

Aumentando la vacunación contra el VPH en Colombia

PREVENT
GLOBAL
HPV CANCERS

Caso de Estudio

Objetivo del proyecto:	Promover la vacunación contra el VPH, a partir de mensajes basados en evidencia dirigidos a poblaciones clave
-------------------------------	---

Organización líder en salud: Organización encargada de planificar y gestionar proyectos	Compensar EPS
---	---------------

Organizaciones colaboradoras:	American Cancer Society
--------------------------------------	-------------------------

Miembros del equipo de planificación:	Milena Alarcón Castellanos: Coordinador de Salud Pública Zaira Maritza Vera Baquero: Profesional de Comunicaciones Johanna Alexandra Duarte: Profesional de Salud Pública Diana Herminda Garcia: Profesional de Salud Pública Karol Brigitte Preciado Sierra: Auxiliar de Comunicaciones Caterin Jhoana Morales Cubillos: Profesional Modelo de Salud Déborah Martínez Villarreal (Asistencia técnica ACS)
--	--

Población clave:	Padres de niños y niñas de 9 años que aún no se han vacunado contra el VPH.
-------------------------	---

Descripción breve del proyecto: <i>¿Qué se hizo? ¿Dónde se hizo?</i> <i>¿Cuándo se hizo? ¿Cuánto costó cada mensaje enviado?</i>	Se analizó el impacto de una campaña de mensajería de texto comportamental en la vacunación contra el VPH en niños y niñas de 9 años. Un total de 6.915 padres de familia de niños y niñas de 9 años que aún no se han vacunado contra el VPH se aleatorizaron en dos grupos: uno de control y otro de tratamiento. Los padres del grupo de control (3,650) no recibieron mensajes, mientras que los del grupo de tratamiento (3,265) recibieron mensajes con diferentes elementos conductuales basados en evidencia. Se remitieron un total de 8 mensajes durante 10 semanas entre el 21 de julio y el 24 de septiembre. El impacto en la vacunación contra el VPH se mide mediante el registro de la administración de la vacuna en los datos de vacunación de Compensar EPS, con fechas correspondientes al momento de la campaña y hasta 2 meses después. Cada mensaje costó alrededor de 5 pesos (~\$0.00125 USD).
Metas del proyecto: <i>¿Cuál eran las metas que se querían alcanzar?</i>	Meta 1. Incrementar la vacunación contra el VPH durante y después de la intervención. Meta 2. Evaluar el impacto diferencial de los mensajes niñas y niños. Meta 3. Estimar la costo-efectividad de la estrategia de mensajería.
Impacto/alcance del proyecto por meta <i>Por ejemplo:</i> <i># Número de padres alcanzados con los mensajes enviados por SMS</i> <i># Adolescentes vacunados como resultado del mensaje</i>	Se enviaron aproximadamente 29,600 mensajes de texto a padres de familia, con una frecuencia de 1 mensaje por semana en el transcurso de 10 semanas, como parte de un paquete de mensajes basados en evidencia. Para fines comparativos, se utilizó un grupo de control al que no se le enviaron mensajes. Durante el período julio–noviembre, la estrategia de mensajería SMS basada en evidencia aumentó la vacunación contra el VPH frente al grupo de control, alcanzando una tasa de 6.83% vs. 4.05%, lo que corresponde a un incremento de +2.78 puntos porcentuales (+68% de aumento relativo). Al desagregar el impacto por sexo durante este periodo, se observó un incremento de 2.03 puntos porcentuales en niñas (+44% de incremento relativo) y de 3.32 puntos porcentuales en niños (+90% de incremento relativo) en el grupo que recibió mensajes, frente al grupo de control. Las semanas con tasas picos 1, 6 y 8 corresponde a semanas con campañas periódicas alternas nacionales o distritales de vacunación (Campaña del 21 al 26 de julio y Campaña del 29 al 30 de agosto).

Mensajes más impactantes

¿Qué mensajes tuvieron más impacto en tu audiencia objetivo?

Estos resultados muestran que los mensajes de texto generaron vacunaciones adicionales en ambos sexos, con un impacto particularmente alto en niños, lo que sugiere que la mensajería ayudó a cerrar brechas de información y de acción en poblaciones con menor priorización histórica.

Hablar sobre los beneficios en niños es nuevo y posiblemente impacta significativamente en la vacunación varonil.

Más de ~90 vacunaciones adicionales generadas con una inversión mínima.

El costo por niño adicional vacunado fue de aproximadamente 1,626 COP (≈USD 0.40), lo que posiciona esta estrategia como una de las intervenciones de promoción de la vacunación con menor costo marginal por resultado dentro del sistema de salud.

Canales más impactantes

¿Qué canales de comunicación fueron más efectivos para llegar a su público objetivo?

Solo se probó la mensajería de texto (SMS)

Principales logros alcanzados mediante la implementación del proyecto:

- Incremento de ≈68% en la vacunación frente al escenario sin mensajes
- Generación de vacunaciones adicionales a bajo costo mediante una intervención escalable
- Evidencia de que la mensajería SMS es una herramienta costo-efectiva y replicable dentro del sistema de salud
- Producción de evidencia local accionable para la toma de decisiones en política pública y programación
- Innovar en las estrategias y metodologías utilizadas en el envío de mensajes de demanda inducida a los usuarios

Historias/citas de impacto:

Incluye cualquier cita del liderazgo de tu organización o de la audiencia objetivo sobre la importancia del proyecto.

"Me demoré mucho tiempo cruzando los datos por disponibilidad de los mismos", "no olvidemos enviar el mensaje esta semana porque en la anterior fue posible sacarlo hasta el sábado", "al parecer están asistiendo más niños que niñas", "la primera semana el mensaje se envió a toda la población muestra"

Tasas de vacunación contra el VPH:

Utilice los datos para medir su progreso e impacto. La siguiente tabla le permite comparar las tasas de vacunación entre la población objetivo que no le llegó mensaje vs. los que sí recibieron mensaje basado en evidencia.

Grupo	Niñas de 9 años			Niños de 9 años		
	# total de población elegible	# de población vacunada	Tasa de vacunación (# población vacunada / # total población elegible)	# total de población elegible	# de población vacunada	Tasa de vacunación (# población vacunada / # total población elegible)
control	1,692	78	4.62pp	2008	74	3.68 pp
tratamiento	1,595	106	6.65pp	1670	117	7.01 pp
Diferencia por mensajería de texto			+2.03 pp			+3.32 pp
Representa una mejora			+44%			≅90%

Principales barreras identificadas en la implementación del proyecto:

¿Qué obstáculos específicos han influido en la implementación del proyecto hasta ahora?

- En el inicio, el aval de implementación de la estrategia a las gerencias llevó tiempo y varias reuniones para justificar la implementación.
- Actualización de datos, por ejemplo, que los números registrados sean efectivos y estén actualizados y que realmente estemos llegando a las personas correctas al ser los mensajes personalizados o niños que no pudieron ser incluidos dentro de la población objeto por falta de datos de contacto en la base de la aseguradora.
- Enviamos mensajes a los niños que ya habían sido vacunados antes del inicio del proyecto, y estos quedaron excluidos del análisis.

	• Tuvimos una ventana de tiempo entre el primer mensaje y segundo mensaje para implementar y coger el ritmo para el envío de mensajes y entendimiento de a quién llegarles • Cruces de bases de datos constantes para tener los resultados discriminados por grupos de control y casos y por semanas, lo cual exigió una mayor manualidad. • Manejo del tiempo frente a las actividades diarias de cada equipo y los requerimientos que exigía la implementación de esto.
Principales facilitadores identificados en la implementación del proyecto: <i>¿Qué elementos han facilitado la implementación del proyecto hasta ahora?</i>	• Aval al proyecto por parte de las gerencias de la organización. • La experiencia del equipo de comunicaciones respecto al uso del canal de SMS, a la redacción de mensajes y al acompañamiento durante la implementación. • La articulación del equipo responsable en la búsqueda de información basada en la evidencia para la construcción de mensajes. • Uso de canal SMS como medio único de envío • Reenfocar el lenguaje de los mensajes y generación de insumos que abarquen la prevención de cáncer desde información más integral. • La sinergia del equipo de Salud Pública y el equipo de comunicaciones
Sostenibilidad del proyecto: <i>¿El proyecto continuará dentro de su organización? Si es así, ¿permanecerá igual o se expandirá? ¿Cómo?</i>	El proyecto cuenta con el aval de la Gerencia Ejecutiva para continuar explorando un análisis estadístico a partir de los resultados descriptivos del presente informe. De acuerdo con los resultados, se espera poder utilizar esta metodología en otro tipo de campañas de demanda inducida en salud.

Contenido de mensajes enviados:

N.	Marco	Contenido del mensaje Compensar Salud Final estrategia	
		Niñas	Niños
1	Aumentar la confianza en la vacuna al mencionar el respaldo de los médicos y las autoridades de salud y recordar la seguridad de la vacuna.	Hola [nombre del padre o madre], los médicos recomiendan que vacunes a tu hijo/a contra el VPH y los protejas contra diferentes tipos de cáncer. Hay una vacuna gratuita esperando a tu hijo/a en nuestras sedes de vacunación. [Compañía de seguros o autoridad de salud]	Hola [nombre del padre o madre], los médicos recomiendan que vacunes a tu hijo/a contra el VPH y los protejas contra diferentes tipos de cáncer. Hay una vacuna gratuita esperando a tu hijo/a en nuestras sedes de vacunación. [Compañía de seguros o autoridad de salud]
2		Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], el Ministerio de Salud Nacional recomienda y pone a disposición la vacuna del VPH gratuita para el bienestar de tu hija/o recuerda que contamos con 24 IPS en Bogotá y 98 IPS en Cundinamarca a las que te puedes acercar. Compensar Salud.	Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], el Ministerio de Salud Nacional recomienda y pone a disposición la vacuna del VPH gratuita para el bienestar de tu hija/o recuerda que contamos con 24 IPS en Bogotá y 98 IPS en Cundinamarca a las que te puedes acercar. Compensar Salud.
3	Recordar a los padres y madres sobre su responsabilidad de vacunar a sus hijos contra el VPH.	Hola [nombre del padre o madre], hay una vacuna gratuita contra el VPH esperando a tu hijo/a en nuestras sedes de vacunación, acude a la más cercana. Compensar Salud	Hola [nombre del padre o madre], hay una vacuna gratuita contra el VPH esperando a tu hijo/a en nuestras sedes de vacunación, acude a la más cercana. Compensar Salud
4		Hola papás de [nombre de hijo/a], recuerden que a su hijo/a aún le falta la vacuna gratuita contra el VPH. Compensar Salud	Hola papás de [nombre de hijo/a], recuerden que a su hijo/a aún le falta la vacuna gratuita contra el VPH. Compensar Salud
5	Proporcionar puntos de referencia que ayude a tomar la decisión de los padres y madres de vacunar contra el VPH.	NIÑAS:Hola [nombre del padre/madre], 3 de 10 padres en Compensar con niñas de la edad de tu hija ya están vacunadas contra el VPH. Todavía faltas tu 😊. Compensar Salud	NIÑOS:Hola [nombre del padre/madre], 1 de 10 padres en Compensar con niños de la edad de tu hijo ya están vacunadas contra el VPH. Todavía faltas tu 😊. Compensar Salud

6		NIÑAS: Hola [nombre del padre/madre], en el 2022 fueron diagnosticadas 4570 mujeres con cáncer de cérvix en Colombia, de las cuales 2435 fallecieron. Evítalo con la vacuna gratuita de VPH en niñas de 9-17 años. Compensar Salud	NIÑOS: Hola [nombre del padre/madre], en el 2022 fueron diagnosticados 513 hombres con cáncer de pene en Colombia, de los cuales 154 fallecieron. Evítalo con la vacuna gratuita de VPH en niños de 9-17 años. Compensar Salud
7	Proporcionar directrices claras sobre la vacuna contra el VPH.	Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], tu hija o hijo de 9-17 años tiene derecho a vacunarse gratuitamente contra el VPH y protegerse contra el cáncer. Compensar Salud	Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], tu hija o hijo de 9-17 años tiene derecho a vacunarse gratuitamente contra el VPH y protegerse contra el cáncer. Compensar Salud
8		Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], recuerda que las niñas y niños de 9-17 años deben vacunarse contra el VPH. Compensar Salud.	Hola mamá/papá de [nombre de hijo/a], recuerda que las niñas y niños de 9-17 años deben vacunarse contra el VPH. Compensar Salud.