

Organización de entrevistas grupales

Las entrevistas grupales (EG) son una excelente manera de recopilar las opiniones del personal o los clientes sobre el desempeño social de una institución financiera (IF). Aquí hay un conjunto de consejos para la organización de EG en el contexto de una auditoría SPI.

1. Perspectiva del personal

Las opiniones del personal, y de los oficiales de crédito en particular, se pueden obtener a través de la organización de EG o durante una reunión regular del personal.

El contenido de la discusión se centrará en las dimensiones y criterios de SPI que están directamente relacionados con el trabajo del personal (ver la pestaña "ITW" en la [Lista de control](#)).

2. Grupo de enfoque de clientes

Selección de clientes:

Las EG se pueden realizar durante una reunión grupal, durante una reunión general o en cualquier otro momento que reúna a un grupo de clientes (capacitación, taller, etc.). Idealmente, las EG deberían estar compuestos por 8-12 participantes.

Organización:

Es importante preparar una guía para el EG. Comience con preguntas generales y avance hasta preguntas más específicas durante la sesión. A continuación se muestra un ejemplo de una actividad que puede guiar a una entrevista en grupo:

- Antes de la EG, escriba en una pizarra las 7 dimensiones de SPI5. Ilustre cada una de las dimensiones con un símbolo simple.
- Abra la discusión presentándose y pidiendo a los participantes que se presenten. Enfatique que está allí para aprender de ellos y que su participación es importante para mejorar los servicios de su IF.
- Presente las dimensiones, dando una explicación simple para cada una. Tenga cuidado con la terminología que puede no ser culturalmente aceptada. Por ejemplo, para algunos criterios de la dimensión 1, evite usar el término "dirigirse a los pobres", pero en su lugar trate de usar los términos exclusión del sector financiero tradicional, restricciones financieras, vulnerabilidad a los riesgos.

- Pida a los participantes que clasifiquen las dimensiones que son más importantes para ellos, por ejemplo, asociando pegatinas azules (o pegatinas) con las dimensiones consideradas más importantes, y pegatinas negras para las menos importantes.
- Luego, pida a los clientes que asocien las pegatinas verdes con las dimensiones en las que creen que la IF está funcionando bien, y las pegatinas rojas en las que la IF es menos eficiente.
- Basándose en estos resultados, centre el debate en los aspectos considerados más importantes (los que tienen pegatinas azules) y en aquellos en los que los clientes creen que la IF debería mejorar (pegatinas rojas). ¿Por qué han puesto pegatinas azules en estos criterios? ¿Por qué rojas? ¿Cuáles son los puntos débiles de la IF? ¿Cómo podría mejorar?
- Si el cuestionario ya se ha completado, o si ya tiene resultados preliminares, discútalo con los clientes. ¿Cuáles son sus reacciones? ¿Están de acuerdo/en desacuerdo? ¿Por qué?

Duración:

Las entrevistas grupales suelen durar entre 60 y 90 minutos, pero no deben superar los 90 minutos.

Elementos adicionales:

El contexto, la selección y la dinámica del grupo, así como el comportamiento del moderador, pueden afectar a los resultados de un grupo de discusión. Por lo tanto, los resultados deben analizarse a la luz de los documentos recopilados y las entrevistas realizadas al personal de la IF. La naturaleza subjetiva de los grupos de discusión también puede atenuarse llevando a cabo varios grupos de discusión, si el tiempo lo permite.