

Aumentando la vacunación contra el VPH en Colombia

PREVENT
GLOBAL
HPV CANCERS

Caso de Estudio

Objetivo del proyecto:	Promover la vacunación contra el VPH en Colombia, a través de la implementación de estrategias de comunicación y mensajes basados en evidencia dirigidos a poblaciones clave.
Organización líder en salud: Organización encargada de planificar y gestionar proyectos	EPS SURA
Miembros del equipo de planificación:	Leidy Álvarez, Natalia Gómez, Claudia Marín, Área de comunicaciones EPS SURA
Población clave:	Cuidadores de niños y niñas de 9-17 años sin registro de vacuna previa contra el VPH
Descripción breve del proyecto:	- Entre septiembre y octubre de 2025, EPS SURA implementó a nivel nacional una estrategia de comunicación multicanal, fundamentada en principios de economía del comportamiento, para promover la vacunación contra el virus del papiloma humano (VPH) en niños, niñas y adolescentes de 9 a 17 años afiliados que no contaban con registro de vacunación. - A partir de una población susceptible de 264.481 afiliados, se realizó una asignación aleatoria a dos grupos: un grupo de intervención, conformado por 132.240 personas, expuesto a mensajes secuenciales enviados por SMS, WhatsApp, correo electrónico y redes sociales; y un grupo de

control, de 132.241 personas, que no recibió la intervención.

- La estrategia incluyó testimonios médicos en una plataforma educativa, recordatorios sobre jornadas de vacunación y un recorrido comunicacional diseñado para generar conciencia, fortalecer la confianza en la vacuna, motivar la asistencia a los puntos de vacunación y reforzar la decisión de vacunarse.
- El propósito fue incrementar la cobertura de vacunación contra el VPH y aportar información sobre la respuesta de la población ante distintos canales, mensajes y contextos territoriales.
- Para evaluar los resultados, se dio seguimiento a los registros de vacunación desde la primera semana de noviembre de 2025 hasta junio de 2026.

Metas del proyecto:

Meta 1. Fortalecer el conocimiento de padres, madres y cuidadores sobre el Virus del Papiloma Humano (VPH), sus riesgos asociados y los beneficios de la vacunación, mediante mensajes orientados a la prevención del cáncer, la seguridad de la vacuna y su disponibilidad sin costo para la población afiliada.

Meta 2. Identificar diferencias en la respuesta de la población a la estrategia de comunicación, analizando los comportamientos según sexo, edad y ubicación geográfica, con el fin de reconocer patrones que orienten futuras intervenciones de salud pública.

Meta 3. Evaluar el desempeño de los diferentes canales y momentos de comunicación —SMS, WhatsApp, correo electrónico y redes sociales— para determinar cuáles generan mayor movilización hacia la vacunación contra el VPH.

Meta 4. Medir el impacto de la intervención mediante la comparación de la captación y vacunación contra el VPH entre la población expuesta al recorrido de comunicación y el grupo de control no expuesto.

Impacto/alcance del proyecto por meta

- De los 264.481 afiliados susceptibles incluidos en el estudio, 132.240 fueron asignados al grupo de intervención y 132.241 al grupo de control. La cobertura de vacunación contra el VPH fue de 24,2% (32.004 vacunados) en el grupo intervenido, frente a 0,02% (26 vacunados) en el grupo de control.
- La estrategia de comunicación multicanal produjo una diferencia absoluta en el riesgo de 24,2 puntos porcentuales (IC95%: 23,95–24,41), lo que indica que, por cada 100 afiliados expuestos a la intervención, se lograron aproximadamente 24 vacunaciones adicionales frente a la ausencia de intervención.
- El número necesario a intervenir (NNI) fue de 4,14 personas, lo que implica impactar a aproximadamente 4 afiliados para lograr una vacunación adicional contra el VPH.
- A nivel territorial, Antioquia concentró el mayor número de vacunados (18.615), seguida de Atlántico (1.133), Cundinamarca (976), Valle del Cauca (843), Quindío (750) y Risaralda (701). Las mayores coberturas se observaron en Boyacá, Caldas, Quindío, Magdalena y Valle del Cauca. Adicionalmente, se evidenció una mayor aceptación de la vacunación entre las mujeres y en los grupos de menor edad, particularmente entre los 9 y 11 años.

Meta propuesta	Indicador de alcance 1	Indicador de alcance 2	Indicador de alcance 3
Incrementar la cobertura de vacunación contra VPH en niños, niñas y adolescentes de 9 a 17 años afiliados a EPS SURA mediante una estrategia de comunicación multicanal basada en principios de economía del comportamiento.	32.004 adolescentes vacunados en la cohorte intervenida, alcanzando una cobertura de 24,2%.	Aumento absoluto de 24,18 puntos porcentuales respecto al grupo control.	NNI de 4,14 personas para lograr una vacunación adicional.

Mensajes más impactantes	• Los mensajes se organizaron en un recorrido comunicacional de cuatro momentos: conciencia, motivación, acción y refuerzo. • Se priorizaron contenidos sobre la prevención del cáncer asociado al VPH, la seguridad y la gratuidad de la vacuna, la recomendación médica, la disponibilidad en las IPS y llamados concretos a vacunarse. • Aunque no se midió el impacto individual de cada mensaje, el conjunto de la estrategia comunicacional contribuyó al incremento de la vacunación observado en el grupo intervenido.
Canales más impactantes <i>¿Qué canales de comunicación fueron más efectivos para llegar a su público objetivo?</i>	• La estrategia utilizó canales digitales como SMS, WhatsApp, correo electrónico y redes sociales, y contenidos educativos con testimonios médicos. • En conjunto, estos canales permitieron ampliar el alcance de la intervención y reforzar los mensajes en distintos momentos del recorrido comunicacional, lo que contribuyó al incremento de la vacunación observado en el grupo intervenido. • Sin embargo, al no contar con métricas en tiempo real de envío, entrega, apertura e interacción por canal, no fue posible identificar cuál fue el más efectivo de manera independiente. • Por ello, los resultados se interpretan como el efecto global de la estrategia multicanal.
Principales logros alcanzados mediante la implementación del proyecto:	• El estudio generó evidencia robusta sobre el impacto de los mensajes secuenciales enviados a través de SMS, WhatsApp, correo electrónico y otros canales digitales para promover decisiones favorables en salud. • Entre los principales resultados, se destaca el logro de una cobertura de vacunación del 24,2% en la población intervenida, equivalente a 32.004 niños, niñas y adolescentes vacunados. En comparación con el grupo de control, la estrategia produjo un incremento absoluto de 24,18 puntos porcentuales en la cobertura de vacunación (IC 95%: 23,95–24,41), lo que evidencia una mejora sustancial atribuible a la intervención. • La experiencia generó conocimiento aplicable sobre el uso de herramientas de economía del comportamiento y de comunicación digital para incrementar las coberturas de vacunación,

fortaleciendo la capacidad institucional para diseñar intervenciones poblacionales efectivas y escalables en salud pública.

Historias/citas de impacto:

“El proyecto permitió transformar una necesidad de salud pública en una acción concreta de prevención. A través de una estrategia multicanal, EPS SURA logró acercar información clara y oportuna a las familias, fortaleciendo la confianza en la vacuna contra el VPH y facilitando que más niños, niñas y adolescentes accedieran a esta protección”.

Equipo del proyecto, EPS SURA

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 antes de la implementación de su proyecto y durante su año de intervención.

Grupo	Niñas de 9 a 17 años			Niños de 9 a 17 años		
	# total de población elegible	# vacunados durante el periodo de seguimiento (nov. 2025 - jun. 2026)	Tasa de vacunación (#población vacunada / # total población experimental)	# total de población elegible	# vacunados durante el periodo de seguimiento (nov. 2025 - jun. 2026)	Tasa de vacunación (#población vacunada / # total población experimental)
Control	47,317	10	0.02%	84,924	16	0.02%
Intervención	47,318	12,374	26.15%	84,922	19,630	23.12%

¿Qué revelan las tasas de este año en comparación con el período anterior?

¿Qué factores en su programación contribuyeron a las variaciones observadas entre las tasas de vacunación?

- Durante el período de seguimiento posterior a la intervención, entre noviembre de 2025 y junio de 2026, el grupo de intervención alcanzó una cobertura de vacunación del 24,2%, frente al 0,02% en el grupo de control.
- Las variaciones observadas pueden explicarse por la implementación de una estrategia multicanal y secuencial, con mensajes orientados a generar conciencia, reforzar la confianza, recordar las jornadas y facilitar la acción de vacunarse.
- También contribuyeron la disponibilidad de la vacuna en las IPS, la gratuidad, los llamados directos para asistir sin cita previa y el uso de la recomendación médica para reducir dudas y aumentar la percepción de beneficio.

Principales barreras identificadas en la implementación del proyecto:

- La principal barrera identificada durante la implementación fue la baja calidad y la falta de actualización de los datos de contacto de una proporción de los afiliados susceptibles.
 - Se evidenciaron registros con información incompleta, números telefónicos desactualizados, ausencia de correo electrónico o datos de contacto inválidos, lo que limitó el alcance efectivo de algunos de los canales de comunicación utilizados.
- Adicionalmente, se identificaron dificultades relacionadas con la disponibilidad y la autorización para el uso de ciertos medios de contacto, especialmente para el envío de mensajes de texto y de comunicaciones digitales. Estas condiciones pudieron reducir la exposición de algunos afiliados a la totalidad del recorrido comunicacional diseñado por la estrategia.
- Una limitación identificada durante la implementación fue la ausencia de métricas en tiempo real sobre el envío, la entrega, la apertura y la interacción de cada mensaje emitido a través de los distintos canales de comunicación.
- Esta restricción impidió atribuir con precisión el impacto individual de cada mensaje o canal sobre la decisión de vacunación, por lo que el análisis de efectividad se centró en el efecto global de la estrategia multicanal y no en cada componente comunicacional de manera independiente. Sin embargo, al tratarse de un estudio aleatorizado, este impacto se reduce.
- También se observaron diferencias territoriales en la capacidad de respuesta a la intervención, asociadas a condiciones de acceso a medios digitales, de conectividad y a características propias de cada región, lo que pudo influir en la efectividad de algunos canales de comunicación

Principales facilitadores identificados en la implementación del proyecto:

- La implementación del proyecto se vio favorecida por la disponibilidad de una población claramente identificada y caracterizada a partir de las bases de datos institucionales, lo que permitió focalizar la intervención en niños, niñas y adolescentes susceptibles de vacunación contra el VPH.
 - La existencia de una red nacional de puntos de vacunación y la capacidad operativa de EPS SURA para coordinar jornadas y actividades de inmunización favorecieron la conversión de la intención de vacunarse en una acción efectiva. Adicionalmente, el respaldo técnico de los
-

equipos de salud pública, vacunación, analítica y comunicaciones permitió diseñar, implementar y monitorear la estrategia de manera articulada.

- Finalmente, la aleatorización de la población y la disponibilidad de información para el seguimiento de resultados facilitaron la evaluación rigurosa de la efectividad de la intervención, generando evidencia útil para la toma de decisiones y para la escalabilidad de futuras estrategias de promoción de la salud.

Sostenibilidad del proyecto:

¿El proyecto continuará dentro de su organización? Si es así, ¿permanecerá igual o se expandirá? ¿Cómo?

- La estrategia continuará como parte de las acciones institucionales de promoción de la vacunación contra el VPH en EPS SURA, incorporando los aprendizajes de esta primera fase.
- Para las siguientes implementaciones, se proyecta ajustar y fortalecer los mensajes según los resultados observados por edad, sexo y territorio, así como avanzar en una articulación más estrecha con el área de comunicaciones para disponer de métricas más específicas sobre envío, entrega, apertura e interacción por canal.
- En una segunda fase, se plantea dirigir una nueva intervención comunicacional a las personas que formaron parte del grupo de control, que no recibieron mensajes en esta primera etapa y que permanecen sin registro de vacunación. Esto permitirá evaluar nuevamente el efecto de la estrategia en una población previamente no expuesta, mejorar la trazabilidad de los canales utilizados y generar evidencia adicional para optimizar futuras acciones de vacunación.

Imágenes/fotografías del proyecto:

SMS / WhatsApp previo:

Hola %%Nombre%%, en EPS SURA hay una vacuna gratuita contra el VPH esperando a tu hijo o hija desde los 9 hasta los 17 años. Es segura y recomendada por médicos especialistas. Acércate a la IPS más cercana y protégelo hoy



EPS | sura

¿Vacunar a nuestros niños y niñas contra el VPH?

iSí! Los protege contra varios tipos de cáncer.



EPS | sura

¿Es segura?

iSí!, está avalada por la OMS y el Ministerio de Salud.



EPS | sura

¿Dónde?

Solo debes acercarte a la IPS más cercana.



EPS | sura

**Al día con la vida,
al día con las vacunas.**

epsura.com

EPS | sura 

Elegí vacunar a mi
hija contra el VPH
**porque quiero un
futuro libre de
cáncer para ella.**



**Tú también
puedes hacerlo.**


Vigilado Superintendencia

Al día con la vida,
al día con las vacunas.

epssura.com

EPS | sura 

¿Sabías que el VPH puede causar varios tipos de cáncer, incluso en hombres y mujeres?

La vacuna protege a tu hijo o hija desde los 9 años.



¡Es gratuita y segura!

¡Acércate a la
IPS más cercana
y vacúnelos ya!

Al día con la vida,
al día con las vacunas.

EPS | sura

**Una dosis
hoy** asegura
su salud para
mañana.



Ministerio de Salud

En EPS SURA queremos invitarte a vacunar a tu hijo o hija entre los **9 y 17 años contra el VPH**. Es segura, gratuita y está disponible en todas nuestras IPS.

Esta vacuna es una barrera contra enfermedades graves como el cáncer de cuello uterino y otros tipos de cáncer.

*No esperes más, **protegerlos**
es más fácil de lo que crees!*

Tu decisión marca la diferencia.



**Al día con
la vida,
al día con
las vacunas.**



Línea de atención nacional
01 8000 519 519

epsura.com

OCTUBRE: JOURNEY INFLUENZA Y VPH						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3 Post redes influenza	4	5
6	7 Post redes VPH	8 Mail influenza	9	10 SMS influenza	11	12
13 Festivo	14 SMS VPH	15 WhatsApp influenza	16 Mail VPH	17 Video WhatsApp VPH (orgánico)	18	19
20 Carrusel influenza Carrusel VPH	21 Post redes VPH	22 Video influenza WhatsApp (orgánico) SMS jornada VPH	23 Mail general jornada influenza Mail general jornada VPH	24	25 SMS jornada influenza SMS jornada VPH	26
27 Post redes influenza	28 Mail influenza	29 Post redes VPH	30 Post redes influenza	31		

preventglobalhpvcancers.org

Prevent Global HPV Cancers es una iniciativa colaborativa respaldada por el programa Global HPV Cancer Free de la Sociedad Americana del Cáncer. Última revisión en Marzo de 2023.