

Anexo I

Guía para las sesiones de grupos foco

OBJETIVO. Conocer la percepción que tienen ciertos estudiantes de la UDLA, Puebla hacia el pulque, así como preferencias de consumo del mismo y comportamiento de compra y/o asistencia a centros de consumos y distracción.

MÉTODO. Se pretenderá la interacción entre los participantes y moderadores por medio de una guía de preguntas para lograr el objetivo principal.

PARTICIPANTES. Se elegirán a 48 estudiantes entre hombre y mujeres de licenciatura de las diferentes carreras de la Universidad de las Américas, Puebla.

NÚMERO TOTAL DE GRUPOS. 6

FECHA. Martes 7 y miércoles 8 de septiembre del 2004.

LUGAR Y HORA. Sala de estar del Colegio José Gaos, en horarios de 5 p.m. a 8.p.m. con una duración de una hora por grupo.

GUÍA DE DISCUSIÓN.

I. Introducción.

- Presentación de los participantes, moderadores y temas a tratar
- Reglas
- Mencionar la importancia de sus opiniones para el estudio
- Resaltar que no se juzgará a nadie, que no hay respuestas buenas o malas.

II. Guía de Preguntas

PREGUNTAS

OBJETIVO

¿Han probado el pulque? ¿Por qué?

- Conocer sus experiencias anteriores y cómo determinan sus expectativas y aprendizaje
- Motivos que los llevó a probar ó a no probar el pulque

¿Cuál es el estereotipo de una persona que toma pulque?

- Saber qué imagen y significado tienen en su mente de estos estímulos

¿Qué imagen tienen de las pulquerías?

- Determinar que tan fija es la imagen que tienen

¿Que pasaría si mis amistades me vieran tomando pulque?

- Identificar riesgos psicológicos y sociales

- Identificar si perciben alto o bajo riesgo
 - Valor cultural
 - Identificar el grado de conocimiento sobre su elaboración
 - Evaluación de la respuesta hacia el estímulo primario
 - Notar si existe cambio en la imagen al probarlo; por ejemplo de calidad
 - Analizar si existe diferencia en el nivel de umbral entre los diferentes tipos de pruebas
 - Identificar los elementos que los atrae de las pulquerías actuales
 - Conocer los ambientes que les gustan
 - Comportamientos en dichos ambientes
 - Criterios de selección que utilizan
 - Medir que factores de marketing influyen: Precio, Plaza, Promoción, Distribución
 - Sensibilidad a la apariencia física.
- ¿Cómo relacionan el pulque con México?
- ¿Cómo creen es su elaboración?
- Pruebas Sensoriales. Color, olor, sabor
- Variedad
- Pulque natural
- Pulque curado dulce
- Pulque curado salado
- Pulque enlatado
- Motivos por los cuáles visitarían una pulquería
- ¿Cuáles son sus lugares preferidos para salir? ¿Por qué? ¿Qué buscan en ese lugar?
- Cuando asisten a un lugar de consumo y distracción por primera vez, ¿por qué van?

III. Cierre. Agradecimientos

REALIZAR REPORTE POR GRUPO

COMPARACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS