



HPTN

HIV Prevention
Trials Network

Involucramiento comunitario a través de nuestras estrategias de R & R

Una historia de mas de 20 años

Lic. Hugo Sánchez Sarmiento

CITBM – UNIDEC

Lima, Perú

Martes 27 de Marzo de 2018

Contenidos

- Un poco de historia
- Reclutamiento
 1. Conociendo a nuestra comunidad
 2. Estrategias diferenciadas
 3. Trabajo de Campo y espacios virtuales
 4. Visita a espacios : Tours y campañas
 5. Un ejemplo: Efectividad estrategias reclutamiento AMP
- Retención
 1. Anfitriones y Tutores
 2. Llamadas recordatorias
 3. Visitas Domiciliarias y Búsquedas
 4. Merchandising
 5. Servicios y actividades comunitarias
- Aprendizajes

Primeras intervenciones



Aprox 8000 tamizados
Cohorte de 1900 MSM y MT







Tour de las Drag Queens



Investigación /Mapeo

- Conocer a nuestros posibles participantes:
 - Encuestas en línea
 - Grupos focales
 - Participación en grupos
- Conocer los espacios de socialización: mapeo

Espacios de socialización

* 2. ¿Cuáles son las discotecas que visitas con más frecuencia?

- ☐ Dromedari Volanteo
- ☐ Legendario
- ☐ Bot Ficus
- ☐ El Nise
- ☐ Kipichiro
- ☐ La Cueva
- ☐ Sagitario

Redes sociales

* 1. ¿Cuáles son las redes sociales que usa con más frecuencia para buscar chicos? Marca más de una opción de ser necesario.

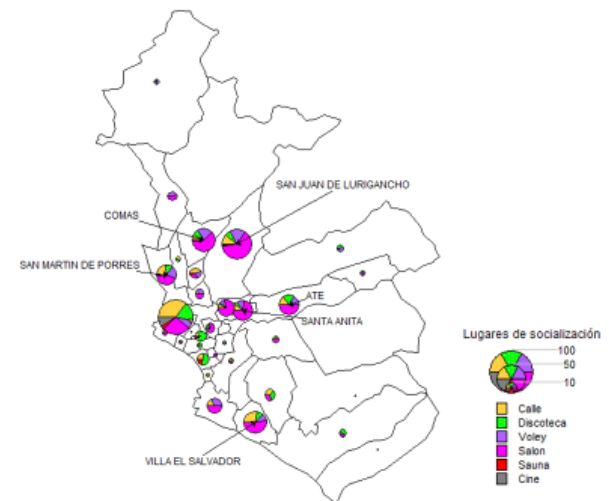
- ☐ Grindr
- ☐ Tinder
- ☐ Grindr
- ☐ Bumble
- ☐ OkCupid
- ☐ Facebook
- ☐ Gay chat
- ☐ Grindr
- ☐ No voy a ninguna
- ☐ No tengo respuesta
- ☐ Otro (especificar)

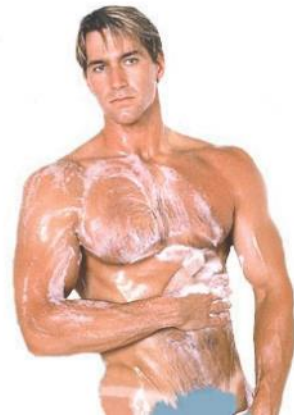
* 3. ¿Cuáles son los saunas

- ☐ 240
- ☐ Saunero
- ☐ Roma
- ☐ Chaperon
- ☐ Spartacus
- ☐ Swan
- ☐ No voy a sauna
- ☐ Otro (especificar)

* 4. ¿Cuáles son los h

- ☐ Palatio
- ☐ La Escorpión
- ☐ O Hosteria
- ☐ Alred
- ☐ Loco
- ☐ Saunero
- ☐ No voy a hoteles
- ☐ Otro (especificar)





Categoría 1



Categoría 2



Categoría 3



Categoría 4



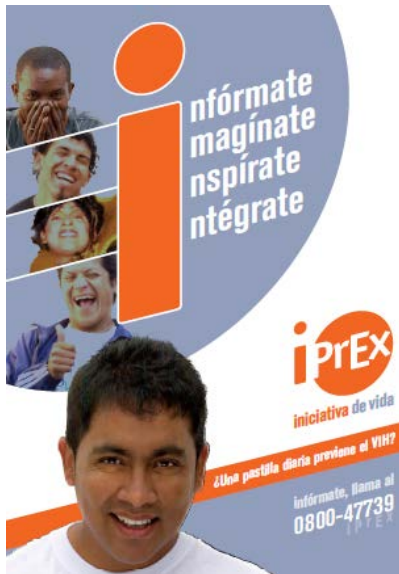
Espacios Virtuales

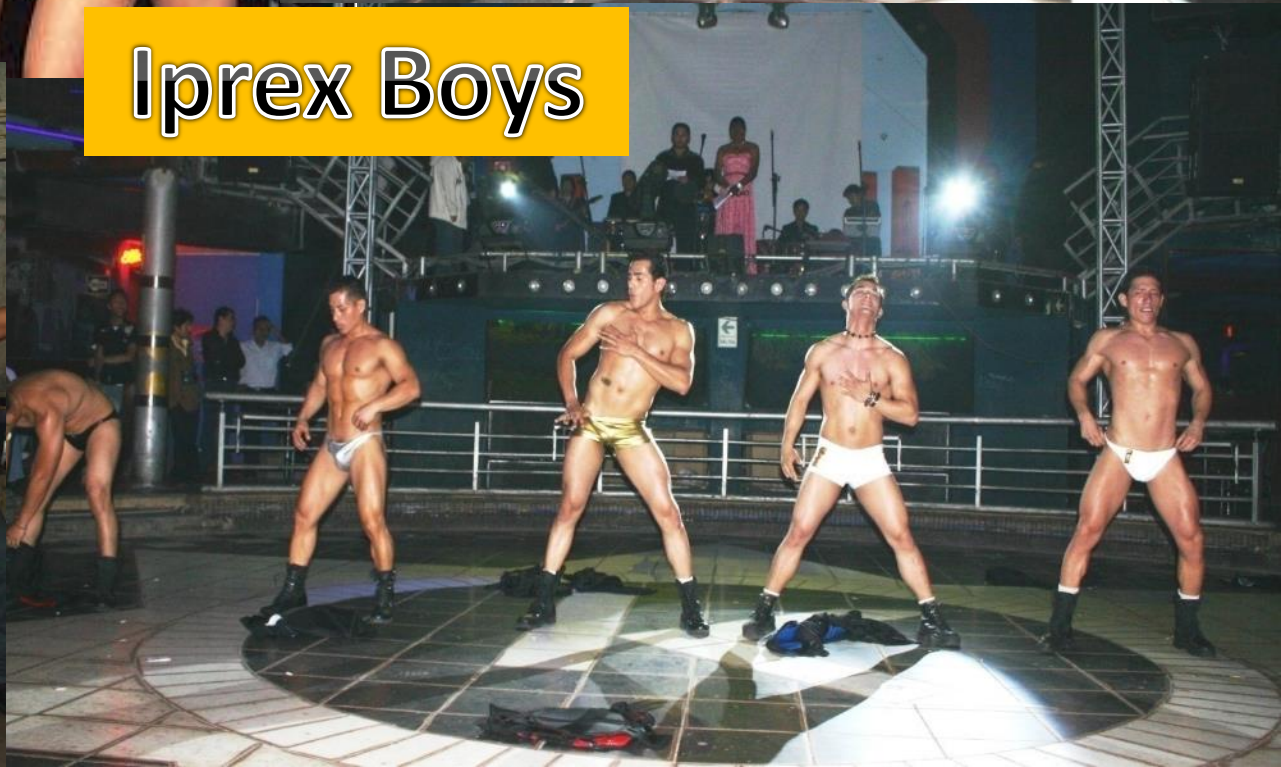
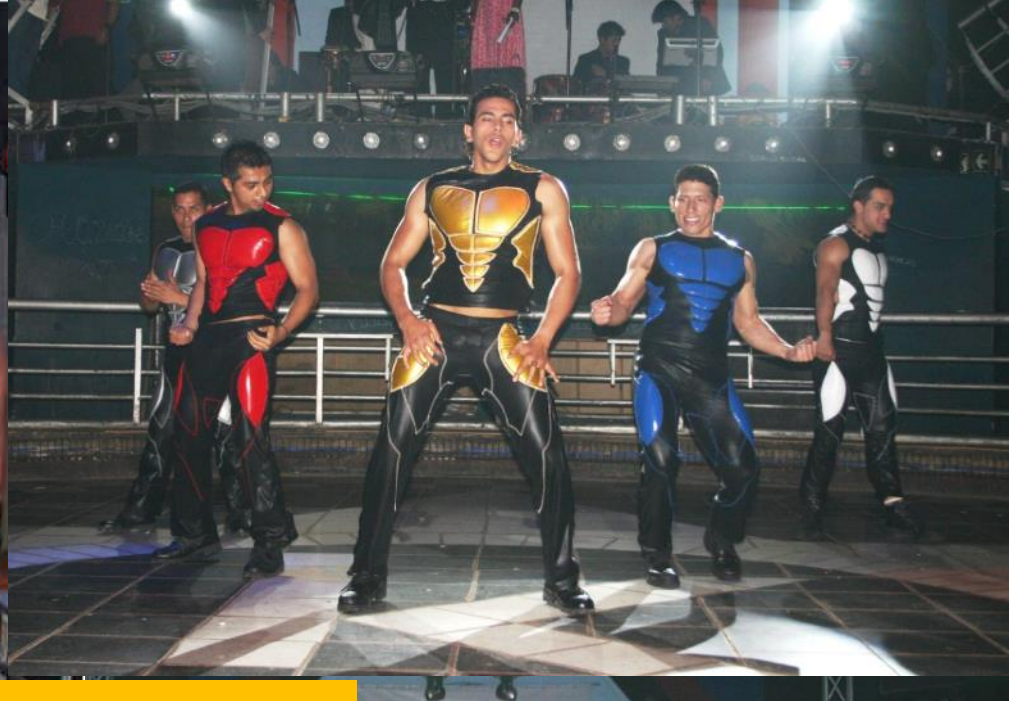


Algunas experiencias Previas en Cifras

- HPTN 036:
 - Tamizados: 350
 - Enrolados: 254
 - Tasa: 1.37:1
- HVTN 502:
 - Tamizados: 589
 - Enrolados: 250
 - Tasa: 2.35:1
- HPTN 039 (todos)
 - Tamizados: 7883
 - Enrolados: 1384
 - Tasa: 5.7:1
- HPTN 039 Lima:
 - Tamizados: 6652
 - Enrolados: 886
 - Tasa: 7.5:1
- HPTN 039 Pucallpa:
 - Tamizados: 785
 - Enrolados: 300
 - Tasa: 2.6:1
- HPTN 039 Iquitos:
 - Tamizados: 447
 - Enrolados: 200
 - Tasa: 2.2:1

IPREX: Primera experiencia en Prep





Iprex Boys

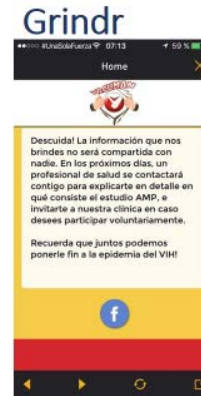


DRAGS POKEMON



Actualmente....

- Trabajo de campo físico y virtual



Intervenciones Comunitarias

Tour de Heroes Impacta



Caravana Unidec



CONSOLIDADO de Tamizaje y Enrolamiento por SEDES AMP

AGO 2016 a FEB 2018

Fuentes: Impacta / Unidec / Vía Libre/ Selva Amazónica

| ESTRATEGIA | TAM | % | ENROL | % |
|---|-------------|--------------|------------|--------------|
| Difusión de persona a persona realizada por los reclutadores en el bar/la calle/el festival del orgullo gay/otro. | 494 | 44.4 | 291 | 46.2 |
| Internet redes sociales, sitios web de citas | 451 | 40.6 | 255 | 40.5 |
| Publicidad y materiales impresos (volantes, carteles, tarjetas, publicidad en periódicos, etc.). | 57 | 5.1 | 26 | 4.1 |
| Espacios publicitarios en la vía pública. | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| Recomendaciones (de otro participante, de proveedores de atención médica, de CBO, del centro de análisis de detección del VIH, etc.). | 55 | 4.9 | 25 | 4.0 |
| Otros (repetición de otro ensayo, publicidad en radio/TV, desconocido, etc.). | 55 | 4.9 | 33 | 5.2 |
| TOTAL | 1112 | 100.0 | 630 | 100.0 |

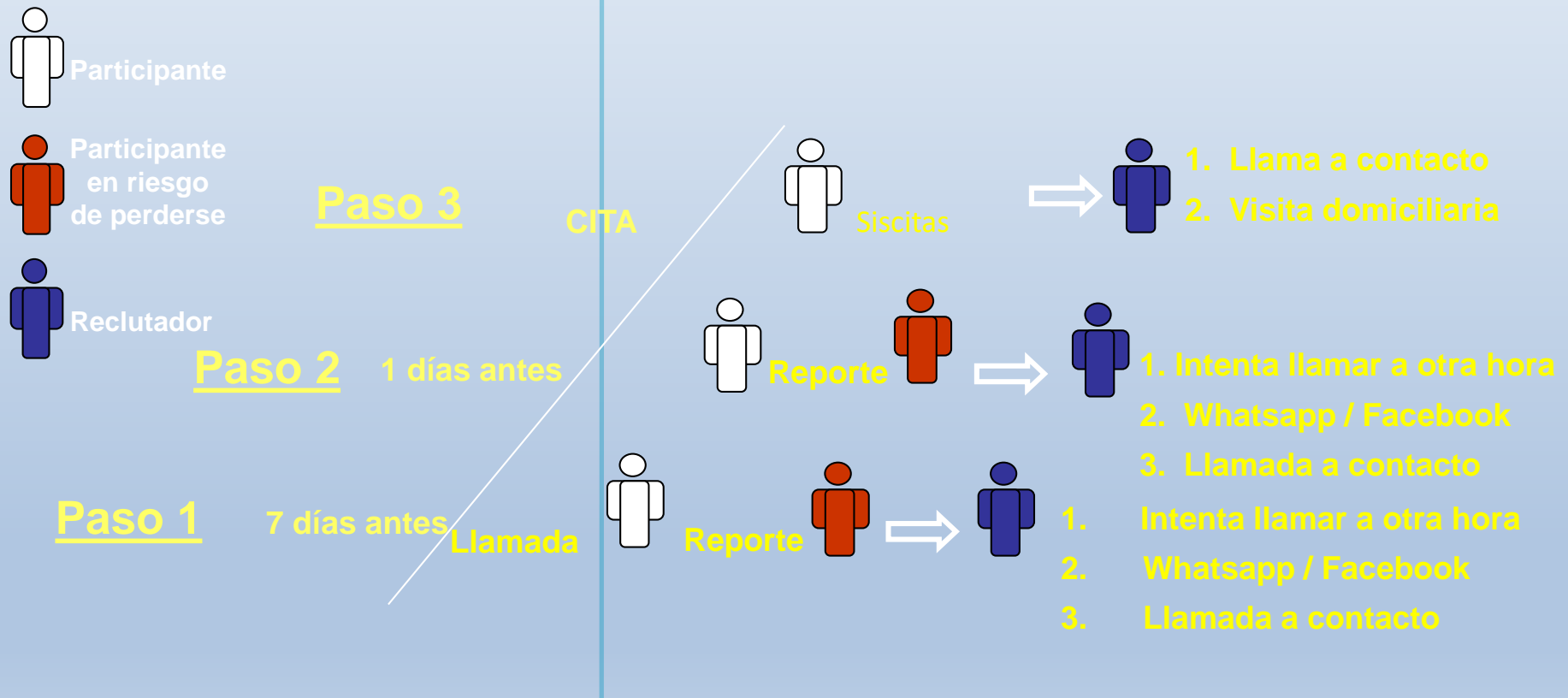
Anfitriones y Tutores pares



Merchandising



Retención : Llamadas telefónicas y búsquedas



Servicios y actividades para participantes



Aprendizajes

- La comunidad TLGB siempre va cambiando y sus necesidades y gustos también
- Necesitamos incluir el feedback de la comunidad al momento de diseñar un estudio y sus estrategias de R y R
- Los estudios necesitan beneficiar y crear oportunidades para los miembros de la comunidad
- Es vital mantener una Buena relación y comunicación con el CAC
- Trabajar con la comunidad es trabajar con **toda** la comunidad y no solo con los participantes
- La labor del area comunitaria es vital para poder responder a las necesidades de la comunidad

