

### **Anexo 3. Guía de Preguntas para Focus Group**

#### **Tema. Desórdenes Alimenticios y Marketing Digital**

Este Grupo Focal, tiene como objetivo contestar los objetivos planteados en el capítulo 1:

- Identificar cuáles son las principales causas que orillan a las jóvenes a sufrir desórdenes alimenticios.
- Investigar sobre el nivel de conocimiento que poseen las mujeres sobre los riesgos de la anorexia y la bulimia.
- Identificar la susceptibilidad y credibilidad de la información que está en internet.
- Diseñar una campaña social para prevenir la anorexia y la bulimia mediante medios digitales

#### **Guía de Preguntas para Focus Group**

La sesión inicia con una dinámica en donde las participantes se ponen en parejas a que se platiquen la una a la otra lo que hacen en un día de su vida cotidiana (3 min).

Interfiero yo preguntándole a cualquier integrante

1. ¿Qué fue lo que más le llamo la atención de las actividades de su compañera?
2. ¿Te platico acerca de sus horarios de comida? Ejemplo: me levanto desayuno y me baño, etc.
  - a. Si ¿qué te dijo?
  - b. No, siguiente pregunta
3. ¿A ustedes les importa su alimentación?
4. ¿Cuántas veces comen al día?
5. ¿Que comen normalmente?
6. ¿Para ti que es una alimentación balanceada?

7. ¿Haces dieta o te cuidas regularmente?
  - a. ¿Para qué?
  - b. Con supervisión o por tu cuenta
  - c. Con qué frecuencia
8. ¿Por qué haces dieta?
  - a. ¿Alguno de tus familiares, novio, amigo o persona cercana, te presiona o molesta constantemente por tu peso?
  - b. ¿Quién?
  - c. ¿Qué haces al respecto?
9. Para ti ¿qué es un trastorno alimenticio?
10. ¿Me podrían decir algunas características de estas enfermedades?
11. ¿Estas informada acerca de sus consecuencias?

#### Comunicación

12. Cuando quieres saber sobre algún tema conocer o informarte ¿en dónde buscas?
13. ¿Cuáles medios electrónicos usas para informarte?
  - a. ¿En dónde en internet?
  - b. ¿Confías en estos medios?
14. Si tu medio de consulta es internet, ¿prestas atención a los anuncios que te encuentras en las páginas de internet?
  - a. Sí, no, ¿por qué?
  - b. En los anuncios de las redes sociales. (Se enseña un ejemplo Anexo 4)
    - i. Sí, no, ¿por qué?
15. ¿Cuál creen que sea la mejor manera para hacer llegar información a jóvenes como ustedes?
  - a. Medios impresos
  - b. Marketing digital
    - i. Sí, no, ¿por qué?
16. ¿Qué tipo de mensajes o diseños te llaman más la atención?
  - a. ¿Los videos te gustan?

- b. A que le das más importancia cuando entras a una página web? (Se les mostro una página web Anexo 5)
17. ¿Cuánto tiempo en promedio pasas al día en páginas de Internet?
- a. Que haces
    - i. Buscas cosas nuevas

Se presentaron algunas frases de campañas ya existentes sobre temas relacionados y se les pregunto a las participantes cuál era su percepción.

Frase de campaña

- Belleza Real
- Quiérete
- Vuélvete Real.- Barbie
- Tu eres más que una imagen
- Elige estar bien contigo

Se presentaron tres frases propuestas para nombrar la campaña y se les pidió a las participantes que anotaran a las participantes su opinión sobre cada una de ellas, que les transmitía y cuál es frase su favorita para nombrar a la campaña. Asimismo se les pidió que sugirieran nuevas frases que consideraran apropiada.

Frases propuestas

- Siéntete Presente
- Real Beauty
- I (heart) me

Por último se presentaron cuatro imágenes con sus respectivas frases y se les pidió que dieran su opinión y comentarios sobre estas.

Imagen 1.



Imagen 2.



Imagen 3.



Imagen 4.

