

**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-2 WIC Non-Participant Focus Group Guide (English)

### Focus Group Moderator Guide

#### Non-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 aquí porque tienen un(a) hijo(a)/hijos(as) menores 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 con 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. **[MODERATOR NOTE: MINIMIZE BRAND CONNECTIONS (INCLUDE ONLY TO GROUND THE RESPONDENTS)]**.
- a. ¿Cuáles son todas las formas en las que interactúan con proveedores de atención médica, programas gubernamentales (como SNAP o Medicaid), 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. ¿Se han suscrito para recibir mensajes de texto de algún programa gubernamental (como SNAP o Medicaid)? ¿Por qué sí o por qué no?
    - iii. ¿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?
    - iv. ¿De qué marcas o programas han decidido no aceptar mensajes de texto? ¿Qué las llevó a decir que no?
    - v. ¿Alguna vez se han registrado y se han arrepentido después? ¿Qué las hizo sentirse así?
    - vi. Si decidieron cancelar la suscripción de los mensajes de texto de un programa, ¿qué las llevó a hacerlo?

Nos gustaría que piensaran en todos los mensajes de texto que aceptaron recibir de productos, proveedores de servicios o programas (no de personas individuales que conocen).

- C. [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?
  - 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?
- ¿Cuánto influye la longitud del mensaje de texto en su interés por leerlo, si es el caso? ¿Por qué?
  - ¿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?
  - ¿Qué me dicen de la frecuencia de los mensajes de texto? ¿Hay algunas marcas/empresas o programas que envían mensajes de texto con más o con menos frecuencia de la que les gustaría?
  - ¿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, un proveedor o un programa que estarían felices y agradecidas de recibir? ¿Qué les agrada de este mensaje?
- G. Por otro lado, ¿cuál es un ejemplo de un mensaje de texto que les molestaría recibir? ¿Qué no les gusta de este mensaje?
- 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 ciertas marcas, empresas 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?

#### **IV. WIC Awareness and Brand Perceptions**

**(15 min: 55)**

Hablemos ahora de sus embarazos o 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. [Probe if texts, email, social media are not mentioned unaided.]
- ¿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? ¿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. Ahora me gustaría cambiar un poco de tema y hablar sobre WIC. Levanten la mano y díganme cuántas de ustedes han oído hablar del Programa Especial de Nutrición Suplementaria para Mujeres, Bebés y Niños (WIC).
- [FOR THOSE WHO HAVE HEARD OF WIC] ¿Qué saben sobre este programa?
- D. Según la información que han escuchado, ¿para quién es WIC?
- ¿Qué saben, si es el caso, sobre lo que hace que las personas sean elegibles para WIC?
    - ¿A dónde irían para averiguarlo?
- E. Para asegurarme de que todos estemos en sintonía, voy a compartir una descripción del programa WIC y lo que se necesita para calificar. [SHOW INFORMATION ON SCREEN].

*Para calificar para WIC, usted debe vivir en (STATE) y ser:*

- *Una mujer embarazada.*
- *Una madre que está amamantando a un(a) bebé menor de 1 año de edad.*
- *Una madre primeriza que tuvo un(a) bebé o estuvo embarazada en los últimos 6 meses.*
- *Un bebé*
- *Un(a) niño(a) menor de 5 años.*

*¡WIC recibe a todos los padres y cuidadores! Si usted es padre, abuelo(a), padre/madre de crianza o cuidador(a) de un(a) niño(a) menor de 5 años de edad, puede obtener WIC para su niño(a).*

*No tiene que ser ciudadano(a) estadounidense para ser elegible para el programa WIC.*

WIC está abierto a muchos ingresos, incluidas familias trabajadoras y no trabajadoras. Si tiene Medicaid, TANF, SNAP o FDPIR, puede ser automáticamente elegible por sus ingresos. Si no califica para estos programas, aún puede reunir los requisitos para WIC al cumplir con las pautas de ingresos para su hogar.

Los principales beneficios y servicios de WIC son los alimentos disponibles a través de WIC, el apoyo a la lactancia materna, el asesoramiento nutricional y las derivaciones a otros servicios de atención médica, comunitarios o sociales.

- A. ¿Cuál es su reacción a esta información?
  - a. ¿Qué se destaca como positivo? ¿Negativo?
  - b. ¿Qué les sorprendió, si es que les sorprendió algo?
  - c. ¿Qué preguntas o inquietudes les quedan sobre esta información, si las hubiera?

## V. Communications from WIC

(20 min: 75)

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

- A. Durante el resto de nuestra discusión, me gustaría que imaginaran que planean inscribirse en WIC para recibir beneficios para sus hijos(as) menores de 5 años.
- B. Si estuvieran inscritas en un programa como SNAP o Medicaid, ¿cómo se sentirían de recibir información de WIC que les informa sobre WIC y cómo solicitar el programa? Si se les diera la oportunidad de solicitar el programa por mensaje de texto, ¿qué tan probable sería que usaran ese método? ¿Qué las lleva a decir eso?
- C. Si el programa WIC planificara enviarles información periódicamente, ¿cómo preferirían recibir estos mensajes (texto/correo electrónico/llamadas telefónicas/otros)?
  - a. ¿Qué funciona bien en estos métodos de entrega? ¿Cuáles son las desventajas?
  - b. Si el programa WIC tuviera una aplicación disponible, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de descargar y usar la aplicación?
  - c. ¿Hay cierta información que tiene más sentido recibir a través de un método en particular? Si es así, compartan más sobre eso.
- D. ¿Qué tipo de información esperarían recibir de este programa?
  - a. ¿Qué les gustaría recibir en los mensajes de texto de WIC? ¿Qué tiene sentido y consideran que sería una buena opción?
  - b. Por otro lado, ¿qué no estaría bien recibir a través de un mensaje de texto de WIC?

- E. En función de lo que saben sobre WIC hoy, ¿qué esperarían comprender sobre el programa para tomar la decisión de solicitarlo? [MODERATOR NOTE – IMPORTANT SECTION. PLEASE PRIORITIZE]
- a. ¿Por qué es importante entender esto cuando deciden si desean solicitar el programa?
  - b. ¿Qué piensan sobre recibir este tipo de información a través de mensajes de texto?
  - c. ¿Les gustaría que se les envíen mensajes de texto con los detalles del programa y otra información importante o preferirían acceder a esta información en línea o a través de una llamada telefónica?
  - d. ¿Preferirían iniciar una solicitud a través de un mensaje de texto o recibir un número de teléfono para llamar o un enlace para hacer clic para solicitar el programa en línea? ¿Por qué?
- F. [IF RELEVANT]: Para aquellas madres que esperan un bebé (o pensando en su embarazo más reciente), ¿qué tipos de información reciben/recibieron sobre temas relacionados con el embarazo y el recién nacido, si corresponde?
- a. ¿Qué les resultaría más útil, si lo hubiera?
  - b. Cuando piensan en lo que WIC podría enviar a las futuras madres, ¿qué tipo de información esperarían recibir del programa?
  - c. ¿Qué consideran apropiado para el programa?
  - d. ¿Qué tipo de contenido podría no encajar tan bien con WIC?
    - i. ¿Por qué dicen eso?
- G. [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. Información sobre cómo solicitar el programa
  - b. Información sobre beneficios de WIC
  - c. Información de elegibilidad
  - d. Ubicaciones de las agencias de WIC en su estado/área circundante
  - e. Posibilidad de iniciar el proceso de solicitud por mensaje de texto
  - f. Recordatorios de citas
  - g. Posibilidad de programar citas
  - h. Posibilidad de hacer preguntas
  - i. Recordatorios de beneficios disponibles
  - j. Consejos sobre nutrición, recetas y soluciones de comidas
  - k. Testimonios de participantes actuales

- H. [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]
  - [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?
- I. 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 3-4, TIME PERMITTING]
- J. ¿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?
- K. Para aquellas de ustedes que reciben mensajes de texto de otras marcas, empresas o programas, cuéntenme sobre el proceso de suscripción. ¿Eran simples casillas de verificación para aceptar todos los mensajes de texto, o se les dio la oportunidad de elegir entre algunas opciones? Por ejemplo, a veces les dan la opción de marcar varios elementos sobre los que una organización se comunica con usted.
- ¿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?
- L. [FOR ALL]: ¿Qué les gustaría que incluyera el proceso de suscripción a las comunicaciones de texto de WIC?
- ¿Qué tan importantes son las opciones, si es que lo son?
  - ¿Qué opciones les gustaría tener?

---

**VI. Text Cadence and Frequency****(10 min: 85)**

- 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. Si se inscribieron en los beneficios de WIC, ¿con qué frecuencia les gustaría recibir mensajes de texto del programa WIC?
- ¿Qué hace que eso suene como la frecuencia correcta?



- C. Cuando se están/estaban preparando para inscribir a un nuevo bebé, ¿cuánto tiempo antes de su fecha probable de parto les gustaría recibir información e instrucciones sobre la inscripción?
- ¿Cuántos mensajes de texto de recordatorio les gustaría recibir y con qué frecuencia?
  - ¿Qué otros correos electrónicos sobre la inscripción les gustaría recibir? (Por ejemplo, una confirmación de la inscripción de su nuevo bebé una vez finalizada)

**VII. 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".
- [SHOW RESULTS ON SCREEN]
  - 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!