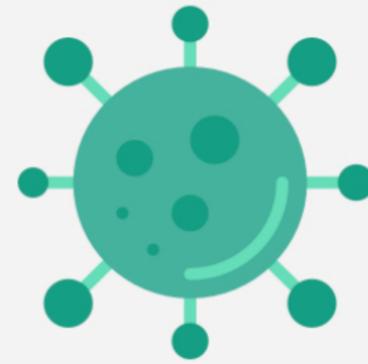


Ciencias del Comportamiento
para combatir el COVID-19
durante la etapa **poscuarentena**



Desarrollamos 2 experimentos para investigar cómo crear **campañas de comunicación eficaces**. Nos preguntamos:

- 1) ¿Un mensaje del Ministerio de Salud podría ser más persuasivo que el de tu mejor amigo o amiga?
- 2) Para transmitir un comportamiento deseable, ¿es preferible comunicar únicamente lo que hay que hacer, u ofrecer un contraste?

Participaron 586 personas
y estos son los resultados:

Experimento 1: evaluar si diferentes mensajeros de un mismo texto producen cambios en la intención de acudir a una reunión social en la etapa poscuarentena.

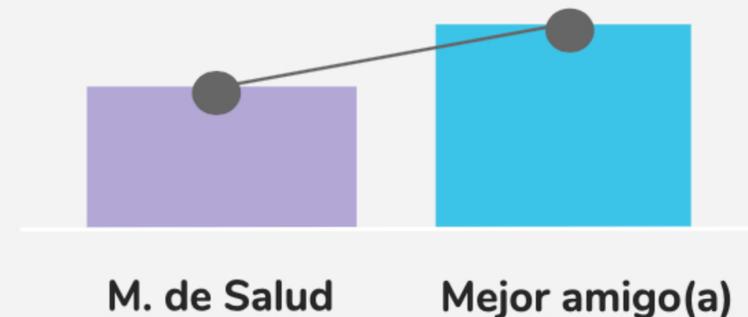
Resultados

Cuando el Ministerio de Salud es el emisor el mensaje....

Se reduce la probabilidad de acudir a reuniones sociales en:

↓ -19%


#YOMEQUEDO
ENCASA



Y aumenta la probabilidad de viralización del mensaje en:

↑ +22%


COMPARTIR



Experimento 2: Evaluar qué tipo de comunicación visual facilita identificar y entender el comportamiento deseado (i.e., distancia social de 1 metro como mínimo).

Resultados

Cuando se presenta una pieza de comunicación que muestra tanto **lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer** (Condición 3), esta es percibida como más efectiva para explicar el comportamiento a realizar.



52% más efectiva
que la Condición 1



9% más efectiva
que la Condición 2

Condición 1: imagen donde no se mantiene la distancia social ❌

Condición 2: imagen donde sí se mantiene la distancia social ✅

Condición 3: ambas imágenes (❌ + ✅)

