

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

Espacios de socialización

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

- Domínguez Volcán
- Legendero
- B10 Dúo
- Flakes
- Kronicos
- La Cueva
- Sagitario

* 3. ¿Cuáles son los sitios web que visitas con más frecuencia?

- 240
- Seleno
- Ronz
- Dupen
- Spaniard
- Stark
- No voy a caerlos
- Otro (especificar):

Redes sociales

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

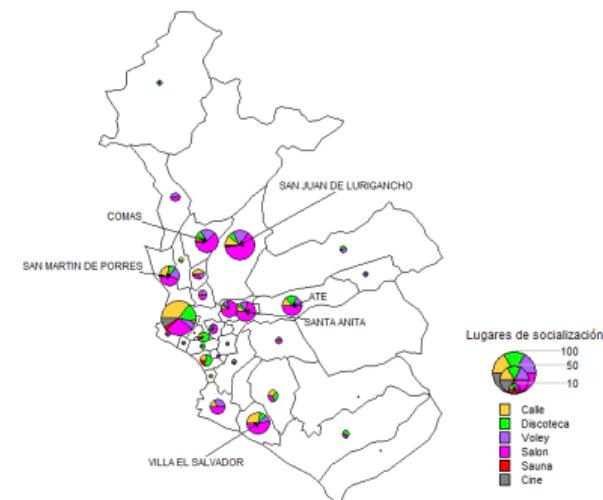
- Ver
- Tuenti
- Xnxx
- Medialab
- Chat
- Social
- Facebook
- MySpace
- Gchat
- Twitter
- Facebook y Twitter
- Los demás (especificar):

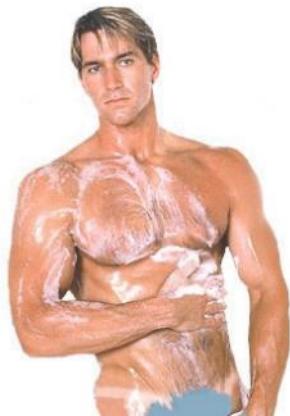
* 4. ¿Cuáles son los hoteles que visitas con más frecuencia?

- Parador
- La Esmeralda
- Q Hotel
- Andel
- Leo
- Sagrada
- No voy a hoteles
- Otro (especificar):



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





Categoría 1



Categoría 2



Categoría 3



Categoría 4



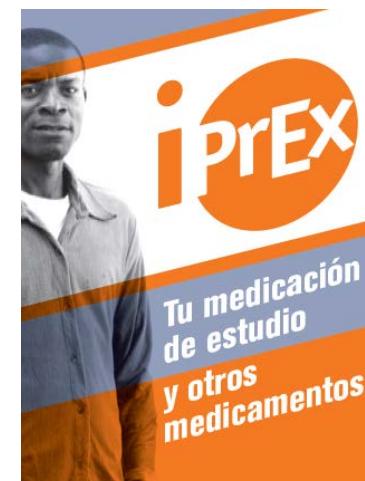
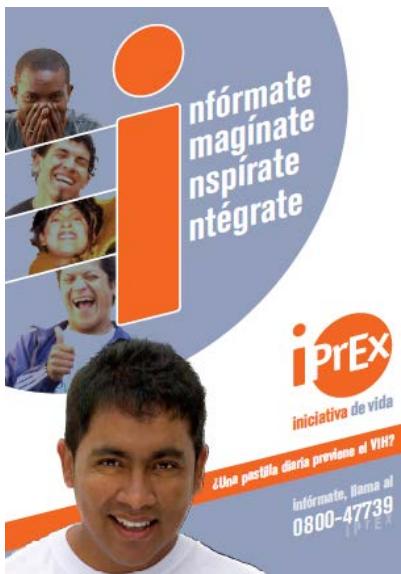
Espacios Virtuales



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



The screenshots show the Grindr app interface with recruitment messages:

- Top Left:** "¡Únete a la causa y sé voluntario!" (Join the cause and be a volunteer!). It includes a message: "Si eres hombre o persona trans que tiene sexo con hombres y deseas participar en un nuevo estudio de prevención del VIH, el AMP es para ti."
- Top Middle:** "SI TIENES ENTRE 18 Y 20 AÑOS Y ERES VIH NEGATIVO O DESCONOCES TU ESTATUS DE VIH, ESTÁS LISTO PARA PARTICIPAR EN EL AMP." It includes a message: "Déjanos tus datos y nos pondremos en contacto contigo en los próximos días."
- Top Right:** A form for users to enter their information: "Nombre o seudónimo: *", "Correo Electrónico: *", "Teléfono: *", "Mensaje: *", and a "Enviar" button.



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

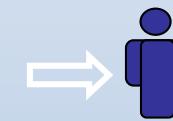


Paso 3

CITA



Siscitas



1. Llama a contacto
2. Visita domiciliaria

Paso 2 1 días antes



Reporte



1. Intenta llamar a otra hora
2. Whatsapp / Facebook
3. Llamada a contacto

Paso 1 7 días antes Llamada



Reporte



1. Intenta llamar a otra hora
2. Whatsapp / Facebook
3. Llamada a contacto

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



SELVA AMAZÓNICA
Asociación Civil



UNIDEC
UNIDAD
DE ENSAYOS
CLÍNICOS