



Vidas Saludables. Resultados Medibles.

INFORME SUMARIO TRAC TABLERO DE INSTRUMENTOS DE PSI

HONDURAS (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA
Hombres que tienen sexo con otros Hombres en
Choluteca, Comayagua, Atlántida,
Cortés y Francisco Morazán.
2ª Ronda nacional

Patrocinado por:



Los cuatro pilares de PSI

Impacto Real en la salud * Rapidez y Eficiencia en el Sector privado * Descentralización, Innovación, y
Actitud Emprendedora * Compromiso a largo plazo con las personas a quienes servimos

División de Investigación
Population Services International
1120 Nineteenth Street NW, Suite 600
Washington, D.C. 20036

**HONDURAS (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA
Hombres que tienen sexo con otros Hombres en
Choluteca, Comayagua, Atlántida,
Cortés y Francisco Morazán.
2a Ronda nacional**

División de Investigación de PSI
2009

© Population Services International, 2009

Contactos:

Jorge Rivas, Investigador Cuantitativo,
PASMO/PSI, Centroamérica
13 calle 3-40, zona 10
Edificio Atlantis, Nivel 13, Oficina 1305
Ciudad de Guatemala, Centroamérica
T +502 2366-1557
E jrivas@pasmo-ca.org

Barry Whittle, Director Ejecutivo LAC
PASMO/PSI
13 calle 3-40, zona 10
Edificio Atlantis, Nivel 13, Oficina 1305
Ciudad de Guatemala, Centroamérica
T +502 2366-1557
E bwhittle@pasmo-ca.org

Cita sugerida para este informe:

PSI Research Division, "HONDURAS (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA HSH en Choluteca, Comayagua, Atlántida, Cortés y Francisco Morazán," PSI Social Marketing Research Series, 2010<<http://www.psi.org/resources/publications>>.

Agradecimientos El presente estudio TRaC (Tracking Results Continuously) se hizo posible gracias al apoyo brindado por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Las opiniones aquí expresadas son exclusivas de los autores y no necesariamente representan los puntos de vista de USAID. El diseño de estudio corrió a cargo de Jorge Rivas, investigador de la oficina regional de PASMO, quién hizo una adaptación del diseño realizado con la misma población en el 2007. Igualmente analizó la base de datos y elaboró los cuadros estadísticos. El informe fue escrito por José Enrique Martínez, especialista en investigación, y supervisado por Benjamín Nieto-Andrade, investigador regional. El equipo local de PASMO-Honduras contribuyó a la identificación de conclusiones y de recomendaciones finales.

TABLA DE CONTENIDOS

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. TABLA DE MONITOREO	8
3. GRÁFICAS DE MONITOREO	12
4. TABLA DE SEGMENTACIÓN 1: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja	15
5. GRÁFICAS DE SEGMENTACIÓN (Tabla 1)	17
6. TABLA DE SEGMENTACIÓN 2: Uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas	18
7. GRÁFICAS DE SEGMENTACIÓN (Tabla 2)	19
8. TABLA DE EVALUACIÓN 1: Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO	20
9. GRÁFICAS DE EVALUACIÓN (Tabla 1)	22
10. TABLA DE EVALUACIÓN 2: Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO	23
11. GRÁFICAS DE EVALUACIÓN (Tabla 2)	25
12. TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 1: Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO	26
13. TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 2: Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO	28
14. CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	30
15. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD	32

RESUMEN EJECUTIVO

ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

En agosto y septiembre del 2009 PASMO/PSI realizó una encuesta TRaC en cinco ciudades de Honduras, entre hombres que tienen sexo con otros hombres (HSH). Dicha encuesta aborda temas del VIH/SIDA, comportamientos de riesgo y determinantes de uso del condón. La encuesta es un seguimiento a la realizada en el año 2007 y busca: 1) monitorear las tendencias en el comportamiento y otros determinantes claves de Oportunidad, Habilidad y Motivación (OHM), 2) Identificar los factores que caracterizan a los HSH que usan condones con sus parejas masculinas, y 3) Evaluar el impacto del programa de PASMO en cuanto a comportamiento y los determinantes OHM.

DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

PASMO/PSI es una organización que trabaja a través del mercadeo social y de intervenciones educativas para la prevención del VIH/SIDA en la región Centroamericana (Guatemala a Panamá). PASMO prioriza sus esfuerzos en grupos particularmente vulnerables (Jóvenes, Hombres que tienen Sexo con Hombres, Trabajadoras del Sexo, población Garífuna, Clientes potenciales de las trabajadoras, etc.). Con base en una matriz de comportamientos, diversas actividades educativas y de comunicación son diseñadas con el fin de transmitir a las poblaciones la importancia de mantener comportamientos sexuales saludables que eviten nuevas infecciones por VIH, a través de 1) actividades de comunicación inter-personal (CIP), 2) campañas en medios masivos de comunicación, 3) y una estrategia de mercadeo social de amplia cobertura para incrementar el acceso a y la disponibilidad de condones masculinos. Solo en el año 2009 se realizaron un total de 184,241 actividades educativas con HSH de las cuales 52,171 fueron realizadas en Honduras.

En Honduras el programa de PASMO es particularmente distinto a los demás países: es el único que cuenta con una inversión amplia en publicidad de marca de condones, mientras que el resto de países invierten mayoritariamente en publicidad genérica. También es el único país que cuenta con oficinas y educadores propios en dos ciudades.

METODOLOGÍA

Se utilizó una estrategia de muestreo RDS (Respondent Driven Sampling) para seleccionar a los participantes del estudio. Un total de 596 HSH fueron reclutados en 2009 y 561 en 2007. La encuesta incluyó preguntas relacionadas a características demográficas, comportamiento sexual, uso de condones y lubricantes, determinantes OHM y exposición a las intervenciones de PASMO. Se utilizó el análisis de varianza para monitorear las tendencias entre el 2007 y el 2009 e identificar el impacto de las intervenciones de PASMO en indicadores claves de comportamiento y determinantes OHM. La regresión multivariable fue utilizada para identificar las determinantes significativas del uso consistente del condón, controlando por características socio-demográficas; el análisis de varianza fue empleado para estimar las medias o proporciones ajustadas de cada variable en el modelo final. Variables sociodemográficas y ubicación geográfica fueron utilizadas como variables de control para el análisis.¹

¹ Para mas detalles acerca de la metodología utilizada y de la recolección de datos contacte al primer autor para obtener una copia del documento con el diseño de estudio.

PRINCIPALES HALLAZGOS

Los resultados de monitoreo muestran que:

- ∴ El uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja aumentó significativamente de 85.3% a 89.2% ($p < .05$). Específicamente con parejas ocasionales se incrementó significativamente de 83.3% a 94.4% ($p < .001$) y con parejas comerciales de 86.8% a 95.3% ($p < .001$), lo cual sugiere una mayor conciencia de uso del condón principalmente en relaciones con desconocidos.
- ∴ Medido en forma consistente en los últimos 30 días, el uso de condón no mostró cambios significativos en el período. Con pareja ocasional y comercial el nivel reportado fue mayor al 90% en el 2009, y con pareja afectiva y cualquier tipo de pareja masculina fue de 75.4% y 82.4%.
- ∴ La disponibilidad percibida de condones ha decrecido significativamente de 83.1% a 76.4% ($p < .01$), al igual cargar condones consigo al momento de la entrevista (que disminuyó de 45.6% a 36.0%, $p < .01$). Tales datos sugieren la necesidad de mayores esfuerzos para garantizar la presencia de condones y su visibilidad en los puntos de venta y/o con las poblaciones.
- ∴ El porcentaje de HSH que sabe donde hacerse una prueba de VIH se incrementó entre 2007 y 2009 (83.1% a 90.4%, $p < 0.01$), aunque no así el porcentaje que se hizo un prueba de VIH en los últimos 12 meses (65.8% en el 2009). El porcentaje de quienes recibieron sus resultados después de hacerse un examen aumentó de 92.6% a 98.5% ($p < .001$).
- ∴ El porcentaje de HSH que mencionaron espontáneamente todas las maneras de prevenir el contagio del VIH vía sexual aumentó de 0.1% a 9.8% ($p < .001$), aun y cuando la medición de recordación individual de cada método bajó significativamente, a excepción del uso del condón, cuya recordación individual aumentó de un 93.0% a un 97.9% ($p < .001$).
- ∴ La proporción que afirmó tener facilidad para usar condón todas las veces aumentó significativamente entre rondas, de un 42.0% en el 2007 a un 57.3% ($p < .001$).

Un primer análisis de segmentación indica que la probabilidad de que los HSH usen condón durante la última relación sexual con cualquier pareja aumenta entre:

- ∴ Quienes reportan sexo de tipo comercial. Es decir, un mayor porcentaje de usuarios mencionan haber recibido un pago por tener sexo con otros hombres en los últimos 12 meses, respecto a los no usuarios (48.2% vs. 34.6%, $p < .01$).
- ∴ Quienes han estado expuestos a mensajes de TV de PASMO. Un mayor porcentaje de usuarios reportó haber visto la campaña de “Hombres de Verdad”, respecto a no usuarios (45.5% vs 25.2%, $p < 0.001$).

Por otro lado, usuarios de condones se adhirieron menos:

- ∴ A la idea de que están en riesgo de adquirir SIDA porque ocasionalmente no usaron condón. En una escala de 1 a 4, donde 1 es igual a total desacuerdo y 4 a total de acuerdo, la calificación media para los usuarios fue 2.56 y 2.75 para los no usuarios ($p < .05$).
- ∴ A creer que no deben usar condón con personas conocidas o queridas (usuarios 2.24 vs. no usuarios 2.48 $p < .001$).
- ∴ A utilizar drogas antes de tener relaciones sexuales (2.56 vs. 2.75, $p < .05$).

Un segundo análisis de segmentación refleja que la probabilidad de que los HSH utilicen consistentemente un condón con todo tipo de parejas masculinas, aumenta con:

- ∴ *Un incremento en la percepción de disponibilidad de condones.* En una escala de 1 a 4, donde 1 es igual a total desacuerdo y 4 a total de acuerdo, la calificación media que los usuarios consistentes dieron a la percepción de disponibilidad fue 3.28, mientras que los usuarios inconsistentes dieron un valor de 3.13 ($p < .05$).
- ∴ *La percepción de que es fácil usar un condón todas las veces.* Los usuarios consistentes de condón se adhirieron más a la idea de que pueden hacerlo, con una media de 2.62 vs. 2.32 de los usuarios inconsistentes ($p < .05$).

Para conocer si los cambios en el nivel de indicadores entre 2007 y 2009 (tabla de monitoreo) se pueden atribuir a PSI, se realizaron dos tipos de tablas. La primera evalúa el efecto de las actividades de comunicación interpersonal (CIP) de PASMO, controlando por exposición a medios masivos y variables sociodemográficas y ciudad. La segunda tabla evalúa el efecto neto de los medios masivos controlando por CIP y demás variables de control.

El primer análisis indica una asociación entre CIP de PASMO e incrementos en:

- ∴ El uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja ($p < .05$), la preferencia a la marca de condones VIVE como su favorita ($p < .001$) y la recordación sin ayuda de todos los métodos para prevenir el contagio sexual del VIH ($p < .001$).

También se observa que la caída en el nivel de algunos indicadores entre 2007 y 2009 fue mucho menor en quienes participaron de actividades de CIP de PASMO, respecto a quienes no lo hicieron. En dicho sentido PASMO puede atribuirse un efecto positivo de “mitigación”. Ejemplo de dicho efecto es la menor caída en:

- ∴ El porcentaje de HSH que perciben que los condones pueden encontrarse a 10 minutos ($p < 0.001$).

El segundo análisis de evaluación, muestra una asociación entre exposición a anuncios en medios masivos de PASMO y:

- ∴ El uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja ($p < 0.05$) y la preferencia a la marca de condones VIVE como su favorita ($p < 0.001$).

Es importante mencionar que debido a la elevada exposición a medios masivos, tanto en el 2007 como en el 2009, muy pocos casos fueron incluidos en las categorías de no exposición. Ello dificulta la comparación entre expuestos y no expuestos a medios masivos y la formulación de conclusiones definitivas sobre el efecto de medios masivos en los indicadores de interés.

RECOMENDACIONES PROGRAMÁTICAS

Aunque el uso del condón con parejas ocasionales y comerciales es alto (más del 90%), el uso de condón con cualquier pareja y con parejas afectivas aun requiere incrementarse. Cuando se midió en forma consistente en los últimos 30 días el nivel fue de 74.9% y 82.4%, respectivamente. De acuerdo a los análisis de segmentación se sugiere:

- ∴ Mejorar la autoeficacia como factor que influya en la capacidad de negarse a tener relaciones anales con una pareja ocasional, si ninguno de los dos tienen

- condones, potenciando las intervenciones para lograr que, durante ellas, los HSH exterioricen sobre el uso del condón y comportamientos relacionados al mismo.
- ∴ Eliminar creencias de que el condón no debe utilizarse con parejas en las que se confía o que le hacen sentir amado o el temor al rechazo de la pareja por proponer utilizar condones.
 - ∴ Incrementar la percepción de disponibilidad de condones. Se sugiere hacerlo mediante el desarrollo de la capacidad de poder proponer la utilización del condón y de ejercer dicha intención incluso bajo condiciones adversas.
 - ∴ Incrementar la percepción de que utilizar un condón es fácil todas las veces.

El uso de lubricantes a base de agua también debiera ser un producto a promover porque elimina la posibilidad de que el condón se rompa y reduce riesgos de transmisión de ITS. Ello se puede realizar mejorando la disponibilidad y visibilidad de este producto en puntos de venta y lugares que frecuenten HSH.

Dado que la recordación espontánea de algunas formas de prevención se redujo significativamente entre 2007 y 2009, es importante seguir promoviendo charlas diversificadas que hablen sobre la reducción de parejas, la abstinencia, la fidelidad mutua y el condón. Además se sugiere realizar abordajes personalizados invitando a la reflexión sobre comportamiento sexual con los diferentes tipos de parejas.

Finalmente, debido a que análisis de segmentación con la misma población en el 2007 muestra que llevar un condón consigo se asocia con una mayor probabilidad de uso, debe promoverse una campaña para que los HSH carguen un condón consigo todo el tiempo. Dicho indicador bajó entre el 2007 y el 2009, así como la percepción de poderlo encontrar a 10 minutos. El programa debe ponerse como objetivo mejorar estos dos indicadores en el futuro.

Estas recomendaciones se esperan implementar a través de las actividades principales de los programas de PASMO y mensajes en estrategias de comunicación.

Tabla de Monitoreo 1

Tendencias en comportamiento y determinantes OHM entre HSH en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 – 40 años de edad que tuvieron relaciones sexuales penetrativas en los últimos 12 meses.

Comportamiento: Uso de condones, número de parejas, prueba de VIH

INDICADORES	Sep 2007 (N=561)	Ago 2009 (N=596)	Sig.
COMPORTAMIENTO/USO			
<i>Uso del condón en la última relación sexual</i>	%	%	
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ¹	83.3	94.4	***
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja estable (fija) ²	74.3	78.1	ns
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ³	86.8	95.3	**
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja femenina ⁴	73.7	77.7	ns
- ^Uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja	85.3	89.2	*
<i>Uso consistente de condón en los últimos 30 días</i>	%	%	
- ^Uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ⁵	89.6	91.0	ns
- ^Uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja estable (fija) ⁶	74.3	75.4	ns
- Uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja comercial ⁷	91.5	92.3	ns
- Uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja femenina ⁸	70.5	74.9	ns
- Uso consistente de condón en los últimos 30 días con todas las parejas masculina ⁹	79.0	82.4	ns
- ^Uso consistente de condón en los últimos 30 días con todas las parejas, masculinas o femeninas. ¹⁰	82.7	85.4	ns
- ^Uso Consistente de condón en los últimos 30 días con todas las parejas, entre HSH que participaron en actividades de PASMO, ya sean ejecutadas por PASMO o bien por otra ONG amiga ¹¹		80.9	nc
- ^HSH que participaron en actividades ejecutadas por PASMO y usaron consistentemente un condón con todas las parejas en los últimos 30 días ¹²	76.0	81.1	ns
<i>Portación de condones</i>			
- ^HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	45.6	36.0	**
<i>Uso de lubricantes</i>			
- Uso de lubricante (acompañado de condón) en alguna relación sexual en el último mes, con cualquier tipo de pareja masculina o femenina	69.0	70.5	ns
- ^Uso de lubricante (acompañado de condón) durante la última relación sexual ¹³	60.7	58.5	ns
<i>Prueba de VIH</i>			
- HSH que se hicieron un examen de VIH en los últimos 12 meses	63.6	65.8	ns
- ^HSH que se hicieron una prueba de VIH en el último año y recibieron resultados ¹⁴	92.6	98.5	***
- ^HSH que recibieron post consejería al recibir sus resultados de la prueba de VIH, en los últimos 12 meses ¹⁵	88.3	87.4	ns
<i>Media de parejas</i>	media	media	
- ^Media de parejas ocasionales en los últimos 12 meses ¹⁶	8.79	7.33	ns
- Media de parejas ocasionales en los últimos 30 días ¹⁷	2.4	2.1	ns
- Media de parejas fijas en los últimos 30 días ¹⁸	1.0	0.8	ns
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ¹⁹	3.9	4.4	ns
- Media de parejas femeninas en los últimos 30 días ²⁰	1.1	1.2	ns
<i>Multiplicidad de parejas</i>	%	%	
- ^HSH que tuvieron más de una pareja en los últimos 12 meses ²¹	86.1	88.1	ns
<i>Infecciones de transmisión sexual (ITS)</i>	%	%	
- HSH que han tenido o sospechado tener alguna infección de transmisión sexual o sus síntomas en los últimos 12 meses	8.9	10.7	ns
- ^HSH que asistieron a un centro de salud, hospital o clínica durante su último episodio de ITS o la última vez que tuvieron algún síntoma ²²	56.4	78.4	**
OPORTUNIDAD			
<i>Incrementar oportunidad de adoptar una conducta sexual más segura</i>			

INDICADORES	Sep 2007 (N=561)	Ago 2009 (N=596)	Sig.
<i>Disponibilidad</i>	%	%	
- ^HSH que afirman poder encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (un sitio de "ligue" o "riesgo")	83.1	76.4	**
- ^HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH .	83.8	90.4	**
<i>Atracción de la Marca</i>	%	%	
- HSH que reportan que VIVE es su marca favorita de condones	70.8	80.5	***
- ^HSH que prefieren comprar condones VIVE sobre los de cualquier otra marca	88.0	82.1	**
HABILIDAD			
<i>Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura</i>			
<i>Conocimiento de los métodos para prevenir la infección por vía sexual del VIH</i>	%	%	
- ^HSH que opinan que una persona puede verse saludable y estar infectada con el VIH	93.7	91.8	ns
- ^HSH que saben que reducir el número de parejas, el uso de condón, la abstinencia y la fidelidad mutua son métodos de prevención del VIH ²³	0.1	9.8	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH	52.3	20.9	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que el uso de condón es un método de prevención del VIH	93.0	97.9	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la abstinencia es un método de prevención del VIH	63.1	51.3	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la fidelidad mutua es un método de prevención del VIH	54.6	32.2	***
MOTIVACIÓN			
<i>Incrementar la motivación para adoptar una conducta sexual más segura</i>			
<i>Expectativas del resultado de métodos de prevención</i>	%	%	
- ^HSH que creen que el uso de lubricante (acompañado de condón) reduce el riesgo de contraer el VIH y otras ITS, particularmente durante relaciones sexuales de alto riesgo	69.1	69.0	ns
- ^HSH que creen que el uso de condones reduce el riesgo de contraer el VIH y otras ITS	48.6	53.5	ns
<i>Percepción de la amenaza del VIH</i>			
- ^HSH que creen que pueden estar en riesgo de adquirir VIH si no utilizan condón de forma consistente ²⁴	41.7	44.0	ns
<i>Ubicación de Control</i>			
- ^HSH que afirman que ellos proponen a su pareja regular el uso de condón	93.2	91.5	ns
<i>Actitudes respecto al uso del condón y la asistencia médica en caso de ITS</i>			
- ^HSH que consideran importante la asesoría médica para el tratar ITS	97.9	99.9	ns
- ^HSH que afirman que usar condón todas las veces es fácil (r)	42.0	57.3	***
EXPOSICIÓN			
<i>Medios Masivos</i>			
- Expuesto a algún anuncio de TV de PASMO	82.1	85.8	ns
- Expuesto a algún anuncio de radio de PASMO	86.1	84.5	ns
- Expuesto a algún anuncio en vallas de PASMO	96.0	56.8	***
- Expuesto a algún anuncio de PASMO en cualquier medio masivo	97.0	96.4	ns
<i>IPC</i>			
- % de HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses	38.4	40.2	ns
- % de HSH que reportan haber participado en el "El Reto"	62.3	67.8	ns
- % de HSH que reportan haber participado en "1, 2, 3 Saludable"	70.6	76.6	ns
- % de HSH que reportan haber participado en "Conversatorios"	78.5	73.5	ns
- % de HSH que reportan haber participado en "Espacio P"	44.5	39.8	ns

INDICADORES	Sep 2007 (N=561)	Ago 2009 (N=596)	Sig.
- % de HSH que reportan haber participado en “Viviendo la Vida”	70.2	33.6	***
- % de HSH que participaron en actividades de PASMO (al menos en una actividad interpersonal)	38.3	69.6	***

*=p<0.05, **=p<0.01, ***=p<0.001, ns= no significativo, nc= no comparable, ^ Indicador de donante

Las escalas con las que se midieron los determinantes de OHM fueron de 1 a 4 (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo).

Los porcentajes o medias ajustadas se obtuvieron al controlar por las siguientes variables sociodemográficas ambas encuestas (2007 y 2009): edad, religiosidad, estado civil, número de dependientes, nivel de educación, identidad sexual (homosexual o transgénero versus heterosexual o bisexual), si le han pagado o ha pagado por sexo en el último año y ciudad. Esta última fue la variable de diseño del estudio.

Los porcentajes fueron obtenidos a través de un análisis de univarianza, el cual puede realizarse a partir de dos rondas, por lo que en el 2007 (primera medición) no se hizo. Esto puede provocar una diferencia de varios puntos porcentuales entre los resultados presentados en ese entonces y los contenidos en este reporte

(r): Estos indicadores fueron preguntados en el cuestionario en dirección contraria, para fines de análisis de esta tabla deben de ser interpretados tal y como se escriben aquí

¹ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

² Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja fija/estable el último año (2007 N=319 2009 N=352).

³ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁴ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja femenina el último año (2007 N=232 2009 N=245).

⁵ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

⁶ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja fija/estable el último año (2007 N=319 2009 N=352).

⁷ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁸ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja femenina el último año (2007 N=232 2009 N=245).

⁹ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja masculina en los últimos 30 días (2007 N=422 2009 N=472). Existe una diferencia entre el uso consistente con “cualquier” tipo de pareja y con “todo” tipo de pareja, el primero identifica a aquellos que han sido consistentes con uno u otro tipo (el cual aparece en el reporte 2007), el segundo a aquellos que lo han sido con todos los compañeros (incluido en este reporte).

¹⁰ Existe una diferencia entre el uso consistente con “cualquier” tipo de pareja y con “todo” tipo de pareja, el primero identifica a aquellos que han sido consistentes con uno u otro tipo (el cual aparece en el reporte 2007), el segundo a aquellos que lo han sido con todos los compañeros (incluido en este reporte).

¹¹ Calculado entre aquellos HSH que participaron en actividades de PASMO, ya sean ejecutadas por PASMO o bien por otra ONG (2007 N=160 2009 N=338). Esta medición no es comparable a través del tiempo ya que, en 2007, se consideró sólo las actividades ejecutadas por PASMO y no por otras ONG amigas.

¹² Entre HSH que reportaron haber participado en actividades de PASMO (2007 N=160 2009 N=210).

¹³ En este reporte se ha filtrado entre aquellos HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual (2007 N=478 2009 N=532), por lo que pudiera existir una diferencia porcentual con el número presentado en el informe anterior.

¹⁴ Calculado entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho examen de VIH (2007 N=352 2009 N=395).

¹⁵ Medido entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho una prueba de VIH y recogido los resultados (2007 N=326 2009 N=389).

¹⁶ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

¹⁷ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

¹⁸ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja fija/estable el último año (2007 N=319 2009 N=352).

¹⁹ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

²⁰ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja femenina el último año (2007 N=232 2009 N=245).

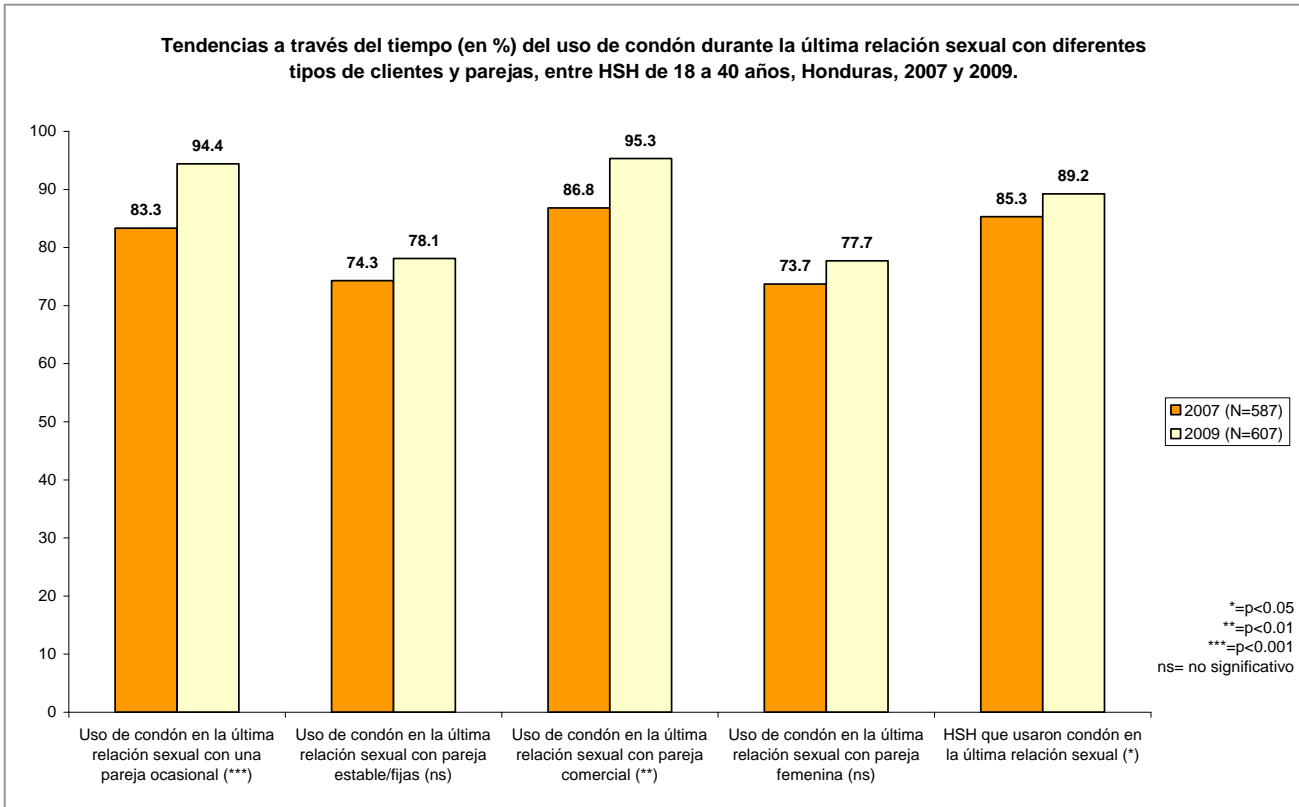
²¹ Para mejorar la precisión, se ha hecho otro tipo de análisis para este número en el 2009, por lo que pudieran existir diferencias con el reportado en el informe del 2007.

²² Medido entre aquellos que tuvieron una ITS, o sospecharon tenerla o sufrieron los síntomas en el último año (2007 N=47 2009 N=123). Para mejorar la precisión, en esta ocasión se han incluido aquellos que sufrieron los síntomas ya que también debieron de haber buscado ayuda médica, por lo que pudiera existir una diferencia con el número presentado en el informe anterior.

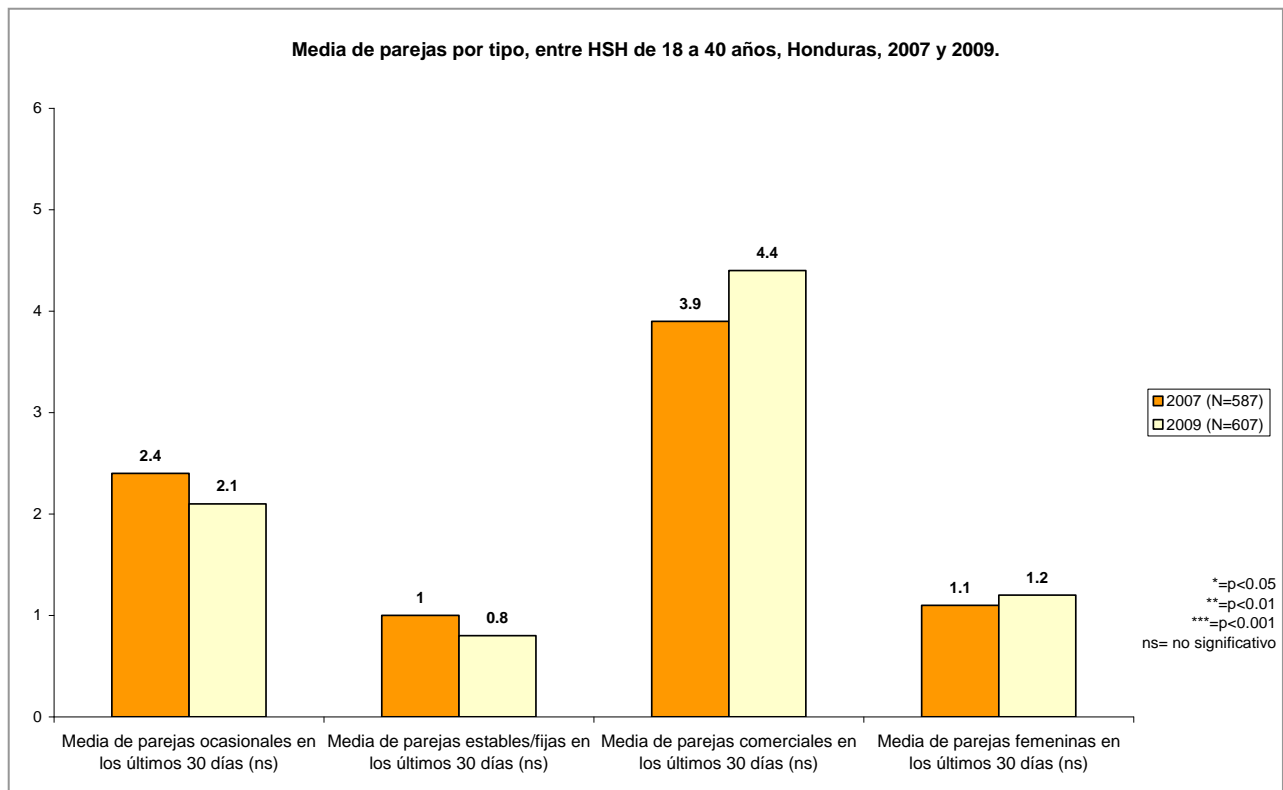
²³ Se solicitó que listaran todas las maneras que conocen para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron todas las opciones que se esperaban.

²⁴ Para el análisis de este indicador se usaron dos preguntas medidas con escalas: “Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón” y “Puede estar en riesgo de adquirir el SIDA si no utilizo el condón siempre”.

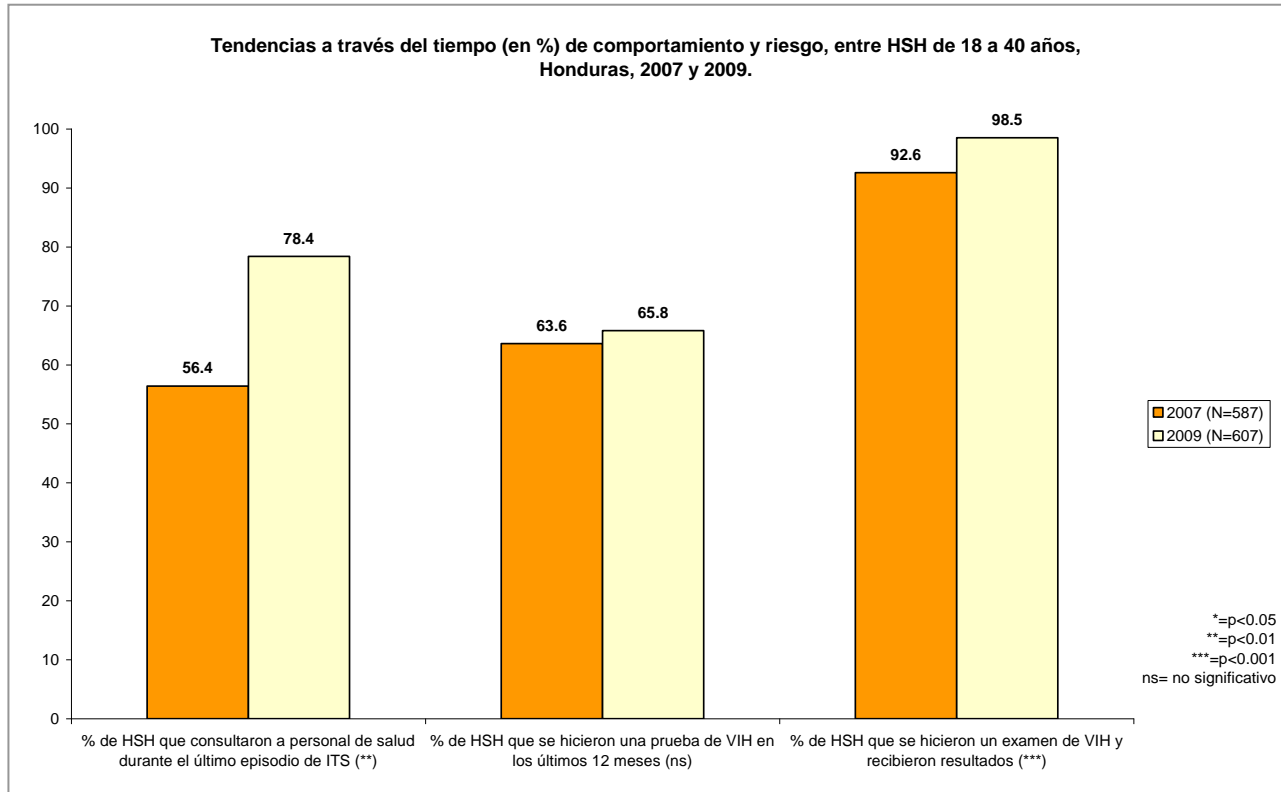
GRÁFICA DE MONITOREO 1:



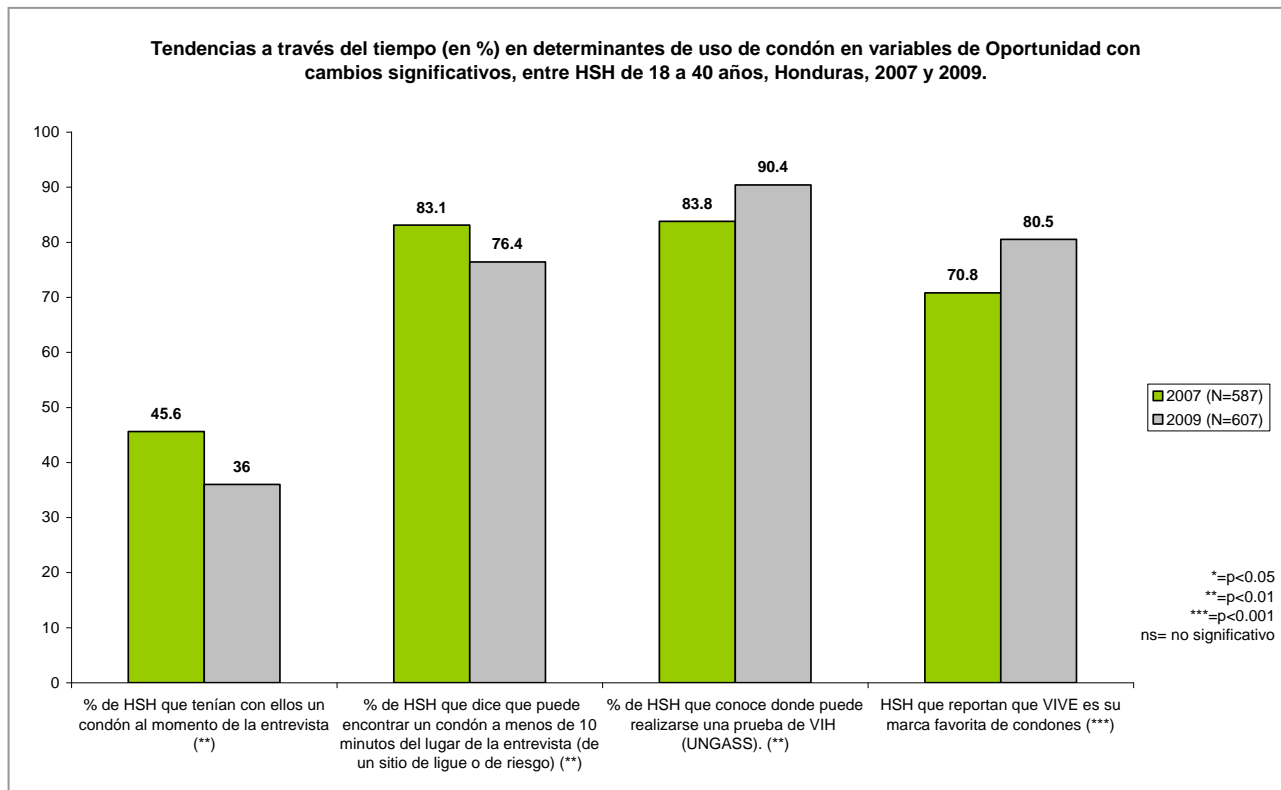
GRÁFICA DE MONITOREO 2:



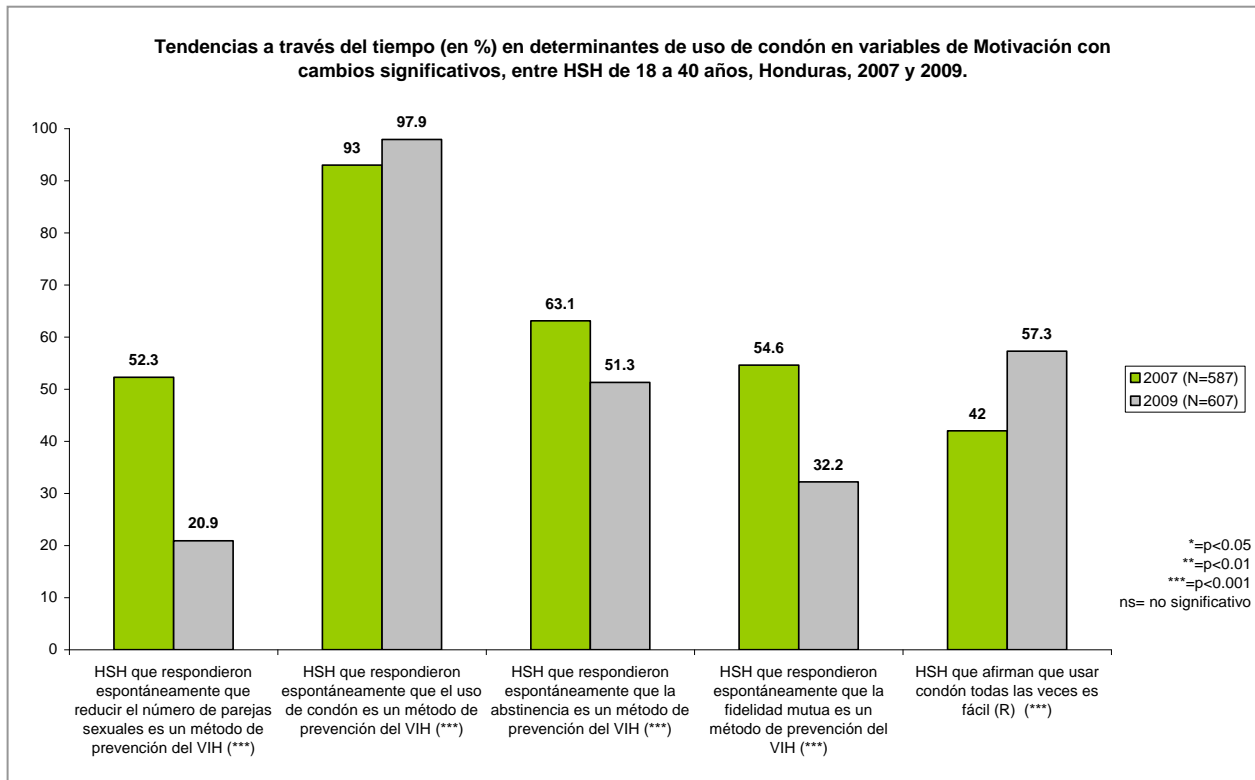
GRÁFICA DE MONITOREO 3:



GRÁFICA DE MONITOREO 4:



GRÁFICA DE MONITOREO 5:



GRÁFICA DE MONITOREO 6:

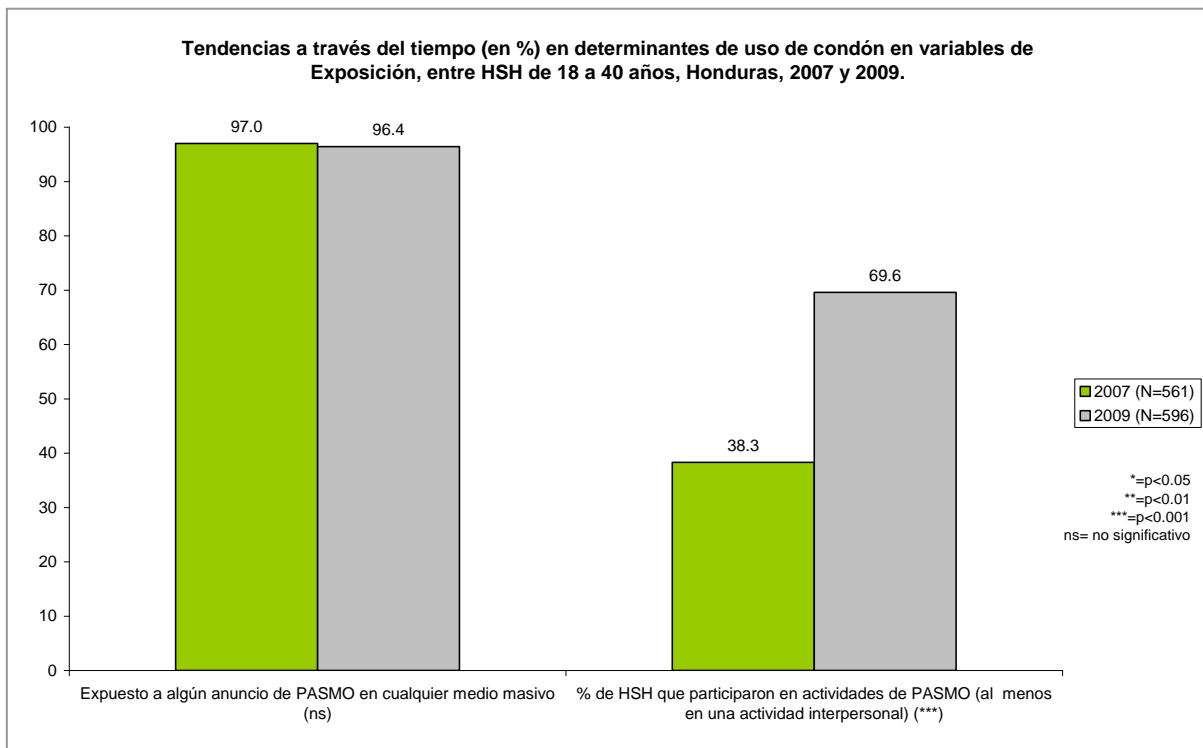


TABLA DE SEGMENTACIÓN 1:

Determinantes Oportunidad Habilidad y Motivación en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2009.

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Comportamiento: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja (femenina, ocasional, afectiva o comercial).

INDICADORES	Uso de condón en la última relación (N=598)		OR	Sig.
	Si (N=534) 89.3%	No (N=64) 10.7%		
HABILIDAD	media	Media		
<i>Autoeficacia</i>				
- No tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si ninguno de los dos tienen condones (p40a)	2.49	2.73	0.717	*
- Se siente seguro de la forma en que debe usarse un condón (p40d)	3.50	3.75	0.490	*
- Escala de Autoestima (ya revertida) ²⁵	2.59	2.80	0.460	**
MOTIVACION				
<i>Susceptibilidad</i>				
- Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no utiliza condón (p43f)	2.56	2.75	0.688	*
<i>Creencias</i>				
- Escala de Creencias sobre Confianza ²⁶	2.24	2.48	0.380	**
COMPORTAMIENTO	%	%		
- Ha usado algún tipo de drogas al menos una vez antes de tener sexo con alguna pareja masculina	11.7%	20.8%	.490	**
- Ha usado lubricante en el último mes	73.9%	48.5%	3.143	***
- Ha cobrado o recibido pago por sexo con un hombre en los últimos 12 meses	48.2%	34.6%	2.711	**
CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	%	%		
- Estado Civil (1 Casado/Unido, 0 Soltero)	17.4%	29.8%	.428	*
<i>Ciudad</i>				
- Cortés (1Cortés, 0 otras)	28.7%	25.2%	1.284	ns
- Choluteca (1Choluteca, 0 otras)	12.6%	11.6%	.998	ns
- Comayagua (1Comayagua, 0 otras)	11.4%	2.3%	4.330	ns
- Atlántida (1Atlántida, 0 otras)	8.6%	6.9%	1.392	ns
EXPOSICIÓN	%	%		
- Exposición a mensajes de TV, "Hombres de verdad"	45.5%	25.2%	2.976	**

*=p<0.05

**=p<0.01

***=p<0.001

ns= no significativo

^ Indicador de donante

Las escalas con las que se midieron los determinantes de OHM fueron de 1 a 4 (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo).

Omnibus χ^2 (df=14): 75.728, p=0.000;

R² (Cox Snell): 0.120

Hosmer-Lemeshow (df=8): 6.121, p=0.634;

(r): Estos indicadores fueron preguntados en el cuestionario en dirección contraria, para fines de análisis de esta tabla deben de ser interpretados tal y como se escriben aquí.

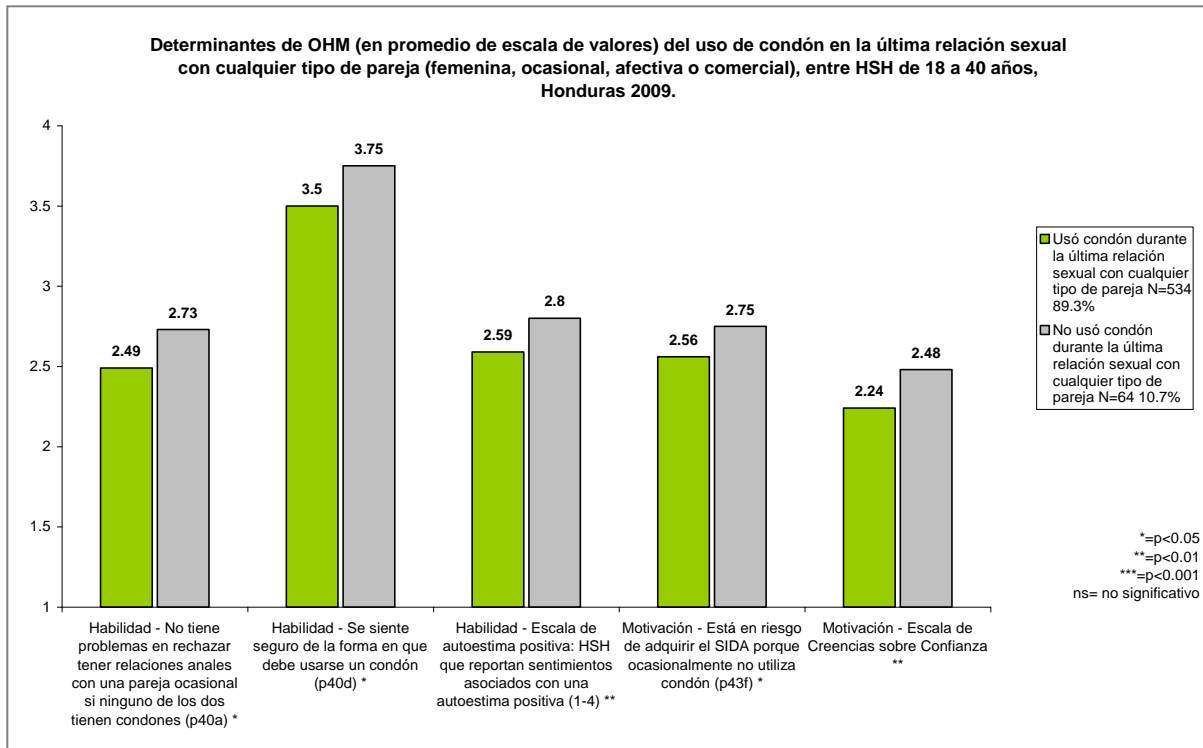
²⁵ *Escala de Auto-estima:*

- **P41C** CR(RECODED). No siente que es un fracaso (media=2.94)
- **P41E** ER(RECODED). Siente que tiene mucho de lo cual estar orgulloso (media=2.51)
- **P41H** HR(RECODED). A veces siente que es lo suficientemente bueno (media=2.39)

²⁶ *Escala de Creencias sobre Confianza*

- **P45A** Si realmente amas a alguien no es necesario usar condón (media=2.31)
- **P45B** Parejas confiables no te infectarán con el VIH (media=2.23)
- **P45C** Los condones son únicamente para usar con parejas no confiables (media=2.23)
- **P45D** Si una pareja me dice que no tiene VIH creo en su palabra (media=1.98)
- **P45E** Se puede reconocer por la apariencia a una persona infectada con el VIH (media=2.33)
- **P45F** Teme a que su pareja le rechace si le propone que usen condones (media=2.44)
- **P45G** Es incomodo usar condón con parejas que le hacen sentir amado y único (media=2.50)
- **P45H** Los condones tienen agujeros que permiten que el VIH pase a través de ellos (media=2.10)

GRÁFICA DE SEGMENTACIÓN 1: VALORES PROMEDIO CLAVE



GRÁFICA DE SEGMENTACIÓN 2: VALORES PROMEDIO CLAVE

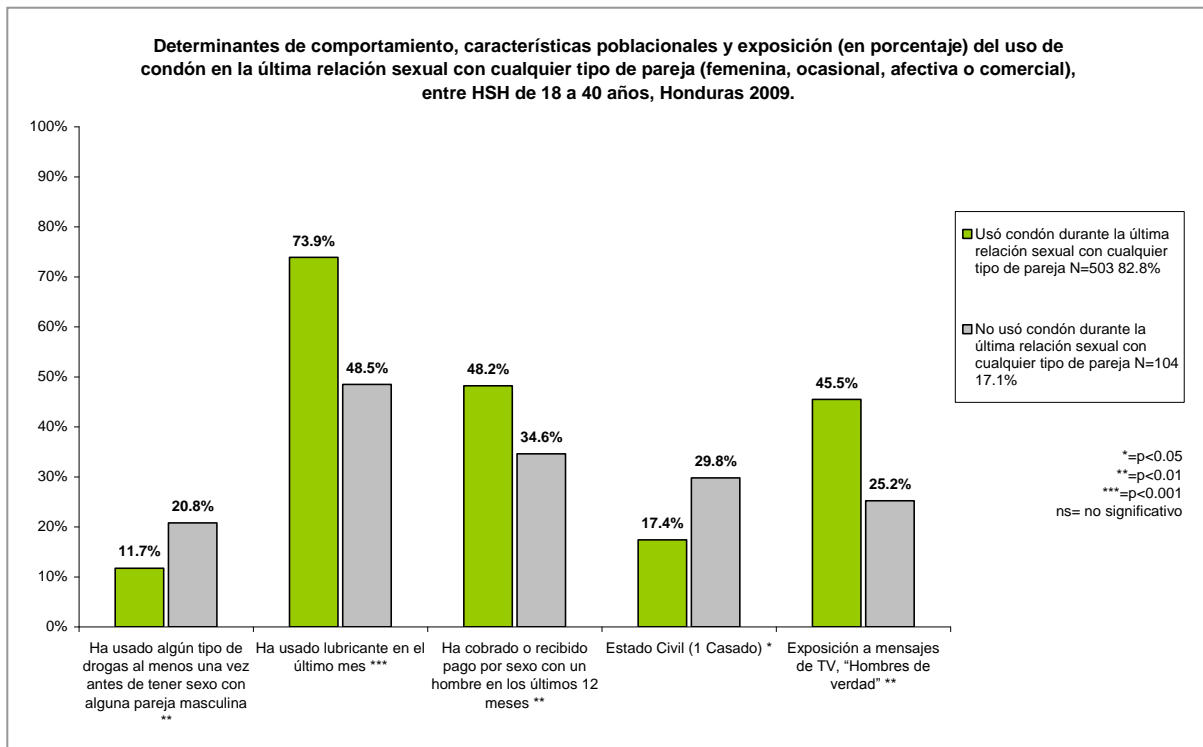


TABLA DE SEGMENTACIÓN 2:

Determinantes Oportunidad Habilidad y Motivación en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2009.

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Comportamiento: Uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADORES	Uso Consistente del condón en último mes (N=474)		OR	Sig.
	Si (N=387) 81.6%	No (N=87) 18.4%		
OPORTUNIDAD	Media	Media		
<i>Disponibilidad</i>				
- Escala de Disponibilidad ¹	3.28	3.13	1.947	*
MOTIVACION	Media	Media		
<i>Expectativa de Resultados</i>				
- Reducir a uno el numero de parejas ocasionales reduce el riesgo de contraer VIH (p42e)	3.17	3.35	0.694	*
<i>Actitudes</i>				
- Usar condones todas las veces es fácil para usted (r)	2.62	2.32	1.352	*
CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES				
<i>Ciudad</i>	%	%		
- Cortés (1Cortés, 0 otras)	27.7%	30.8%	.830	ns
- Choluteca (1Choluteca, 0 otras)	16.1%	8.9%	1.953	ns
- Comayagua (1Comayagua, 0 otras)	12.3%	5.3%	3.034	*
- Atlántida (1Atlántida, 0 otras)	9.6%	6.8%	1.499	ns

*=p<0.05

**=p<0.01

***=p<0.001

ns= no significativo

^ Indicador de donante

Las escalas con las que se midieron los determinantes de OHM fueron de 1 a 4 (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo).

Omnibus χ^2 (df=14): 88.154, p=0.000

R² (Cox Snell): 0.169

Hosmer-Lemeshow (df=8): 7.816, p=0.452

(r): Estos indicadores fueron preguntados en el cuestionario en dirección contraria, para fines de análisis de esta tabla deben de ser interpretados tal y como se escriben aquí

¹ Escala sobre disponibilidad:

- **P36A** Es fácil obtener condones cerca del sitio donde usualmente consigue pareja. (media=3.19).
- **P36B** Siempre puede encontrar un condón cuando necesita uno (media=3.23).
- **P36C** Encontrar un lugar donde vendan condones es fácil (media=3.27)
- **P36D** Es fácil para usted tener siempre a la mano un condón (media=3.32)
- **P36E** Cuando quiere encontrar un condón lo encuentra en menos de 10 minutos (media=3.07)

GRÁFICA DE SEGMENTACIÓN 3: VALORES PROMEDIO CLAVE

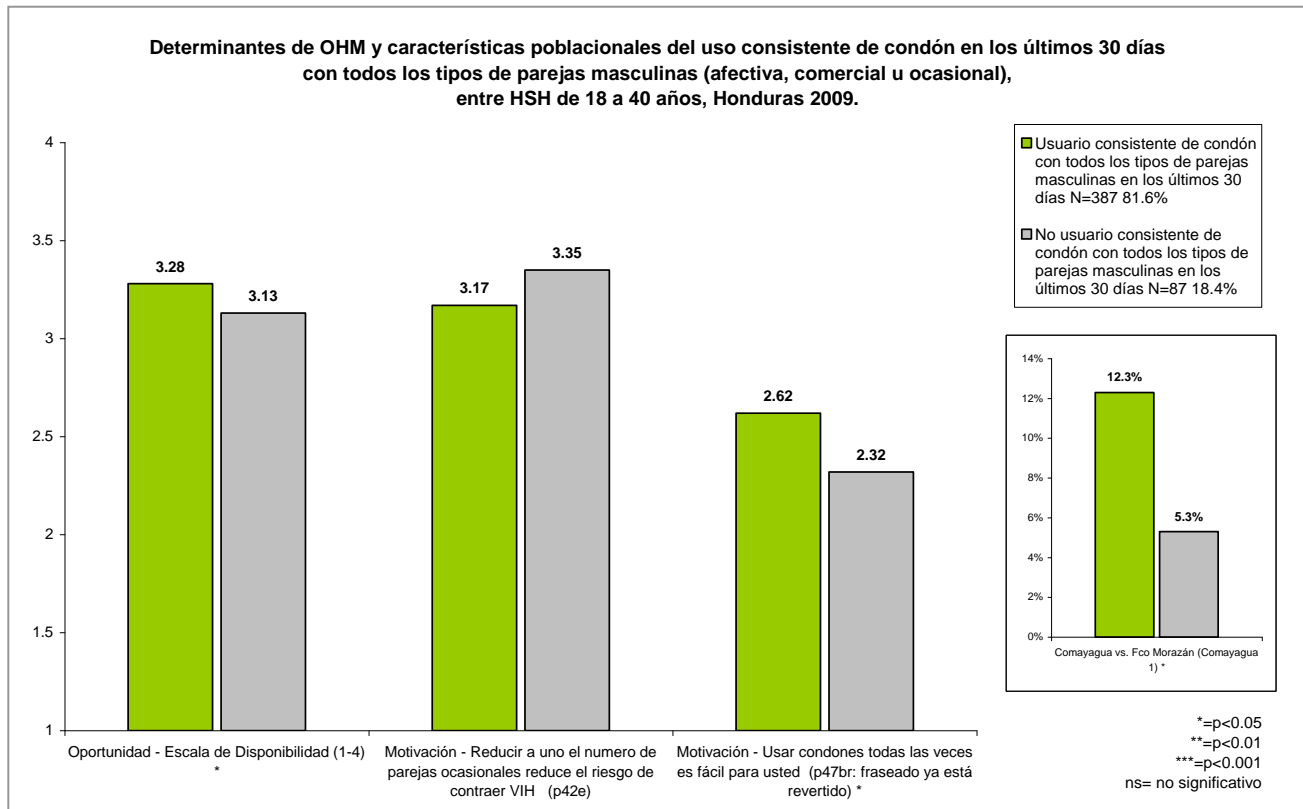


TABLA DE EVALUACIÓN 1:

Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO respecto al uso de condón y demás comportamientos que presentan cambios significativos en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Comportamiento: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja (femenina, ocasional, afectiva o comercial) y uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADORES	2007 no expo. N=350 30.2%	EXPOSICIÓN A ACTIVIDADES DE PASMO ¹				Sig.
		2009 no expo. N=177 15.3%	2007 con expo. N=211 18.2%	2009 expo baja ² N=174 15.0%	2009 expo alta ³ N=247 21.3%	
COMPORTAMIENTO/USO						
<i>Uso del condón en la última relación sexual</i>	%	%	%	%	%	
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁴	83.0 ^a	91.5 ^b	81.9 ^a	97.0 ^b	96.4 ^b	***
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ⁵	86.7 ^a	92.7 ^{ab}	89.7 ^{ab}	96.5 ^b	94.5 ^b	**
- ^Uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja	85.2 ^a	89.2 ^a	84.3 ^a	88.5 ^{ab}	90.7 ^b	*
<i>Portación de condones</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	45.1 ^a	35.7 ^b	47.1 ^a	30.8 ^b	39.1 ^{ab}	**
<i>Prueba de VIH</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que se hicieron una prueba de VIH en el último año y recibieron resultados ⁶	92.0 ^a	100.0 ^b	92.6 ^a	95.6 ^{ab}	99.3 ^b	***
<i>Infecciones de transmisión sexual (ITS)</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que asistieron a un centro de salud, hospital o clínica durante su último episodio de ITS ⁷	54.2 ^a	81.1 ^b	65.3 ^{ab}	69.0 ^{ab}	80.9 ^b	**
OPORTUNIDAD						
Incrementar la oportunidad para adoptar una conducta sexual más segura						
<i>Disponibilidad de condones</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que afirman poder encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (un sitio de "ligue" o "riesgo")	83.8 ^a	73.1 ^c	80.2 ^{abc}	74.8 ^{bc}	81.7 ^a	**
- ^HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH .	79.6 ^a	89.8 ^b	89.5 ^b	91.1 ^b	91.5 ^b	**
<i>Atracción de la Marca</i>						
- ^HSH que reportan que VIVE es su marca favorita de condones	67.7 ^a	72.1 ^a	74.1 ^a	83.8 ^b	85.8 ^b	***
HABILIDAD						
Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura						
<i>Conocimiento de los métodos para prevenir el contagio sexual del VIH</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que saben que reducir el número de parejas, el uso de condón, la abstinencia y la fidelidad mutua son métodos de prevención del VIH ⁸	0.3 ^a	6.6 ^b	0.0 ^a	10.3 ^{bc}	11.1 ^c	***

INDICADORES	2007 no expo. N=350 30.2%	EXPOSICIÓN A ACTIVIDADES DE PASMO ¹				Sig.
		2009 no expo. N=177 15.3%	2007 con expo. N=211 18.2%	2009 expo baja ² N=174 15.0%	2009 expo alta ³ N=247 21.3%	
- ^HSH que respondieron espontáneamente que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH	55.8 ^a	16.8 ^b	51.0 ^a	15.8 ^b	23.7 ^b	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que el uso de condón es un método de prevención del VIH	91.9 ^a	98.2 ^{bc}	94.0 ^{ab}	98.2 ^{bc}	98.1 ^c	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la abstinencia es un método de prevención del VIH	66.9 ^a	52.2 ^{bc}	60.2 ^{ac}	46.5 ^b	51.3 ^{bc}	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la fidelidad mutua es un método de prevención del VIH	57.4 ^a	28.0 ^b	58.6 ^a	25.4 ^b	32.4 ^b	***
MOTIVACIÓN Incrementar la motivación para adoptar una conducta sexual más segura						
<i>Actitudes respecto al uso de condón</i>	%	%	%	%	%	
- ^HSH que afirman que usar condón todas las veces es fácil (r)	2.35 ^a	2.57 ^b	2.47 ^{ab}	2.51 ^{ab}	2.54 ^b	***

*=p<0.05 **=p<0.01 ***=p<0.001 ns= no significativo ^ Indicador de donante
Las escalas con las que se midieron los determinantes de OHM fueron de 1 a 4 (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo).

Los items con las mismas letras no son significativamente diferentes uno del otro.

Los porcentajes o medias ajustadas se obtuvieron al controlar por las siguientes variables sociodemográficas ambas encuestas (2007 y 2009): edad, nivel de educación, identidad sexual (homosexual o transgénero versus heterosexual o bisexual), religiosidad, estado civil, número de dependientes, intensidad de exposición a anuncios en medios masivos de PASMO y ciudad. Esta última fue la variable de diseño del estudio.

¹ Las diferentes actividades a las que podrían haber sido expuestas eran: “el reto”, “1 2 3 saludable”, “conversando con un educador”, “Espacio P”, “Viviendo la vida”.

² Se clasificó como baja exposición a aquellos HSH que afirmaron haber participado en alguna actividad de PASMO y que mencionaron de 0 a 1 actividades en las que participaron.

³ Se clasificó como alta exposición a aquellos HSH que afirmaron haber participado en alguna actividad de PASMO y que mencionaron dos o más actividades en las que participaron.

⁴ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

⁵ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁶ Calculado entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho examen de VIH (2007 N=352 2009 N=395).

⁷ Medido entre aquellos que tuvieron una ITS, o sospecharon tenerla o sufrieron los síntomas en el último año (2007 N=47 2009 N=123).

⁸ Se solicitó que listaran todas las maneras que conocen para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron todas las opciones que se esperaban.

GRAFICA DE EVALUACIÓN 1:

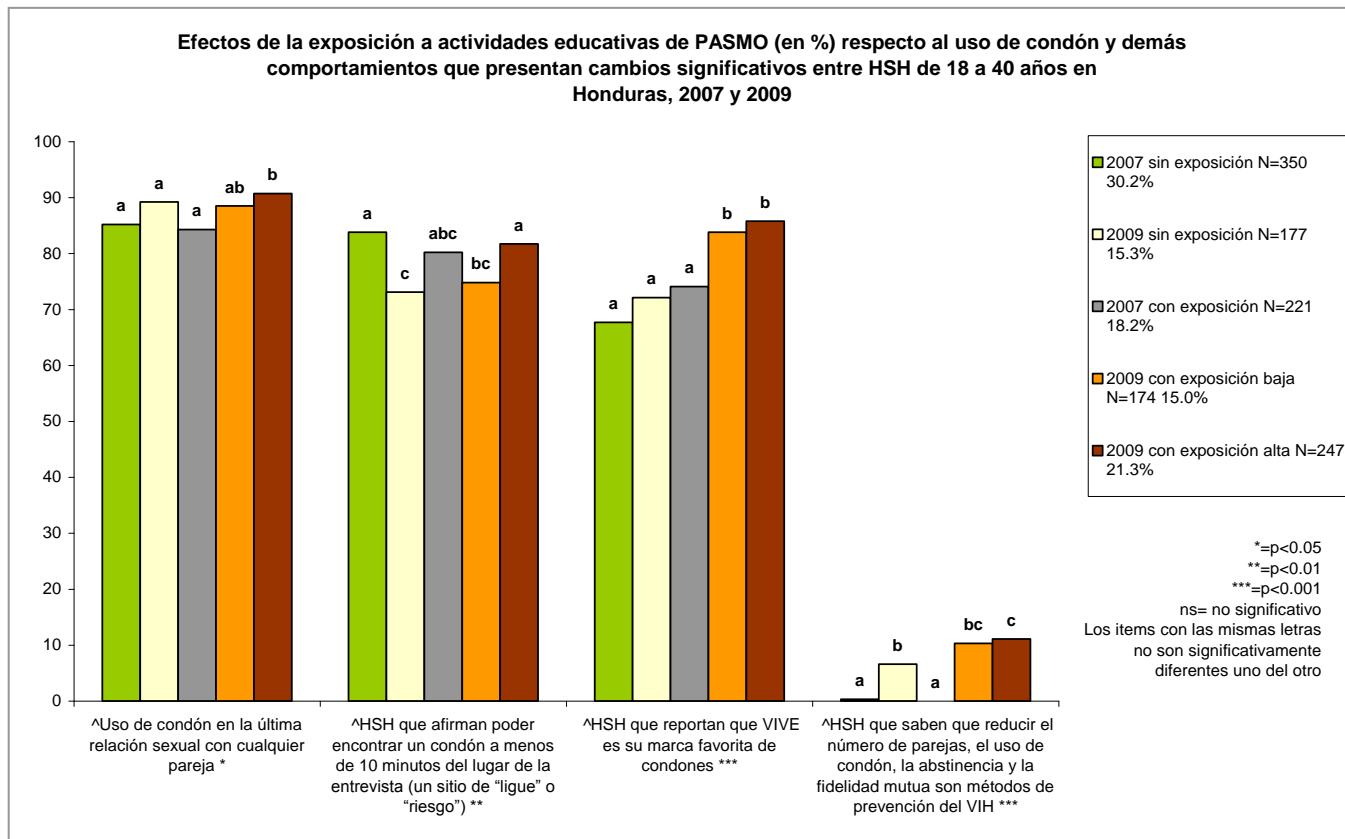


TABLA DE EVALUACIÓN 2:

Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO respecto al uso de condón y demás comportamientos que presentan cambios significativos en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Comportamiento: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja (femenina, ocasional, afectiva o comercial) y uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADORES	2007 no expo. N=17 1.5%	EXPOSICIÓN A ANUNCIOS DE PASMO ¹					Sig.
		2009 no expo. N=21 1.8%	2007 con expo. N=544 46.9%	2009 expo. baja ² N=176 15.2%	2009 expo media ³ N=250 21.6%	2009 expo alta ⁴ N=151 13.0%	
COMPORTAMIENTO/USO							
<i>Uso del condón en la última relación sexual</i>	%	%	%	%	%	%	
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁵	67,5 ^a	93,8 ^{bc}	83,7 ^{ab}	92,2 ^c	95,3 ^c	95,4 ^c	***
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ⁶	100,0 ^{ab}	100,0 ^{ab}	86,3 ^b	92,3 ^{ab}	95,4 ^a	96,8 ^a	**
- ^Uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja	71,4 ^a	86,2 ^a	85,7 ^{ab}	87,0 ^a	90,8 ^c	89,4 ^{bc}	*
<i>Portación de condones</i>							
- ^HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	58,6 ^a	17,7 ^b	45,2 ^a	35,6 ^a	36,6 ^a	37,6 ^{ab}	**
<i>Prueba de VIH</i>							
- ^HSH que se hicieron una prueba de VIH en el último año y recibieron resultados ⁷	86,4 ^{ab}	85,2 ^{ab}	92,7 ^a	98,7 ^b	99,9 ^b	97,1 ^b	***
<i>Infecciones de transmisión sexual (ITS)</i>	%	%	%	%	%	%	
- ^HSH que asistieron a un centro de salud, hospital o clínica durante su último episodio de ITS ⁸	NO DATA	83,0 ^{ab}	57,5 ^a	75,8 ^{ab}	81,9 ^b	75,2 ^{ab}	**
OPORTUNIDAD							
Incrementar la oportunidad para adoptar una conducta sexual más segura							
<i>Disponibilidad de condones</i>	%	%	%	%	%	%	
- ^HSH que afirman poder encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (un sitio de "ligue" o "riesgo")	3.15 ^a	3.02 ^a	3.12 ^a	3.02 ^a	3.05 ^a	3.18 ^a	**
- ^HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH .	87.2 ^{ab}	85.8 ^{ab}	83.8 ^a	88.5 ^{ab}	91.3 ^b	91.3 ^b	**
<i>Atracción de la Marca</i>							
- ^HSH que reportan que VIVE es su marca favorita de condones	55.5 ^a	58.8 ^a	71.5 ^a	78.7 ^b	82.4 ^b	81.8 ^b	***
HABILIDAD							
Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura							
<i>Conocimiento de los métodos para prevenir el contagio sexual del VIH</i>	%	%	%	%	%	%	

INDICADORES	2007 no expo. N=17 1.5%	EXPOSICIÓN A ANUNCIOS DE PASMO ¹					Sig.
		2009 no expo. N=21 1.8%	2007 con expo. N=544 46.9%	2009 expo. baja ² N=176 15.2%	2009 expo media ³ N=250 21.6%	2009 expo alta ⁴ N=151 13.0%	
- ^HSH que saben que reducir el número de parejas, el uso de condón, la abstinencia y la fidelidad mutua son métodos de prevención del VIH ⁹	1.2 ^{abc}	14.8 ^c	0.0 ^b	10.9 ^{ac}	9.7 ^{ac}	7.7 ^{ac}	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH	61.6 ^a	20.9 ^b	52.0 ^a	20.0 ^b	21.4 ^b	21.2 ^b	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que el uso de condón es un método de prevención del VIH	88.2 ^{ab}	100 ^{ab}	93.2 ^b	97.7 ^a	97.6 ^a	98.2 ^a	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la abstinencia es un método de prevención del VIH	84.4 ^a	61.4 ^{ab}	62.4 ^a	49.0 ^b	49.7 ^b	55.5 ^{ab}	***
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la fidelidad mutua es un método de prevención del VIH	70.1 ^a	26.8 ^b	54.1 ^a	31.6 ^b	33.1 ^b	32.1 ^b	***
MOTIVACIÓN							
Incrementar la motivación para adoptar una conducta sexual más segura							
<i>Actitudes respecto al uso de condón</i>	%	%	%	%	%		
- ^HSH que afirman que usar condón todas las veces es fácil (r)	2.29 ^{ab}	2.20 ^{ab}	2.39 ^b	2.53 ^{ab}	2.55 ^a	2.62 ^a	***

*=p<0.05

**=p<0.01

***=p<0.001

ns= no significativo

^ Indicador de donante

Las escalas con las que se midieron los determinantes de OHM fueron de 1 a 4 (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo).

Los ítems con las mismas letras no son significativamente diferentes uno del otro.

Los porcentajes o medias ajustadas se obtuvieron al controlar por las siguientes variables sociodemográficas ambas encuestas (2007 y 2009): edad, nivel de educación, identidad sexual (homosexual o transgénero versus heterosexual o bisexual), religiosidad, estado civil, número de dependientes, intensidad de exposición a actividades de PASMO y ciudad. Esta última fue la variable de diseño del estudio. Esta última fue la variable de diseño del estudio.

¹ Los diferentes tipos de anuncios en medios masivos que podrían haber recordado eran en el 2007: 3 versiones de televisión (cine, cable, televisión local), 3 versiones de anuncios impresos (prensa, revistas, vallas) y 6 comerciales de radio, para un total de 12. En el 2009: 5 versiones de televisión, 2 versiones impresas y 3 de radio, para un total de 10.

² Se clasificó como baja exposición a aquellos HSH que recordaron haber visto de 1 a 3 diferentes mensajes de PASMO en medios masivos.

³ Se clasificó como media exposición a aquellos HSH que recordaron haber visto de 4 a 6 diferentes mensajes de PASMO en medios masivos

⁴ Se clasificó como alta exposición a aquellas HSH recordaron haber visto 7 o más diferentes mensajes de PASMO en medios masivos

⁵ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

⁶ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁷ Calculado entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho examen de VIH (2007 N=352 2009 N=395).

⁸ Medido entre aquellos que tuvieron una ITS, o sospecharon tenerla o sufrieron los síntomas en el último año (2007 N=47 2009 N=123).

⁹ Se solicitó que listaran todas las maneras que conocen para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron todas las opciones que se esperaban.

GRAFICA DE EVALUACIÓN 2:

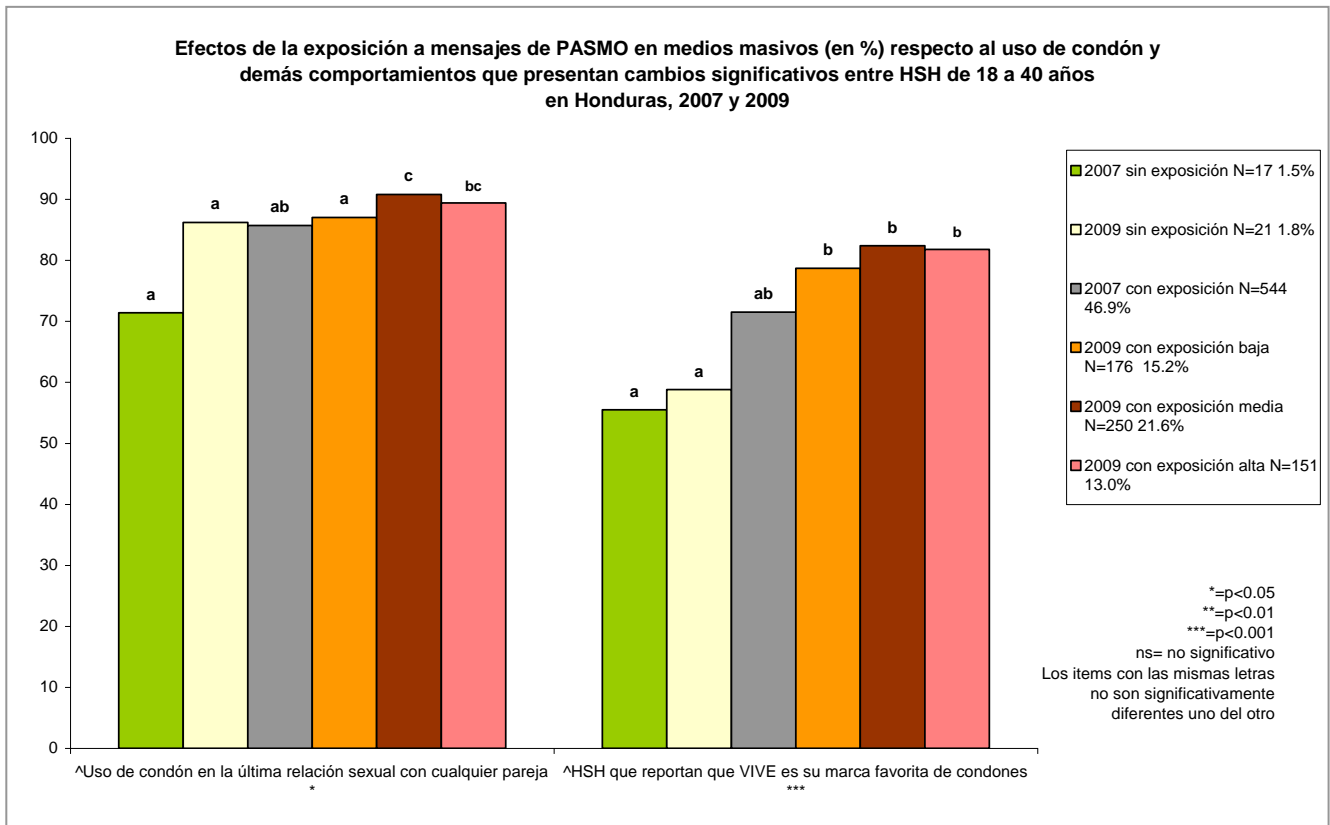


TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 1: INTERPRETACIÓN DEL TABLERO DE INSTRUMENTOS

Programa: Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Resultados: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja (femenina, ocasional, estable/fija o comercial) y uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADORES	Cambio a través del tiempo (Tendencia de Monitoreo) ¹	Asociación con la exposición al programa (Tendencia de Evaluación) ²	Efecto programático ³
COMPORTAMIENTO/USO			
<i>Uso del condón en la última relación sexual</i>			
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁴	+	ns	sin impacto
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ⁵	+	ns	sin impacto
- ^Uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja	+	+	Positivo
<i>Portación de condones</i>			
- ^HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	-	ns	sin impacto
<i>Prueba de VIH</i>			
- ^HSH que se hicieron una prueba de VIH en el último año y recibieron resultados ⁶	+	ns	sin impacto
<i>Infecciones de transmisión sexual (ITS)</i>			
- ^HSH que asistieron a un centro de salud, hospital o clínica durante su último episodio de ITS ⁷	+	ns	sin impacto
OPORTUNIDAD			
Incrementar la oportunidad para adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Disponibilidad de condones</i>			
- ^HSH que afirman poder encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (un sitio de "ligue" o "riesgo")	-	+	positivo (mitigación)
- ^HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH .	+	ns	sin impacto
<i>Atracción de la Marca</i>			
- ^HSH que reportan que VIVE es su marca favorita de condones	+	+	positivo
HABILIDAD			
Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Conocimiento de los métodos para prevenir el contagio sexual del VIH</i>			
- ^HSH que saben que reducir el número de parejas, el uso de condón, la abstinencia y la fidelidad mutua son métodos de prevención del VIH ⁸	+	+	positivo

INDICADORES	Cambio a través del tiempo (Tendencia de Monitoreo) ¹	Asociación con la exposición al programa (Tendencia de Evaluación) ²	Efecto programático ³
- ^HSH que respondieron espontáneamente que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que el uso de condón es un método de prevención del VIH	+	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la abstinencia es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la fidelidad mutua es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
MOTIVACIÓN Incrementar la motivación para adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Actitudes respecto al uso del condón y la asistencia médica en caso de ITS</i>			
- ^HSH que afirman que usar condón todas las veces es fácil (r)	+	ns	sin impacto

¹ Tendencia de monitoreo: significancia del cambio entre el estudio de línea base y el de seguimiento

² Tendencia de evaluación: significatividad del cambio entre las categorías de seguimiento sin exposición y las de seguimiento con exposición alta

+ = una tendencia positiva

- = una tendencia negativa

ns = no significativa

³ Los efectos programáticos fueron clasificados como positivos, negativos, o sin impacto

⁴ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

⁵ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁶ Calculado entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho examen de VIH (2007 N=352 2009 N=395).

⁷ Medido entre aquellos que tuvieron una ITS, o sospecharon tenerla o sufrieron los síntomas en el último año (2007 N=47 2009 N=123).

⁸ Se solicitó que listaran todas las maneras que conocen para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron todas las opciones que se esperaban.

TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 2: INTERPRETACIÓN DEL TABLERO DE INSTRUMENTOS

Programa: Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años

Resultados: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja (femenina, ocasional, estable/fija o comercial) y uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADORES	Cambio a través del tiempo (Tendencia de Monitoreo) ¹	Asociación con la exposición al programa (Tendencia de Evaluación) ²	Efecto programático ³
COMPORTAMIENTO/USO			
<i>Uso del condón en la última relación sexual</i>			
- ^Uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁴	+	ns	sin impacto
- Uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ⁵	+	ns	sin impacto
- ^Uso de condón en la última relación sexual con cualquier pareja	+	+	positivo
<i>Portación de condones</i>			
- ^HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	-	ns	sin impacto
<i>Prueba de VIH</i>			
- ^HSH que se hicieron una prueba de VIH en el último año y recibieron resultados ⁶	+	ns	sin impacto
<i>Infecciones de transmisión sexual (ITS)</i>			
- ^HSH que asistieron a un centro de salud, hospital o clínica durante su último episodio de ITS ⁷	+	ns	sin impacto
OPORTUNIDAD			
Incrementar la oportunidad para adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Disponibilidad de condones</i>			
- ^HSH que afirman poder encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (un sitio de "ligue" o "riesgo")	-	ns	sin impacto
- ^HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH .	+	ns	sin impacto
<i>Atracción de la Marca</i>			
- ^HSH que reportan que VIVE es su marca favorita de condones	+	+	positivo
HABILIDAD			
Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Conocimiento de los métodos para prevenir el contagio sexual del VIH</i>			

INDICADORES	Cambio a través del tiempo (Tendencia de Monitoreo) ¹	Asociación con la exposición al programa (Tendencia de Evaluación) ²	Efecto programático ³
- ^HSH que saben que reducir el número de parejas, el uso de condón, la abstinencia y la fidelidad mutua son métodos de prevención del VIH ⁸	+	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que el uso de condón es un método de prevención del VIH	+	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la abstinencia es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
- ^HSH que respondieron espontáneamente que la fidelidad mutua es un método de prevención del VIH	-	ns	sin impacto
MOTIVACIÓN Incrementar la motivación para adoptar una conducta sexual más segura			
<i>Actitudes respecto al uso del condón y la asistencia médica en caso de ITS</i>			
- ^HSH que afirman que usar condón todas las veces es fácil (r)	+	ns	sin impacto

¹ Tendencia de monitoreo: significancia del cambio entre el estudio de línea base y el de seguimiento

² Tendencia de evaluación: significatividad del cambio entre las categorías de seguimiento sin exposición y las de seguimiento con exposición alta

+ = una tendencia positiva

- = una tendencia negativa

ns = no significativa

³ Los efectos programáticos fueron clasificados como positivos, negativos, o sin impacto

⁴ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja ocasional el último año (2007 N=400 2009 N=451).

⁵ Medido entre aquellos HSH con al menos una pareja comercial el último año (2007 N=182 2009 N=275).

⁶ Calculado entre aquellos HSH que reportaron haberse hecho examen de VIH (2007 N=352 2009 N=395).

⁷ Medido entre aquellos que tuvieron una ITS, o sospecharon tenerla o sufrieron los síntomas en el último año (2007 N=47 2009 N=123).

⁸ Se solicitó que listaran todas las maneras que conocen para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron todas las opciones que se esperaban.

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras, 2007 y 2009.

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	Sep 2007 (N=561)	Ago 2009 (N=596)
<i>Ciudad (variable de diseño)</i>	%	%
- Francisco Morazán	37.1	40.3
- Cortés	30.5	28.1
- Choluteca	12.3	12.7
- Comayagua	9.4	10.5
- Atlántida	10.7	8.4
<i>Identidad Sexual</i>	%	%
- Gay/Homosexual	42.4	40.1
- Bisexual	42.1	38.6
- Heterosexual	7.0	9.4
- Travesti/Transgénero	8.6	11.9
<i>Edad</i>	%	%
- 18 a 23 años	62.9	58.5
- 24 a 29 años	24.2	27.4
- 30 a 34 años	7.3	9.9
- 35 a 40 años	5.5	4.2
- Media de edad	<i>Media</i> 23.1	<i>Media</i> 23.5
<i>Nivel de educación</i>	%	%
- Sin estudios	0.2	1.2
- Primaria incompleta	3.4	4.5
- Primaria completa	13.9	14.4
- Secundaria incompleta	37.3	33.3
- Secundaria completa	19.8	21.4
- Diversificado/Bachillerato incompleto	0.5	0.7
- Diversificado/Bachillerato completo	0.0	0.7
- Universidad incompleta	20.5	18.4
- Universidad completa	4.5	5.0
- Estudios de post grado o más	0.0	0.5
<i>Estado Civil</i>	%	%
- Soltero	85.7	81.3
- Unión Libre/Casado	12.8	15.4
- Separado	0.2	3.0
- Divorciado	1.1	0.2
<i>Qué tan religioso se considera</i>	%	%
- Nada religioso	22.8	24.1
- Algo religioso	60.1	61.9
- Muy religioso	17.1	14.0
<i>Ingreso mensual personal 2007 (en LEMPIRAS)</i>	%	
- Menos de L4000	31.6	
- L4000 a menos de L6000	25.3	
- L6000 a menos de L8000	12.8	

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	Sep 2007 (N=561)	Ago 2009 (N=596)
- L8000 a menos de L10mil	4.5	
- L10mil a menos de L12 mil	2.7	
- L12 mil a menos de L15 mil	0.7	
- L15 mil a menos de L20 mil	1.8	
- L20 mil a menos de L40 mil	1.1	
- L40 mil y mas	0.5	
- No sabe/no responde	19.1	
<i>Ingreso mensual personal 2009 (en LEMPIRAS)</i>		%
- Menos de L3800 (\$200.00)		20.6
- De L3819 a L95000 (\$201 a \$500)		43.1
- De L9519 a L15200 (\$501 a \$800)		11.5
- De L15219 a L20900 (\$801 a \$1,100)		2.8
- De L20919 a ¢\$26600 (\$1,101 a 1,400)		0.5
- De L26619 a más (\$1,401 a más)		0.8
- No sabe/no responde		20.6
<i>Cantidad de hijos que tiene</i>	%	%
- Sin hijos	87.0	83.8
- 1 hijo	8.4	11.2
- 2 hijos	2.7	3.7
- 3 hijos o más	2.0	1.3
- Media de hijos	<i>Media</i> 0.21	<i>Media</i> 0.23
<i>Ha recibido pago por tener relaciones sexuales con un hombre en el último año</i>	%	%
- Si	33.0	46.7
<i>Número de personas que dependen de su ingreso</i>	%	%
- Nadie	59.0	52.7
- 1 a 2 personas	26.2	32.3
- 3 a 4 personas	11.2	11.2
- 5 a 6 personas	3.0	3.2
- 7 personas o más	0.5	0.7
<i>En cuántos tipos de actividades de PASMO ha participado (0-5)</i>	%	%
- Ninguna	63.1	43.3
- 1 actividad	5.5	15.4
- 2 diferentes actividades	6.6	11.0
- 3 diferentes actividades	7.3	13.0
- 4 diferentes actividades	5.7	8.9
- 5 diferentes actividades	11.8	8.4
<i>Cuántos diferentes tipos de anuncios en medios masivos de PASMO recuerda</i>	%	%
- Ninguno	3.0	3.5
- 1 tipo o versión de anuncio	2.0	7.9
- 2 tipos o versiones de anuncios	6.2	8.9
- 3 tipos o versiones de anuncios	4.6	12.7
- 4 tipos o versiones de anuncios	4.8	16.6
- 5 tipos o versiones de anuncios	8.7	15.2
- 6 tipos o versiones de anuncios	8.2	10.0
- 7 tipos o versiones de anuncios o más	62.4	25.3

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Grupo de riesgo: Hombres que tienen sexo con hombres (HSH), entre 18 y 40 años en Francisco Morazán, Cortés, Comayagua, Choluteca y Atlántida. Honduras 2009.

Variables Compuestas	2009 (N=596) Alfa de Cronbach
OPORTUNIDAD	
<i>Disponibilidad positiva: Escala de HSH que piensan que los condones están disponibles en los lugares y en los momentos en que se necesitan (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Es fácil obtener condones cerca del sitio donde usualmente consigue pareja	.751
2. Siempre puede encontrar un condón cuando necesita uno	
3. Encontrar un lugar donde vendan condones es fácil	
4. Es fácil para usted tener siempre a la mano un condón	
5. Cuando quiere encontrar un condón lo encuentra en menos de 10 minutos	
<i>Atributos de marca positivos: Escala de HSH que piensan que los condones VIVE tienen atributos de marca positivos (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Los condones VIVE son una marca que refleja buena calidad	.851
2. Los condones VIVE son cómodos de usar	
3. Los condones VIVE tienen buena lubricación	
4. Los condones VIVE me producen incomodidad (irritación, alergia)	
<i>Normas Sociales – Orgullo Masculinidad: Escala de HSH que están de acuerdo con las afirmaciones en cuanto a orgullo. (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Los hombres se sienten orgullosos de tener varias parejas sexuales	.723
2. Los hombres no pueden controlar sus impulsos sexuales	
3. Los hombres nunca quieren perder una oportunidad de tener sexo	
4. Los hombres necesitan tener mas de una pareja	
5. La mayoría de mis amigos tienen varias parejas sexuales	
6. No es bien visto por mis amigos el tratar de reducir mi numero de parejas sexuales	
HABILIDAD	
<i>Autoestima positiva 1: Escala de HSH que reportan sentimientos asociados con una autoestima positiva (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Siente que es una persona que vale igual que los demás	.698
2. Siente que tiene un buen número de buenas cualidades	
3. Es capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente	
4. Toma una actitud positiva ante sí mismo	
5. En general está satisfecho consigo mismo	
<i>Autoestima positiva 2: Escala de HSH que reportan sentimientos asociados con una autoestima positiva (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. No siente que es un fracasado (r)	.716
2. No siente que no tiene mucho de lo cual estar orgulloso (r)	
3. No siente a veces que es lo suficientemente bueno (r)	
MOTIVACIÓN	

Variables Compuestas	2009 (N=596) Alfa de Cronbach
<p><i>Creencias negativas acerca de la confianza: Escala de HSH que tienen creencias equivocadas acerca del tipo de personas en que pueden confiar para dejar de usar condón (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Si realmente amas a alguien no es necesario usar condón 2. Parejas confiables no te infectarán con el VIH 3. Los condones son únicamente para usar con parejas no confiables 4. Si una pareja me dice que no tiene VIH creo en su palabra 5. Se puede reconocer por la apariencia a una persona infectada con el VIH 6. Teme que su pareja le rechace si le propone que usen condones 7. Es incómodo usar condón con parejas que le hacen sentir amado y único 8. Los condones tienen agujeros que permiten que el VIH pase a través de ellos 	.847
<p><i>Ubicación de control positiva 1: Escala de HSH que reportan tener la habilidad para proponer, negociar e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar un condón depende de usted 2. La última vez que tuvo sexo usted propuso el uso de condón 3. Usted es quien propone a su pareja ocasional el uso de condón 4. Usted es quien propone a su pareja regular el uso de condón 	.762
<p><i>Ubicación de control positiva 2: Escala de HSH que reportan tener la habilidad para protegerse contra el VIH (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Hay mucho que pueda hacer para prevenir infectarse con el VIH (r) 6. No cree que va a adquirir el virus que causa SIDA (r) 7. Cuando esta bebido o drogado No es probable que no use condones (r) 8. Cuando esta bebido o drogado No toma mas riesgos para adquirir el virus que causa el SIDA (r) 	.773

(r): Estos indicadores fueron preguntados en el cuestionario en dirección contraria, para fines de análisis de esta tabla deben de ser interpretados tal y como se escriben aquí.