

Apéndice A
Instrumento Mini focus group

PROTOCOLO DE MINI FOCUS GROUP	
El propósito del presente protocolo de Focus Group es indagar las experiencias afectivas, representaciones sociales y llamado a la acción que surgen en los participantes, luego de la apreciación de la campaña publicitaria “Tenemos que vernos más” de Ruavieja y Leo Burnett.	
	Fecha
	Nombre
	Edad
	Sexo
Respuesta afectiva	
	Por favor califica la intensidad de tus emociones, durante la visualización del video Felicidad Muy feliz (), feliz (), medianamente feliz (), poco feliz (), nada feliz () Tristeza Muy triste (), triste (), medianamente triste (), poco triste (), nada triste () Asustado 1 Muy asustado (), asustado (), medianamente asustado (), poco asustado (), nada asustado () Molesto Muy molesto (), molesto (), medianamente molesto (), poco molesto (), nada molesto () Asco Muy asqueado (), asqueado (), medianamente asqueado (), poco asqueado (), nada asqueado ()
2	¿Qué sientes actualmente, después de ver el video?
3	¿Qué emoción predominó durante la visualización del video?
4	¿En qué pensaban durante la visualización del video?
5	¿Esos pensamientos cómo te hicieron sentir?
6	¿Te sentiste identificado en algún momento con video? ¿Por qué? ¿Con cuál?
Representación social	
7	¿Hay alguna reflexión que te haya dejado el video?
8	¿Consideras que este tipo de piezas publicitarias, generan una movilización a la acción a las personas que lo ven?
9	¿Consideran importante el tiempo de calidad con los seres queridos? ¿Esta percepción cambió con la visualización del video?

10	¿El video te generó algún deseo o impulso de realizar alguna acción con respecto a lo que viste? ¿Qué acción? ¿Por qué?
Llamado a la acción	
11	De acuerdo con lo manifestado en el grupo focal en el que participaste, mencionaste el deseo de tener una acción posterior, ¿quiero saber si la llevaste a cabo y cuál fue?
12	¿Crees que es una acción que repetirás en el tiempo?