

Identificador de Reclutamiento
Grupos de Muestra de Padres y Cuidadores Hispanos para Desarrollar
La Nueva Campaña Publicitaria de Servicio Público para Cinturones de Seguridad
Moderator's Guide
Parent & Caretaker Focus Groups to Develop
Child Passenger Safety Public Service Advertising Campaign
(Hispanic Audience)

Autorización genérica Control No: 2127-0682: Grupos de Muestra para Programas y
Actividades sobre Seguridad del Tráfico y Vehículo
Generic Clearance OMB Control No: 2127-0682: Focus Groups for Traffic and Motor
Vehicle Safety Programs and Activities

I. EXPLANATIONS

EL MODERADOR LEERA (<5 min)/MODERATOR WILL READ THE FOLLOWING

Este grupo de discusión se realiza para recopilar información que nos ayudará a comprender mejor sus opiniones sobre un importante problema de seguridad en las carreteras./ [This focus group is being conducted to collect information that will help us better understand your opinions about an important highway safety issue.](#)

Esta recopilación de información es voluntaria y será utilizada únicamente con propósitos formativos, de tal manera que podremos desarrollar programas de comunicación diseñados para disminuir el número de lesiones y muertes relacionadas con accidentes de tráfico. El tiempo necesario para reunir esta información pública o para realizar esta encuesta pública, se estima que tomará un promedio de 90 minutos, incluyendo el tiempo para revisar las instrucciones, investigar los actuales recursos de recopilación de datos, recopilación y mantenimiento de los datos necesarios, y completar y revisar la información recopilada. No se recopilará ningún tipo de información personal que pudiera permitir alguna identificación de los participantes. Sírvanse notar que una agencia federal no puede llevar a cabo ni tampoco patrocinar, y que una persona no tiene que responder, y dicha persona tampoco estará sujeta a una multa por no cumplir con la recopilación de la información sujeta a los requerimientos de la Ley de Reducción de Uso de Papel (PRA por sus siglas en inglés), a no ser que esa recopilación de información indique un número actual de control válido. El número de autorización genérica OMB para esta recopilación es el 2127-0682. /

[This collection of information is voluntary and will be used for formative purposes only so that we may develop communications programs designed to reduce the number of traffic-related injuries and deaths. Public reporting burden is estimated to average 90 minutes, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. We will not collect](#)

any personal information that would allow anyone to identify you. Please note that a federal agency may not conduct or sponsor and a person is not required to respond to, nor shall a person be subject to a penalty for failure to comply with a collection of information subject to the requirements of the Paperwork Reduction Act unless that collection of information displays a current valid OMB control number. The OMB generic control number for this collection is 2127-0682.

NOTA ADICIONAL PARA EL MODERADOR:/ADDITIONAL NOTE FOR MODERATOR

- *Asegúrele a los participantes sobre la confidencialidad y el anonimato/Ensure respondents are aware of confidentiality and anonymity.*
- *Revele la presencia de observadores y la grabación por video (en lugar de “tomar notas”)/Make respondents aware of two way mirror and recorded session (instead of “taking notes”).*

II. INTRODUCCIONES Y EJERCICIO DE CALENTAMIENTO (5min)/ INTRODUCTIONS & WARM-UP (5 min)

- *Introducción del moderador y participante. Preguntarle al participante que se presente. [nombre, cuántos hijos, edad de hijos]/ Ask respondent to introduce him/herself [name, how many children, age of child(ren)]*
- *¿Pensando en sus hijos, que actividades les gustan practicar? ¿Qué actividad es su favorita para practicar con sus hijos?/ Thinking about your children, what kind of activities do they like to do? What is your favorite activity to do with your child(ren)?*

III. GUIÓN GRAFICO (75 min)/ STORYBOARDS (75 min)

Nota de moderador: Explicar al participantes que se les mostrara varios conceptos de publicidad, los cuales no están terminados y se encuentran en una etapa temprana. Participantes deberán usar su imaginación y responder a la idea general presentada. Presentar cada concepto de publicidad, uno a la vez (usar guiones gráficos como ayuda visual). Sortear el orden en que los conceptos de publicidad son presentados en los diferentes grupos de encuestas. Así, la misma idea no será presentada primero o al último. Permitir a los participantes leer el concepto, escribir comentarios, y después discutir.

Hacer preguntas después de mostrar cada concepto: /

Moderator Note: Explain to participants that they will be shown several advertising concepts that are at an early stage and are not finished advertisements. Participants should use their imaginations and respond to the overall idea presented. Present each advertising concept one-at-a-time (use storyboards as a visual aid). Randomly sort the order of the advertising concepts among the different focus groups, so no particular idea is always shown first or last. Allow participant to read through the concept, mark comments, and then discuss.

Ask questions after each concept exposure:

Pensamientos iniciales/ Puntos clave/Initial thoughts, takeaways

Moderador les pedirá a los participantes escribir su reacción inicial, la idea principal del anuncio, y cuanto les gusta el anuncio en una escala del 1 al 10./ Moderator will instruct respondents to write down their initial reaction, the main idea of the advertisement, and how much they like the advertisement on a scale of 1 to 10.

- ¿Cuales fueron sus primeras reacciones? ¿Qué pasa por su mente mientras ve y escucha este anuncio?/ What are your first reactions? What is going through your mind as you watch/listen to this ad?
- ¿En qué te hace pensar esto? ¿Por qué dice eso?/ What does this make you think about? Why do you say that?
- ¿Cuál es la idea principal?/ What is the main idea? /
- ¿Cuál es el mayor beneficio que le están intentando demostrar?/ What is the main benefit they are trying to tell you?
- ¿Qué más te está diciendo este anuncio?/ What else is the advertising telling you?

Gustos/No de gusto/Preocupaciones/ Likes/dislikes/concerns

- ¿En particular, que te pareció interesante de este anuncio?/ What was particularly interesting to you in this ad?
- ¿Hay algo en este anuncio que le gusto en especial?/ Was there anything you especially liked in this ad?
- ¿Algo particularmente que no te gusto?/ Anything you particularly disliked?
- ¿Hubo algo confuso? / Was there anything confusing?

Pertinencia/Relevancy

- ¿Qué tan significativo es este mensaje para usted?/ How meaningful is this message for you?
- ¿A quien se dirige este anuncio?/ Who do you think this ad is speaking to?
- ¿Cómo se relaciona e impacta este mensaje hacia usted y su familia?/ How does the ad's message impact/relate to you and your family?
- ¿Cómo le hace sentir este anuncio de lo que actualmente haces sobre la seguridad de su hijo/a dentro de su vehículo?/ How does this ad make you feel about what you're currently doing in regards to your child's safety in your vehicle right now?

Aprendisaje/Learning

- ¿Le enseñó algo nuevo este anuncio?/ Did the advertising tell you anything new?

Acción anticipada/ Anticipated action

- ¿Resultado al ver este anuncio, cree que haría algo diferente a lo que actualmente hace? ¿Que?/ As a result of seeing this ad, do you think you would do anything differently than you're currently doing? What?
- ¿Se acuerda del sitio web a cual el anuncio te dirigía?/Do you recall the website that the ad asks you to go to?

- ¿Qué tan probable es que visite este sitio web? ¿Qué cree que encontraría?
How likely are you to go to the website? What do you think you would find there?
- ¿Le dirías a su amigo o familiar sobre este anuncio? ¿Qué tal del sitio web?
Would you tell a friend or family member about this ad? How about the website?

IV. Para Cerrar (<5 minutos)/ Wrap-up (<5 minutes)

(Si el tiempo lo permite) Preguntarles a los observadores por preguntas adicionales./ (If time permits) Check with observers for additional questions.

NOTA ADICIONAL PARA EL MODERADOR:/ ADDITIONAL NOTE TO MODERATOR:

Antes de que los participantes salgan de la sala de entrevista, pedirles que escriban información adicional sobre sus antecedentes (3-4 minutos). Explicar que esto es opcional y pueden salirse sin llenar el formulario, sin ninguna penalización. La información recolectada es para entender sobre los usos actuales del cinturón de seguridad para los hijos del participante./

Before participants exit, ask them to write down additional background information before exiting the interview room (3-4 minutes). Explain that the collection is optional and they can leave without filling out the form with no penalty. The information collection is intended to understand the participant's current use of seat belts for their child and help contextualize feedback provided throughout the focus group discussion.

(Pasar un papel a cada miembro del grupo para que puedan escribir su reacción inicial al concepto de publicidad presentado.)/ (Hand out for each group member to independently write down their initial reaction to the advertising concept exposure.)

¿Cuales fueron sus primeras reacciones?/ What are your first reactions?

¿Cuál es la idea principal de este anuncio?/ What do you think the main idea of this ad is?

Del 1 al 10, ¿cunado diría que le gusto el concepto publicitario? Por favor marque el número correspondiente. / On a scale of 1 to 10, how much would you say you like this advertising concept? Please circle the corresponding number

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No me gusto para nada				Me es indiferente, no agrado o disgustó					Me gusto mucho
Not at all				Neither liked or disliked					Like a lot