

El uso y mal uso de los grupos focales

Resumen: Los grupos focales pueden ser una herramienta poderosa en el desarrollo de sistemas, pero no deben ser la única fuente de información sobre el comportamiento del usuario. En el desarrollo de sistemas interactivos, el papel adecuado de los grupos focales no es evaluar los estilos de interacción o la usabilidad del diseño, sino descubrir qué quieren los usuarios del sistema.

Por Jakob Nielsen el 1 de enero de 1997

Los grupos focales son una técnica un tanto informal que puede ayudarlo a evaluar las necesidades y sentimientos de los usuarios antes del diseño de la interfaz y mucho después de la implementación. En un grupo de enfoque, reúne a 6–9 usuarios para analizar problemas e inquietudes sobre las funciones de una interfaz de usuario. El grupo suele durar unas 2 horas y está dirigido por un moderador que mantiene el enfoque del grupo.

Los grupos focales a menudo sacan a relucir las reacciones e ideas espontáneas de los usuarios y le permiten observar algunas dinámicas de grupo y problemas organizativos. También puede pedirles a las personas que hablen sobre cómo realizan actividades que abarcan muchos días o semanas: algo que es costoso de observar directamente. Sin embargo, solo pueden evaluar lo que los clientes *dicen* que hacen y no la forma en que los clientes realmente operan el producto. Dado que a menudo hay grandes diferencias entre lo que la gente dice y lo que hace, **siempre se debe realizar la observación directa de un usuario a la vez para complementar los grupos de enfoque.**

Vista corta

Aunque los grupos focales pueden ser una herramienta poderosa en el desarrollo de sistemas, no debe usarlos como su única fuente de datos de usabilidad. Las personas con experiencia en publicidad o marketing a menudo confían únicamente en los grupos de enfoque para exponer los productos a los usuarios. Por lo tanto, debido a que las personas

de publicidad y marketing con frecuencia contribuyen al desarrollo de sitios web, los grupos de enfoque se utilizan a menudo para evaluar proyectos web. Desafortunadamente, los grupos focales son un método bastante pobre para evaluar la usabilidad de la interfaz. Por lo tanto, es peligroso confiar en ellos como su único método en un proyecto de diseño web. La investigación de mercado tradicional se enfoca en productos para los cuales la usabilidad es una preocupación menor. Al juzgar, por ejemplo, qué propuestas debe apoyar un político, qué tan dulce debe ser una barra de chocolate o si mostrar un nuevo Mercedes frenando en la nieve o bajo la lluvia, debe exponer a un grupo de consumidores solo a diferentes versiones de la propuesta. golosinas, o comerciales, pregúntales cuál prefieren,

Los productos de software, los sitios web y otros sistemas interactivos también deben ser del agrado de los clientes, pero ninguna cantidad de preferencia subjetiva hará que un producto sea viable si los usuarios no pueden usarlo. Para evaluar si los usuarios pueden operar un sistema interactivo, la única metodología adecuada es observar a un usuario a la vez usando el sistema. Debido a que los grupos focales son grupos, las personas rara vez tienen la oportunidad de explorar el sistema por su cuenta; en cambio, el moderador generalmente proporciona una demostración del producto como base para la discusión. **Ver una demostración es fundamentalmente diferente de usar realmente el producto:** nunca hay dudas sobre qué hacer a continuación, y no tiene que reflexionar sobre el significado de las numerosas opciones de pantalla.

Considere, por ejemplo, el problema de las ventanas versus el desplazamiento como métodos para cambiar la información visible en la pantalla. El principio de ventanas dice que, para ver la información al principio de un archivo, el usuario mueve la ventana a la parte superior del archivo. El desplazamiento, por el contrario, dice que, para ver el comienzo del archivo, se desplaza hacia abajo en la pantalla hasta que el contenido deseado se vuelve visible. En otras palabras, el comando para ir al principio del archivo debe ejecutarse UP (o mostrarse como una flecha que apunta hacia arriba) si se prefiere la ventana, mientras que el mismo comando debe ejecutarse DOWN si se prefiere el desplazamiento.

Cuando realmente llevan a cabo la tarea, la mayoría de los usuarios se desempeñan mejor en el modelo de ventanas (que, por lo tanto, se usa en la mayoría de los estándares GUI

actuales). Pero si le das una demostración de cómo mover archivos de texto a personas nuevas en las computadoras, muchas de ellas dirán que el modelo de desplazamiento caracteriza lo que están viendo (ya que ven que el texto se mueve hacia abajo para llegar al principio). Si las GUI hubieran sido diseñadas por grupos focales, habríamos terminado con un comando subóptimo.

Beneficios

En el desarrollo de sistemas interactivos, el papel adecuado de los grupos focales no es evaluar los estilos de interacción o la usabilidad del diseño, sino descubrir **qué quieren los usuarios** del sistema. Por ejemplo, al desarrollar el nuevo sistema de documentación en línea de Sun, realizamos un grupo de enfoque con administradores de sistemas para descubrir:

- sus pensamientos y preferencias sobre temas como la distribución y replicación de archivos de documentación enormes en varios servidores
- si necesitaban o no un acceso más rápido a copias locales de la documentación en máquinas cliente específicas

Estas preguntas nunca surgirían en una prueba de usabilidad (aunque realizamos estudios de usabilidad para ver si los administradores podían operar el sistema). Podríamos haber investigado las necesidades de los administradores de sistemas de otras maneras, incluidas las visitas de campo a las ubicaciones de los clientes, pero fue más eficiente tener un grupo de enfoque que discutiera los problemas en una sola sesión.

Enfocándose

Para los participantes, la sesión del grupo focal debe sentirse fluida y relativamente desestructurada, pero en realidad, el moderador debe seguir un guión previamente planificado de temas específicos y establecer objetivos para el tipo de información que se recopilará. Durante la sesión de grupo, el moderador tiene la difícil tarea de mantener el debate en marcha sin inhibir el flujo de ideas y comentarios. El moderador también debe asegurarse de que todos los miembros del grupo contribuyan a la discusión y debe

evitar que las opiniones de un participante dominen. Después de la sesión, el análisis de datos puede ser tan simple como hacer que el moderador escriba un breve informe que resuma el estado de ánimo predominante en el grupo, ilustrado con algunas citas coloridas. También puede realizar análisis más detallados, pero la naturaleza no estructurada de los grupos hace que esto sea difícil y lento.

Los grupos focales requieren varios usuarios representativos. Debido a que necesita una discusión fluida y varias perspectivas, **el grupo de enfoque inicial debe tener al menos 6 usuarios**. Por lo general, debe **realizar más de un grupo de enfoque**, porque el resultado de una sola sesión puede no ser representativo y las discusiones pueden desviarse.

Otros asuntos

Al igual que con cualquier método basado en *preguntar* a los usuarios qué quieren, en lugar de medir u observar cómo usan *realmente* las cosas, los grupos focales pueden producir datos inexactos porque los usuarios pueden **pensar que quieren una cosa cuando necesitan otra**. Puede minimizar este problema exponiendo a los usuarios a los ejemplos más concretos posibles de la tecnología que se analiza.

Por ejemplo, Irene Greif realizó grupos de enfoque para evaluar una función de administración de versiones para Lotus 1-2-3. Las nuevas funciones se presentaron al grupo de enfoque como una forma de permitir que varios usuarios comparen vistas alternativas de una hoja de cálculo a través de redes informáticas. Inicialmente, los miembros del grupo se mostraron escépticos sobre estas ideas y expresaron desconfianza en las redes y nerviosismo sobre lo que otras personas harían con sus hojas de cálculo. Después de ver un prototipo y escenarios de gestión de versiones en uso, los participantes pasaron del escepticismo al entusiasmo.

Una forma económica de aproximarse a un grupo focal es confiar en el correo electrónico, los sitios web o las comunidades en línea. Por ejemplo, Yia Yang inició un proyecto sobre las instalaciones de deshacer publicando en la red académica británica, preguntando a los usuarios qué instalaciones de deshacer usaban y cómo les gustaban. Publicar preguntas en un grupo interesado en los temas puede generar una discusión

considerable. Una desventaja es que las discusiones en línea son difíciles (o imposibles) de mantener la confidencialidad a menos que tengan lugar en una intranet, detrás de un firewall.

Otra desventaja de este enfoque es **el sesgo**. Los usuarios de Internet tienden a ser personas con un interés superior al promedio en las computadoras, y los participantes en grupos de discusión en línea tienden a tener una participación superior al promedio en el tema del grupo.

Aunque es poco probable que las discusiones en línea reflejen las preocupaciones del usuario promedio, pueden ser una buena forma de **ponerse en contacto con los usuarios avanzados**. Estos usuarios tienen necesidades que a veces surgirán más adelante para el usuario promedio. Por lo tanto, abordar las necesidades de los usuarios avanzados puede ser una forma de obtener una ventaja inicial en el trabajo futuro de usabilidad.

Fuente: <https://www.nngroup.com/articles/focus-groups/>