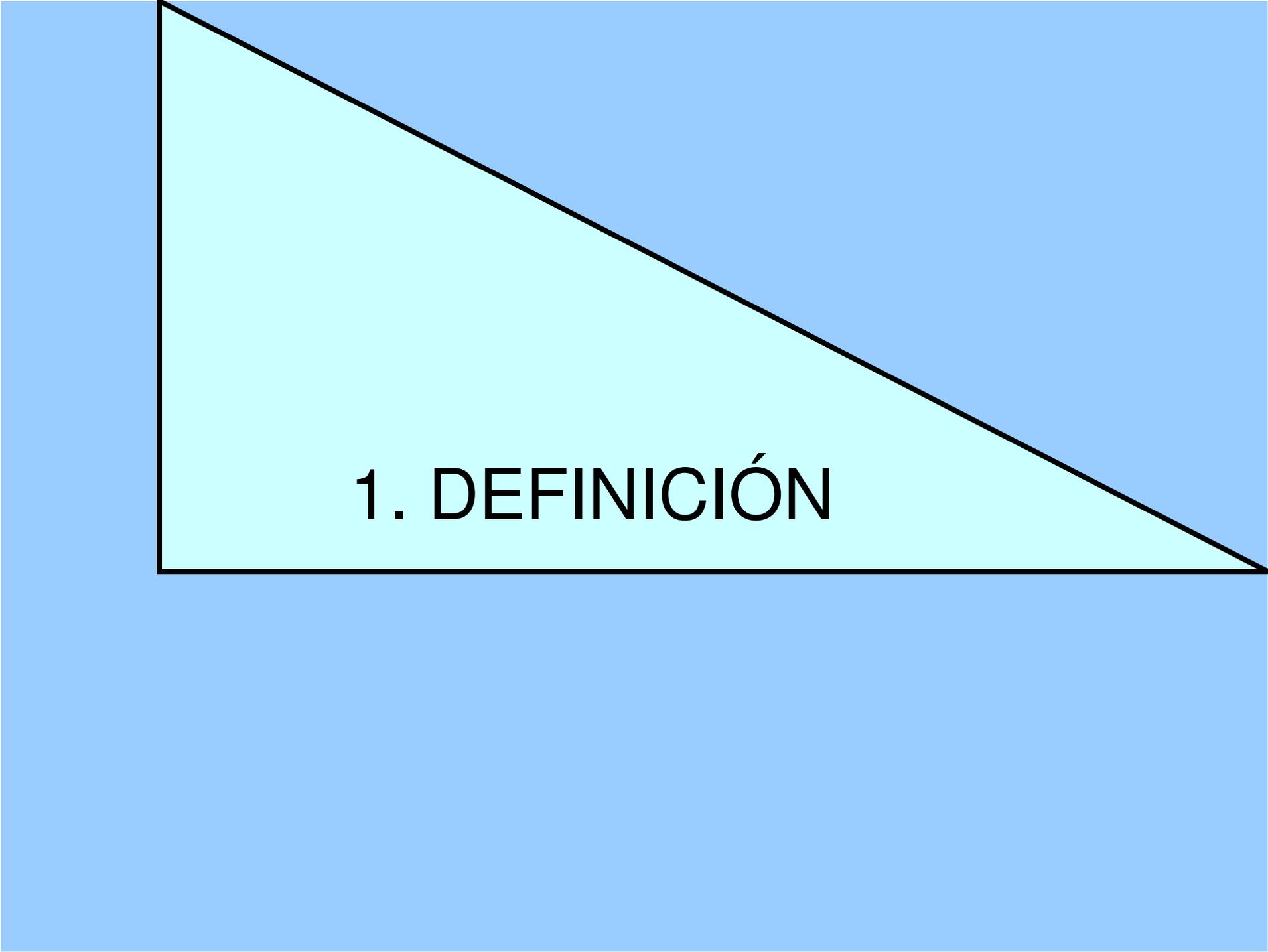


**La Técnica de Grupos Focales
como Herramienta para conocer
la Percepción del Consumidor**

Lic. Schelica Mozobancyk



1. DEFINICIÓN

¿QUÉ SON LOS GRUPOS FOCALES?

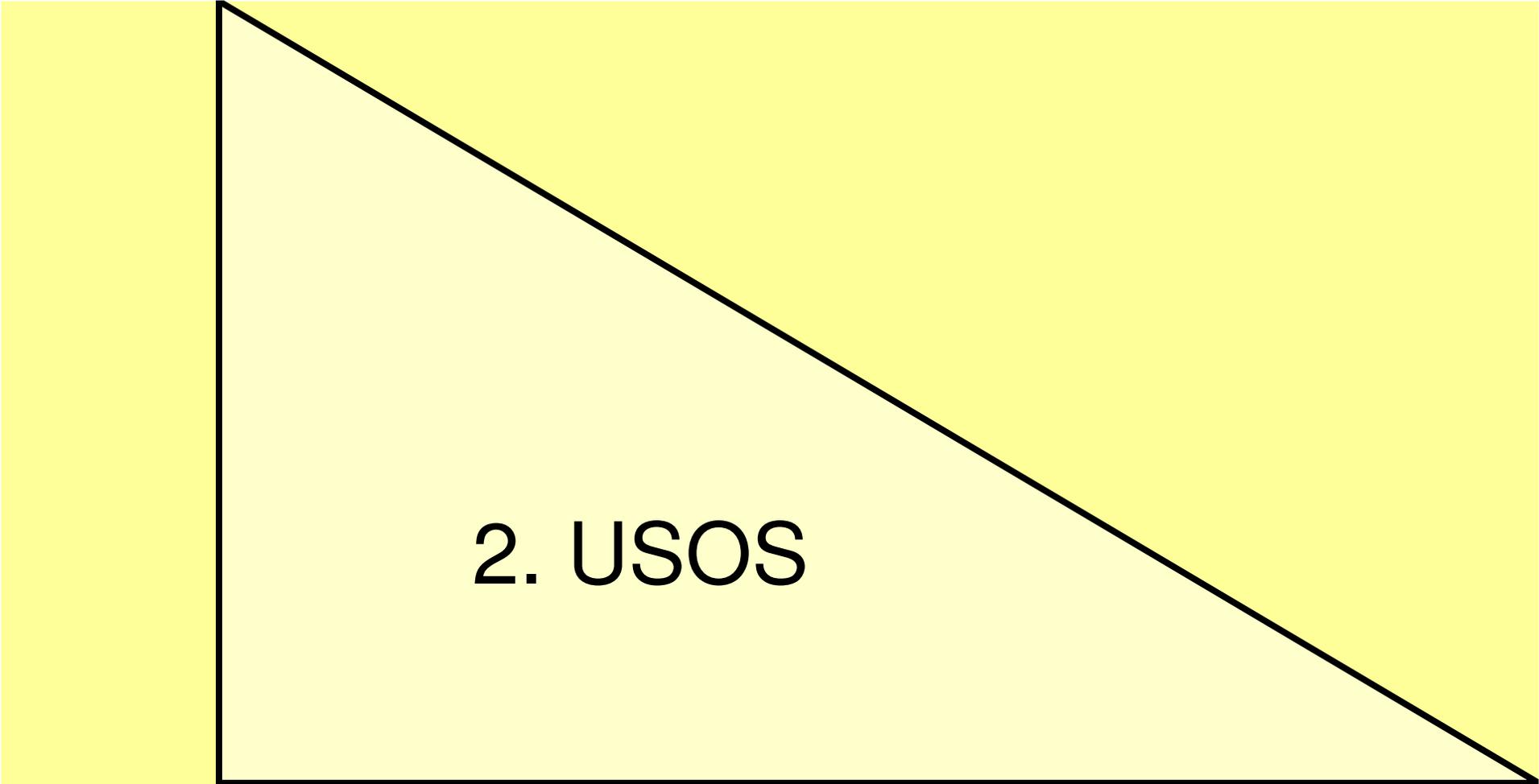
- Es una Técnica de Recolección de Información Cualitativa.

- Posee un Formato de Entrevista Grupal.

- Se Focaliza sobre un Tema Específico.

- Participan entre 6 y 10 Personas.

- La Reunión es Coordinada por un Experto.



2. USOS

¿QUÉ USOS TIENEN LOS GRUPOS FOCALES?

Los Grupos Focales permiten conocer las Percepciones de las personas respecto a un tema de interés para el investigador.

Tienen Aplicaciones en Marketing Comercial y Social, Investigaciones en Salud Pública, etc.

¿QUÉ USOS TIENEN LOS GRUPOS FOCALES?

FINES DIAGNÓSTICOS:

- Conocer Percepciones de la Población

- Detectar Necesidades de Bienes o Servicios

FINES DE EVALUACIÓN DE DIVERSA ÍNDOLE:

- Piezas Publicitarias

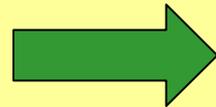
- Materiales de Educación para la Salud

- Satisfacción de Usuarios y

¿POR QUÉ INDAGAR LAS PERCEPCIONES?

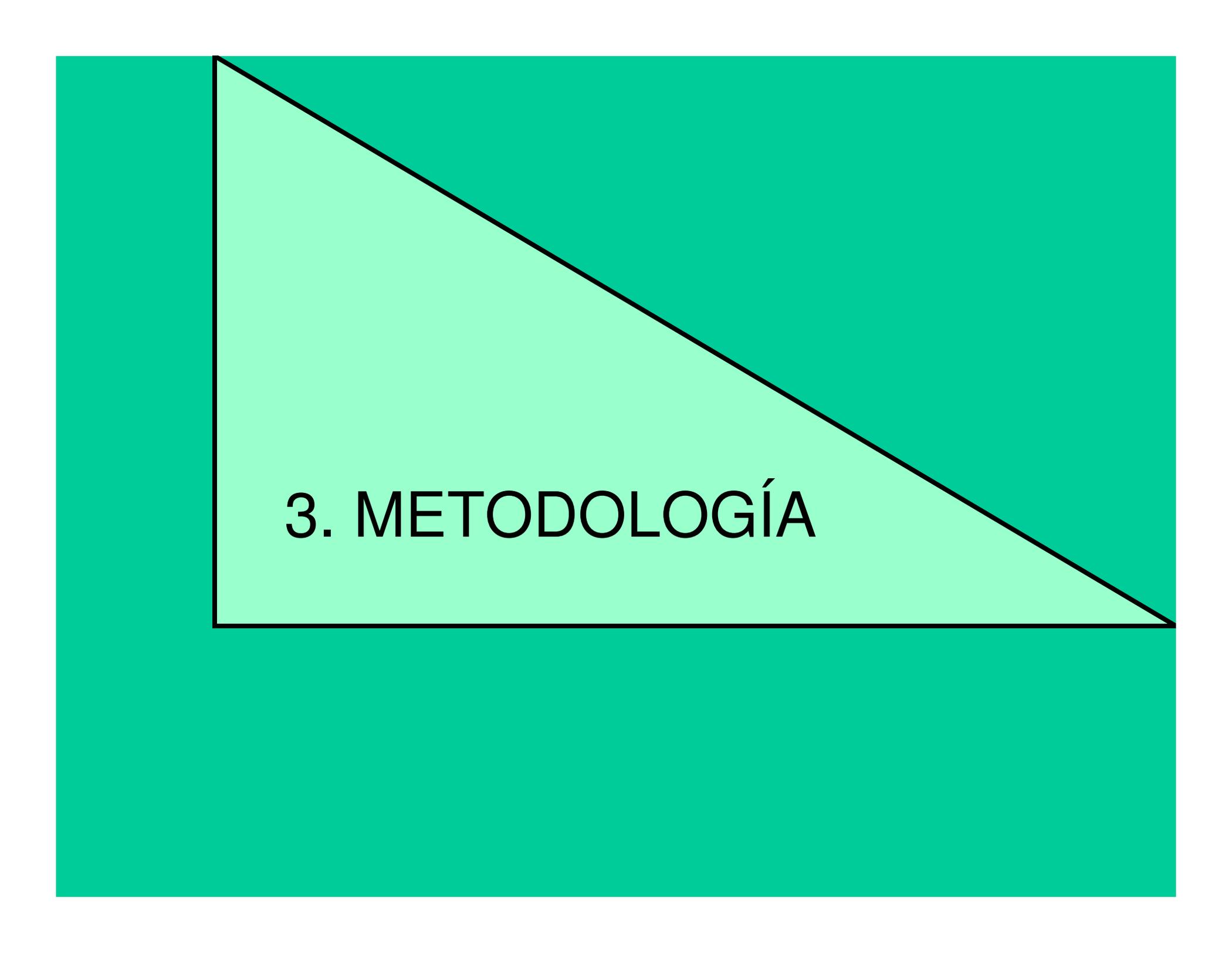
Para Predecir o Modificar Comportamientos

REPRESENTACIONES



COMPORTAMIENTOS

- Informaciones
- Opiniones
- Creencias
- Actitudes
- Motivaciones



3. METODOLOGÍA

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

1. Definir los Objetivos del Estudio.

Ejemplo:

- Detectar preferencias respecto a productos cárnicos.
- Identificar pautas de consumo de productos porcinos.
- Conocer los comportamientos de compra.
- Determinar los procedimientos de manipulación y cocción.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

2. Determinar los Grupos a Conformar.

Ejemplo:

- Amas de casa
- Madres de niños en edad escolar
- Nutricionistas
- Carniceros
- Sexo
- Rango de Edades
- Nivel Socio Económico
- Estado Civil
- Región Geográfica

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

3. Preparación de la “Guía de Discusión”.

- Temas que se quieren discutir con los participantes.
- Ordenados en forma lógica.
- De lo general a lo particular.
- De lo espontáneo a lo inducido.
- Formulaciones abiertas.
- Consignas no inductoras de las respuestas.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

4. Conformación de los Grupos.

Ejemplo:

- Grupo de Mujeres, 30-40 años, NSE medio.
- Grupo de Mujeres, 30-40 años, NSE alto.
- Grupo de Hombres, 30-40 años, NSE medio.
- Grupo de Hombres, 30-40 años, NSE alto.

Los Grupos serán Homogéneos respecto de las Variables Seleccionadas.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

4. Conformación de los Grupos.

Para Garantizar la Confiabilidad de los Datos se Replicarán los Grupos.

Pueden existir ERRORES por:

- Azar.
- Incorrecta Selección de los Participantes.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

5. Ejecución.

Rol del Coordinador

- Lograr un clima de distensión y participación.
- Favorecer la expresión de todas las opiniones.
- Mantener el FOCO de la discusión.
- Escuchar con FLEXIBILIDAD.
- Generar comunicación en red.
- Evitar emitir juicios personales.
- Controlar la inducción de respuestas y los sesgos.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

5. Ejecución.

Registro de la Información

- Grabación (audio o audiovisual).
- Observador no Participante.
 - * Contenidos.
 - * Lenguaje no Verbal.
 - * Impresiones personales.

Metodología de Trabajo en los Grupos Focales

6. Análisis de la Información.

- Transcripción a papel.
- Codificación de las respuestas.
- Análisis de la Información.
- Redacción del Informe (se ilustra con citas textuales).

A light pink triangle is positioned on the left side of a darker pink rectangular background. The triangle's vertices are at the top-left, bottom-left, and bottom-right corners of the rectangle. The text '4. VENTAJAS Y LIMITACIONES' is centered within the triangle.

4. VENTAJAS Y LIMITACIONES

VENTAJAS DE LOS GRUPOS FOCALES

Permiten relevar gran cantidad de información con mucha riqueza de contenido.

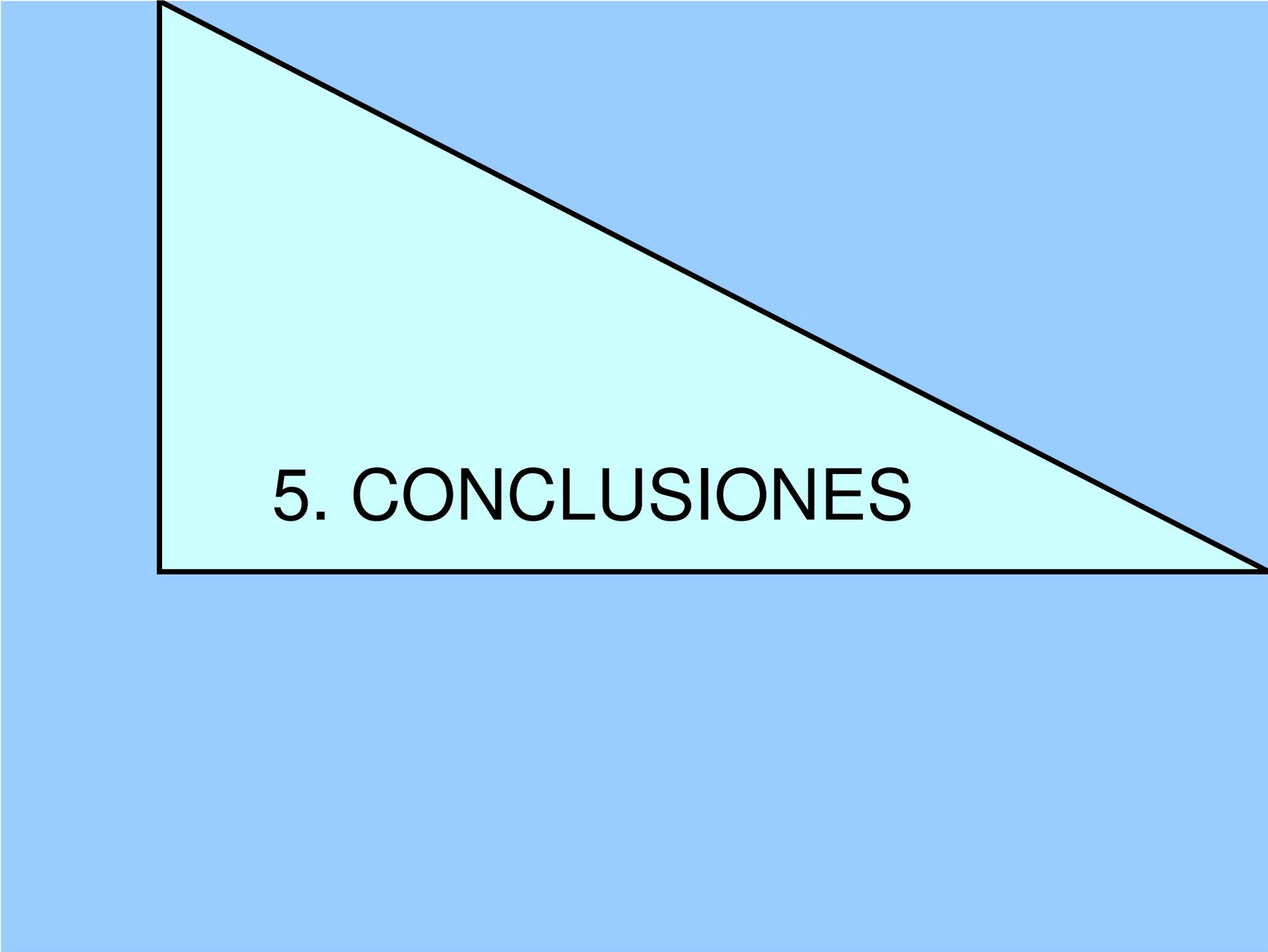
Flexibles: Permiten incorporar contenidos no previstos.

Costo económico en cuanto a dinero, tiempo y equipamiento.

LIMITACIONES DE LOS GRUPOS FOCALES

No permiten generar datos cuantitativos válidos de los que puedan derivarse generalizaciones respecto a la población total.

Son altamente susceptibles a los sesgos del Coordinador.



5. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Los Grupos Focales permiten conocer las Percepciones de sectores de la población respecto a un tema determinado.

- Las Percepciones de las Personas orientan sus Comportamientos.

- Si se desea influir sobre los Comportamientos es necesario conocer las Percepciones.

CONCLUSIONES

- Conocer las Opiniones, Actitudes, Creencias de la población objetivo permitirá diseñar acciones que lleguen eficazmente al público destinatario.

- Permitted to elaborate Messages, Programs, Products or Services that are well received because they adapt to their opinions, values, needs and expectations.

- El Grupo Focal es una herramienta que permite obtener gran riqueza de información a bajo costo, de un modo relativamente rápido y sencillo.

**La Técnica de Grupos Focales
como Herramienta para conocer
la Percepción del Consumidor**

Fin de la Presentación