

Realización de focus groups para valoración cualitativa

Una coyuntura política tiene por lo general un tiempo muy corto para resolverse, tanto si hace parte de una crisis o es una noticia pasajera que con el paso de los días irá siendo reemplazada por otras. La tarea de quienes llevan la estrategia de una campaña o un gobierno, es descubrir cuáles coyuntura podrán ser dañinas para el objetivo que se busca.

Una vez superada esta primera etapa, que responde a una lectura detallada del entorno, hay que identificar las razones por las que la coyuntura se presenta y si ésta es positiva, ayudar a que permanezca en el tiempo, y si es negativa, superarla.

Para esto, se hace necesario vincular al proceso una lectura cualitativa a través de focus groups, que en un ejercicio de segmentación, ayudará a definir caminos a seguir de manera precisa.

El equipo de consultores estará apoyando los estudios en:

- Identificar los nichos a los que se quiere llegar.
- Selección de la muestra.
- Mecanismo de invitación.
- Conducción del grupo focal.
- Interpretación de los resultados.

Si no existe un complemento a través de análisis cualitativos, las encuestas cuantitativas arrojarán información que no siempre es muy comprensible y además terminará siendo sesgada. Lo anterior afectará seriamente la determinación de estrategias de comunicación y podría ocasionar que no se llegue al nicho correcto con el mensaje adecuado.