

**OMB BURDEN STATEMENT:** This information is being collected to assist the Food and Nutrition Service in developing a National Outreach Campaign to increase awareness of the health and nutrition benefits associated with specific programs. This is a voluntary collection and FNS will use the information to meet the needs and understand the mindsets of current program participants, as well as those individuals who are eligible but do not participate. This collection does not request any personally identifiable information under the Privacy Act of 1974. According to the Paperwork Reduction Act of 1995, an agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a valid OMB control number. The valid OMB control number for this information collection is 0584-0611. The time required to complete this information collection is estimated to average 2 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden, to: U.S. Department of Agriculture, Food and Nutrition Service, Office of Policy Support, 1320 Braddock Place, 5th Floor, Alexandria, VA 22306 ATTN: PRA (0584-0611). Do not return the completed form to this address.

## Attachment D-1 WIC Participant Focus Group Guide (English)

### Focus Group Moderator Guide

#### WIC Text Communications Participant Groups

*Target Time ≈ 90 minutes of discussion &  
respondents asked to log on 30 minutes before start time*

### **I. Introduction (15 min: 15)**

- A. Introducción del (de la) moderador(a)
- B. Recuérdeles a las encuestadas que deben estar en un lugar tranquilo
- C. Si necesita alejarse, hágalo brevemente y vuelva lo antes posible
- D. Anonimato
- E. Reglas para la participación en línea (todas las opiniones cuentan, quiero escuchar a todas, no hay respuestas incorrectas)
- F. Tomen una hoja de papel y un bolígrafo o lápiz
- G. Tema de investigación: las hemos invitado a todas aquí porque participan en el programa WIC, por lo que nos enfocaremos en su(s) hijos(as) menor(es) de 5 años. Vamos a hablar sobre diferentes métodos que los programas y las marcas podrían usar para compartir información con ustedes.
- H. Introducción – [SHOW SLIDE WITH INTRO PROMPTS]: Digan su nombre, el estado en el que viven y quiénes comparten sus hogares (personas, mascotas, plantas, etc.)
  - a. Para comenzar, díganme una palabra o frase que usarían para describir su día de ayer. (Sondeo rápido: ¿por qué eligieron esa palabra?)
  - b. También compartan si actualmente están embarazadas o si son madres primerizas.

### **II. Brand Communications (25 min: 40)**

- A. Comencemos hablando de cómo se comunican con empresas, marcas y proveedores, como sus proveedores de atención médica, programas gubernamentales y otros proveedores de

servicios en todas las áreas de sus vidas. [MODERATOR NOTE: MINIMIZE BRAND CONNECTIONS (INCLUDE ONLY TO GROUND THE RESPONDENTS)].

- a. ¿Cuáles son todas las formas en las que interactúan con proveedores, atención médica, productos o marcas? [IF NEEDED, PROVIDE EXAMPLES]: Por ejemplo, piensen en un producto o una marca que realmente les guste. Es posible que sigan a la empresa en las redes sociales o que se hayan registrado para recibir novedades de esta empresa por correo electrónico. En el caso de proveedores o programas de servicios, es posible que se hayan registrado para recibir recordatorios de citas, cargar documentos o enviar mensajes a sus proveedores de atención médica o programas gubernamentales.
  - b. [IF NOT COVERED UNAIDED, PROBE]: ¿Cómo es más probable que se registren para recibir información de empresas, marcas o programas: por correo electrónico, WhatsApp, mensajes de texto o seguimiento/suscripción en redes sociales? [IF NEEDED]: ¿Qué aplicaciones o programas usan actualmente para estas comunicaciones?
    - i. ¿Cuáles son las ventajas de recibir comunicaciones por correo electrónico? ¿Cuáles son las desventajas?
    - ii. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de WhatsApp?
    - iii. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de interactuar con marcas o empresas en línea a través de sus sitios web o cuentas en redes sociales?
    - iv. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de recibir mensajes de texto? ¿Qué función tienen los mensajes de texto en sus comunicaciones? ¿Cómo se comparan con el correo electrónico o las redes sociales?
    - v. Además de recibir mensajes de texto de programas o proveedores, ¿alguna vez han utilizado mensajes de texto para iniciar la comunicación, como hacer una pregunta, solicitar una cita o suscribirse a un programa o servicio? ¿Cuáles son las ventajas y las desventajas de usar los mensajes de texto para estos fines?
    - vi. ¿Qué piensan de la comunicación bidireccional por mensajes de texto con un programa o proveedor de servicios? [IF NEEDED]: Por ejemplo, si reciben un mensaje de texto, pueden responderlo; o si envían un mensaje de texto, reciben una respuesta del proveedor. ¿Cuáles son las ventajas y las desventajas de esto?
- B. Piensen solo en los mensajes de texto que aceptan recibir de un proveedor de servicios o programa. ¿Qué es lo que normalmente las motiva a suscribirse para recibir comunicaciones de texto?
- a. ¿Con qué frecuencia sienten que aceptar recibir mensajes de texto es necesario para recibir un beneficio en particular en lugar de una decisión que toman porque realmente quieren recibir información de ellos? ¿Qué piensan de esto?

- i. ¿Qué tipos de beneficios han ofrecido las marcas o los programas/servicios que hicieron que valiera la pena suscribirse a los mensajes de texto?
  - ii. ¿Qué tendría que ofrecer un proveedor de servicios o programa (p. ej., su proveedor de atención médica o un programa gubernamental) para motivarlas a suscribirse?
  - iii. ¿De qué marcas o programas han decidido no aceptar mensajes de texto? ¿Qué las llevó a decir que no?
  - iv. ¿Alguna vez se han registrado y se han arrepentido después? ¿Qué las hizo sentirse así?
  - v. Si decidieron cancelar la suscripción de los mensajes de texto de un programa, ¿qué las llevó a hacerlo?
- C. Nos gustaría que pensarán en todos los mensajes de texto que aceptaron recibir de productos, proveedores de servicios o programas (no de personas individuales que conocen). [POLL]: Utilizando esta escala de 1 a 5, donde 1 significa “no abro ningún mensaje de texto de este tipo” y 5 significa “abro todos los mensajes de texto de este tipo”, escriban su calificación en el cuadro y envíenla.
- a. Contenido personalizado (p. ej., cumpleaños o etapas importantes del desarrollo infantil)
  - b. Recordatorios
  - c. Materiales educativos
- D. [SHOW RESULTS]. Hablemos sobre los mensajes de texto que reciben de marcas, proveedores de servicios o programas que realmente abren y leen. En general, ¿qué tipo de información, ofertas y contenido es más probable que abran y lean?
- a. ¿Qué palabras o temas generalmente llaman más su atención? ¿Por qué?
  - b. ¿Qué piensan de los mensajes de texto personalizados con sus nombres?
    - i. ¿Y de los mensajes personalizados con el nombre de sus hijos(as)?
  - c. Si recibieran un enlace a un sitio web o video en uno de estos mensajes, ¿qué sería más probable que les interesara lo suficiente como para seguir el enlace?
- E. Piensen en los mensajes de texto que reciben de marcas/empresas o programas en los que pueden hacer clic para abrirlos pero que no leen completos. ¿Qué es lo que normalmente hace que cierren el mensaje sin leerlo?
- a. ¿Cuánto influye la longitud del mensaje de texto en su interés por leerlo, si es el caso? ¿Por qué?
  - b. ¿De qué manera influye el tono del mensaje de texto (si es gracioso, incluye emojis, etc.) en la posibilidad de que lo lean completo? ¿Por qué?
  - c. ¿De qué manera la inclusión de imágenes o enlaces a sitios web o videos influye en despertar su interés por leer, si es que lo hace? ¿Por qué?

- F. ¿Cuál es un ejemplo de un mensaje de texto de una marca, una empresa, un proveedor o un programa que estarían felices y agradecidas de recibir? ¿Qué hace que les guste?
- G. Por otro lado, ¿cuál es un ejemplo de un mensaje de texto que les molestaría recibir? ¿Qué hace que no les guste?
- H. ¿Qué las lleva a decidir eliminar un mensaje que reciban sin abrirlo?
- ¿Cuánto influye el remitente en su interés por abrir un mensaje? ¿Hay mensajes de ciertas marcas, empresas, proveedores o programas que generalmente abren y otros que generalmente eliminan sin leer? ¿Cómo deciden qué hacer?
  - ¿De qué manera la información de las primeras líneas del mensaje influye en su decisión de eliminarlo inmediatamente o hacer clic para leerlo?
  - ¿De qué manera la inclusión de información de contacto, como números de teléfono a los que llamar, influiría en su interés en abrir y leer el mensaje? ¿Qué me dicen de enlaces a un sitio web o información en línea? ¿Y de responder al mensaje con una determinada palabra clave?
  - ¿Qué más afecta la decisión de abrir, eliminar o cancelar la suscripción?
- I. ¿Cómo saben si un texto proviene de una fuente auténtica y no es spam?
- ¿Qué buscan para decidir si pueden confiar en el mensaje de texto en sí?
  - ¿Cómo deciden si es seguro hacer clic en un enlace proporcionado?

## II. Communications from WIC

(30 min: 70)

Hablemos ahora de sus hijos(as) menores de 5 años.

- A. Cuando buscan consejos e información para sus hijos(as) o durante el embarazo, ¿cuáles son todas las fuentes de información en las que confían o han confiado? Estas pueden incluir personas, libros, recursos en línea, etc.
- ¿Qué hace que estas sean las mejores fuentes para ustedes?
  - ¿Qué tipo de información relacionada con sus hijos(as) les interesa más? ¿Cuáles son algunos ejemplos de información relacionada con niños que reciben por mensaje de texto?
- B. ¿Hay algún tipo de información que prefieren recibir de una fuente en particular? Si es así, compartan más sobre eso. [IF NEEDED] Por ejemplo, ¿les agrada recibir información sobre "qué esperar" en las etapas importantes del desarrollo de sus hijos(as), como comer alimentos sólidos de una marca que vende alimentos para bebés? ¿Eso estaría bien viniendo de un programa como WIC? ¿Cierta información solo debe provenir del médico de sus hijos(as)?
- ¿Qué información, si es el caso, consideran que debe provenir de una persona o fuente de información en particular? ¿Por qué piensan eso?

- C. ¿Cuántas de ustedes (levanten la mano) reciben actualmente comunicaciones del programa WIC, no solo en forma de mensajes de texto, sino en cualquier forma de comunicación?
- D. ¿Cómo reciben estos mensajes (texto/correo electrónico/llamadas telefónicas/aplicación/otros)?
- ¿Prefieren que las comunicaciones de WIC lleguen a través de mensajes de texto, llamadas telefónicas, correos electrónicos o mensajes de aplicaciones? ¿Por qué dicen eso?
  - ¿Qué opinan de cómo se les envían los mensajes? ¿Qué funciona bien en ese método de entrega? ¿Cuáles son las desventajas?
  - ¿Hay cierta información que tiene más sentido recibir a través de un método en particular? Si es así, compartan más sobre eso.
  - ¿Cuántas de ustedes tienen una aplicación de WIC?
  - Las notificaciones de la aplicación pueden aparecer en la parte superior de la pantalla del dispositivo, dependiendo de la configuración. Por lo general, ¿aceptan ver estas "notificaciones automáticas" en las aplicaciones?
    - Quienes tienen la aplicación de WIC, ¿aceptan ver las notificaciones automáticas en esta aplicación? ¿Reciben estas notificaciones de que hay algo nuevo para ustedes en la aplicación, o no? ¿Por qué sí o por qué no?
- E. [IF RELEVANT]: Para aquellas de ustedes que actualmente no reciben mensajes de texto de WIC, ¿esta opción no está disponible en su programa local o han elegido no recibir estos mensajes de texto? [IF OPTED OUT] ¿Qué las llevó a tomar esa decisión?
- ¿Qué tipo de información esperarían recibir de este programa si aceptaran recibir mensajes de texto?
  - ¿Qué les gustaría recibir en los mensajes de texto de WIC? ¿Qué tiene sentido y consideran que sería una buena opción?
  - Por otro lado, ¿qué no estaría bien recibir a través de un mensaje de texto de WIC?
- F. [POLL] Para aquellas de ustedes que actualmente reciben mensajes de texto de WIC, considerando toda la experiencia con lo que les envían, ¿cómo calificarían las comunicaciones de texto de WIC en una escala del 1 al 5, donde 1 es "Mala" y 5 es "Excelente"? [SHOW RESULTS]
- ¿Por qué dicen eso?
  - ¿Cómo saben que un mensaje de texto es de WIC?
  - ¿Cómo las hacen sentir las comunicaciones de texto con respecto a WIC?
  - ¿Qué tipo de información envía WIC normalmente?

- e. ¿Su programa WIC local incluye enlaces para hacer clic y obtener más información o para visitar el sitio web, o no? ¿Qué opinan/opinarían sobre esto?
  - f. ¿Con qué frecuencia abren y leen los mensajes de texto de WIC completos? ¿Qué las lleva a tomar esa decisión?
  - g. ¿Cuáles son los mensajes de texto más útiles/apreciados que reciben de WIC? ¿Por qué?
  - h. ¿Qué falta? ¿Qué les gustaría que les enviaran en las comunicaciones con ustedes?
- G. Piensen en la primera vez que se inscribieron en WIC. ¿Qué les gustaría haber sabido al inscribirse que aprendieron más tarde?
- a. ¿Cómo podría haberlas ayudado saber esto antes?
- H. [IF RELEVANT]: Para aquellas madres que están esperando un bebé, ¿qué tipos de información reciben sobre temas relacionados con el embarazo y el recién nacido, si corresponde?
- a. ¿Qué les ha resultado/les resultaría más útil, si lo hubiera?
  - b. ¿Qué piensan acerca de la forma en que reciben este tipo de información? ¿El envío de mensajes de texto es una forma apropiada o preferirían un método diferente? ¿Por qué?
  - c. Cuando piensan en lo que WIC podría enviar a las futuras madres, ¿qué tipo de información esperarían recibir del programa?
  - d. ¿Qué consideran apropiado para el programa?
  - e. ¿Qué tipo de contenido podría no encajar tan bien con WIC?
    - i. ¿Por qué dicen eso?
- I. [SHOW POTENTIAL TEXT COMMUNICATIONS RANK EXERCISE]: Tengo una lista en la pantalla que incluye posibles comunicaciones de texto que podrían recibir de WIC. Me gustaría que elijan los 3 elementos más importantes para ustedes.
- a. Recordatorios de citas
  - b. Capacidad para hacer preguntas a mi representante de WIC
  - c. Capacidad para interactuar con un chatbot que puede responder preguntas generales
  - d. Recordatorios de uso de beneficios/beneficios mensuales restantes
  - e. Productos alimenticios actuales o nuevos disponibles con beneficios
  - f. Consejos de nutrición, recetas/soluciones de comidas relevantes para la edad de su hijo(a)
  - g. Enlaces para cargar documentos
  - h. Consejos personalizados para apoyar el desarrollo de su hijo(a) en las etapas importantes/a cada edad
  - i. Consejos de otros participantes para maximizar los beneficios
  - j. Posibilidad de programar citas
  - k. Recordatorios de recertificación

- I. Detalles paso a paso sobre la inscripción/recertificación

[MODERATOR NOTE: PRIORITIZE THIS SECTION]

- J. [SHOW RESULTS]: Examinemos las opciones que consideran más importantes. Aquellas de ustedes que colocaron \_\_\_\_ en la parte superior de su lista, ¿qué es lo que les atrae de esa idea?
- ¿Qué les gustaría agregar que pudiera basarse en esta idea o mejorarla?
  - [REPEAT FOR TOP 3-4, TIME PERMITTING]
  - [FOR ITEMS IN THE TOP 3-4]: **¿Con qué frecuencia** les gustaría recibir comunicaciones de texto sobre este tema? ¿Qué hace que esa sea la frecuencia adecuada para ustedes?
- K. No elegimos las opciones inferiores, pero ¿cuáles dirían que son las ofertas menos importantes? ¿Qué tiene esa idea que no fue tan interesante para ustedes?
- ¿Qué mejoraría o haría de esto una mejor idea?
  - [REPEAT FOR BOTTOM 3-4, TIME PERMITTING]
- L. ¿Qué falta en esta lista? ¿Qué otras ideas de servicios, contenido o enlaces recomendarían para las comunicaciones de texto de WIC con los participantes?
- ¿De qué maneras las beneficiaría eso?
- M. Para aquellas de ustedes que reciben mensajes de texto de su programa WIC local, cuéntenme sobre el proceso de suscripción. ¿Era una simple casilla de verificación para optar por recibir todos los mensajes de texto o se les dio la oportunidad de elegir entre algunas opciones?
- ¿Cuáles fueron las opciones que se les proporcionaron, si las hubo?
  - [IF NOT MENTIONED, PROBE]: ¿Se les dieron temas de interés para elegir? ¿Tenían alguna opción sobre la frecuencia con la que recibirían mensajes de texto?
  - ¿Qué opciones les gustaría tener, si las hubiera?
- N. Para aquellas de ustedes que no reciben mensajes de texto de WIC, ¿qué les gustaría que incluyera el proceso de suscripción?
- ¿Qué tan importantes son las opciones, si es que lo son?
  - ¿Qué opciones les gustaría tener?

- A. Ahora que hemos cubierto el "qué" (información, contenido, temas) que podría incluir un programa de mensajes de texto de WIC, hablemos del "cuándo".
- B. Para aquellas de ustedes que reciben mensajes de texto de su programa WIC, ¿con qué frecuencia reciben sus mensajes de texto?
  - a. ¿Qué opinan sobre esa frecuencia?
  - b. ¿Por qué piensan eso?
- C. Para aquellas de ustedes que no reciben mensajes de texto de WIC, ¿con qué frecuencia les gustaría recibirlos?
  - a. ¿Qué hace que eso suene como la frecuencia correcta?
- D. Cuando se están/estaban preparando para inscribir a un nuevo bebé, ¿cuánto tiempo antes de la fecha probable de parto les gustaría recibir/haber recibido información e instrucciones sobre la inscripción?
  - a. ¿Cuántos mensajes de texto de recordatorio les gustaría recibir y con qué frecuencia?
  - b. ¿Qué otros mensajes sobre la inscripción les gustaría recibir? (Por ejemplo, una confirmación de la inscripción de su nuevo bebé una vez finalizada)
- E. Cuando se acerque el momento de la recertificación, ¿les gustaría que WIC envíe mensajes de texto de recordatorio con detalles, o no?
  - a. ¿Qué tan cerca de la fecha límite les gustaría recibir información?
  - b. ¿Cuántos mensajes de texto de recordatorio les gustaría recibir y con qué frecuencia?

#### **IV. Wrap-up**

**(5 min: 90)**

Gracias por toda la información que nos han brindado.

- A. WRITE: Mientras verifico con mis colegas para asegurarme de que no tengan ninguna pregunta adicional, miren la pantalla, respondan la pregunta en la encuesta y presionen "Enviar".
  - a. [SHOW RESULTS ON SCREEN]
  - b. En sus propias palabras, ¿cuáles son las cosas más importantes que WIC debe tener en cuenta al crear o mejorar la comunicación de texto con sus participantes?

¡Gracias nuevamente! Recibirán un incentivo de \$75 como muestra de nuestro agradecimiento. ¡Que tengan una buena noche!