



# Preguntas

# Pregunta #1

*Escoja la respuesta correcta*

**¿Qué es el grupo focal mini?**

- es un grupo focal con pocos participantes (alrededor de 4-6 personas).
- como su nombre lo menciona se busca tener a los consumidores reales del producto para recibir una crítica y conocer si existen áreas de oportunidad.
- como consecuencia de la digitalización a raíz de la pandemia, es más común realizar actividades a través de plataformas digitales. Aquí existen tres figuras: observadores, moderadores y encuestados

# Pregunta #2

- |               |   |
|---------------|---|
| <b>Paso 1</b> | Obten el consentimiento de las partes                 |
| <b>Paso 2</b> | Define el objetivo de la investigación                |
| <b>Paso 3</b> | Selecciona las preguntas para el proceso de discusión |
| <b>Paso 4</b> | Recluta a los participantes                           |
| <b>Paso 5</b> | Comienza el proceso de investigación                  |
| <b>Paso 6</b> | Establece un moderador                                |

# Pregunta #3

Escriba (V) si es VERDADERO o (F) si es FALSO

- Las respuestas de los entrevistados deben ser registradas cuidadosamente.( )
- Cualquier individuo, cuyas características corresponden a un tipo de grupo en particular, no deben ser incluidos en la muestra.( )
- El método de tomar notas manuscritas o electrónicas se considera esencial.( )
- Existen diferentes tipos de grupos focales, que si se realizan de manera eficiente, son un recurso excelente para las empresas. ( )



# Pregunta 4

## Completar el enunciado sobre la técnica de grupos focales

Un moderador conduce la \_\_\_\_\_, mientras que otra persona hace el papel de “\_\_\_\_\_”, tomando nota del comportamiento global del grupo, en términos de reacciones, actitudes, formas de \_\_\_\_\_ no verbal, etc.

COMUNICACION    DIALOGO    DISCUSION    RELATOR    CONTEXTO    ASPECTOS

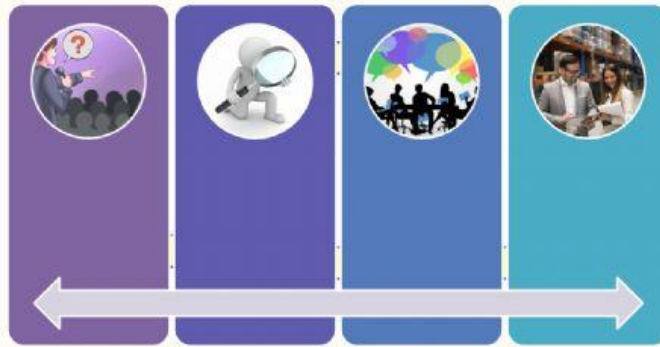
# Pregunta 5

## Son ventajas de los grupos focales excepto:

- Los grupos focales utilizan métodos de recolección de datos cualitativos.
- Los participantes pueden interactuar, influir y ser influenciados, lo que brinda una visión práctica del conocimiento de los clientes sobre marcas , productos o servicios.
- Existe la posibilidad de que los miembros no expresen sus opiniones honestas y personales sobre el tema en cuestión.

# Pregunta

Complete la constitución de un grupo focal



Participantes

Moderador

Encargado de  
logística

Observador