

UN VISTAZO DE LA AUDIENCIA: HISPANOS QUE TIENEN POCA CONFIANZA EN LAS VACUNAS

Los hispanos que no están decididos a recibir la vacuna mencionan que se debe principalmente a la falta de confianza en la información que han recibido sobre las vacunas contra el COVID-19. Al igual que otros estadounidenses, también están preocupados por la seguridad, los efectos secundarios y la velocidad de desarrollo de las vacunas, y existe una desconfianza considerable en los motivos gubernamentales y corporativos.

MENSAJES CLAVE

- Para ayudar a abordar las preocupaciones entre hispanos, los mensajes deben ser guiados con empatía y reconocer que está bien querer aprender más y hacer preguntas sobre el tema. La gente quiere saber que las vacunas son seguras y que sus beneficios superan los riesgos.
- Algunos hispanos indocumentados también tienen preguntas y preocupaciones sobre la accesibilidad de las vacunas.

CARACTERÍSTICAS DE LA MEDIA FLEXIBLE LATINA

32 MIL MILLONES DE AMERICANOS

Demografía

Mujeres
Edad 18-49 años
Urbana o suburbana
Empleada como trabajadora esencial
Reside en un hogar con más de 3 miembros y / o en un hogar multigeneracional
Con acceso limitado a atención médica de alta calidad
Sin seguro

Ideología

Poca confianza en el gobierno
Asiste regularmente a servicios religiosos

Nota: Estas son estadísticas, sin embargo estas características de ninguna manera describen a todos los de la media flexible latina.

UN VISTAZO DE LA AUDIENCIA: HISPANOS QUE TIENEN POCAS CONFIANZA EN LAS VACUNAS

MENSAJEROS DE CONFIANZA

El mensajero es tan importante como el mensaje, por lo que los mensajeros que tienen contactos cercanos y/o experiencia en el cuidado de la salud son especialmente influyentes.

- **Médicos expertos**, médicos personales y otros proveedores de atención médica son generalmente las fuentes de información más confiables para obtener información y consejos sobre la vacunación contra el COVID-19. Nuestra investigación muestra que la inmensa mayoría de los hispanos que tienen dudas, tienen más probabilidades de vacunarse si reciben una recomendación firme de su médico.
- Instituciones como el Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades tienen credibilidad, pero para los hispanos, les es más fácil confiar en expertos que en instituciones. La fe en el gobierno y la industria farmacéutica es menor en este grupo demográfico.
- La información de boca en boca de aquellos en quienes la gente confía, incluidos aquellos dentro de su círculo personal cercano, es una forma poderosa de "influencia social" (es decir, "si mi familia, amigos y vecinos y otras personas a las que admiro tienen la intención de vacunarse, es más probable que yo también"). En comparación con los otros grupos, los hispanos son más receptivos a los mensajes de voces dentro de su círculo cercano, como vecinos, su alcalde y publicaciones de personas a las que siguen en las redes sociales.
- Las celebridades pueden ser útiles cuando cuentan con expertos de salud en sus redes sociales para compartir información educativa.

Fuentes de nuestras ideas y recomendaciones:

- Revisión de investigaciones existentes sobre las dudas a la vacunación, enfocándose en dudas a la vacuna contra el COVID-19.
- Consultas con profesionales de la salud pública y de la información sanitaria, afiliados a COVID Collaborative y otras organizaciones expertas.
- Conocimientos y colaboración con creativos y agencias de medios asociados del Ad Council, como Dentsu Health, Been There Done That, Pereira O'Dell.
- Una serie de breves encuestas realizadas de noviembre-diciembre del 2020, llevadas a cabo en colaboración con Feedback Loop.
- Entrevistas cualitativas realizadas a profundidad del 10 al 17 de diciembre del 2020 a una audiencia diversa de 30 personas de todo el país, que dudan en vacunarse contra el COVID-19 (10 de raza negra, 10 hispanos, 10 blancos). Entrevistas realizadas en inglés y español. Realizadas en colaboración con Ahzul.
- Encuesta nacional realizada del 15 al 21 de diciembre del 2020. n = 1992, incluidas las muestras aumentadas de adultos de raza negra e hispanos. Se implementaron protocolos de muestras y ponderación para garantizar resultados representativos del censo de EE. UU. Este estudio en línea se realizó en colaboración con Ipsos Public Affairs, haciendo uso de su metodología de Knowledge Panel.